

SEGMENTASI PASAR WISATAWAN DI PROVINSI BANTEN

Arya Nugraha Soepardi^a , M. Henfi Abdul Khoir^b
^{a,b} Program Studi Pariwisata, Universitas Persatuan Islam, Bandung
^aaryanugrahasoepardi@yahoo.co.id, ^bmhenfi@unipi.ac.id

Abstrak

Perkembangan pariwisata di setiap wilayah dinilai sangat penting karena memberikan berbagai dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut. Provinsi Banten merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi pariwisata yang besar yang meliputi 279 wisata alam, 49 daya wisata budaya, 61 wisata buatan, 48 wisata minat khusus dan 110 wisata religi. Selain itu, terdapat 10 museum, 116 situs purbakala dan 61 bangunan bersejarah. disertai beberapa unit bisnis penunjang sektor pariwisata yang meliputi: rumah makan, akomodasi, dan biro perjalanan wisata. Tujuan Penelitian ini mengetahui karakteristik, minat, serta motivasi wisatawan berkunjung ke destinasi wisata di Provinsi Banten serta harapan wisatawan terhadap destinasi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode primer yang meliputi observasi, survei dengan wawancara dan kuesioner, Selain itu metode sekunder juga digunakan dengan menggunakan berbagai jenis dokumen kebijakan dan peraturan, dokumen perencanaan, data statistik, dan lainnya, Hasil Penelitian ini menggambarkan segmentasi, motivasi, serta harapan wisatawan terhadap berbagai destinasi Pariwisata di Provinsi Banten.

Kata Kunci: Destinasi Pariwisata Banten, Segmentasi Wisatawan

Abstract

Tourism development in region is important because it share benefit to economy development in that region. Banten that region has much tourism resource consist of 279 nature tourism resources, 49 culture tourism resources, and 110 religion tourism resources. Besides, it has 10 museums, 116 ancient sites, and historical building with business unit that support tourism like restaurant, accommodation, dan travel agent. Purpose of this research is understanding characteristic, interest, and motivation of tourist who visit to tourism destination in Banten, with tourist expect for that destination. This research use primary method consists of observation, survey, interview, and kuesioner. Beside, this research use secondary with policy and regulation document, concept document, statistic, and others. Benefit of this research is describe tourist segmentation, motivation, and expect concern to tourism destination in Banten.

Keyword: Segmentation. Pilgrim tourism, tourism destination

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata di setiap wilayah dinilai sangat penting karena dapat memberikan manfaat terhadap pertumbuhan ekonomi di wilayahnya. Setiap wilayah memiliki berbagai potensi wisata yang meliputi potensi alam dan budaya yang mana dapat memberikan keunikan dalam bentuk atraksi wisata pada setiap wilayahnya yang didukung dengan fasilitas dan aksesibilitas.

Dalam sektor pariwisata terdapat komponen-komponen yang dikembangkan yang meliputi:

- Atraksi wisata: setiap wilayah memiliki daya Tarik yang beragam sesuai potensinya
- Fasilitas dan pelayanan (*amenities*): meliputi fasilitas akomodasi, makan dan minum, dan fasilitas penunjang lainnya
- Aksesibilitas: kemudahan yang tersedia untuk mencapai destinasi wisata. (Suryadana, dan Octaviani, 2015)

Provinsi Banten merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi pariwisata yang besar dan unggul. Berbagai potensi destinasi pariwisata yang tersebar di kabupaten dan kota di wilayah Provinsi Banten, dan menjadi hal utama dalam pengembangan kepariwisataan. Provinsi Banten juga memiliki potensi alam yang luar biasa dan eksotis.

Potensi pariwisata yang diandalkan di Provinsi Banten adalah daya tarik wisata. Menurut Sunaryo, (2013) bahwa daya tarik merupakan refleksi dari sifat, kekhususan, keunikan karakter suatu tempat/wilayah. Selain itu daya tarik terdiri dari empat kategori antara lain:

1. Daya Tarik Alam yaitu daya tarik yang dikembangkan dan berbasiskan anugrah keindahan dan keunikan alam
2. Daya Tarik Budaya yaitu daya tarik wisata yang dikembangkan dan berbasiskan hasil karya cipta manusia

3. Daya Tarik Khusus yaitu daya tarik wisata yang berbasis aktivitas yang dapat memenuhi berbagai keinginan wisatawan secara spesifik
4. Fasilitas serta Pelayanan Wisata meliputi:
 - a. Amenities dan akomodasi: berbagai fasilitas dan kelengkapan yang digunakan wisatawan untuk beristirahat dan bersantai dengan nyaman serta menginap selama berkunjung.
 - b. Aksesibilitas dan transportasi yaitu fasilitas yang memudahkan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi pariwisata.
 - c. Infrastruktur pendukung merupakan keseluruhan fasilitas umum yang berupa prasarana fisik seperti Pelabuhan, bandar udara, stasiun, terminal, jaringan telekomunikasi, dan listrik dan air.
 - d. Fasilitas pendukung merupakan fasilitas lainnya yang memberikan kemudahan dan kenyamanan wisatawan yang meliputi perbankan, toko atau tempat belanja, pusat informasi, dan lainnya

Provinsi Banten telah menetapkan objek wisata unggulan yang sangat dipengaruhi oleh daya dukungnya. Daya dukung pariwisata ditentukan oleh beberapa faktor, diantaranya adalah jumlah wisatawan, aktivitas wisatawan.

Provinsi Banten memiliki 279 jenis wisata alam, 49 wisata budaya, 61 wisata buatan, 48 wisata minat khusus dan 110 wisata religi. Selain itu, terdapat 10 museum, 116 situs purbakala, dan 61 bangunan bersejarah (BPS Provinsi Banten, 2021).

Destinasi wisata di Provinsi Banten antara lain (1) Komplek Wisata Banten Lama, (2) Anak Gunung Krakatau, (3) Taman Nasional Ujung Kulon, (4) Makam Syekh Muhammad Asnawi Caringin, (5) Makam Syekh Maulana Mansur, dan (6) Makam Syaikh Muhammad Sholeh (Gunung Santri). Selain destinasi pariwisata tersebut, sektor pariwisata juga dilengkapi dengan berbagai unit bisnis pariwisata yang meliputi akomodasi, restoran, biro perjalanan dan lainnya. (BPS Provinsi Banten, 2021)..

Sektor Pariwisata di Provinsi Banten didominasi pariwisata budaya yang dibuktikan dengan keberadaan taman nasional, makam para wali, dan lainnya. Pariwisata di daerah tersebut memberikan kesempatan wisatawan berinteraksi dengan masyarakat dan lingkungannya sehingga mendapatkan pengalaman.

Menurut Widayanta (2020) bahwa pada Pariwisata budaya memberikan kesempatan wisatawan untuk berinteraksi secara langsung dengan masyarakat lokal terutama pada wisatawan yang memiliki pengetahuan khusus. Sumber daya wisata yang dikembangkan antara lain:

- a. Bangunan bersejarah yang berupa situs, museum, galeri seni, situs budaya kuno, dan lainnya;
- b. Karya Seni yang meliputi patung kontemporer, arsitektur, tekstil, pusat kerajinan tangan, dan seni, pusat desain, studio, film dan penerbit;
- c. Seni pertunjukan (*event*) yang meliputi drama, sendratari, lagu daerah, *theatre* jalanan, eksibisi foto, festival dan *event* lainnya;
- d. Peninggalan keagamaan seperti pura, candi, masjid dan lainnya;

- e. Kegiatan dan cara hidup masyarakat lokal yang berupa sistem pendidikan, teknologi tradisional, cara kerja dan sistem kehidupan masyarakat;
- f. Perjalanan menelusuri tempat bersejarah dengan alat transportasi unik.
- g. Kuliner.

Wisatawan yang mengunjungi destinasi pariwisata di Provinsi Banten terdiri dari wisatawan nusantara dan wisatawan.

Wisatawan yang mengunjungi lokasi wisata di Provinsi Banten, yang terdiri dari wisatawan nusantara sebanyak 18.507.170 orang dan wisatawan mancanegara sebanyak 37.926 orang (BPS Provinsi Banten, 2021).

Jumlah wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata di provinsi Banten mayoritas adalah wisatawan nusantara dibandingkan dengan wisatawan mancanegara. Mereka berkunjung ke berbagai destinasi pariwisata di setiap kota atau kabupaten di Provinsi Banten yang mana setiap destinasi pariwisata memiliki daya Tarik dan keunikan.

Wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata di Provinsi Banten terdiri dari berbagai segmentasi disertai tujuan atau latar belakangnya.

Menurut Suryadana, dan Oktaviany (2015) bahwa wisatawan adalah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang didatanginya atau hanya untuk sementara waktu tinggal di tempat didatanginya.

Wisatawan memiliki karakteristik yang beragam yang antara lain: tua-muda; miskin-kaya; asing-lokal, dan pengalaman-belum pengalaman, serta keinginan dan harapan yang beragam.

Wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata di Provinsi Banten umumnya memiliki kelompok atau segmentasi yang beragam yang dipengaruhi berbagai faktor. Menurut Hidayat (2021) Dalam hal ini ada beberapa pendekatan segmentasi meliputi:

1. Geografis merupakan pengelompokan berdasarkan daerah asal pengunjung yang meliputi (1) Tempat (kota/kabupaten, provinsi, dan negara); (2) Cakupan (*local/domestic*, internasional); (3) Posisi yang berdasarkan jarak dan Kawasan
2. Demografi merupakan pengelompokan berdasarkan profil kependudukan wisatawan. Ini meliputi (1) demografis: umur, jenis kelamin, pekerjaan, agama, dan kebangsaan; (2) Status sosial: golongan (atas, menengah, bawah), siklus hidup keluarga (menikah atau belum menikah, keluarga besar atau kecil)
3. Psikografi merupakan proses pengelompokan berdasarkan faktor psikis dan kejiwaan individu. Ini dilihat dari gaya hidup, kelas sosial, tipologi, dan *personality*.

Wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata di Provinsi Banten didasari berbagai macam motivasi yang

disertai perilaku wisatawan. Mereka berkunjung ke destinasi tersebut didasari rasa ingin mendapatkan kepuasan tersendiri.

Menurut Moutinho (2000) bahwa motivasi adalah keadaan atau kondisi yang mendorong seseorang terhadap jenis tindakan tertentu yang dipandang mungkin akan membawa kepuasan. Motivasi wisatawan dipengaruhi oleh keinginan wisatawan atau kondisi daya tarik atau destinasi pariwisata itu sendiri sebagai produk yang dinikmati.

Crompton (1979) menjelaskan keinginan wisatawan meliputi:

1. *Desire for escape* yaitu melakukan perjalanan untuk melarikan diri dari rutinitas sehari-hari;
2. *Rest and relaxation* yaitu melakukan perjalanan untuk bersantai dan membuat tubuh menjadi lebih nyaman;
3. *Prestige* yaitu perjalanan dengan tujuan membagikan pengalaman;
4. *Health and fitness* yaitu melakukan perjalanan untuk melakukan hal yang berkaitan dengan Kesehatan;
5. *Adventure and social interaction* yaitu melakukan perjalanan untuk berolahraga dan mengetahui kehidupan masyarakat setempat;
6. *Family togetherness* yaitu melakukan perjalanan untuk mengunjungi keluarga, kolega, dan bertemu dengan orang baru;
7. *Excitement* yaitu melakukan perjalanan untuk mencari kesenangan.

Sedangkan menurut Jang dan Wu (2006) menjelaskan wisatawan mengunjungi destinasi pariwisata didasari oleh daya Tarik wisata itu sendiri yang antara lain:

1. Kebersihan dan keamanan;
2. Fasilitas dan biaya meliputi fasilitas yang tersedia di dalam daya tarik wisata;
3. Pemandangan alam dan nilai sejarah

Berdasarkan hal tersebut maka dilakukan penelitian mengenai segmentasi wisatawan yang berkunjung ke destinasi di Provinsi Banten dengan tujuan: mengetahui karakteristik, minat, serta motivasi wisatawan berkunjung ke destinasi wisata di Provinsi Banten serta harapan wisatawan terhadap destinasi tersebut .

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dilakukan di beberapa destinasi wisata di Provinsi Banten yang antara lain: Pemakaman Kesultanan Banten, Makam Syekh Asnawi Caringin, dan Makam Syekh Mansyur Cikaduen. Destinasi pariwisata tersebut menjadi destinasi unggulan yang sering dikunjungi banyak wisatawan.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan antara lain penyusunan basis data, pengumpulan data (*collecting*) dan kompilasi data untuk mengetahui jumlah kegiatan yang dilakukan, tipologi dan karakteristik dan data terkait lainnya. Metode pengumpulan data yang dilakukan antara lain:

1. Metode pengumpulan data primer dengan Langkah yang meliputi:
 - a. Observasi merupakan peninjauan yang dilakukan dengan mengamati daerah objek penelitian langsung

secara cermat. Metode ini meningkatkan pemahaman lebih mendalam mengenai wilayah studi serta memperoleh data dan subjek secara langsung

Observasi yang dilakukan dalam hal ini meliputi (1) Data Lokasi, Ukuran dan Kondisi yang diantaranya Atraksi Wisata, Promosi, Infrastruktur, *Hospitality*; dan Pelayanan. (2) Mengidentifikasi pasar wisatawan yang ada sekarang, untuk mendapatkan informasi yang relevan mengenai kondisi pemasaran.

- b. Survei merupakan teknik pengumpulan data untuk mengumpulkan data dari narasumber atau komunitas untuk memperoleh data yang tidak diperoleh melalui metode pengumpulan data sekunder. Teknik ini meliputi:

1. Wawancara adalah pengumpulan data secara lisan dari responden atau narasumber. Wawancara dilakukan kepada narasumber yang memahami kawasan dan kepariwisataan untuk menggali informasi lebih dalam tentang permasalahan dan aspirasi yang terkait dengan hal tersebut.

2. Kuesioner dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada responden untuk membaca dan menjawab secara tertulis. Kuesioner dibagikan kepada sampel wisatawan untuk mendapatkan jawaban dan penilaian terhadap objek yang diteliti

Untuk menentukan jumlah sampel maka dihitung dengan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{500.000}{1+500.000 \times (0,10)^2} = 100$$

Dimana:

Populasi = 500.000 orang

Sample (n) = 100 orang

2. Metode pengumpulan data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder antara lain kebijakan dan peraturan dan undang-undang yang berlaku, dokumen perencanaan, data statistik, artikel sejarah dan budaya, kependudukan, kondisi fisik objek dan lingkungan, data kepemilikan lahan, prasarana dan fasilitas serta peta kawasan.

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan gabungan dari analisis kuantitatif dan kualitatif. Metode analisis kuantitatif menggunakan prosedur yang terukur dan sistematis yang didukung oleh data-data numerik, pendekatan kuantitatif ini digunakan terutama didalam kajian tentang pengembangan pasar wisatawan dan infrastruktur pariwisata.

Metode analisis kualitatif merupakan kajian yang menggunakan data-data teks, persepsi, dan bahan-bahan tertulis lain untuk mengetahui hal-hal yang tidak terukur dengan pasti (*intangible*). Pendekatan ini diterapkan dalam kajian kebijakan pembangunan daerah dan pariwisata, analisis potensi dan permasalahan kawasan, isu-isu strategis kawasan, konsep, dan strategi pengembangan kawasan.

Metode analisis kualitatif ini meliputi:

- a. Analisis Deskriptif melakukan penuturan, analisis dan mengklasifikasikan data dan informasi yang diperoleh dengan survei, wawancara, observasi, kuesioner, studi kasus, dan lainnya (Surakhmad, 1980). Metode ini difokuskan pada analisis kondisi eksisting yang meliputi analisis proses dan mekanisme dalam pengembangan destinasi pariwisata saat ini.
- b. Analisis *Supply* dan *Demand* kepariwisataan digunakan untuk mengkaji dua komponen pokok kepariwisataan yaitu *supply* dan *demand*. *Supply* pada sistem destinasi pariwisata meliputi daya tarik wisata, akomodasi, aksesibilitas dan transportasi, fasilitas umum dan pendukung pariwisata serta masyarakat yang tinggal di sekitar destinasi pariwisata di Provinsi Banten. Sedangkan dari sisi *demand* kepariwisataan, komponen yang dianalisis adalah pasar wisatawan nusantara dan mancanegara yang berkunjung ke kawasan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Segmentasi

Segmentasi wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata di Provinsi Banten diamati berdasarkan komponen profil wisatawan yang meliputi:

1. Segmentasi Demografis, Wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata di Provinsi Banten dilihat dari:
 - a. Jenis kelamin. Wisatawan yang berkunjung ke destinasi tersebut didominasi pria daripada Wanita. Ini menunjukkan pria lebih berminat melakukan perjalanan wisata religi sambil menikmati kegiatan spiritual dan ziarah sedangkan wanita lebih berminat untuk rekreasi
 - b. Usia. Wisatawan yang berkunjung ke destinasi tersebut umumnya berusia 26 tahun sampai 35 tahun dan 46 tahun sampai 55 tahun. Umumnya mereka dalam usia produktif masih melakukan berbagai aktivitas termasuk perjalanan wisata religi dan kegiatan spiritual.
 - c. Profesi. Wisatawan yang berkunjung ke destinasi tersebut umumnya berprofesi sebagai wiraswasta yang memiliki banyak waktu luang untuk melakukan perjalanan wisata dan mencari hal yang baru. Selain itu mereka juga merasa lebih bebas atau fleksibel dalam melakukan aktivitas termasuk perjalanan wisata.
 - d. Pendidikan terakhir. Wisatawan yang berkunjung ke destinasi tersebut umumnya dengan latar pendidikan terakhir sekolah menengah atas (SMA). Mereka ingin mengetahui dan melihat hal baru dan daya tarik wisata dan mereka lebih nyaman mengatur perjalanannya sendiri.
 - e. Pendapatan. Wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata tersebut umumnya berpenghasilan di bawah dari Rp 2.500.000. dan mereka adalah golongan menengah ke bawah Ini menunjukkan tingkat wisatawan yang berkunjung ke destinasi tersebut adalah menengah ke bawah dan mereka tidak membeli produk yang harganya tinggi.
2. Segmentasi geografis. Wisatawan yang berkunjung ke destinasi tersebut umumnya berasal dari Provinsi Banten. Ini menunjukkan destinasi pariwisata tersebut

lebih diminati mereka yang berasal dari wilayah tersebut karena tidak menghabiskan waktu dalam perjalanan, dan dapat dilakukan tanpa harus menginap..

3. Segmentasi Psikografis. Wisatawan dilihat kelas sosial, *life style*, dan karakteristik personal. Hal ini meliputi:
 - a. Moda Transportasi yang digunakan. Wisatawan yang berkunjung ke destinasi tersebut umumnya menggunakan kendaraan pribadi Ini menunjukkan wisatawan lebih nyaman menggunakan kendaraan pribadi bersama keluarga atau kerabat. Mereka juga menggunakan kendaraan pribadi merasa lebih fleksibel dalam melakukan perjalanan yang sesuai rencana dan tujuan.
 - b. Frekuensi Kunjungan. Wisatawan yang berkunjung ke destinasi tersebut umumnya sebanyak satu kali kunjungan dalam satu tahun. Mereka melakukan kunjungan secara berulang (*repeater guest*) dan umumnya kegiatan tersebut sudah menjadi tradisi dalam kehidupan mereka.
 - c. Durasi Kunjungan. Umumnya wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata tersebut dilakukan dalam satu hari. Ini menunjukkan wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata tersebut durasi waktunya sangat singkat karena umumnya mereka berasal dari Provinsi Banten dan Jawa Barat sehingga mereka dapat melakukan perjalanan tanpa menginap.
 - d. Sumber Informasi. Umumnya wisatawan mendapatkan informasi dari media televisi yang mana mereka masih rutin menonton televisi terutama saat waktu luang seperti berita, acara petualang (*adventure*), dan program lainnya sehingga dapat menarik mereka untuk berkunjung ke destinasi tersebut secara langsung.
 - e. Sumber Informasi yang paling mempengaruhi wisatawan. Sumber informasi tersebut adalah media televisi dan *instagram* yang digunakan secara fleksibel. Ini menunjukkan banyak masyarakat terutama wisatawan yang menggunakan media televisi dan *instagram* untuk mendapatkan informasi dengan bebas serta mereka lebih menyukai media *instagram* yang memuat konten *video* atau gambar.
 - f. Minat berkunjung kembali. Wisatawan umumnya berminat untuk berkunjung kembali ke destinasi tersebut karena sudah menjadi tradisi yang didukung dengan adanya minat untuk mengunjungi destinasi atau daya tarik pariwisata lainnya.

Motivasi dan Perilaku Perjalanan

Wisatawan berkunjung ke destinasi pariwisata di Provinsi Banten didorong oleh kebutuhan fisiologis, keamanan, sosial, *prestise*, dan aktualisasi diri. Sedangkan Perilaku wisatawan melakukan perjalanan didasari minat, pendapatan, dan tujuan. Hal ini meliputi:

1. Tujuan berkunjung. Wisatawan, berkunjung ke destinasi pariwisata tersebut bertujuan untuk berziarah, beribadah, melihat serta mengikuti kegiatan spiritual lainnya yang mana diharapkan mendapatkan pengalaman baru saat melaksanakan perjalanan wisata ke destinasi pariwisata tersebut.

2. Pihak yang menemani wisatawan. Umumnya mereka berwisata bersama keluarga sambil memanfaatkan waktu luang, terutama pada saat hari libur.
3. Pengorganisasian Perjalanan. Wisatawan berkunjung ke destinasi tersebut umumnya dilakukan secara mandiri dibandingkan menggunakan biro perjalanan wisata. Ini menunjukkan wisatawan lebih berminat melakukan perjalanan secara mandiri, memanfaatkan fasilitas yang tersedia, dan mencari hal yang tidak umum atau baru. Wisatawan juga bisa mengatur anggaran perjalanannya sendiri dengan fleksibel.
4. Pengeluaran wisatawan. Umumnya jumlah pengeluaran mereka dikategorikan rendah dengan jumlah pengeluaran kurang dari Rp 1.000.000 dan mereka umumnya adalah wisatawan pada golongan menengah ke bawah dan tidak banyak melakukan pengeluaran untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan selama dalam perjalanan.
5. Rincian pengeluaran wisatawan. Rincian pengeluaran wisatawan selama berkunjung ke destinasi pariwisata di Provinsi Banten tersebut umumnya untuk mengeluarkan uang untuk membeli makanan dan minuman dalam memenuhi kebutuhannya selama perjalanan atau saat berada dan beraktivitas di destinasi tersebut. Makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan dasar wisatawan selama melakukan perjalanan.
6. Akomodasi yang digunakan, Umumnya wisatawan tidak menggunakan akomodasi dan melakukan perjalanan tanpa menginap. Ini terjadi karena tempat tinggal mereka dengan destinasi tersebut terutama mereka yang berasal dari Provinsi Banten dan Jawa Barat yang relatif dekat. Apabila wisatawan berkunjung lebih dari satu hari umumnya mereka menginap di rumah keluarga atau kerabatnya.

Persepsi Terhadap Daya Saing Pariwisata Destinasi Wisata di Provinsi Banten

1. Daya tarik dan Fasilitas wisata. Wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata tersebut umumnya didasari daya tarik wisata yang meliputi Makam Syekh Asnawi Caringin, Makam Syekh Mansyur Cikadueun, Pemakaman Kesultanan Banten, Banten Lama, Pantai Anyer, dan destinasi lainnya. Mereka mengunjungi destinasi pariwisata tersebut ingin mengetahui makam para ulama atau wali dan menjalankan tradisi yang sudah dilakukan sebelumnya.
2. Suasana destinasi pariwisata. Wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata baru baik tenang maupun ramai sehingga mereka mendapatkan pengalaman yang berkesan saat mereka pulang. Suasana di destinasi pariwisata tersebut dapat menjadi salah satu keunikan yang diperoleh wisatawan.
3. Harga dan pengalaman. Wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata tersebut umumnya didasari tujuan untuk mendapatkan pengalaman baru saat berkunjung dibandingkan harga yang ditawarkan. Ini menunjukkan wisatawan rela mengorbankan biaya untuk berwisata dan mendapatkan pengalaman baru.
4. Fasilitas Pemandu Wisata. Umumnya wisatawan melakukan perjalanan secara mandiri secara bebas dan sesuai rencana. Hal ini terutama dapat dilakukan

- wisatawan yang melakukan perjalanan Bersama keluarga, teman dan kelompok lainnya sambil berdiskusi.
5. Karakteristik daya tarik wisata. Umumnya wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata tersebut berminat menikmati daya tarik wisata yang menarik, menghibur, dan bersifat massal dengan mengunjungi destinasi pariwisata baru. Mereka bisa menikmati daya tarik pariwisata berbasis budaya serta alam yang memiliki keunikan tersendiri. Karakteristik daya tarik wisata tersebut menjadi salah satu nilai jual destinasi pariwisata tersebut.
6. Daya tarik wisata yang menarik wisatawan. Wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata tersebut umumnya berminat menikmati daya tarik wisata religi yang terkesan unik. Umumnya mereka memiliki rasa penasaran untuk melihat keberadaan makam ulama dan para wali serta kegiatan spiritual masyarakat setempat secara langsung.

Persepsi Terhadap Fasilitas Pariwisata Provinsi Banten

1. Pilihan akomodasi. Umumnya wisatawan lebih berminat menggunakan akomodasi sederhana dengan biaya terjangkau dan suasana yang lebih berkesan dan memberikan kepuasan tersendiri bagi mereka.
2. Pilihan rumah makan. Wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata tersebut lebih memilih rumah makan yang sederhana dan mereka tertarik akan berbagai jenis makanan dan minuman daerah tersebut dengan harga terjangkau..
3. Pilihan fasilitas belanja, Wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata tersebut lebih memilih berbelanja di pasar tradisional sambil menikmati suasana belanja di kawasan tersebut.

Persepsi Terhadap Harapan Dan Penilaian Destinasi Pariwisata Di Provinsi Banten

Interval Penilaian yang digunakan wisatawan yaitu dari 1 sampai 5 yang disajikan pada tabel 1.1

Tabel 1.1
Rentang Nilai dan Kategori Penilaian

Rentang nilai	Kategori
<1	Sangat Buruk
1,00-1,99	Buruk
2,00-2,99	Cukup
3,00-3,99	Baik
4,00-5,00	Sangat Baik

Sumber: Pengolahan Data, 2021

Kategori penilaian yang digunakan untuk memudahkan penilaian wisatawan terhadap atribut destinasi pariwisata di Provinsi Banten.

Tabel 1.2
Harapan dan Penilaian
Destinasi Pariwisata di Provinsi Banten

No	Kategori	Penilaian	Harapan
1	Kualitas Daya Tarik wisata	3,28	4,00
2	Fasilitas wisata	3,23	3,96
3	Keragaman daya tarik wisata	3,28	3,94
4	Informasi di lokasi wisata	3,22	4,03
5	Jaminan keamanan lokasi wisata	3,31	3,94
6	Jaminan ketertiban lokasi wisata	3,25	3,92
7	Kebersihan lingkungan lokasi wisata	2,85	3,78
8	Kualitas layanan di lokasi wisata	3,20	3,76
9	Kualitas aksesibilitas di lokasi wisata	3,22	3,80
10	Fasilitas dan layanan umum	3,25	3,89

Sumber: Pengolahan, 2021

Berdasarkan Tabel 1.2 penilaian wisatawan belum memenuhi seluruh harapannya. Dalam hal ini wisatawan memberikan penilaian tertinggi pada kategori jaminan ketertiban lokasi wisata sebesar 3,31 dalam kategori baik. Ini menunjukkan wisatawan merasa aman selama berkunjung ke destinasi pariwisata tersebut. Sedangkan penilaian wisatawan yang terendah adalah kebersihan lingkungan lokasi wisata sebesar 2,85 dalam kategori cukup dan ini menunjukkan kebersihan di lokasi ini belum maksimal dan terdapat banyak sampah di kawasan tersebut sehingga wisatawan yang berkunjung merasa tidak nyaman bahkan terganggu.

KESIMPULAN

Wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata di Provinsi Banten terdiri dari berbagai segmentasi, motivasi, tujuan, dan karakteristiknya yang antara lain:

Wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata tersebut didominasi pria yang lebih berminat akan wisata religi.

Wisatawan yang berkunjung rata-rata berusia produktif yang suka melakukan beraktivitas yang salah satunya melakukan perjalanan wisata.

Wisatawan yang berkunjung ke destinasi tersebut umumnya berasal dari Provinsi Banten dan Jawa Barat yang dekat dengan lokasi destinasi dan mereka berkunjung dalam durasi satu hari. Umumnya Wisatawan mengetahui dan tertarik destinasi tersebut dari media Televisi.

Tujuan Wisatawan berkunjung ke destinasi tersebut umumnya untuk berziarah ke Makam Syekh Asnawi, Makam Syekh Mansyur Cikadueun, Banten Lama, Pemakaman Kesultanan Banten dan Masjid Agung Banten. Selain itu mereka ingin menikmati suasana baru baik tenang maupun ramai.

Wisatawan berkunjung ke destinasi tersebut rata-rata dilakukan setiap tahun dan sudah menjadi tradisi. Mereka umumnya berasal dari golongan menengah ke bawah, Wisatawan yang berkunjung umumnya tidak menginap karena mereka berasal dari wilayah yang dekat lokasi destinasi.

Penilaian wisatawan tertinggi pada destinasi pariwisata Provinsi Banten adalah keamanan destinasi wisata tersebut yang mana mereka merasa aman selama berkunjung dan beraktivitas destinasi tersebut. Sedangkan Penilaian terendah wisatawan adalah kebersihan destinasi pariwisata Provinsi Banten yang mana lingkungan destinasi wisata masih banyak sampah dan mengganggu wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Harry Karyono. 1997. *Kepariwisataaan*, Jakarta: Grasindo
Biro Pusat Statistik Provinsi Banten
- Crompton, J. L. 1979. Motivations for Pleasure Vacations. *Annals of Tourism Research*.
- Dinas Pariwisata Kawasan Pusat Pemerintahan Pusat Provinsi Banten 2021.
- Dyah, Ivana Sari, 2010. *Obyek wisata Sunan Muria (Studi Kehidupan Sosial dan Ekonomi Masyarakat Desa Colo, Kecamatan Dawe, Kabupaten Kudus) Surakarta: Universitas Sebelas Maret*
- Jaelani, A. (2017). Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2899864>.
- Jang S. dan Wu, C.E. 2006. Seniors Travel motivation and the influential factors: An examination of Taiwanese seniors. *Tourism Management*.
- Fatimah Siti, 2015. "Strategi Pengembangan Objek Daya Tarik Wisata Religi (Studi Kasus di Makam Mbah Mudzakir Sayung Demak)". Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
- Hidayah, Nurdin. 2021. *Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan Digital*. Jakarta Selatan: Kreasi Cendika Pustaka.
- Moutinho, L. 2000. *Strategic Management in Tourism*, New York, NY: CABI Publishing.
- Suryadana, Liga, dan Vany Octavia. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Gava Media