

**SKRIPSI**

**ANALISIS SEGMENTASI PASAR WISATAWAN YANG BERKUNJUNG  
KE KOPI KLOTOK PAKEM, KABUPATEN SLEMAN, DAERAH  
ISTIMEWA YOGYAKARTA**



**Disusun Oleh**

**NUR IZZA AFKARINA**

**NO.MHS: 518200101**

**PROGRAM STUDI S1 PARIWISATA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA**

**2020**

**ANALISIS SEGMENTASI PASAR WISATAWAN YANG BERKUNJUNG  
KE KOPI KLOTOK PAKEM, SLEMAN, DAERAH ISTIMEWA  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh  
Derajat Sarjana Pariwisata**

**Oleh:**

**NUR IZZA AFKARINA**

**NO. MHS : 518200101**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA**

**2020**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ANALISIS SEGMENTASI PASAR WISATAWAN YANG BERKUNJUNG  
KE KOPI KLOTOK PAKEM, SLEMAN, DAERAH ISTIMEWA  
YOGYAKARTA**



**Oleh:**

**NUR IZZA AFKARINA**

**NO. MHS : 518200101**

**Telah disetujui oleh:**

**Pembimbing I**

**RM Nikasius Jonet S., S.Sos, M.Si**

**NIDN. 0518117401**

**Pembimbing II**

**Hamdan Anwari, S.Pd, M.Pd., BI.**

**NIDN. 0509118801**

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan**

**Arif Dwi Saputra, SS., MM.**

**NIDN. 0525047001**

**BERITA ACARA UJIAN**

**ANALISIS SEGMENTASI PASAR WISATAWAN YANG BERKUNJUNG  
KE KOPI KLOTOK PAKEM, SLEMAN, DAERAH ISTIMEWA  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Oleh

**NUR IZZA AFKARINA**

**NO. MHS: 518200101**


**Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji**

**dan Dinyatakan LULUS**

**Pada tanggal : 21 Desember 2020**

**Dosen Penguji Utama : Drs. Prihatno, M.M**

**NIDN. 0526125901**

  
(.....)

**Dosen Penguji II : RM. Nikasius Jonet, S.Sos., M.Si**

**NIDN. 0518117401**

  
(.....)

**Dosen Penguji III : Hamdan Anwari, S.Pd, M.Pd., BI.**

**NIDN. 0509118801**

  
(.....)

**Mengetahui,**  
**Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA**  
  
**Drs. Prihatno, M.M**  
**NIDN. 0526125901**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Izza Afkarina

NIM : 518200101

Jurusan : Pariwisata

Judul Tugas Akhir : Analisis Segmentasi Pasar Wisatawan yang Berkunjung  
ke Kopi Klotok Pakem, Sleman, Daerah Istimewa  
Yogyakarta

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Yogyakarta, 21 Desember 2020



Nur Izza Afkarina

## HALAMAN MOTTO

너 자신을 믿어

自分を信じて

Belive in yourself

(Icha)

好きなほうを選べ.

Pilihlah jalan yang kau kehendaki

(Levi Ackerman – Attack On Titan)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan segala hormat dan ucap syukur kepada Allah SWT yang selalu melimpahkan berkat dan senantiasa memberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi. Maka, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

“Kedua orang tua saya, Alm. Bapak Hartono dan Ibunda Sunarsih yang selalu memberikan dukungan baik doa, moral dan material kepada saya selama saya berkuliah di Yogyakarta. Kepada adik saya, Bachtiar Rizaldi yang selalu menghibur saya di kala saya merasa sedih. Kepada orang spesial saya, Devis Yuniu yang selalu memberikan semangat untuk selalu menyelesaikan skripsi ini. Kepada tim dari CRSL Store yang selalu menyemangati saya. Serta saya persembahkan skripsi ini untuk teman-teman Studi Lanjut AMPTA 2018, terima kasih atas doa dan dukungannya.”

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan berkat-Nya kepada penuliss sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancer. Penulisan skripsi yang mengangkat tema mengenai segmentasi pasar wisatawan ini, dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan derajat Sarjana Kepariwisata pada Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA.

Melalui skripsi ini, dapat disampaikan bahwa pengetahuan mengetahui segmentasi pasar wisatawan ketika membuka suatu tempat wisata merupakan hal yang perlu diketahui agar dapat mengetahui segmentasi, target pasar dan posisi pasar dengan persaingan antara suatu destinasi wisata yang memiliki tema sama. Selain itu dengan adanya segmentasi pasar dapat ditentukan juga bagaimana pengembangan fasilitas antara lain sarana dan prasarana yang terdapat di suatu destinasi wisata tersebut. Terlebih wisata kuliner merupakan suatu daya tarik wisata yang mulai berkembang di era modern ini. Pengelola juga dapat meningkatkan promosi dari media sosial dan juga bentuk promosi yang dirasa efektif. Pengetahuan segmentasi pasar juga dapat menentukan harga produk yang dijual oleh pengelola.

Penulis sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak RM Nikasius Jonet S., S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing saya



dan memberikan bantuan, masukan, dan ilmu yang berharga sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

2. Bapak Hamdan Anwari, S.Pd., M.Pd., BI selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan dukungan dan masukan yang berarti bagi penulis.
3. Bapak Drs. Prihatno, M.M selaku Dosen Penguji Utama yang telah berkenan menguji tugas akhir penulis sehingga dapat diakui kredibilitasnya.
4. Bapak Drs, Prihatno, MM selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang selalu memberikan dukungan kepada semua mahasiswanya.
5. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S., MM selaku Ketua Jurusan Pariwisata Sekolah Tinggi AMPTA Yogyakarta dan selaku Dosen Pembimbing Akademik Penulis yang selalu memberikan dukungan baik moral maupun semangat kepada penulis sejak penulis masuk di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Pemilik Kopi Klotok Pakem Sleman, Kakak Halida Ais yang telah memberikan informasi mengenai Kopi Klotok Pakem Sleman sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya.
7. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Demikian laporan tugas akhir ini dibuat dengan sebaik-baiknya oleh penulis. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga tugas akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 10 Desember 2020

Nur Izza Afkarina

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
BERITA ACARA PENGUJIAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
BAB II LANDASAN TEORI .....	6
A. Landasan Teori.....	6
1. Pariwisata .....	6
2. Wisatawan .....	9
3. Segmentasi Wisatawan.....	12
B. Kerangka Pemikiran.....	15
C. Penelitian Terdahulu .....	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Metode dan Desain Penelitian.....	22
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22
C. Teknik Cuplikan.....	23
D. Sumber Data.....	23

1. Data Primer .....	23
2. Data Sekunder .....	24
E. Teknik Pengumpulan Data .....	24
1. Observasi.....	24
2. Dokumentasi .....	25
3. Wawancara.....	25
4. Studi Pustaka.....	26
F. Keabsahan Data .....	27
G. Metode Analisis Data.....	30
H. Alur Penelitian .....	31
I. Jadwal Penelitian .....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	33
1. Sejarah dan Profil .....	33
2. Lokasi .....	35
3. Menu.....	36
4. Sarana dan Prasarana.....	38
B. Segmentasi Pasar Wisatawan .....	40
1. Profil Demografis.....	40
a. Berdasarkan jenis kelamin .....	41
b. Berdasarkan Usia.....	43
c. Berdasarkan Pekerjaan.....	44
d. Berdasarkan Asal Daerah .....	46
e. Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	47
f. Berdasarkan Penghasilan.....	48
g. Berdasarkan Status Pernikahan .....	49
2. Profil Perilaku .....	50
a. Berdasarkan Sumber Informasi .....	50
b. Berdasarkan Jumlah Kunjungan Dalam Satu Tahun.....	52
c. Berdasarkan Tujuan Kunjungan .....	53
d. Berdasarkan Bentuk Kunjungan.....	54

e. Berdasarkan Pengaturan Kunjungan.....	56
f. Berdasarkan Kendaraan.....	57
g. Berdasarkan Pengeluaran Pengunjung .....	58
2. Profil Psikografis.....	59
a. Berdasarkan Motif Pengunjung .....	60
b. Jumlah Penilaian Pengunjung.....	62
c. Kesan dan Kunjungan Kembali Wisatawan .....	64
C. Pengembangan Pemasaran .....	65
1. Segmentasi Pasar.....	65
2. Posisi Pasar.....	66
3. Target Pasar.....	66
D. Kebijakan Pemasaran.....	67
1. Produk dan Fasilitas .....	67
2. Harga .....	68
3. Promosi.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
A. Kesimpulan .....	70
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Tabel 4.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan .....	44
Tabel 4.4 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Asal Daerah .....	46
Tabel 4.5 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	47
Tabel 4.6 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Penghasilan.....	48
Tabel 4.7 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Status Pernikahan .....	49
Tabel 4.8 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Sumber Informasi .....	50
Tabel 4.9 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jumlah Kunjungan Dalam Satu Tahun .....	52
Tabel 4.10 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Tujuan Kunjungan .....	53
Tabel 4.11 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Bentuk Kunjungan.....	54
Tabel 4.12 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pengaturan Kunjungan .....	56
Tabel 4.13 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Kendaraan.....	57
Tabel 4.14 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pengeluaran Pengunjung ..	58
Tabel 4.15 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Motif Kunjungan .....	60
Tabel 4.16 Penilaian mengenai sarana dan prasarana .....	62
Tabel 4.17 Kesan dan Kunjungan Kembali .....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Lokasi Kopi Klotok.....	35
Gambar 4.2 Plang Penunjuk Kopi Klotok .....	35
Gambar 4.3 Musholla Kopi Klotok.....	38
Gambar 4.4 Tempat Parkir Kopi Klotok.....	39
Gambar 4.5 Teras Rumah Joglo Kopi Klotok.....	39

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 Foto pada saat penelitian

Lampiran 3 Lembar Bimbingan



## **ABSTRAK**

Dalam perkembangan sebuah atraksi wisata, segmentasi pasar wisata merupakan langkah awal untuk mengetahui segmentasi, target dan posisi pasar suatu tempat wisata agar dapat berkembang dan bersaing dengan destinasi lain yang memiliki tema sama, dalam hal ini wisata kuliner. Segmentasi pasar yang dituju berdasarkan bauran psikografis dan demografis. Analisis Kualitatif berupa analisis pengunjung berdasarkan profil demografis, geografis, perilaku dan psikografis serta nantinya akan menentukan segmentasi pasar dan kebijakan pemasaran.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Kopi Klotok Pakem Sleman mempunyai pasar wisatawan di kalangan wisatawan berjenis kelamin wanita dan berusia antara 20-30 tahun. Pengunjung berusia rata-rata 20-30 tahun dengan pendapatan diatas Rp1.000.000 serta berstatus belum menikah. Wisatawan di Kopi Klotok Pakem banyak mengetahui informasi melalui rekomendasi dari orang terdekat. Pengunjung datang menggunakan kendaraan pribadi tanpa bantuan dari tour and travel. Promosi harus digencarkan mengenai media sosial karena merupakan hal yang banyak digunakan di era modern saat ini karena target pasar yang dituju merupakan mahasiswa yang berasal dari luar daerah.

Kata Kunci : Wisata Kuliner, Segmentasi Pasar, Target Pasar

## **ABSTRACT**

Throughout the development of a tourist attraction, the segmentation of the tourism industry is the very first step in establishing the segmentation, target, and position in the market of a tourist destination as it can develop as well as compete with other tourism destinations that have the same concept, in this study case is culinary tourism. The target market has been segmented based on demographics and personality. The study used a qualitative analysis as a methodological approach in the tourism observation scenario based on the demographic, geographic, behavioral, and psychographic profiles. In terms of market segmentation and marketing policies.

The results indicated that coffee Klotok Pakem Sleman has a potential market besides potential visitors in women ages 21 to 30 years old. Visitors have an average age of 20-30 years with an income of more than 1,000,000 IDR and are not married. Tourists at Kopi Klotok Pakem recognize information through the recommendation of their closest people. Visitors might use personal vehicles without the help of tours and travel. Social media advertising needs to be improved so that it could also extensively used by modern society. Indeed, the target market is for students who come from outside the region.

**Keywords:** culinary tourism, market segmentation, target market.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai tujuan wisata utama di Indonesia memiliki banyak warisan baik dari segi budaya, seni dan pertunjukan. Yogyakarta juga memiliki wisata alam yang indah dan berbeda dengan daerah-daerah lain yang ada di Indonesia. Budaya warisan di Yogyakarta dipengaruhi oleh unsur-unsur kolonis akibat penjajahan yang terjadi di Indonesia. Warisan budaya yang ada di Keraton Yogyakarta seperti pakaian dan tari juga sudah dipengaruhi oleh budaya kolonis. Bangunan yang dibangun di Yogyakarta sebagian besar juga dipengaruhi dan arsitekturnya bergaya eropa diselipkan dengan tradisi Jawa kuno. Salah satu hal yang mendapat pengaruh dari masa kolonialisme di Indonesia adalah perkembangan gastronomi termasuk di dalamnya cita rasa kuliner.

Kuliner di Yogyakarta dikenal khas dengan cita rasa yang manis dibandingkan daerah-daerah lain yang ada di Indonesia. Cita rasa yang berkembang sudah terpengaruh oleh pengaruh kolonialisme Belanda dan Jepang. Beberapa cita rasa kuliner masih dipertahankan baik di kalangan Keraton maupun di kalangan rakyat biasa. Kuliner di Yogyakarta berkembang dari berbagai jenis makanan berat, makanan ringan hingga berbagai macam minuman khas. Makanan berat khas jogjakarta yang paling dikenal adalah Gudeg. Gudeg merupakan hasil perpaduan makanan khas

yang terjadi pada jaman penjajahan belanda dan berkembang hingga menjadi ciri khas dan cita rasa Yogyakarta. Makanan ringan yang berkembang juga berkembang menjadi berbagai macam jajanan pasar yang menjadi buruan wisatawan ketika berkunjung. Salah satu makanan ringan yang menjadi buah tangan bagi wisatawan adalah Bakpia. Bakpia mengalami perkembangan yang cukup pesat dan menjadi berbagai macam jenis seiring dengan perkembangan jaman. Bahkan bakpia sekarang sudah terbagi menjadi banyak varian yang unik disesuaikan dengan permintaan dari kustomer atau wisatawan yang datang. Kuliner khas Yogyakarta tidak hanya terbagi di sektor makanan saja, tetapi juga di sektor minuman khas. wisatawan yang datang ke Yogyakarta dapat menikmati berbagai macam sajian minuman seperti ronde, wedang uwuh, dan Kopi Klotok. Di era modern ini wisatawan banyak mencari ciri khas unik dari gastronomi di suatu daerah. Salah satu yang mendapat perhatian dari wisatawan adalah perkembangan wisata Kopi. Kopi pertama kali dibawa ke Indonesia pada tahun 1969 oleh Belanda dari Malabar, India. Seiring dengan berkembangnya jaman, kopi menjadi salah satu *trend* tersendiri bagi berbagai kalangan. Salah satu kedai kopi yang membawa *trend* kopi di Yogyakarta adalah Warung Kopi Klotok Pakem, Sleman.

Usaha Warung Kopi Klotok berdiri sejak tahun 2016 dimana mengusung konsep pedesaan. Seperti namanya, salah satu hidangan populer di Warung Kopi Klotok adalah Kopi Klotok, kopi khas pedesaan dan Pisang goreng khas kopi klotok. Selain menyediakan menu kopi, warung kopi

klotok juga menyediakan makanan lain dengan ciri khas makanan khas Yogyakarta. Keanekaragaman menu tersebut mempengaruhi karakter pengunjung tidak hanya penggemar kopi tetapi juga kuliner umum dan spesifik tertentu. Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis bahwa keberagaman tersebut perlu dikelompokkan berdasarkan kelompok-kelompok wisatawan beserta preferensinya. Sehingga diperlukan suatu upaya untuk melakukan segmentasi wisatawan berdasarkan preferensinya.

Segmentasi Pasar menurut Swastha dan Handoko (2013:4) adalah kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen ke dalam satuan-satuan pasar yang bersifat homogen. Sehingga dalam suatu produk wisata pasti memiliki segmentasi pasar tersendiri agar dapat disesuaikan dengan kondisi sosio-demografis wisatawan yang datang. Setiap perbedaan usia, pekerjaan, tingkat pendidikan pasti memiliki pandangan tersendiri mengenai suatu tempat wisata. Perbedaan pandangan tersebut dapat menjadi masukan bagi suatu tempat wisata untuk meningkatkan pelayanan dan fasilitas sehingga dapat disesuaikan dengan pasar wisatawan yang datang.

Dalam pengelolaannya, Kopi Klotok Pakem, Sleman memiliki beberapa atau berbagai macam karakter pasar. Dilihat dari segi sosio demografisnya wisatawan yang datang terdiri dari berbagai macam karakteristik dan memiliki tujuan dan motivasi sendiri ketika berkunjung. Berdasarkan data sementara yang terkumpul menunjukkan bahwa Kopi Klotok Pakem Sleman belum memiliki segmentasi pasar dan sasaran pasar wisatawan yang jelas. Hal ini dapat dilihat dari adanya berbagai macam

pengunjung yang datang terdiri dari berbagai macam jenis karakter. Dalam perbedaan waktunya, setiap pengunjung yang datang memiliki tujuan masing-masing. Berdasarkan data dan hasil penelitian yang peneliti temukan, peneliti belum menemukan segmentasi pasar mana yang dituju oleh Kopi Klotok Pakem, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti mengenai “Analisis Segmentasi Pasar Wisatawan di Kopi Klotok Pakem, Sleman, Yogyakarta.

## **B. Fokus Masalah**

Fokus masalah yang akan diteliti adalah mengenai segmentasi pasar wisatawan yang datang ke Kopi Klotok Pakem berdasarkan demografis ,geografis, perilaku dan psikografis.

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui segmentasi pasar wisatawan yang berkunjung ke Kedai Kopi Klotok Pakem berdasarkan berdasarkan demografis ,geografis, perilaku dan psikografis.

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi tiga bagian, yaitu :

### **1. Manfaat bagi Kopi Klotok Pakem**

Diharapkan dapat menjadi sumber acuan mengenai segmentasi pasar wisatawan yang berkunjung ke Kopi Klotok Pakem, sehingga dapat

mengenal jenis-jenis segmentasi wisatawan berdasarkan sosio demografisnya.

## 2. Manfaat bagi STP AMPTA

Dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang dilakukan di STP AMPTA yang berhubungan dengan motivasi wisatawan maupun Kopi Klotok Pakem, Sleman.

## 3. Manfaat bagi Peneliti

Dapat memberikan wawasan bagi peneliti terhadap segmentasi pasar wisatawan yang datang ke Kopi Klotok Pakem.