

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis dari profil demografis dan geografis pengunjung yang datang, Kopi Klotok Pakem merupakan tempat yang disukai oleh kalangan pengunjung perempuan karena tempatnya yang dirasa mempunyai pemandangan yang bagus untuk melakukan swafoto. Selain itu, rata-rata pengunjung berusia 20-30 tahun yang berprofesi sebagai mahasiswa dan pendidikan terakhir dari Sekolah Menengah Atas (SMA). Pengunjung didominasi oleh pengunjung yang berasal dari provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, dikarenakan sebagian besar pengunjung merupakan seseorang yang ingin mengeksplor sebuah wisata kuliner yang baru bagi pengunjung tersebut. Dengan rata-rata profesi pengunjung yang merupakan mahasiswa dapat disimpulkan bahwa pengunjung masih belum berstatus menikah. Rata-rata penghasilan pengunjung yang datang berpenghasilan Rp 1000000 hingga Rp 5000000.
2. Berdasarkan hasil analisis dari profil psikografis dan perilaku pengunjung yang datang, pengunjung rata-rata mengetahui informasi mengenai Kopi Klotok Pakem dari rekomendasi teman / saudara / keluarga yang sebelumnya sudah pernah datang dan berkunjung.

Rekomendasi dari teman / saudara / keluarga dinilai memiliki sudut pandang yang lebih objektif mengenai suatu objek wisata terlebih wisata kuliner yang mempunyai sudut pandang rasa yang berbeda-beda. Selain itu, sosial media juga berperan penting sebagai penampakan visual dari menu dan suasana yang ditawarkan. Pengunjung yang datang rata-rata sudah datang sebanyak 2-5 kali dalam satu tahun, hal ini membuktikan bahwa pengunjung tidak hanya penasaran mengeksplor tempat wisata kuliner baru tetapi melihat Kopi Klotok Pakem sebagai tempat yang nyaman untuk berkunjung kembali baik dari segi pemandangan maupun menu yang ditawarkan.

3. Berdasarkan analisis pengembangan pemasaran, segmentasi pasar didominasi oleh pengunjung yang berasal dari kalangan mahasiswa yang datang berkelompok dan menghabiskan waktu kurang lebih selama 3 jam dalam satu kali kunjungan di Kopi Klotok Pakem. Sehingga target pasar yang harus dituju adalah mahasiswa atau pengunjung yang berusia 20-30 tahun, harga menu yang ditawarkan harus memenuhi rata-rata penghasilan yakni Rp 1.000.000 hingga Rp 5.000.000. Posisi pasar wisata kuliner oleh Kopi Klotok Pakem dapat difokuskan dengan menjaga cita rasa yang telah dikenal oleh para pengunjung dan juga menambahkan ketersediaan tempat sehingga pengunjung yang datang pada saat *weekend* tidak kesulitan mendapat tempat makan ataupun tempat untuk parkir.

4. Berdasarkan kebijakan pemasarannya, dapat diketahui bahwa target pasar yang dituju oleh Kopi Klotok Pakem nantinya akan berasal dari kalangan mahasiswa. Sehingga harga yang ditawarkan dapat menyesuaikan dengan rata-rata penghasilan mahasiswa yang masih belum memiliki penghasilan sendiri maupun pengunjung lain yang rata-rata berpenghasilan Rp1.000.000 hingga Rp 5.000.000. Serta promosi dapat dilakukan melalui media sosial yang lebih gencar karena di era modern saat ini banyak pengunjung yang menggunakan media sosial sebagai sarana promosinya.

B. Saran

Saran dari hasil penelitian ini antara lain:

1. Kopi Klotok Pakem dapat mempertimbangkan promosi melalui media sosial baik Instagram, Facebook dan Twitter. Dapat juga merambah ke dunia Youtube untuk memperkenalkan suasana dan menu yang terdapat di Kopi Klotok Pakem. Promosi melalui media sosial merupakan Langkah yang tepat karena di era modern ini, media sosial merupakan media promosi yang paling cepat dan murah. Pengelola juga tetap harus mempertahankan cita rasa menu yang ada di Kopi Klotok Pakem. Penambahan fasilitas sarana dan prasarana yang ada juga sangat penting bagi Kopi Klotok Pakem agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan. Fasilitas yang perlu ditambah antara lain toilet dan parkir kendaraan pribadi pengunjung.

2. Saran untuk penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya dan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian yang berhubungan dengan wisata kuliner dan segmentasi pasar wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- A.M. Sardiman, 2007. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*: Bandung, Rajawali Pers
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers
- Basu Swasta dan Hani Handoko. 2010, *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta
- Cooper, D.R. and Schindler, P.S. 2006. *Bussines Research Method, 9th Edition*. New York: McGraw-Hill Companies,Inc.
- Dharmmesta, Basu Swastha., dan T Hani Handoko. 2013. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi I,BPFE-YOGYAKARTA: Yogyakarta.
- Kasali, Rhenal. 2003. *Membidik Pasar Indonesia: Segmenting, Targeting, Positioning*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2.Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan K.L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas. jilid 1. PT Index. kelompok Gramedia. Jakarta
- Pitana, I G. dan Gayatri, P G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Pitana, I G. dan Diarta I K . 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Republik Indonesia. 2009. Undang-Undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan. Lembaran Negara RI Tahun 2009, No. 10. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Bambang Sunaryo. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media

2. Sumber Internet

Ginting, May Sandi Br, dkk. 2015. *Analisis Segmentasi Pasar Wisatawan Mancanegara yang berkunjung ke Bali dari Aspek Sosio Ekonomi, Demografi, Psikografi dan Perilaku*, Diakses dari <https://ojs.unud.ac.id/index.php/pariwisata/article/view/22848> pada tanggal 18 September 2020.

KBBI, 2016. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Diakses dari <http://kbbi.web.id/pusat> pada tanggal 22 Januari 2020.

Majid, Muhammad Lutfi. 2014. *Analisis Segmentasi Pasar Pengguna Bus Wisata Werkudara Surakarta*, Diakses dari <https://pdfs.semanticscholar.org/c537/e8b32e184470769d1e5c611dfe1790fb3d3f.pdf> pada tanggal 15 September 2020.

Nugraha, Yudha Eka. 2019. Analisis Pasar Wisatawan Mancanegara pengguna Layanan Medis di Bali, Diakses dari <http://jurnal.pnk.ac.id/index.php/tourism/article/view/347> pada tanggal 18 September 2020

Vildayanti, Rina Ayu, 2016, Segmentasi Pasar Wisatawan Mancanegara di DKI Jakarta, diakses dari <http://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/JABE/article/download/1483/1186> pada tanggal 18 September 2020.



KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI
ANALISIS SEGMENTASI PASAR WISATAWAN YANG
DATANG KE KOPI KLOTOK PAKEM, SLEMAN
YOGYAKARTA

S1 PARIWISATA
STP AMPTA YOGYAKARTA
2020

No :
Hari, Tanggal :
Pukul :

A. Profil Demografis

1. Berapakah usia saudara saat ini
 - a. Kurang dari 20 tahun
 - b. 21-30 tahun
 - c. 31-40 tahun
 - d. 41-50 tahun
 - e. > 50 tahun
2. Apa jenis kelamin saudara
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Dari daerah manakan saudara berasal
 - a. DIY
 - b. Jawa Tengah
 - c. Jawa Timur
 - d. Jawa Barat
 - e. DKI Jakarta
 - f. Luar Jawa
4. Apa pekerjaan saudara saat ini
 - a. Mahasiswa
 - b. Pelajar
 - c. Wiraswasta
 - d. Pegawai Negeri Sipil / Polri / TNI
 - e.
5. Apa pendidikan terakhir saudara
 - a. Sekolah Dasar (SD)
 - b. Sekolah Menengah Pertama (SMP)
 - c. Sekolah Menengah Atas (SMA)
 - d. Diploma I / II / III
 - e. Sarjana

6. Berapakah penghasilan perbulan saudara
 - a. Belum mempunyai penghasilan sendiri
 - b. Dibawah Rp 1000000
 - c. Rp 1000000 – Rp 5000000
 - d. diatas Rp 5000000
7. Apa status saudara saat ini
 - a. Menikah
 - b. Belum Menikah

B. Profil Psikografis

1. Darimakah saudara memperoleh informasi tentang obyek ini
 - a. Teman / Keluarga
 - b. Biro perjalanan wisata
 - c. Televisi / radio / media elektronik
 - d. Koran / pamflet / selebaran / media cetak
 - e. Media Sosial (Twitter, Facebook, Instagram)
2. Berapa kali saudara berkunjung ke obyek ini dalam rentang waktu satu tahun
 - a. Pertama kali
 - b. 2-4 kali
 - c. Lebih dari 5 kali
3. Apa motif saudara berkunjung ke obyek ini
 - a. Menikmati pemandangan pedesaan
 - b. Melepas penat, mengisi waktu luang
 - c. Menikmati sajian yang ditawarkan
 - d. Meningkatkan status sosial di media sosial yang dimiliki
4. Bagaimana tujuan kunjungan saudara
 - a. Tujuan utama
 - b. Tujuan lain selain ke objek tujuan utama
5. Bagaimana bentuk kunjungan saudara
 - a. Berpasangan
 - b. Bersama keluarga
 - c. Rombongan / Kelompok
 - d.
6. Bagaimana pengaturan kunjungan saudara
 - a. Sendiri
 - b. Biro perjalanan wisata
7. Kendaraan apa yang saudara pergunakan
 - a. Kendaraan Umum
 - b. Mobil Pribadi / Mobil Rombongan
 - c. Sepeda motor pribadi
8. Berapa biaya pengeluaran saudara di dalam obyek ini
 - a. Kurang dari Rp 50000
 - b. Rp 50000 – Rp 200000
 - c. Lebih dari Rp 200000

9. Bagaimana tanggapan saudara tentang kondisi sarana dan prasarana di obyek ini

No	Fasilitas	Baik	Cukup	Kurang
1	Akses jalan memadai			
2	Harga produk terjangkau			
3	Makanan dan Minuman bersih			
4	Toilet bersih			
5	Lahan parkir yang memadai			
6	Pelayanan yang memuaskan			
7	Tempat untuk makan bersih			
8	Keberagaman makanan dan minuman			
9	Keunikan cita rasa makanan dan minuman			
10	Dekorasi tempat yang unik			
11	Pemandangan yang indah			
12	Penyajian makanan yang menarik			
13	Kapasitas tempat yang memadai			

10. Apakah saudara berniat untuk mengunjungi obyek ini kembali

- a. Ya
- b. Tidak

11. Apakah obyek ini meninggalkan kesan yang baik untuk saudara

- a. Ya
- b. Tidak

LAMPIRAN FOTO

1. Foto dengan Pemilik Kopi Klotok Pakem, Halida Ais.



2. Foto ketika melakukan wawancara dan observasi



3. Menu yang ditawarkan



LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA : Nur Izza Affarino
NO. MAHASISWA : 518200101
JUDUL PENELITIAN :

NAMA PEMBIMBING I : RM Mitasius Jaret, S.Sos, M.Si

NAMA PEMBIMBING II : Hamdan Anwar, S.Pd, M.Pd.

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	10/2/20	Motivasi wisatawan. alasan push/pull factor	
2	10/2/20	Sistematisa alasan deduktif ke induktif	
3	10/2/20	Merubah tema penelitian menjadi Segmentasi pasar (demografis/psiko) Metode kualitatif	
4	10/2/20	lata tulis dalam transisi alasan sesuai	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	27/2/2020	Kata-kata yang ditambah Esponensial terkait tipologi dan Persepsi diskusikan Paralel	
2	28/7/2020	Penulisan Sesuai dg template	
3	25/8/2020	Penulisan sesuai template Tugas baru	
4	27/8/2020	Ace	
5	8/12/2020	Paragraf tabel diperbaiki Ace	
6	11/12/2020	Penulisan Seperti yang "typo" dibersihkan	
7	19/12/2020	Ace	

