



ANALISIS SEGMENTASI PASAR WISATA KEBUN GOWA

The Analysis of Market Segmentation of Gowa Tourism Gardens

Nur 'Iftitah*, Andi Nixia Tenriawaru, Pipi Diansari, Heliawaty, Rusli M. Rukka

Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian,
Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makassar.

*Kontak penulis: niftitah064@gmail.com

ABSTRACT

Market segmentation is the process of classifying heterogeneous whole markets into groups or segments that have similarities in terms of needs, desires, behavior and / or responses to specific marketing programs. Gowa Tourism Gardens is one of the tourist attractions in South Sulawesi which has a lot of tourism supporting facilities and is still in the development stage so market segmentation needs to be done. The purpose of this study is to identify the characteristics of visitors to the Gowa Tourism Gardens and analyze the dependencies between the Gowa Tourism Gardens market segmentation variables. This study determines the market segmentation by using consumer loyalty as the dependent variable and demographic, geographical, psychographic, and visitor behavior data as independent variables. The number of samples in this study as many as 150 people. Methods of data analysis using CHAID analysis. The results of this study indicate that most visitors to the Gowa Garden Tourism are women, adolescents, have a junior high school education, have student/ college student status, have an income ≤Rp500,000.00 per month, and from outside the region Gowa. The significant independent variable with the dependent variable of visitor loyalty based on the results of the CHAID analysis is the supporting facilities variable used by visitors to Gowa Garden Tourism and vehicle ownership. The significant independent variable with the dependent variable of visitor loyalty based on the results of the CHAID analysis is the supporting facilities variable used by visitors to Gowa Garden Tourism and vehicle ownership.

Keywords: Market Segmentation; Visitors Loyalty, CHAID Analysis.

ABSTRAK

Segmentasi pasar merupakan proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku dan/atau respon terhadap program pemasaran spesifik. Wisata Kebun Gowa merupakan salah satu objek wisata di Sulawesi Selatan yang memiliki banyak fasilitas penunjang wisata dan masih dalam tahap pengembangan sehingga perlu dilakukan segmentasi pasar. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi karakteristik pengunjung Wisata Kebun Gowa dan menganalisis dependensi antar variabel segmentasi pasar Wisata Kebun Gowa. Penelitian ini menentukan segmentasi pasar dengan menggunakan loyalitas konsumen sebagai variabel dependen dan data demografis, geografis, psikografis, serta data tingkah laku pengunjung sebagai variabel independen. Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 150 orang. Metode analisis data penelitian ini menggunakan analisis CHAID. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengunjung Wisata Kebun Gowa sebagian besar adalah perempuan, remaja, berpendidikan SMP/SLTP, berstatus pelajar/ mahasiswa, berpenghasilan ≤Rp500.000,00 per bulan, dan berasal dari luar Gowa. Adapun variabel independen yang signifikan dengan variabel dependen loyalitas pengunjung berdasarkan hasil analisis CHAID adalah variabel fasilitas penunjang yang digunakan pengunjung Wisata Kebun Gowa dan kepemilikan kendaraan.

Kata kunci: Segmentasi pasar; loyalitas pengunjung; analisis CHAID.

1. Pendahuluan

Sulawesi Selatan merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki kekayaan alam melimpah yang dapat dimanfaatkan oleh berbagai sektor, salah satunya adalah sektor pariwisata. Pariwisata berperan besar dalam meningkatkan taraf perekonomian masyarakat utamanya yang berada di tempat tujuan wisata, dan yang nanti akan menumbuhkan usaha kecil menengah sebagai wujud nyata kontribusi sektor tersebut dalam membangun masyarakat yang sejahtera. Upaya pemanfaatan dan pendayagunaan sumberdaya alam hayati dan non hayati sebagai objek wisata merupakan langkah strategis dalam memberikan kontribusi yang besar untuk peningkatan perekonomian daerah maupun perekonomian nasional. Salah satu daerah di Sulawesi Selatan yang kaya akan potensi wisata adalah Kabupaten Gowa.

Kabupaten Gowa dikenal sebagai daerah yang memiliki potensi besar pada sektor pariwisata. Daerah ini banyak memiliki panorama alam yang sangat indah, serta memiliki objek-objek wisata yang didukung oleh fasilitas yang cukup memadai, diantaranya wisata alam, wisata budaya, wisata ziarah dan wisata tirta dengan wisata hiburan dan permainan. Kondisi seperti ini menempatkan Kabupaten Gowa sebagai salah satu daerah tujuan kunjungan wisata di Sulawesi Selatan. Letaknya yang berbatasan langsung dengan ibu kota Provinsi Sulawesi Selatan yaitu Kota Makassar menjadikan objek wisata yang ada di Kabupaten Gowa dapat dengan mudah dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Salah satu destinasi wisata di Kabupaten Gowa yaitu Wisata Kebun Gowa.

Wisata Kebun Gowa merupakan salah satu kawasan wisata di Sulawesi Selatan yang terletak di Jalan Poros Malino, Desa Bontomanai, Kecamatan Bontomarannu, Kabupaten Gowa. Tempat wisata ini termasuk wisata alam buatan. Objek wisata yang berbentuk Perseroan Komanditer/*Commanditaire Vennootschap* (CV) ini menyediakan kebun buah-buahan dan sayuran lengkap dengan berbagai fasilitas penunjang wisata, seperti kolam renang, area pemancingan, *Atv* (*All-terrain vehicle*) bagi pengunjung yang ingin berkeliling di kebun buah dan sayuran, saung (*gazebo*) untuk bersantai dan menikmati keindahan Wisata Kebun Gowa, aula (ruang serba guna), restoran, penginapan, serta wahana permainan untuk anak-anak. Harga tiket masuk yang dikenakan oleh destinasi wisata ini cukup terjangkau. Dengan membayar tiket masuk, pengunjung sudah bisa menikmati beberapa fasilitas dalam lokasi wisata ini seperti, kolam renang, saung, dan area pemancingan sedangkan untuk mengendarai *Atv* pengunjung cukup membayar Rp5.000,00 untuk sekali putar, sedangkan untuk biaya sewa aula dibanderol seharga Rp250.000,00 per hari.

Pihak pengelola Wisata Kebun Gowa hingga saat ini masih terus melakukan pengembangan pada tempat wisata tersebut. Hal ini dilakukan agar dapat memberikan kesan yang memuaskan pada pengunjung sehingga mereka tidak segan untuk berkunjung kembali. Dengan meninggalkan kesan yang bagus pula, pengunjung tersebut bisa membantu melakukan promosi misalnya dengan menceritakan pengalaman mereka setelah berkunjung ke lokasi Wisata Kebun Gowa.

Berdasarkan hal mengenai fasilitas penunjang Wisata Kebun Gowa yang beragam dan proses pengembangan lokasi yang masih berlangsung hingga saat

ini, maka pihak pengelola perlu melakukan segmentasi pasar. Hal tersebut sesuai dengan kutipan Majid (2014) bahwa pengelolaan pariwisata tidak akan terpisah dari upaya menjadikan objek wisata itu sendiri sebagai komoditi dalam pemasaran. Dalam konsep seperti inilah, peran pemasaran khususnya segmentasi pemasaran memiliki andil cukup penting dalam pengelolaan pariwisata. Permasalahan keanekaragaman kebutuhan pengunjung salah satunya dapat diatasi dengan menemukan dan membatasi sasaran pada pengunjung potensial.

Menemukan sasaran dapat dicapai dengan melakukan segmentasi pasar dimana pengelola akan dapat mengidentifikasi sebuah pasar dengan keinginan, daya beli, lokasi geografis, perilaku pembelian, dan kebiasaan pembelian yang serupa. Pemasaran sasaran membedakan segmen-segmen pasar utama, membidik satu atau dua segmen itu dan mengembangkan produk serta program pemasaran yang dirancang khusus bagi masing-masing segmen (Hall, 1991 dalam Majid, 2014).

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Wisata Kebun Gowa, Jalan Poros Malino, Desa Bontomanai, Kecamatan Bontomarannu, Kabupaten Gowa, Provinsi Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan dengan sengaja (*purposive*) atas dasar pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan salah satu destinasi wisata yang selain mampu memberikan suasana nyaman, sejuk, indah. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli hingga bulan Agustus tahun 2019 selama 7 hari

Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh pengunjung yang dapat menjadi subjek penelitian dalam waktu yang telah ditentukan. Prosedur pemilihan sampel dilakukan dengan teknik aksidental, yaitu penarikan sampel berdasarkan kesediaan pengunjung Wisata Kebun Gowa dalam merespon kuesioner yang diberikan oleh peneliti. Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 150 orang. Hal ini berdasar pada pendapat Gay and Diehl (1992) bahwa jika penelitian bersifat deskriptif, maka sampel minimumnya adalah 10% dari populasi dan menurut pendapat Yount (1999) bahwa jika populasi berjumlah 101 hingga 1000, maka besar sampel yang menjadi subjek penelitian adalah 10%. Hal ini juga berkaitan dengan pemunculan dendogram (diagram pohon) dalam analisis *CHAID*, jika kurang dari 150 maka diagram pohon yang merupakan hasil dari analisis *CHAID* tidak akan muncul.

Metode yang digunakan dalam pengolahan data adalah dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis *CHAID* (*Chi-Squared Automatic Interaction Detection*). Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui karakteristik pengunjung Wisata Kebun Gowa yang diolah dengan menggunakan *software Microsoft Excel 2010*. Analisis *CHAID* dilakukan untuk mengidentifikasi kelompok-kelompok pengunjung (segmentasi pasar) yang datang ke Wisata Kebun Gowa, yang diolah menggunakan *software SPSS for Windows*.

3. Hasil dan Pembahasan

1. Karakteristik Pengunjung Wisata Kebun Gowa

Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang terkumpul dari 150 responden, dapat diketahui bahwa jumlah persentase antara responden laki-laki dan perempuan memiliki perbedaan yang jelas. Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1
Karakteristik Pengunjung Wisata Kebun Gowa Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	54	36
2	Perempuan	96	64
Total		150	100

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan memiliki jumlah persentase lebih tinggi yaitu sebesar 64%, sedangkan laki-laki sebesar 36%. Hasil tersebut sesuai dengan hasil penelitian Wedelia (2011) bahwa jenis kelamin perempuan lebih banyak di temui di lokasi wisata. Lebih banyaknya pengunjung berjenis kelamin perempuan berkaitan dengan kondisi pengunjung Wisata Kebun Gowa yang dominan merupakan rombongan study tour dan rombongan keluarga. Kecenderungan yang terjadi pada rombongan study tour adalah para murid perempuan, sedangkan kecenderungan yang terjadi pada rombongan keluarga adalah para perempuan (istri/ibu) yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.

Usia

Wisata Kebun Gowa dikunjungi oleh hampir semua kelompok usia. Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung dengan kategori usia kanak-kanak hingga lansia. Kategori usia ini berdasarkan Depkes RI (2009). Sebaran responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2
Karakteristik Pengunjung Wisata Kebun Gowa Berdasarkan Usia

No.	Kategori Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Kanak-kanak	5	3
2	Remaja	103	69
3	Dewasa	35	23
4	Lansia	7	5
Total		150	100

Tabel 2 menunjukkan bahwa dari sebagian besar pengunjung yang datang ke objek Wisata Kebun Gowa didominasi oleh remaja yaitu sebanyak 69%, sedangkan persentase yang paling kecil adalah kategori usia kanak-kanak yaitu sebanyak 3%. Dengan adanya sebaran usia ini menunjukkan bahwa wisata ini diminati oleh berbagai kalangan usia serta sangat berpotensi sebagai tempat rekreasi yang cocok untuk berbagai kalangan usia. Hal ini sesuai dengan pendapat Manurung (2011) bahwa kegiatan rekreasi merupakan suatu kegiatan yang dibutuhkan oleh segala usia, untuk anak-anak umumnya kegiatan rekreasi sangat digemari karena mereka senang bermain, pada usia dewasa dan usia lanjut kegiatan rekreasi diluar ruangan masih tetap dibutuhkan walaupun intensitasnya berkurang.

Data hasil sebaran jumlah responden berdasarkan usia dapat menjadi informasi penting bagi pengelola wisata bahwa pengunjung yang datang kebanyakan berada pada rentang usia yang masih relatif muda. Oleh karena itu, desain wisata yang diciptakan sebaiknya sesuai dengan kondisi pengunjungnya. Pengunjung usia muda kemungkinan akan lebih menyukai tantangan dan memiliki keingintahuan yang tinggi terhadap suatu ilmu pengetahuan. Kondisi tersebut dapat menjadi peluang bagi pengelola untuk lebih mengembangkan desain wisata di dalamnya.

Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan pengunjung yang menjadi responden diukur dari tingkat pendidikan terakhir bagi yang telah selesai masa studinya dan tingkat pendidikan yang sedang dijalani bagi yang masih berstatus pelajar/mahasiswa. Sebaran responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3
Karakteristik Pengunjung Wisata Kebun Gowa Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD/ sederajat	7	4,67
2	SMP/SLTP	58	38,67
3	SMA/SLTA	33	22,00
4	Perguruan Tinggi	52	34,67
Total		150	100

Tabel 3 menunjukkan bahwa dari 150 responden pengunjung Wisata Kebun Gowa memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda. Responden dengan latar belakang pendidikan SMP/SLTP merupakan memiliki persentase terbesar yaitu 38,67%, yang tidak berbeda jauh dari responden dengan latar belakang pendidikan Perguruan Tinggi yaitu berjumlah 34,67%. Jumlah persentase terkecil merupakan pengunjung dengan latar pendidikan SD/ sederajat dengan jumlah persentase sebesar 4,67%. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian bahwa pengunjung objek wisata ini didominasi oleh pengunjung yang datang bersama rombongan *study tour* dan rombongan keluarga.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat terlihat bahwa responden yang berkunjung ke Wisata Kebun Gowa adalah masyarakat yang berpendidikan cukup tinggi. Rahmawati (2010) berpendapat bahwa masyarakat yang tingkat pendidikannya tinggi, pola pikirnya akan lebih sistematis dan ingin mendapatkan sesuatu yang bermanfaat untuk dirinya. Oleh karena itu, pengelola Wisata Kebun Gowa penting untuk memberikan fasilitas yang mengandung unsur pengetahuan dan pendidikan bagi para pengunjungnya dengan tetap memberikan unsur rekreasi di dalamnya.

Golongan Pekerjaan

Berdasarkan data yang terkumpul dari 150 responden, dapat diketahui bahwa jumlah persentase setiap golongan pekerjaan pengunjung Wisata Kebun Gowa yang dijadikan responden memiliki perbedaan yang jelas. Sebaran responden berdasarkan golongan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan pelajar atau mahasiswa dengan persentase sebesar 69,33%. Hal tersebut berkaitan dengan kondisi responden yang tingkat pendidikannya didominasi oleh pelajar SMP/SLTP dan perguruan tinggi. Latar belakang pekerjaan dengan jumlah persentase terkecil yaitu responden yang belum memiliki pekerjaan dengan persentase 1,33%. Hal ini dikarenakan, selain merupakan tempat yang cocok bagi keluarga, objek Wisata Kebun Gowa juga merupakan objek wisata yang cocok pelajar/mahasiswa dengan berbagai fasilitas penunjang wisatanya dan alangkah lebih bagus jika dilengkapi dengan program wisata edukasi.

Tabel 4
Karakteristik Pengunjung Wisata Kebun Gowa Berdasarkan Golongan Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/ Mahasiswa	104	69,33
2	Pegawai Negeri	5	3,33
3	Pegawai Swasta	17	11,33
4	Pegusaha/ Pedagang	8	5,33
5	Ibu Rumah Tangga	14	9,33
6	Lain-lain	2	1,33
Total		150	100

Jumlah Penghasilan

Jumlah penghasilan responden adalah rata-rata penghasilan yang diperoleh dalam satu bulan. Penghasilan yang dimaksud adalah penghasilan keluarga yang diperoleh dari suami dan istri ataupun salah satu dari mereka. Untuk responden pelajar/mahasiswa, penghasilan yang dimaksud adalah uang saku mereka. Sebaran responden berdasarkan jumlah penghasilan dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5
Karakteristik Pengunjung Wisata Kebun Gowa Berdasarkan Rata-Rata Penghasilan per Bulan

No.	Penghasilan per Bulan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	≤ Rp500.000,00	63	42
2	> Rp500.000,00 - Rp1.500.000,00	31	21
3	> Rp1.500.000,00 - Rp3.000.000,00	21	14
4	> Rp3.000.000,00 - Rp5.000.000,00	27	18
5	> Rp5.000.000,00	8	5
Total		150	100

Tabel 5 menunjukkan bahwa dari 150 responden pengunjung Wisata Kebun Gowa persentase terbesar 42% yaitu berdasarkan rata-rata penghasilan per bulan yang kurang dari atau sama dengan Rp500.000,00, sedangkan persentase terkecil sebesar 5% yaitu responden dengan penghasilan lebih dari Rp5.000.000,00.

Hal tersebut berkaitan dengan kondisi responden yang tingkat pendidikannya didominasi oleh pelajar SMP/SLTP dan perguruan tinggi yang penghasilannya merupakan uang saku mereka karena belum memiliki penghasilan sendiri.

Tempat Tinggal

Wisata Kebun Gowa merupakan salah satu destinasi wisata yang sudah dikenal diberbagai daerah, khususnya Kabupaten Gowa dan sekitarnya. Beragam kegiatan yang ditawarkan menjadikan Wisata Kebun Gowa ramai dikunjungi oleh wisatawan, baik wisatawan dalam kota maupun luar kota. Sebaran responden berdasarkan tempat tinggal dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6
Karakteristik Pengunjung Wisata Kebun Gowa Berdasarkan Tempat Tinggal

No.	Tempat Tinggal	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Gowa	46	31
2	Luar Gowa	104	69
	Total	150	100

Tabel 6 menunjukkan bahwa dari 150 responden pengunjung Wisata Kebun Gowa mayoritas tinggal di luar Daerah Gowa dengan persentase 69%, sedangkan yang tinggal di Daerah Gowa hanya sebesar 31%. Hal ini dikarenakan pengunjung yang berasal dari luar Gowa cenderung lebih tertarik untuk berkunjung ke tempat wisata luar daerahnya, begitupun dengan pengunjung dari Gowa yang juga lebih tertarik untuk berwisata ke luar daerah dengan alasan untuk mencari suasana baru. Sebagian besar pengunjung yang berasal dari luar Gowa berasal dari Kota Makassar. Besarnya tingkat kunjungan yang berasal dari Makassar dipengaruhi oleh jarak yang relatif dekat dan aksesibilitas yang tergolong mudah karena lokasi wisata ini berada di Jalan Poros Malino yang hanya berjarak kurang lebih 2 Km dari kampus II Universitas Hasanuddin atau yang dulu dikenal dengan Pabrik Kertas Gowa.

2. Segmentasi Pasar Wisata Kebun Gowa

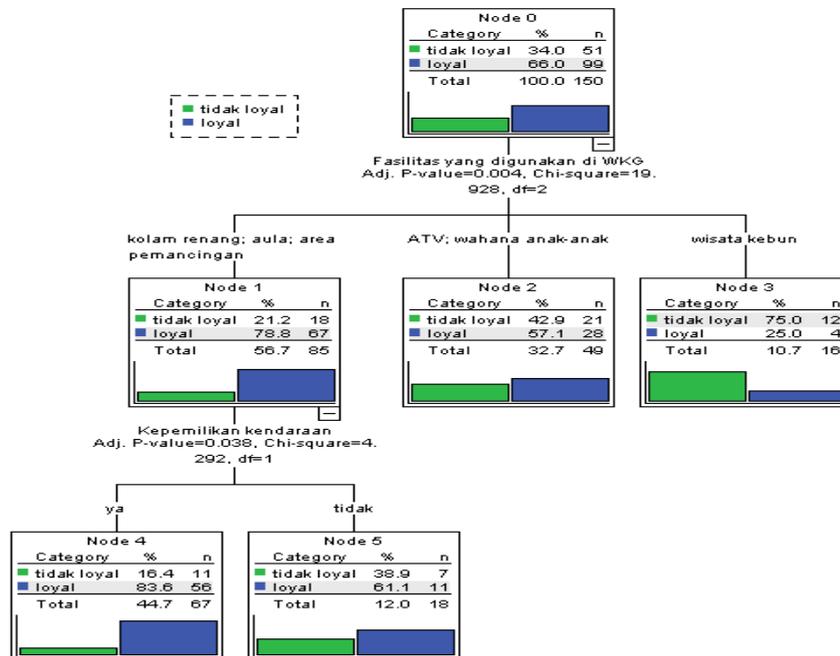
Hasil Analisis CHAID

Segmentasi pasar Wisata Kebun Gowa dianalisis dengan menggunakan analisis CHAID. Analisis CHAID yang dilakukan pada penelitian ini menghasilkan dendogram (diagram pohon) klasifikasi yang merupakan keterkaitan antara variabel dependen loyalitas pengunjung ke Wisata Kebun Gowa dengan variabel-variabel independen. Klasifikasi yang dihasilkan oleh analisis CHAID pada pengunjung Wisata Kebun Gowa dapat dilihat pada Gambar 1.

Gambar 1 menunjukkan penggabungan dalam analisis CHAID ini terjadi pada variabel fasilitas yang digunakan di Wisata Kebun Gowa. Variabel ini terbagi menjadi enam kategori, yaitu: area pemancingan, aula, wahana anak-anak, *atv*, kolam renang, dan pengunjung yang hanya menikmati pemandangan wisata kebun. Variabel ini kemudian diringkas oleh analisis CHAID menjadi tiga kategori seperti yang terlihat pada diagram pohon kedalaman pertama, yaitu:

1. Fasilitas kolam renang digabung dengan aula dan area pemancingan.

2. Fasilitas Atv digabung dengan wahana anak-anak.
3. Wisata kebun menjadi kategori tersendiri.



Gambar 1. Dendrogram Hasil Analisis CHAID dengan Loyalitas Pengunjung Wisata Kebun Gowa sebagai variabel Dependen

Kategori fasilitas kolam renang yang digabung dengan aula dan area pemancingan serta kategori fasilitas *Atv* yang digabung dengan wahana anak-anak sudah memenuhi syarat kesignifikan *chi-square* untuk digabung menjadi satu kategori tunggal. Sedangkan kategori pengunjung yang hanya menikmati pemandangan wisata kebun menjadi satu kategori tunggal berdasarkan analisis CHAID yang ada.

Hasil analisis dengan CHAID untuk variabel dependen (terikat) loyalitas pengunjung ke Wisata Kebun Gowa menunjukkan bahwa ada 2 variabel independen (bebas) yang signifikan terhadap variabel terikat, yaitu variabel fasilitas penunjang yang digunakan di Wisata Kebun Gowa dan variabel kepemilikan kendaraan.

Diagram pohon pada Gambar 1 menunjukkan bahwa terdapat lima node (sub kelompok dari sampel yang diteliti). Pada pohon klasifikasi CHAID juga terdapat istilah kedalaman (depth) yang menunjukkan jumlah node dari tingkatan teratas sampai terakhir. Hasil diagram pohon CHAID pada gambar 1 menunjukkan bahwa terdapat dua kedalaman (*depth*) yang dihasilkan. Variabel independen fasilitas penunjang yang digunakan pengunjung di Wisata Kebun Gowa membagi variabel dependen loyalitas pengunjung ke Wisata Kebun Gowa menjadi kedalaman pertama. Kemudian variabel kepemilikan kendaraan membagi variabel independen fasilitas penunjang yang digunakan pengunjung di Wisata Kebun Gowa pada kedalaman kedua.

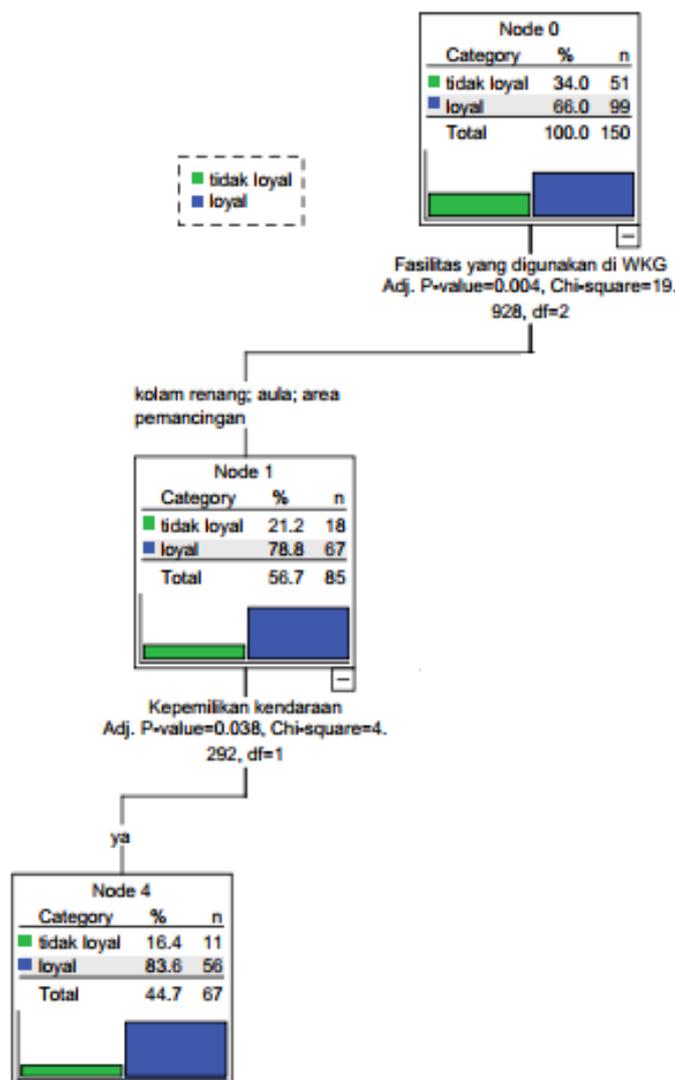
Segmentasi Pasar yang Terbentuk

Segmentasi yang dibentuk oleh analisis *CHAID* merupakan pembagian sebuah sampel menjadi dua atau lebih kelompok yang berbeda berdasarkan sebuah kriteria tertentu. Kemudian *CHAID* membagi kelompok-kelompok tersebut menjadi kelompok yang lebih kecil berdasarkan variabel-variabel independen yang lain. Proses berlanjut sampai tidak ditemukan lagi variabel-variabel independen yang signifikan secara statistik. Penelusuran karakteristik segmen yang terbentuk dilakukan dengan aturan dari atas ke bawah (*top-down stopping rule*). Penelusuran dimulai dari kelompok induk kemudian berlanjut ke sub kelompok berikut yang berturut-turut merupakan hasil pembagian kelompok induk berdasarkan kriteria tertentu.

Pembentukan segmen dalam *CHAID* seperti terlihat pada diagram pohon Gambar 1 adalah sebanyak 4 segmen sebagai berikut:

1. Segmen Fasilitas Penunjang 1

Segmen pertama yang terbentuk memiliki karakteristik yaitu pengunjung Wisata Kebun Gowa yang menggunakan fasilitas kolam renang, aula, dan area pemancingan. Kemudian pengunjung pada segmen pertama ini memiliki kendaraan. Segmen pertama ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Segmen Pertama Hasil Analisis *CHAID*

Gambar 2 menunjukkan bahwa total pengunjung pada segmen ini adalah 67 orang (44,7%). Hal tersebut dapat dilihat dari node empat dari diagram pohon CHAID. Jumlah tersebut terdiri dari 56 dikategorikan loyal ke Wisata Kebun Gowa dan 11 orang yang dikategorikan tidak loyal ke Wisata Kebun Gowa. Hal ini disebabkan karena diantara semua segmen, segmen ini memiliki karakteristik terbanyak, sehingga jumlah pengunjung juga lebih banyak pada segmen ini. Selain itu, berdasarkan Gambar 2 dapat pula diketahui bahwa jumlah pengunjung yang dikategorikan loyal lebih banyak dari jumlah pengunjung yang dikategorikan tidak loyal ke Wisata Kebun Gowa. Hal ini selain disebabkan karena pengunjung merasa puas dengan fasilitas tersebut, juga disebabkan oleh karakteristik pengunjung lainnya yaitu pengunjung tersebut memiliki kendaraan. Seperti kita ketahui bersama, dengan memiliki kendaraan, seseorang lebih mudah untuk bepergian dibanding tidak memiliki kendaraan.

Gambar 2 juga menunjukkan bahwa nilai p -value untuk variabel fasilitas yang digunakan pengunjung di Wisata Kebun Gowa sebesar 0,004. Apabila dilakukan pengambilan keputusan berdasarkan nilai p -value, dimana nilai tersebut kurang dari α 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis awal (H_0) ditolak. Ini berarti terdapat hubungan antara kedua variabel independen dengan variabel dependen loyalitas pengunjung ke Wisata Kebun Gowa. Sedangkan nilai p -value untuk variabel kepemilikan kendaraan sebesar 0,038. Nilai tersebut juga kurang dari α 0,05, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis awal (H_0) ditolak. Ini berarti terdapat hubungan antara kedua variabel independen dengan variabel dependen loyalitas pengunjung ke Wisata Kebun Gowa.

Pembahasan di atas sesuai dengan kutipan Asra (2012) bahwa p -value dapat diartikan sebagai besarnya peluang (*probabilitas*) yang diamati dari uji statistik. Nilai α adalah tingkat signifikansi atau kesalahan maksimal yang telah ditentukan, sedangkan p -value adalah nilai kesalahan yang didapat peneliti dari hasil perhitungan statistik. Jika nilai p -value kurang dari atau sama dengan tingkat signifikansi, berarti tolak hipotesis awal (H_0).

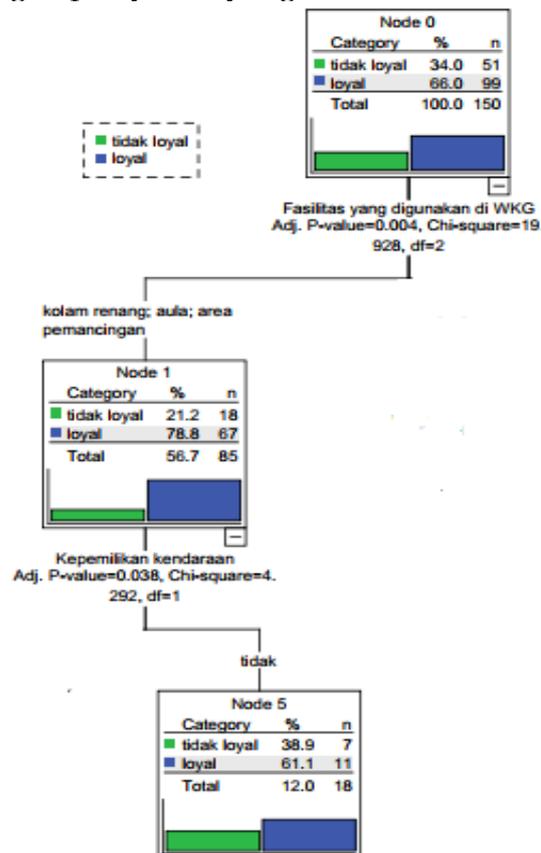
Selain nilai p -value, pada Gambar 2 juga menunjukkan bahwa nilai *chi-square*, untuk variabel fasilitas penunjang wisata yang digunakan pengunjung memiliki nilai *chi-square* sebesar 19,928. Variabel ini memiliki $df=2$, sehingga memiliki nilai *chi-square* tabel sebesar 5,99. Karena nilai *chi-square* 19,928 > *chi-square* tabel 5,99, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan nilai *chi-square* untuk variabel kepemilikan kendaraan sebesar 4,292. Variabel ini memiliki $df=1$, sehingga memiliki nilai *chi-square* tabel sebesar 3,84. Karena nilai *chi-square* 4,292 > *chi-square* tabel 3,84, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti terdapat hubungan antara kedua variabel tersebut dengan variabel dependen loyalitas pengunjung ke Wisata Kebun Gowa. Hal tersebut sesuai dengan ketentuan *chi-square*, yaitu:

- Bila nilai *chi-square* \geq nilai *chi-square* tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- Bila nilai *chi-square* < nilai *chi-square* tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

2. Segmen Fasilitas Penunjang 2

Segmen kedua yang terbentuk memiliki karakteristik yaitu pengunjung Wisata Kebun Gowa yang menggunakan fasilitas kolam renang, aula, dan area pemancingan. Kemudian pengunjung pada segmen kedua ini tidak memiliki kendaraan. Segmen kedua ini dapat dilihat pada Gambar 3.

Gambar 3 menunjukkan bahwa total pengunjung pada segmen ini adalah 18 orang (12%). Hal tersebut dapat dilihat dari node lima dari diagram pohon CHAID. Jumlah tersebut terdiri dari 11 orang yang dikategorikan loyal ke Wisata Kebun Gowa dan 7 orang yang dikategorikan tidak loyal ke Wisata Kebun Gowa. Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung yang dikategorikan loyal lebih banyak daripada jumlah pengunjung yang dikategorikan tidak loyal. Hal ini disebabkan karena lebih banyak pengunjung merasa puas dengan pelayanan yang ditawarkan oleh Wisata Kebun Gowa.



Gambar 3. Segmen Kedua Hasil Analisis CHAID

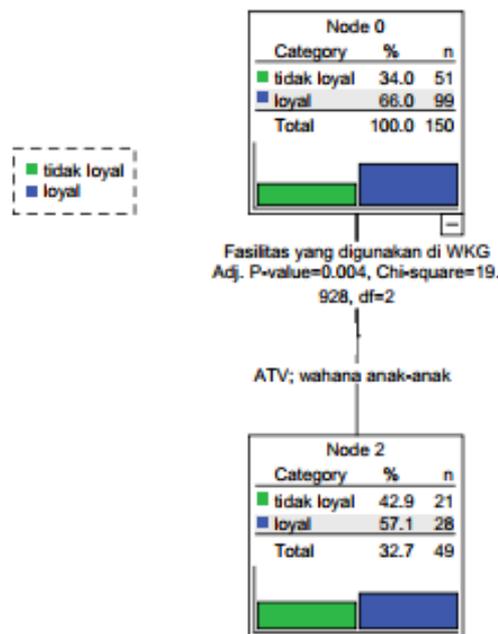
Gambar 3 juga menunjukkan bahwa nilai *p-value* untuk variabel fasilitas yang digunakan pengunjung di Wisata Kebun Gowa sebesar 0,004. Apabila dilakukan pengambilan keputusan berdasarkan nilai *p-value*, dimana nilai tersebut kurang dari α 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis awal (H_0) ditolak. Ini berarti terdapat hubungan antara kedua variabel independen dengan variabel dependen loyalitas pengunjung ke Wisata Kebun Gowa. Sedangkan nilai *p-value* untuk variabel kepemilikan kendaraan sebesar 0,038. Nilai tersebut juga kurang dari α 0,05, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis awal (H_0) ditolak. Ini berarti terdapat hubungan antara kedua variabel independen dengan variabel dependen loyalitas pengunjung ke Wisata Kebun Gowa.

Pembahasan di atas sesuai dengan kutipan Asra (2012) bahwa *p-value* dapat diartikan sebagai besarnya peluang (probabilitas) yang diamati dari uji statistik. Nilai α adalah tingkat signifikansi atau kesalahan maksimal yang telah ditentukan, sedangkan *p-value* adalah nilai kesalahan yang didapat peneliti dari hasil perhitungan statistik. Jika nilai *p-value* kurang dari atau sama dengan tingkat signifikansi, berarti tolak hipotesis awal (H_0).

Selain nilai *p-value*, pada Gambar 3 juga menunjukkan bahwa nilai *chi-square*, untuk variabel fasilitas penunjang wisata yang digunakan pengunjung memiliki nilai *chi-square* sebesar 19,928. Variabel ini memiliki $df=2$, sehingga memiliki nilai *chi-square* tabel sebesar 5,99. Karena nilai *chi-square* 19,928 > *chi-square* tabel 5,99, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan nilai *chi-square* untuk variabel kepemilikan kendaraan sebesar 4,292. Variabel ini memiliki $df=1$, sehingga memiliki nilai *chi-square* tabel sebesar 3,84. Karena nilai *chi-square* 4,292 > *chi-square* tabel 3,84, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti terdapat hubungan antara kedua variabel tersebut dengan variabel dependen loyalitas pengunjung ke Wisata Kebun Gowa.

3. Segmen Wahana Bermain

Segmen ketiga yang terbentuk memiliki karakteristik yaitu pengunjung Wisata Kebun Gowa yang menggunakan fasilitas *Atv* dan wahana anak-anak. Segmen ketiga ini dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Segmen Ketiga Hasil Analisis CHAID

Gambar 4 menunjukkan bahwa total pengunjung pada segmen ini adalah 49 orang (32,7%). Hal tersebut dapat dilihat dari node dua dari diagram pohon CHAID. Jumlah tersebut terdiri dari 28 dikategorikan loyal ke Wisata Kebun Gowa dan 21 orang yang dikategorikan tidak loyal ke Wisata Kebun Gowa. Segmen ini merupakan segmen kedua dengan jumlah pengunjung terbanyak setelah segmen pertama. Hal ini disebabkan karena jumlah karakteristik pada segmen ini lebih sedikit dibanding segmen pertama. Namun, jumlah pengunjung

segmen ini lebih banyak dibanding segmen kedua mengingat jumlah karakteristik segmen kedua lebih banyak dari segmen ini. Jika ditinjau dari variabel lain seperti variabel usia pengunjung, dimana pengunjung dengan usia 10 s.d 16 tahun merupakan jumlah terbesar dibanding kelompok usia lainnya yaitu sebesar 45%, hal tersebut wajar saja karena sesuai dengan salah satu karakteristik pada segmen ini yaitu pengunjung yang menggunakan fasilitas wahana anak-anak. Seperti pada segmen sebelumnya, segmen ini juga memiliki jumlah pengunjung yang dikategorikan loyal lebih banyak dari jumlah pengunjung yang dikategorikan tidak loyal. Hal ini disebabkan karena lebih banyak pengunjung yang merasa puas dengan pelayanan yang ditawarkan oleh Wisata Kebun Gowa.

Gambar 4 juga menunjukkan bahwa nilai *p-value* untuk variabel fasilitas yang digunakan pengunjung di Wisata Kebun Gowa sebesar 0,004. Apabila dilakukan pengambilan keputusan berdasarkan nilai *p-value*, dimana nilai tersebut kurang dari α 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis awal (H_0) ditolak. Ini berarti terdapat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen loyalitas pengunjung ke Wisata Kebun Gowa. Hal tersebut sesuai dengan kutipan Asra (2012) bahwa *p-value* dapat diartikan sebagai besarnya peluang (*probabilitas*) yang diamati dari uji statistik. Nilai α adalah tingkat signifikansi atau kesalahan maksimal yang telah ditentukan, sedangkan *p-value* adalah nilai kesalahan yang didapat peneliti dari hasil perhitungan statistik. Jika nilai *p-value* kurang dari atau sama dengan tingkat signifikansi, berarti tolak hipotesis awal (H_0).

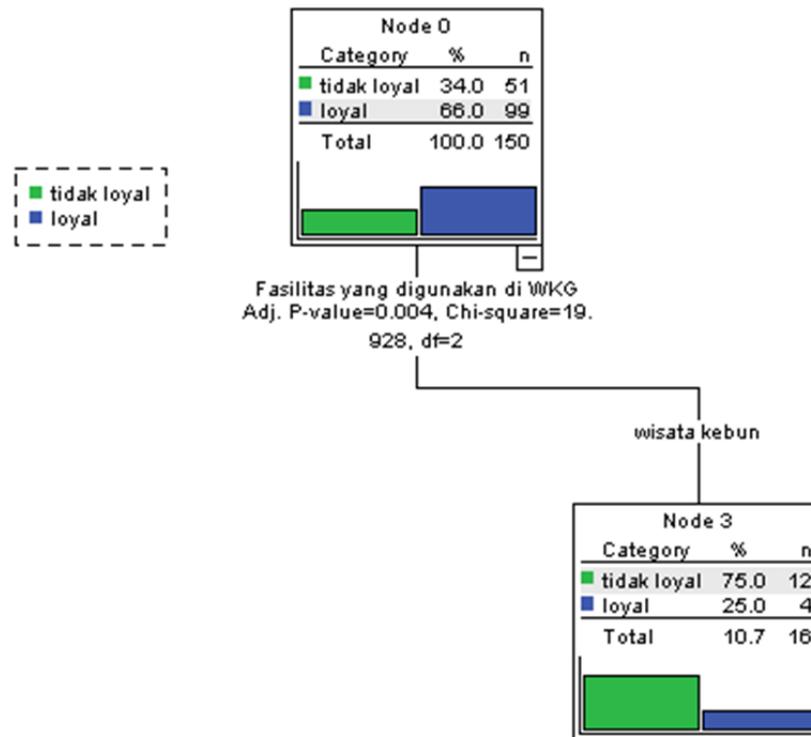
Selain nilai *p-value*, pada Gambar 4 juga menunjukkan bahwa nilai *chi-square*, untuk variabel fasilitas penunjang wisata yang digunakan pengunjung memiliki nilai *chi-square* sebesar 19,928. Variabel ini memiliki $df=2$, sehingga memiliki nilai *chi-square* tabel sebesar 5,99. Karena nilai *chi-square* 19,928 > *chi-square* tabel 5,99, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti terdapat hubungan antara variabel tersebut dengan variabel dependen loyalitas pengunjung ke Wisata Kebun Gowa.

4. Segmen Wisata Kebun

Segmen keempat yang terbentuk memiliki karakteristik yaitu pengunjung yang hanya menikmati pemandangan wisata kebun. Segmen ini dapat dilihat pada Gambar 5.

Gambar 5 menunjukkan bahwa total pengunjung pada segmen ini adalah 16 orang (10,7%). Hal tersebut dapat dilihat dari node tiga dari diagram pohon CHAID. Jumlah tersebut terdiri dari 4 orang dikategorikan loyal ke Wisata Kebun Gowa

dan 12 orang yang dikategorikan tidak loyal ke Wisata Kebun Gowa. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa segmen ini merupakan segmen dengan jumlah pengunjung paling sedikit diantara segmen lainnya. Hal ini dikarenakan segmen ini hanya memiliki 1 karakteristik. Selain itu, berdasarkan Gambar 5 dapat pula diketahui bahwa jumlah pengunjung tidak loyal lebih banyak dari jumlah pengunjung yang loyal ke Wisata Kebun Gowa. Hal ini dikarenakan pengunjung kurang tertarik dengan fasilitas yang ada di Wisata Kebun Gowa, sehingga mereka merasa enggan untuk berkunjung kembali ke Wisata Kebun Gowa, apalagi untuk merekomendasikan Wisata Kebun tersebut.



Gambar 5. Segmen Keempat Hasil Analisis CHAID

Gambar 5 juga menunjukkan bahwa nilai *p-value* untuk variabel fasilitas yang digunakan pengunjung di Wisata Kebun Gowa sebesar 0,004. Apabila dilakukan pengambilan keputusan berdasarkan nilai *p-value*, dimana nilai tersebut kurang dari α 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis awal (H_0) ditolak. Ini berarti terdapat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen loyalitas pengunjung ke Wisata Kebun Gowa. Hal tersebut sesuai dengan kutipan Asra (2012) bahwa *p-value* dapat diartikan sebagai besarnya peluang (*probabilitas*) yang diamati dari uji statistik. Nilai α adalah tingkat signifikansi atau kesalahan maksimal yang telah ditentukan, sedangkan *p-value* adalah nilai kesalahan yang didapat peneliti dari hasil perhitungan statistik. Jika nilai *p-value* kurang dari atau sama dengan tingkat signifikansi, berarti tolak hipotesis awal (H_0).

Selain nilai *p-value*, pada Gambar 5 juga menunjukkan bahwa nilai *chi-square*, untuk variabel fasilitas penunjang wisata yang digunakan pengunjung memiliki nilai *chi-square* sebesar 19,928. Variabel ini memiliki $df=2$, sehingga memiliki nilai *chi-square* tabel sebesar 5,99. Karena nilai *chi-square* 19,928 > *chi-square* tabel 5,99, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti terdapat hubungan antara variabel tersebut dengan variabel dependen loyalitas pengunjung ke Wisata Kebun Gowa.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pengunjung Wisata Kebun Gowa sebagian besar adalah perempuan, remaja, berpendidikan SMP/SLTP, berstatus pelajar/ mahasiswa, berpenghasilan ≤Rp500.000,00, dan berasal dari luar Gowa.
2. Variabel independen yang signifikan dengan variabel dependen loyalitas pengunjung berdasarkan hasil analisis CHAID adalah fasilitas yang digunakan pengunjung Wisata Kebun Gowa dan kepemilikan kendaraan. Adapun
3. Segmentasi Pengunjung Wisata Kebun Gowa yang dihasilkan dengan variabel dependen Loyalitas Pengunjung ke Wisata Kebun Gowa terdiri dari empat segmen, yaitu:
 - 1) Segmen pertama yang terbentuk memiliki karakteristik yaitu pengunjung Wisata Kebun Gowa yang menggunakan fasilitas kolam renang, aula, dan area pemancingan. Kemudian pengunjung pada segmen pertama ini memiliki kendaraan.
 - 2) Segmen kedua yang terbentuk memiliki karakteristik yaitu pengunjung Wisata Kebun Gowa yang menggunakan fasilitas kolam renang, aula, dan area pemancingan. Kemudian pengunjung pada segmen kedua ini tidak memiliki kendaraan.
 - 3) Segmen ketiga yang terbentuk memiliki karakteristik yaitu pengunjung Wisata Kebun Gowa yang menggunakan fasilitas Atv dan wahana anak-anak.
 - 4) Segmen keempat yang terbentuk memiliki karakteristik yaitu pengunjung yang hanya menikmati pemandangan wisata kebun.

Daftar Pustaka

- Asra, Abuzar. 2012. *Cerdas Menggunakan Statistik*. Edisi Pertama. Bogor: IN Media.
- Gay, L. R. dan Diehl, P. L. 1992. *Research Methods for Business and Management*. New York: MacMillan Publishing Company.
- Majid, Muhammad Luthfi. 2014. Analisis Segmentasi Pasar Pengguna Bus Wisata Werkudara Surakarta. *Jurnal Nasional Pariwisata*, ISSN 1411-9862, Vol. 6, No.1. Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada.
- Manurung, Frans Thomas. 2011. Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Wisata Agro Gunung Mas Cisarua Bogor (PTPN VIII). <http://repository.ipb.ac.id>. Diakses 17 November 2019.
- Profil Kesehatan Indonesia Tahun 2009, 2010*. Jakarta: Kementerian Kesehatan R.I.
- Wedelia, Lillah. 2011. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kujungan ke Pusat Konservasi Tumbuhan Kebun Raya Bogor*. <http://repository.ipb.ac.id>. Diakses 22 November 2019.