

PEMETAAN WISATAWAN DOMESTIK PADA DESTINASI WISATA DI PROVINSI JAWA TIMUR

Aji Sudarsono

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Business Universitas Airlangga
Surabaya, Indonesia, sudarsonoaji04@gmail.com

Sri Hartini

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Business Universitas Airlangga
Surabaya, Indonesia, sri-hartini@feb.unair.ac.id

Sukaris

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik
Gresik, Indonesia, sukaris-2016@feb.unair.ac.id

ABSTRACT

Background - East Java is one of the provinces in Indonesia with a very diverse potential for tourist attraction. The tourist attraction is divided into 3 (three) categories, namely nature, culture and special interests. The growth of tourists in East Java has increased over the last few years, placing East Java as one of the provinces with the largest domestic tourist arrivals in Indonesia. One way to sustain growth is by mapping.

Aim - This study aims to map domestic tourists (demographic and geographical aspects) in East Java to tourist destinations. The results of the mapping are expected to provide information in determining the target market and can be used as a reference in developing tourism according to tourist needs.

Design / methodology / approach - The research subjects are domestic tourists visiting several tourist destinations in East Java. This research is a type of quantitative research. Data collection tool in the form of questionnaires with survey techniques through interviews with respondents. The data collected was then tested for association using crosstabs with the Creamers *v* method and analyzed using the correspondence analysis technique.

Finding - The results showed there were differences in the determination of the category of tourist attractions visited by tourists based on demographic and geographical aspects where the presentation of East Java Province research results was divided into 5 (five) regions.

Research implication - The results of this study can be used as a reference for stakeholders in designing development and development policies and tourism marketing programs.

Keywords: Tourist, Mapping, Demographic, Geographic, Destinations

ABSTRAK

Latar belakang - Jawa Timur merupakan salah satu provinsi di Indonesia dengan potensi daya tarik wisata yang sangat beragam. Daya Tarik wisata tersebut terbagi menjadi 3 (tiga) kategori yaitu alam, budaya dan minat khusus. Pertumbuhan wisatawan di Jawa Timur semakin meningkat selama beberapa tahun terakhir sehingga menempatkan Jawa Timur sebagai salah satu Provinsi dengan kunjungan wisatawan domestik terbesar di Indonesia. Salah satu cara agar pertumbuhan dapat sustain adalah dengan membuat pemetaan.

Tujuan - Penelitian ini bertujuan untuk memetakan wisatawan domestik (aspek demografis dan geografis) di Jawa Timur terhadap destinasi wisata. Hasil pemetaan diharapkan mampu memberikan informasi dalam menentukan target pasar serta dapat dijadikan referensi dalam membangun pariwisata sesuai kebutuhan wisatawan.

Diterima : 28 Desember 2019

Direview : 06 Januari 2020

Direvisi : 07 Januari 2020

Disetujui : 11 Januari 2020

Desain / metodologi/ pendekatan - Subyek penelitian adalah wisatawan domestic yang berkunjung ke beberapa destinasi wisata di Jawa Timur Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Alat pengumpulan data berupa kuesionair dengan teknik survey melalui wawancara kepada responden. Data yang terkumpul kemudian di uji asosiasi menggunakan *crosstabs* dengan metode *creamers* v serta di analisa menggunakan teknik *correspondence analysis*.

Temuan - Hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan penentuan kategori daya tarik wisata yang dikunjungi wisatawan berdasarkan aspek demografis dan geografis dimana penyajian hasil penelitian Provinsi Jawa Timur dibagi menjadi 5 (lima) wilayah.

Implikasi penelitian - Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi stakeholders dalam merancang kebijakan pembangunan dan pengembangan serta program pemasaran pariwisata

Kata Kunci: Wisatawan, Pemetaan, Demografis, Geografis, Destinasi

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam membangun perekonomian negara. sektor pariwisata ditetapkan sebagai *Leading Sektor*. *Leading Sector* didefinisikan sebagai media integrasi program dan kegiatan antar sektor pembangunan dengan tujuan untuk menggerakkan perekonomian bangsa. Perkembangan pariwisata dunia tiap tahun selalu tumbuh positif, bisa dikatakan berbanding terbalik dengan kondisi perekonomian sedang mengalami tekanan.

Berdasarkan data UNWTO kontribusi industri perjalanan dan pariwisata menyumbang 10,4% dari total GDP Global atau sekitar USD 8,272 dan meningkat 4% pada tahun 2018. Dari total keseluruhan kontribusi pariwisata tersebut sekitar 72% diperoleh dari *domestics spending* dan sisanya 27,30% berasal dari *Foreign Visitor Spending*. Dengan adanya data tersebut, wisatawan domestik memegang peran penting dalam menopang pertumbuhan kontribusi kepariwisataan terhadap GDP. Berdasarkan data yang ada, jumlah

pengeluaran wisatawan mancanegara di Indonesia sebesar 205,4 Triliun sedangkan pengeluaran wisatawan domestik pada tahun 2017 mencapai 253,25 Triliun rupiah atau lebih tinggi daripada wisatawan mancanegara (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia). Jumlah perjalanan wisatawan domestik pada 2018 tumbuh 12,37% atau sebanyak 303,4 juta kali dibandingkan dengan jumlah perjalanan pada 2017 yang mencapai 270,82 juta kali perjalanan. Dari sisi pengeluaran, total pengeluaran wisatawan domestik pada 2018 mencapai 291,02 triliun atau naik 17,89% dari realisasi total pengeluaran pada 2017 senilai Rp. 253,45 triliun.

Jawa Timur merupakan salah satu provinsi dengan kunjungan wisatawan domestik terbesar di Indonesia bersama dengan Jawa Barat dan Jawa Tengah. 5 (lima) tahun terakhir perkembangan jumlah pergerakan wisatawan domestik di Jawa Timur meningkat rata-rata 13,40% pertahun (Pariwisata Dalam Angka Disbudpar Jatim). Peningkatan ini linier

juga dengan peningkatan kontribusi sektor pariwisata terhadap PDRB Jawa Timur. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, Pada tahun 2017 sektor pariwisata menyumbang 117,4 triliun atau naik sekitar 10% dari kontribusi tahun sebelumnya. Jawa Timur merupakan satu dari 34 provinsi di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang besar.

Salah satu bentuk pelayanan yang diberikan melalui bidang pemasaran adalah menyediakan data real dan kredibel yang dapat digunakan sebagai referensi dalam merumuskan kebijakan pembangunan dan pengembangan pariwisata di daerah maupun pengembangan bisnis di sektor pariwisata. Perlu dilakukan *marketing strategy* yang tepat untuk peningkatan kunjungan wisatawan. Marketing strategy merupakan tiga langkah dasar dalam memasarkan produk atau jasa, yang terdiri dari *segmentation*, *targeting* dan *positioning*. Tiga langkah ini merupakan strategi dasar dilakukan di awal perusahaan berencana masuk dalam persaingan Sukaris, (2018). Strategi tersebut perlu dievaluasi untuk mendapatkan strategi pemasaran yang tepat, yang diharapkan akan lebih meningkatkan kinerja dari Industri Pariwisata. Untuk itu dibutuhkan mapping destinasi wisata, Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui kondisi sektor kepariwisataan di Provinsi Jawa Timur

Wisatawan yang melakukan perjalanan wisata di Jawa Timur memiliki karakter

berbeda-beda salah satunya dilihat dari aspek demografis dan geografis. Aspek-aspek tersebut berpotensi memiliki kaitan dalam penentuan destinasi wisata tertentu. Daya Tarik destinasi dapat dibedakan atas wisata alam, wisata budaya, dan wisata minat khusus. Pemetaan dilakukan agar *stakeholder* memiliki dasar atau referensi baik dalam menentukan *target market*, menyusun program pembangunan kepariwisataan sesuai dengan kebutuhan wisatawan, menyusun kebijakan pemasaran pariwisata semuanya bertujuan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata menurut Wall and Mathieson, (McCabe, 2009), *Tourism has been defined as the sum of the relationships arising out of the activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes*. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan berkunjung wisatawan. Daya tarik alam dibagi menjadi *climate, scenic beauty, beach and marine park, flora and fauna, special environmental area, park and conservation area, healthy tourism*; daya tarik budaya dibagi menjadi *art and handicraft, interesting economics activities, interesting*

urban area, museum and other cultural activities, cultural festivals dan friendliness of residents; dan daya tarik minat khusus dibagi menjadi *themepark, amusement park and circuses; meeting, conferences conventions; special events, entertainment, recreational and sports*.

Aspek pemetaan dalam hal ini dibagi menjadi dua yaitu aspek demografis dan aspek geografis. Demografis adalah ciri yang menggambarkan perbedaan masyarakat berdasarkan jenis kelamin, umur, status perkawinan, tingkat pendidikan, pekerjaan, kelas sosial, ukuran keluarga atau jumlah anggota keluarga dan lain-lain yang di elaborasi dari karakteristik tersebut. Karakteristik sosio demografis mencoba menjawab pertanyaan "*who want what*". Pembagian dalam karakteristik ini paling sering dilakukan untuk kepentingan analisis pariwisata, perencanaan dan pemasaran karena sangat jelas definisinya dan relatif mudah pembagiannya (Suryadana, 2015). Sedangkan geografis adalah karakteristik yang membagi wisatawan berdasarkan lokasi tempat tinggalnya, biasanya dibedakan menjadi desa-kota, propinsi, maupun Negara asalnya. Pembagian ini lebih lanjut dapat pula dikelompokkan berdasarkan ukuran (*size*) kota tempat tinggal (kota kecil, menengah, besar/metropolitan), kepadatan penduduk di kota tersebut dan lain-lain.

Dumitrescu and Vinerean (2010) dengan penelitaian berjudul "*International Tourism*

Market Segmentation Based on Consumer Behavior" melakukan segmentasi dengan *cluster analysis* menghasilkan 3 *cluster* utama terkait perilaku konsumen dikaitkan dengan demografi dan perilaku. Demografi dilakukan dengan *gender*, umur, negara dan pendapatan. Perilaku ditentukan dengan preferensi dan *attitude*, *attitude* pada pencarian informasi dan *attitude* atas paket *traveling* sebagaimana dinyatakan Narti dan Hartini (2015) dalam studinya menunjukkan bahwa *eco-service quality* berpengaruh pada destinasi *image* dan *attitude* wisata mancanegara di Lombok

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Terdapat 3 variabel yang digunakan yaitu (1) variabel demografis, (2) variabel geografis dan (3) variabel kategori daya tarik destinasi wisata. Teknik pengambilan sampling pada penelitian ini adalah *purposive sampling* yang termasuk non *probability sampling* dimana tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur anggota populasi (harus memenuhi syarat-syarat tertentu, antara lain dengan kriteria diatas 17 tahun dan tidak boleh melakukan wawancara lebih dari dua orang dalam rombongan) dijadikan responden.

Pengumpulan data dilakukan pada 27 destinasi wisata yang tersebar di 17 Kabupaten atau Kota di Jawa Timur yang ditentukan berdasarkan pertimbangan tertentu oleh ahli atau *decission maker*

dengan melihat kondisi real di lapangan, kondisi sumber daya (finansial dan personel) dan berdasarkan data yang ada. Jumlah kuesioner yang disebar yaitu 2250 melalui wawancara yang dilakukan surveyor pada hari sabtu dan minggu selama 1 (satu) bulan. Target wawancara adalah wisatawan domestik yang berkunjung ke Destinasi Wisata di Jawa Timur.

Teknik pengujian menggunakan uji asosiasi antar variabel dengan *crosstab* metode *creamers v* dengan taraf signifikan adalah 10% atau 0,1. Teknik analisa data penelitian ini menggunakan *correspondence analysis* dimana mampu menyajikan olahan data dalam bentuk *mapping* sehingga memudahkan bagi pembaca.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Provinsi Jawa Timur terdiri dari 38 Kabupaten/ Kota dengan luas 47.922 km². Dengan wilayah administrasi yang cukup banyak dan luas maka dibentuklah 5 Bakorwil (Badan Koordinasi Wilayah), untuk memudahkan dalam berkoordinasi segala hal mengenai program pembangunan dan pemerintahan. 5 bakorwil tersebut adalah

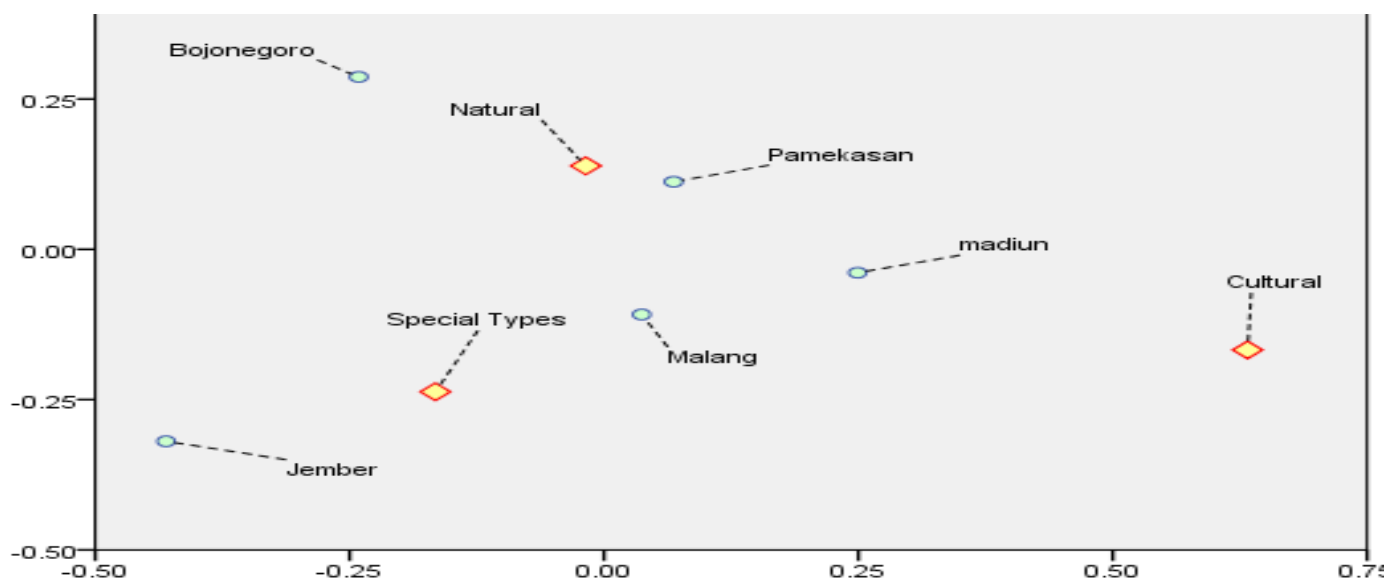
(1) Bakorwil Madiun, (2) Bakorwil Bojonegoro, (3) Bakorwil Malang, (4) Bakorwil Pamekasan dan (5) Bakorwil Jember. Adapun jumlah kuesioner pada penelitian ini adalah 2250 dengan kuesionair wisatawan yang berasal dari Jawa Timur sebanyak 1921 atau sekitar 85% dari total kuesioner sedangkan 329 kuesioner adalah wisatawan yang berasal dari luar Jawa Timur atau sekitar 15%. Hasil olahan data dibawah ini adalah uji asosiasi dengan menggunakan *crosstabs* dengan metode *creamers v* dan hasil teknik analisa korespondensi seluruh kabupaten/ kota di Jawa Timur yang direpresentasikan melalui Bakorwil yang telah dijelaskan diatas. Dalam hal ini hasil olahan data hanya menampilkan per bakorwil dari seluruh kabupaten kota di Jawa Timur dengan kategori destinasi wisata. Berdasarkan hasil olahan data *Crosstab* dengan metode *Creamers v* maka terdapat beberapa variabel yang memiliki asosiasi *variable* lainnya dan ada yang tidak memiliki asosiasi sehingga perlu dipertimbangkan dalam menentukan keputusan.

Tabel 1
Uji Creamer's V Geodemografi dan Destinasi

No	UJI ASOSIASI	APPROX.SIG (Creamer's V)	KETERANGAN
1	Origin dan Kategori Destinasi	0.000	SIGINIFIKAN
2	Pekerjaan dan Kategori Destinasi	0.000	SIGINIFIKAN
3	Pendidikan dan Kategori Destinasi	0.000	SIGINIFIKAN
4	Usia dan Kategori Destinasi	0.000	SIGINIFIKAN
5	Jenis Kelamin dan Kategori Destinasi	0.131	TIDAK SIGNIFIKAN

Tabel 1 menunjukkan pemilihan kategori destinasi (wisata dengan daya tarik alam, daya tarik budaya dan daya tarik khusus) memiliki korelasi yang signifikan dengan asal daerah, pekerjaan, pendidikan dan usia. Adapun jenis kelamin tidak berkorelasi signifikan dengan pemilihan kategori wisata. Dengan arti lain jenis kelamin tidak menentukan atau menjadi pertimbangan pemilihan kategori destinasi wisata. Dengan demikian terkait pemasaran destinasi wisata, tidak perlu promosi dibedakan untuk laki laki dan wanita. Berbeda halnya dengan daerah asal, perlu dibuat berbeda karena daerah asal

menentukan pilihan destinasi wisata. Mapping daerah asal dengan pemilihan kategori jenis wisata dapat dilihat pada gambar 1. Gambar 1, merupakan hasil *coresponden analysis* asal wisatawan dengan kategori daya tarik wisata menunjukkan bahwa wisatawan yang berdomisili di Bakorwil Bojonegoro dan Pamekasan lebih menyukai karakter destinasi yang memiliki daya tarik berbasis *nature* atau alam sedangkan wisatawan yang berasal dari bakorwil Madiun juga menyukai destinasi yang berbasis alam dan budaya yang letaknya di tengah.



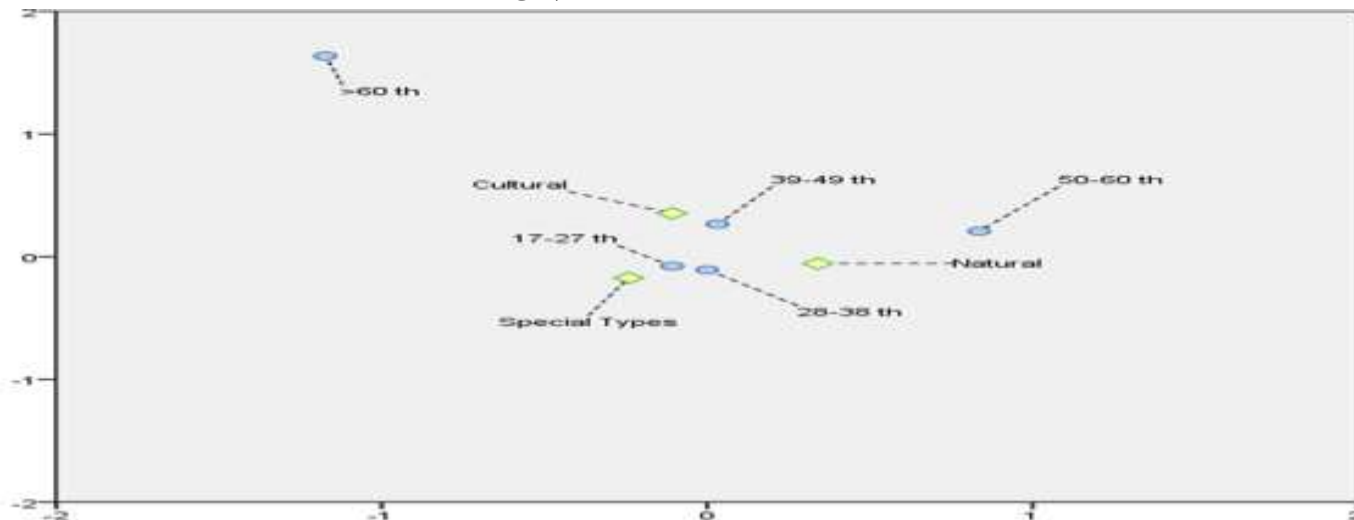
Gambar 1: Korelasi Asal Wisatawan Terhadap Kategori Daya Tarik Wisata

Wisatawan yang berdomisili di Jember dan Malang lebih menyukai ke daya tarik yang berbasis special interest sehingga ketika stakeholder berpromosi diharapkan mampu menawarkan prioritas daya tarik yang disukai di setiap wilayah yang berbeda.

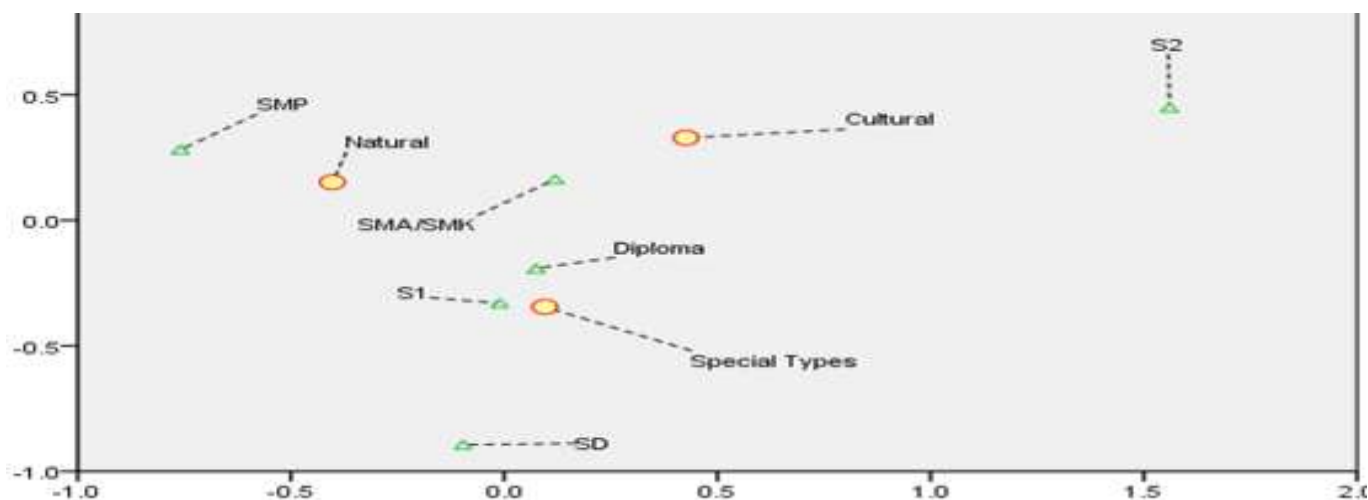
Gambar 2, merupakan hasil *coresponden analysis* Usia wisatawan dengan kategori daya Tarik wisata. Menunjukkan bahwa usia menentukan pilihan daya Tarik wisata. Dalam studi ini usia wisatawan dibedakan atas 4 rentang usia. Hasil analisis data menunjukkan

bahwa pada usia rentang (17-27 tahun) lebih menyukai destinasi yang memiliki karakter daya tarik wisata khusus, Pada usia rentang (28-38 tahun) lebih menyukai destinasi yang memiliki karakter daya tarik wisata khusus. Pada usia rentang (50-60

tahun) lebih menyukai destinasi yang memiliki karakter daya tarik wisata alam dan pada rentang usia (>60 tahun) lebih menyukai destinasi yang memiliki karakter daya tarik wisata budaya



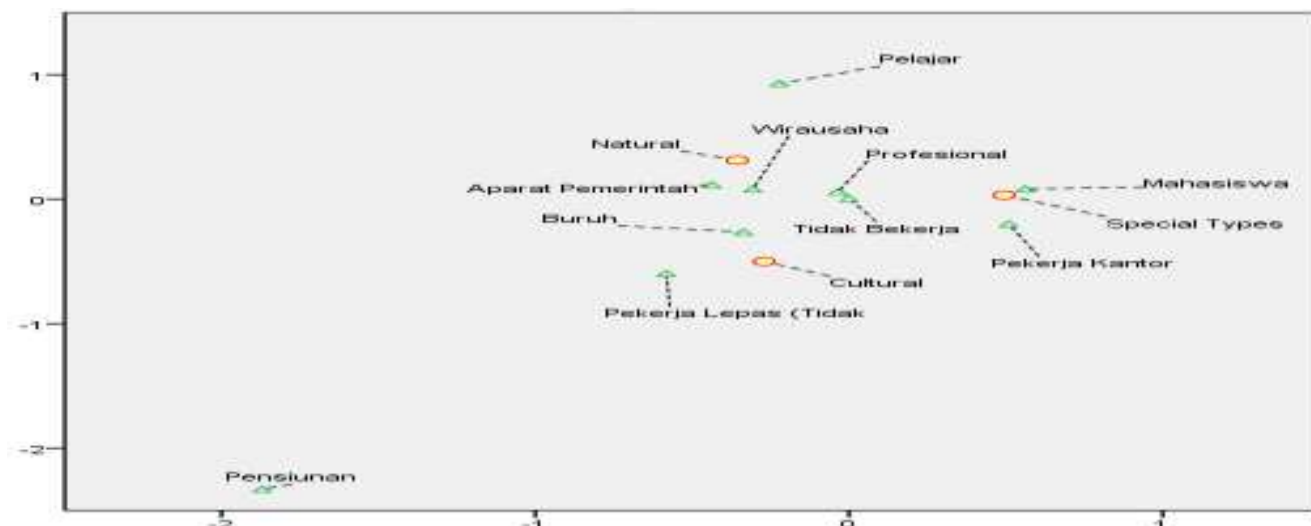
Gambar 2: Korelasi Usia Wisatawan Terhadap Kategori Daya Tarik Wisata



Gambar 3: Korelasi Pendidikan Wisatawan Terhadap Kategori Daya Tarik Wisata

Dari segi pendidikan berdasarkan hasil analisa data dapat disimpulkan bahwa pendidikan terakhir SD, Diploma dan S1 lebih memilih berkunjung ke destinasi wisata minat khusus (*special interest*); untuk kategori pendidikan SMP lebih memilih berkunjung ke destinasi wisata yang

berbasis alam atau natural, sedangkan untuk SMK atau SMA menyukai destinasi yang berbasis alam dan budaya; untuk kategori pendidikan S2 lebih memilih mengunjungi destinasi yang memiliki karakter daya tarik budaya.



Gambar 4: Korelasi Pekerjaan Wisatawan Terhadap Kategori Daya Tarik Wisata

Dari sudut pandang pekerjaan wisatawan dapat disimpulkan bahwa untuk destinasi yang memiliki karakteristik :

1. Alam (*nature*) diminati oleh pelajar, wirausaha, aparat pemerintah, professional dan orang yang tidak mempunyai pekerjaan.
2. Budaya (*culture*) diminati oleh buruh, pensiunan dan pekerja lepas (tidak mempunyai pekerjaan tetap)
3. Minat khusus (*special interest*) diminati oleh mahasiswa dan pekerja kantor.

Tabel 2
Presentase Kategori Jenis Kelamin Dengan Penentuan Kategori Daya Tarik Wisata

KATEGORI	NATURAL	CULTURAL	SPECIAL INTEREST	TOTAL
PRIA	61.98%	50.79%	52.04%	58.02%
WANITA	38.02%	49.21%	47.96%	41.98%
TOTAL	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

Untuk jenis kelamin tidak bisa digunakan analisa korespondensi, sehingga peneliti menyajikanya dalam bentuk presentase. Diketahui bahwa di Provinsi Jawa Timur, laki-laki yang melakukan perjalanan wisata mendominasi dengan prosentase 58% sedangkan wanita 42 %. Untuk destinasi wisata yang diminati jenis kelamin laki-laki adalah daya tarik yang berbasis alam, sedangkan untuk wanita lebih menyukai

destinasi wisata yang memiliki daya tarik berbasis minat khusus.

BAKORWIL MADIUN

Bakorwil Madiun terdiri dari 9 wilayah yaitu (1) Madiun, (2) Magetan, (3) Ponorogo, (4) Ngawi, (5) Trenggalek, (6) Tulungagung, (7) Pacitan, (8) Blitar, dan (9) Nganjuk. Berdasarkan hasil olahan data Crosstab dengan metode Creamers v, diketahui bahwa Pendidikan dan jenis kelamin tidak

berpengaruh pada pemilihan destinasi wisata. Berdasarkan hasil olahan data, wisatawan yang berasal dari Bakorwil madiun seperti Trenggalek, Nganjuk, Ponorogo, Magetan dan Madiun lebih menyukai destinasi wisata dengan kategori daya tarik alam. Daya tarik alam tersebut seperti destinasi wisata bahari (pantai), *scenic beauty*, *special environment features* berupa Goa, air terjun dan pegunungan. Wisatawan dengan domisili di Kabupaten Pacitan, Blitar dan Tulungagung lebih menyukai destinasi wisata dengan kategori daya tarik minat khusus, seperti segala hal

yang berkaitan dengan *recreational and sports* (paralayang, *rafting* dan sebagainya) dan *theme park*. *Second opinion* bisa ditawarkan pula destinasi yang memiliki karakteristik daya tarik budaya seperti museum dan pertunjukan budaya. Wisatawan yang berdomisili di kabupaten Ngawi lebih memilih destinasi wisata yang mengandung unsur budaya, seperti museum, tempat yang mengandung unsur historis, tempat peribadahan yang memiliki nilai sejarah dan sebagainya.

Tabel 3
Hasil Uji Asosiasi Bakorwil Madiun

No	UJI ASOSIASI	APPROX.SIG (Creamer's V)	KETERANGAN
1	Origin dan Kategori Destinasi	0.000	SIGNIFIKAN
2	Origin dan Sub Kategori Destinasi	0.000	SIGNIFIKAN
3	Pekerjaan dan Kategori Destinasi	0.001	SIGNIFIKAN
4	Pekerjaan dan Sub Kategori Destinasi	0.000	SIGNIFIKAN
5	Pendidikan dan Kategori Destinasi	0.009	SIGNIFIKAN
6	Pendidikan dan Sub Kategori Destinasi	0.162	TIDAK SIGNIFIKAN
7	Usia dan Kategori Destinasi	0.005	SIGNIFIKAN
8	Usia dan Sub Kategori Destinasi	0.000	SIGNIFIKAN
9	Jenis Kelamin dan Kategori Destinasi	0.236	TIDAK SIGNIFIKAN

Kategori pekerjaan wisatawan dengan pekerjaan (1) buruh, (2) professional, (3) wirausaha, (4) pekerja kantor, (5) pensiunan dan pekerja lepas lebih memilih ke destinasi wisata yang memiliki karakter alam (*natural*) seperti pantai, destinasi yang menawarkan keanekaragaman flora dan fauna. Mahasiswa dan aparat pemerintahan lebih memilih destinasi yang memiliki karakter minat khusus seperti *theme park*,

recreational and sports. Meskipun demikian mahasiswa dan aparat pemerintahan juga menyukai daya tarik dengan karakter alam dan budaya seperti pantai, museum, agrowisata dan tempat yang memiliki karakter lingkungan yang unik. Pelajar dan orang yang tidak bekerja lebih menyukai berkunjung ke destinasi yang memiliki karakter budaya seperti mengunjungi museum, tempat dan bangunan bersejarah.

Wisatawan pendidikan SD, SMP, dan SMK lebih menyukai destinasi wisata dengan kategori daya tarik alam seperti tempat dengan pemandangan indah (danau, gunung), wisata bahari, goa dan air terjun, agrowisata dan sebagainya, Wisatawan dengan pendidikan sarjana lebih menyukai wisata yang mengandung daya tarik budaya seperti museum, mereka menyukai daya tarik wisata alam dan buatan seperti melihat flora dan fauna dan pergi ke tempat rekreasi (*themepark*). Responden diploma lebih menyukai wisata minat khusus seperti *themepark* serta pergi mengunjungi museum. Sedangkan untuk pascasarjana, berada di titik tengah antara menyukai daya tarik alam dan minat khusus.

Wisatawan dengan kategori usia muda (17 - 38) menggemari wisata minat khusus seperti mengunjungi tempat rekreasi dan *themepark*. Untuk kategori usia 39 - 49 lebih menyukai daya tarik wisata minat khusus seperti *themepark* dan tempat bermain lainnya, wisatawan dengan usia

diatas 60 tahun menyukai daya tarik wisata yang berbasis budaya dan alam seperti menikmati pertunjukan budaya tradisional, mengunjungi destinasi memiliki daya tarik flora dan fauna seperti kebun raya, taman, wilayah konservasi dan sebagainya.

Kategori jenis kelamin, wisatawan yang berdomisili di Bakorwil Madiun yang melakukan perjalanan wisata 51,4% adalah laki-laki dan 48,6% adalah wanita. Laki-laki lebih menyukai daya tarik yang memiliki karakter alam (*nature*) sedangkan wanita lebih menyukai berbagai hal yang mengandung daya tarik budaya.

BAKORWIL BOJONEGORO

Bakorwil Bojonegoro terdiri dari Bojonegoro, (1) Tuban, (2) Mojokerto, (3) Mojokerto, (4) Kediri, (5) Jombang dan (5) Lamongan. Berdasarkan hasil olahan data *Crosstab* dengan metode *Creamers v*, diketahui bahwa Pendidikan tidak berpengaruh pada pemilihan destinasi wisata.

Tabel 4
Hasil Uji Asosiasi Bakorwil Bojonegoro

No	UJI ASOSIASI	APPROX.SIG (Creamer's V)	KETERANGAN
1	Origin dan Kategori Destinasi	0.000	SIGNIFIKAN
2	Origin dan Sub Kategori Destinasi	0.000	SIGNIFIKAN
3	Pekerjaan dan Kategori Destinasi	0.007	SIGNIFIKAN
4	Pekerjaan dan Sub Kategori Destinasi	0.051	SIGNIFIKAN
5	Pendidikan dan Kategori Destinasi	0.133	TIDAK SIGNIFIKAN
6	Pendidikan dan Sub Kategori Destinasi	0.587	TIDAK SIGNIFIKAN
7	Usia dan Kategori Destinasi	0.000	SIGNIFIKAN
8	Usia dan Sub Kategori Destinasi	0.000	SIGNIFIKAN
9	Jenis Kelamin dan Kategori Destinasi	0.000	SIGNIFIKAN

Wisatawan berdomisili di Mojokerto, Bojonegoro dan Kediri cenderung memilih karakteristik destinasi daya tarik alam, seperti menikmati pemandangan alam yang indah, air terjun, danau, goa selain itu diketahui wisatawan yang berdomisili di wilayah tersebut juga menyukai tempat rekreasi dan olahraga. Wisatawan yang domisili di Lamongan dan Tuban lebih menyukai destinasi dengan daya tarik minat khusus seperti taman bermain (*theme park*). Sedangkan wisatawan berdomisili di Jombang lebih menyukai daya tarik budaya seperti mengunjungi tempat bersejarah atau bernilai historis, mengunjungi museum, selain itu juga menyukai berkunjung ke daya tarik dengan karakter alami seperti agrowisata, mengunjungi kebun raya atau tempat yang menyuguhkan konservasi.

Wisatawan yang wirausaha, pekerja lepas lebih menyukai karakter destinasi minat khusus, seperti taman rekreasi dan hiburan (*themepark*), tempat rekreasi dan olahraga, selain itu juga menyukai daya tarik yang berbasis alam seperti tempat yang menyuguhkan pemandangan indah dan menarik serta agrowisata. Untuk pekerja kantor, aparat pemerintahan, mahasiswa, buruh dan professional menyukai karakter destinasi yang memiliki daya tarik alam seperti agrowisata, taman nasional, kebun raya (*flora and fauna attraction*), pantai, pemandangan dan lingkungan dengan karakter yang unik (goa, air terjun). Untuk pelajar dan pensiunan

lebih menyukai yang berkarakter budaya seperti tempat bersejarah dan museum.

Wisatawan berusia 28–49 tahun di Bakorwil Bojonegoro lebih menyukai destinasi wisata dengan daya tarik minat khusus, seperti mengunjungi taman hiburan rekreasi (*themepark*) dan daya tarik alam seperti melihat flora dan fauna, mengunjungi goa, air terjun, telaga dll. Untuk usia 17–27 dan >60 tahun lebih menyukai daya tarik wisata alam, seperti menikmati pemandangan (gunung, danau) dan wisata bahari selain itu untuk wisatawan berusia >60 tahun juga menyukai mengunjungi daya tarik yang memiliki nilai historis atau lampau seperti bangunan dan peninggalan benda bersejarah. Wisatawan usia 50-60 tahun lebih memilih berkunjung dengan daya tarik wisata budaya, seperti mengunjungi museum tradisional maupun modern, kampung tematik, agrowisata dengan pengolahan produk. Terkait jenis kelamin, wisatawan laki laki lebih dan perempuan menyukai daya tarik yang memiliki karakter alam (*nature*).

BAKORWIL JEMBER

Bakorwil Jember terdiri (1) Probolinggo, (2) Lumajang, (3) Jember, (4) Bondowoso, (5) Situbondo dan (6) Banyuwangi. Berdasarkan hasil olahan data *Crosstab* dengan metode *Creamers v*, diketahui bahwa tempat asal (*domisili*) tidak menentukan pemilihan destinasi wisata

Tabel 5
 Hasil Uji Asosiasi Bakorwil Jember

No	UJI ASOSIASI	APPROX.SIG (Creamer's V)	KETERANGAN
1	Origin dan Kategori Destinasi	0.484	TIDAK SIGNIFIKAN
2	Origin dan Sub Kategori Destinasi	0.070	SIGNIFIKAN
3	Pekerjaan dan Kategori Destinasi	0.000	SIGNIFIKAN
4	Pekerjaan dan Sub Kategori Destinasi	0.017	SIGNIFIKAN
5	Pendidikan dan Kategori Destinasi	0.007	SIGNIFIKAN
6	Pendidikan dan Sub Kategori Destinasi	0.036	SIGNIFIKAN
7	Usia dan Kategori Destinasi	0.001	SIGNIFIKAN
8	Usia dan Sub Kategori Destinasi	0.000	SIGNIFIKAN
9	Jenis Kelamin dan Kategori Destinasi	0.033	SIGNIFIKAN

Wisatawan yang berdomisili di Situbondo dan Probolinggo lebih menyukai destinasi wisata yang memiliki daya tarik minat khusus, seperti *themepark* dan tempat rekreasi dengan fasilitas wisata olahraga, hal ini memungkinkan karena di wilayahnya sendiri belum tersedia produk wisata *themepark* yang cukup besar. Mereka juga menyukai daya tarik alam seperti pergi ke suatu tempat yang memiliki pemandangan indah, pergi ke gunung, air terjun, telaga dll; mengunjungi agrowisata, selain itu wisatawan dengan domisili ini juga suka mengunjungi museum.

Wisatawan yang berdomisili lumajang dan banyuwangi lebih menyukai daya tarik alam, seperti wisata bahari atau pantai, pergi ke tempat yang menyuguhkan keunikan alam, menikmati pemandangan indah, agrowisata dan juga menyukai daya tarik minat khusus dengan mengunjungi tempat rekreasi dan sports tourism. Wisatawan asal Bondowoso lebih menyukai daya tarik yang mengandung unsur budaya

seperti mengunjungi museum dengan peninggalan bersejarah, selain itu juga menyukai daya tarik minat khusus seperti *themepark*, taman rekreasi dan lain-lain. Untuk wisatawan yang berdomisili di Jember berdasarkan analisa berada pada posisi tengah, antara menyukai alam dan minat khusus. Daya tarik alam misalnya pergi ke suatu tempat dengan atraksi utama berupa pemandangan, pergi ke tempat konservasi dan perlindungan flora dan fauna seperti kebun raya, taman safari. Sedangkan untuk daya tarik minat khususnya yaitu menyukai berkunjung ke taman rekreasi tematik.

Wisatawan yang pensiunan, pekerja lepas, professional cenderung menyukai daya tarik wisata minat khusus, seperti misalnya pergi ke *themepark* dan tempat rekreasi dengan wisata olahraga (*rafting*, *paralayang*, dan *hiking*). Untuk wisatawan yang bekerja sebagai aparat pemerintah, wirausaha, pelajar, mahasiswa, buruh, pekerja kantor, mahasiswa dan tidak bekerja cenderung memilih ke daya tarik

wisata alam. Hal ini seperti mengunjungi gunung, pantai dan goa mengunjungi tempat yang menyuguhkan pemandangan indah dan mengunjungi tempat konservasi seperti taman nasional. Wisatawan dengan pendidikan Diploma, S1 dan Pascasarjana cenderung lebih menyukai daya tarik wisata minat khusus seperti mengunjungi *themepark*, *recreational* and *sports*. Untuk kategori SD, SMP dan SMA/SMK lebih menyukai daya tarik wisata alam misalnya pergi ke pantai, menikmati pemandangan, pergi ke gunung, goa atau air terjun, pergi mengunjungi tempat konservasi baik hewan maupun tumbuhan.

Wisatawan yang berusia 39-60 dan >60 tahun cenderung memilih destinasi wisata minat khusus seperti *themepark* dan tempat rekreasi lainnya. Untuk kategori usia 17 – 38 tahun lebih memilih mengunjungi destinasi wisata alam seperti menikmati pemandangan alam, pantai dan wisata bahari, mengunjungi air terjun, gunung dan danau serta mengunjungi taman

konservasi. Selain itu pada kategori usia diatas juga menyukai wisata dengan karakter budaya seperti mengunjungi museum dengan benda bersejarah.

Wisatawan laki – laki yang melakukan perjalanan wisata berdasarkan hasil survey mencapai 66% sedangkan wisatawan wanita adalah 44%. Untuk wisatawan laki-laki cenderung memilih wisata alam sedangkan untuk wanita menyukai wisata budaya. Untuk hasil analisa jenis kelamin hanya berupa tabel prosentase karena pada analisa korespondensi tidak bisa di visualkan melalui *mapping*. Selain itu analisisnya hanya berdasarkan kategori destinasi bukan subkategori destinasi.

BAKORWIL MALANG

Bakorwil Malang terdiri Kota dan Kab (1) Malang, (2) Batu, dan (3) Pasuruan. Berdasarkan hasil olahan data *Crosstab* dengan metode *Creamers v* diketahui bahwa daerah asal wisatawan tidak menentukan pilihan kategori destinasi wisata.

Tabel 6
Hasil Uji Asosiasi Bakorwil Malang

No	UJI ASOSIASI	APPROX.SIG (Creamer's V)	KETERANGAN
1	Origin dan Kategori Destinasi	0.280	TIDAK SIGNIFIKAN
2	Origin dan Sub Kategori Destinasi	0.011	SIGNIFIKAN
3	Pekerjaan dan Kategori Destinasi	0.000	SIGNIFIKAN
4	Pekerjaan dan Sub Kategori Destinasi	0.000	SIGNIFIKAN
5	Pendidikan dan Kategori Destinasi	0.001	SIGNIFIKAN
6	Pendidikan dan Sub Kategori Destinasi	0.000	SIGNIFIKAN
7	Usia dan Kategori Destinasi	0.001	SIGNIFIKAN
8	Usia dan Sub Kategori Destinasi	0.000	SIGNIFIKAN
9	Jenis Kelamin dan Kategori Destinasi	0.000	SIGNIFIKAN

Untuk wisatawan yang berdomisili di Kota dan Kabupaten Malang cenderung menyukai daya tarik wisata alam, daya tarik ini misalnya menikmati pemandangan indah, wisata bahari (pantai), mengunjungi suatu tempat yang memiliki keunikan tertentu seperti goa, air terjun, danau dan sebagainya. Untuk wisatawan dengan domisili di Kota dan Kabupaten Pasuruan lebih menyukai destinasi wisata dengan kategori daya tarik minat khusus seperti theme park dan taman rekreasi. Selain itu, wisatawan juga berminat terhadap daya tarik yang mengandung unsur budaya seperti mengunjungi museum baik dengan pengemasan tradisional maupun modern dan mengunjungi tempat bersejarah (wisata religi). Untuk wisatawan yang berdomisili di Kota Batu lebih menyukai destinasi dengan daya tarik yang memiliki unsur budaya, seperti mengunjungi museum, desa wisata.

Destinasi wisata yang menawarkan daya tarik minat khusus disukai oleh wisatawan yang bekerja sebagai pekerja kantor, wirausaha dan aparat pemerintahan. Daya tarik minat khusus tersebut adalah tempat rekreasi tematik, namun dalam hal ini wisatawan juga menyukai wisata dengan daya tarik alam dan budaya seperti agrowisata dengan melihat proses pengolahan langsung, taman konservasi, mengunjungi museum serta melihat dan menikmati tempat dengan menyuguhkan flora dan fauna. Wisatawan

yang bekerja sebagai buruh, pelajar, professional dan mahasiswa menyukai destinasi wisata dengan karakter daya tarik wisata alam. Hal ini seperti pantai dan wisata bahari, tempat dengan pemandangan yang menakjubkan serta mengunjungi danau gunung dan air terjun. Wisatawan yang tidak mempunyai pekerjaan tetap menyukai daya tarik budaya, seperti kampung tematik dengan atmosfer wisata di pemukiman padat penduduk yang menawarkan berbagai macam kuliner, budaya dll.

Wisatawan yang berdomisili di Bakorwil Malang dengan pendidikan SMA, SMP, Diploma dan Pascasarjana cenderung memilih daya tarik wisata alam. Daya tarik alam misalnya destinasi yang menawarkan pemandangan yang indah, melihat flora dan fauna, pergi ke pantai (wisata bahari), mengunjungi tempat konservasi dan mengunjungi tempat dengan daya tarik yang unik dari hasil proses alam. Wisatawan dengan pendidikan sarjana cenderung menyukai daya tarik wisata minat khusus seperti mengunjungi *themepark*, mereka juga menyukai daya tarik alam dan budaya seperti mengunjungi desa wisata, mengunjungi tempat yang menyuguhkan pemandangan yang indah, serta mengunjungi tempat konservasi (misalnya hutan bakau). Kategori pendidikan terakhir SD lebih cenderung menyukai daya tarik wisata budaya seperti

mengunjungi tempat bersejarah (candi, makam tokoh penting, dll).

Terkait usia, wisatawan usia 28-50 tahun cenderung menyukai destinasi yang menawarkan daya tarik minat khusus seperti taman wisata tematik, selain itu juga menyukai wisata dengan daya tarik budaya seperti kebun raya, agrowisata, tempat pengolahan hasil tanaman. Untuk kategori usia 17-27 tahun cenderung menyukai wisata dengan daya tarik alam seperti menikmati pemandangan alam, wisata bahari, mengunjungi pantai, gunung dan danau; selain itu juga menyukai wisata dengan minat khusus seperti tempat rekreasi dengan menyuguhkan wisata olahraga (paralayang). Untuk usia diatas 60 tahun menyukai wisata yang berbasis budaya seperti mengunjungi tempat bersejarah, religi, mengunjungi tempat dengan suasana wisata desa dengan kearifan lokal. Untuk kategori usia 50-60 tahun menyukai wisata yang berbasis alam maupun budaya seperti mengunjungi tempat konservasi misalnya hutan bakau.

Dalam kategori jenis kelamin ini diketahui wisatawan yang melakukan

perjalanan wisata di Bakorwil Malang, untuk pria yaitu 54,9% sedangkan untuk wanita 45,1%. Pria cenderung lebih menyukai destinasi wisata dengan daya tarik alam sedangkan untuk wanita menyukai destinasi wisata dengan daya tarik minat khusus.

BAKORWIL PAMEKASAN

Bakorwil Pamekasan terdiri dari (1) Surabaya, (2) Sidoarjo, (3) Gresik, (4) Bangkalan, (5) Sampang, (6) Pamekasan dan (7) Sumenep. Berdasarkan hasil olahan data *Crosstab* dengan metode *Creamers v* maka diketahui bahwa semua variable yang demografi dan geografi wisatawan berpengaruh pada pemilihan destinasi wisata. Wisatawan yang berdomisili di Gresik, Sampang, Surabaya dan Pamekasan cenderung menyukai destinasi dengan daya tarik wisata alam, seperti mengunjungi air terjun, danau, pegunungan; menikmati pemandangan alam, pergi ke tempat perlindungan dan melihat flora dan fauna, wisata bahari.

Tabel 7

Hasil Uji Asosiasi Bakorwil Pamekasan

No	UJI ASOSIASI	APPROX.SIG (Creamer's V)	KETERANGAN
1	Origin dan Kategori Destinasi	0.000	SIGNIFIKAN
2	Origin dan Sub Kategori Destinasi	0.000	SIGNIFIKAN
3	Pekerjaan dan Kategori Destinasi	0.000	SIGNIFIKAN
4	Pekerjaan dan Sub Kategori Destinasi	0.043	SIGNIFIKAN
5	Pendidikan dan Kategori Destinasi	0.024	SIGNIFIKAN

6	Pendidikan dan Sub Kategori Destinasi	0.028	SIGNIFIKAN
7	Usia dan Kategori Destinasi	0.000	SIGNIFIKAN
8	Usia dan Sub Kategori Destinasi	0.000	SIGNIFIKAN
9	Jenis Kelamin dan Kategori Destinasi	0.002	SIGNIFIKAN

Selain itu juga menyukai daya tarik minat khusus seperti *themepark* dan tempat rekreasi dengan wisata olahraga. Wisatawan dari Sidoarjo dan Sumenep cenderung menyukai wisata minat khusus seperti *recreational and sports tourism*, mengunjungi *Themepark*. Selain itu, wisatawan yang berasal dari wilayah tersebut juga menyukai daya tarik wisata alam seperti wisata bahari, pergi ke gunung atau air terjun, *karst*, tebing dll; untuk wisata budayanya menyukai berkunjung ke desa wisata dan wisata religi. Untuk wisatawan yang berasal dari Bangkalan menyukai daya tarik budaya seperti mengunjungi tempat dengan nilai historis yang tinggi (wali, masjid bersejarah) dan mengunjungi agrowisata.

Berdasar pekerjaan dapat disimpulkan bahwa pensiunan, pelajar, pekerja lepas, aparat pemerintahan dan orang yang tidak bekerja cenderung memilih berkunjung ke daya tarik wisata minat khusus seperti *themepark*. Selain itu, wisatawan dengan pekerjaan diatas juga menyukai mengunjungi daya tarik wisata budaya dan alam seperti mengunjungi museum dan pergi ke tempat yang menawarkan koleksi flora dan fauna. Untuk pekerjaan profesional, pekerja kantor, mahasiswa dan buruh cenderung memilih daya tarik

wisata alam. Daya tarik wisata alam misalnya wisata bahari, mengunjungi gunung, air terjun, danau serta mengunjungi tempat dengan pemandangan indah. Dalam hal ini pekerjaan mahasiswa juga menyukai pergi ke suatu tempat rekreasi dengan *sport tourism* di dalamnya. Untuk kategori pekerjaan wirausaha cenderung memilih wisata budaya, seperti mengunjungi tempat bersejarah. Selain itu, wirausaha di bakorwil Pamekasan juga menyukai daya tarik alam dan minat khusus seperti mengunjungi *recreational and sports (waterpark, paralayang)*, mengunjungi pantai, gunung, danau, air terjun, goa, *hot springs* dan mengunjungi museum (hasil analisa korespondensi tercantum di lampiran).

Wisatawan yang pendidikan terakhir SD, Diploma, sarjana dan pascasarjana cenderung memilih daya tarik wisata minat khusus, seperti mengunjungi *themepark*. Mereka juga menyukai berkunjung ke daya tarik alam dan budaya seperti agrowisata, wilayah konservasi, melihat flora dan fauna, wisata bahari dll. Untuk pendidikan SMP cenderung menyukai daya tarik wisata budaya seperti tempat bersejarah. Untuk pendidikan SMA/SMK cenderung memilih wisata alam seperti wisata bahari, mengunjungi gunung, telaga, goa. Selain itu

juga menyukai wisata daya tarik budaya misalnya mengunjungi tempat bersejarah, wisata religi dll (hasil analisa korespondensi tercantum di lampiran).

Wisatawan remaja usia 17-28 tahun cenderung menyukai daya tarik alam, seperti wisata bahari, dengan pemandangan yang indah. Untuk kategori usia 28- 49 dan >60 tahun cenderung memilih daya tarik minat khusus seperti pergi ke taman wisata tematik. selain itu juga menyukai daya tarik alam seperti mengunjungi tempat yang menawarkan aneka ragam flora atau fauna, ke tempat konservasi serta berkunjung ke museum dengan daya tarik budaya. Untuk kategori usia 50-60 tahun cenderung menyukai daya tarik wisata budaya seperti mengunjungi tempat dengan nilai historis tinggi misalnya wisata religi dan mengunjungi museum

Wisatawan pria lebih besar persentasenya sebesar 60,1% sedangkan wanita 39,9%. Pria dalam hal ini secara keseluruhan cenderung lebih memilih daya tarik wisata alam sedangkan wanita cenderung memilih wisata dengan daya tarik budaya.

KESIMPULAN

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa wisatawan yang berada di suatu wilayah dengan aspek demografis dan geografis yang sama memiliki kecenderungan penentuan

pilihan yang berbeda. Hal ini disebabkan karena banyak factor internal dan eksternal dari setiap wisatawan yang mendasari perbedaan tersebut. Hasil olah data penelitian ini dalam bentuk *mapping*. Mapping wisatawan ini diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat sebagai referensi bagi seluruh *stakeholders* dalam menyusun kebijakan maupun program khususnya pemasaran, meningkatkan kepuasan wisatawan dan menjaga agar jumlah pergerakan wisatawan domestic untuk melakukan perjalanan wisata tetap tumbuh di Provinsi Jawa Timur.

Usia, pekerjaan dan pendidikan yang berbeda akan menentukan pilihan destinasi wisata yang berbeda pula. Sehingga dalam menyusun paket wisata perlu dipertimbangkan factor demografi dan geografi dari wisatawan, perlu dibuat program yang berbeda untuk segmen yang berbeda. Industri pariwisata sebaiknya menggunakan strategi multi segmen untuk pemasaran wisata. Dalam studi ini mapping hanya didasarkan pada aspek geografis dan demografis wisatawan. Pada penelitian yang akan datang perlu dimasukkan aspek yang lain seperti aspek sosial ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Baggio, R. (2011). Collaboration and cooperation in a tourism destination: A network science approach. *Current Issues in Tourism*, 14(2), 183–189.
- Choundary, U. (n.d.). Demographic Profile Of The Tourist: A case Study Of Tourist Purpose Of Visit To Jammu And Kashmir State. *Journal Of Hospitality Application and Research*, Vol 6(1),
- Dumitrescu and Vinerean. (2010). International Tourism Market Segmentation Based on Consumer Behavior. *Review of International Comparative Management*, 11(5), 757-763.
- Ghanem, (2017). *Conceptualizing “the Tourist”: A critical review of UNWTO definition*. Thesis Masteren Direcciói Planificaciódel Turisme Universitat de Girona Faculty of Tourism
- Karim, S., & Kusuma, B. J. (2017). Pengaruh Faktor Psikografi Kunjungan Pasar Wisman Terhadap Pengembangan Produk Wisata Di Sulawesi Selatan. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 11(2), 185.
- Narti dan Sri Hartini. (2015). The Influence of Functional Destinations Image and Psychological Destinations Image Toward the Behavioral Intentions on Ecotourism of Foreing Tourists in Lombo, *International Review of Management and Business Research*, 4(3)
- Richardson dan Fluker. (2004). “Understanding and Managing Tourism”, Pearson Education, Australia
- Scoot McCabe. (2009). “Marketing Communication in Tourism and Hospitality”, Butterworth-Heineman, Oxford United Kingdom
- Suryadana, M. Liga & Octavia, Vanny. (2015). “Pengantar Pemasaran Pariwisata”, Penerbit Alfabeta, Bandung, Indonesia
- Suswantoro, Gamal. (2004). “Dasar – Dasar Pariwisata”. Penerbit Andi, Yogyakarta, Indonesia
- Sukaris, S. (2018). Kajian Empiris Dalam Pemosisian Produk. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 1(2), 1-12, DOI: <http://dx.doi.org/10.30587/jre.v1i2.405>.
- Warpani, Suwardjoko P & Indira P Warpani. 2007. “Pariwisata dalam Tata Ruang Wilayah”, ITB press, Bandung, Indonesia.
- Yuan, F. S., Kuo, C. C., & Yung, K. S. (2015). Market Segmentation of International Tourist Based on Motivation to Travel : A Case Study of Taiwan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*.