

KLASTERISASI PASAR WISATAWAN CAMPERS DI KAWASAN KABUPATEN BANDUNG BARAT

PROYEK AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program
Diploma IV



Disusun oleh:

MOCHAMAD ARIF WICAKSONO

2020304041

PROGRAM STUDI DESTINASI PARIWISATA

JURUSAN KEPARIWISATAAN

POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2024

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR

KLASTERISASI PASAR WISATAWAN CAMPERS
DI KAWASAN KABUPATEN BANDUNG BARAT

NAMA : MOCHAMAD ARIF WICAKSONO
NIM : 2020304041
JURUSAN : KEPARIWISATAAN
PROGRAM STUDI : DESTINASI PARIWISATA

Pembimbing Utama,



Dr. Haryadi Darmawan, A.Par., M.M.CPM(Asia)
NIP. 19711225 199803 1 001

Pembimbing Pendamping,



Dr. Herlan Suherlan, M.M., CIQAR., CIQNR.
NIP. 19680127 199803 1 001

Bandung, 12 Juni 2024

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama



Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

KLASTERISASI PASAR WISATAWAN CAMPERS DI KAWASAN KABUPATEN BANDUNG BARAT

NAMA : MOCHAMAD ARIF WICAKSONO
NIM : 2020304041
PROGRAM STUDI : DESTINASI PARIWISATA

Pembimbing Utama,



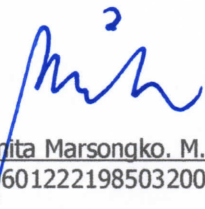
Dr. Haryadi Darmawan, A.PAR., M.M.CPM(Asia)
NIP. 19711225 199803

Pembimbing Pendamping,



Dr. Herlan Suherlan, M.M.
NIP. 19680127 199803 1 001

Penguji I,



E. Paramita Marsongko, M.Sc
NIP. 196012221985032001

Penguji II,



Hari Ristanto, BBA., M.Sc.
NIP. 196809151999031001

Bandung, 12 Agustus 2024

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE
NIP. 197103316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung



Dr. Anwari Masatip., MM.Par., CEE
NIP. 19750415 200212 1 001



PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MOCHAMAD ARIF WICAKSONO
Tempat/Tanggal Lahir : DENPASAR, 14 MARET 2002
NIM : 2020304041
Program Studi : DESTINASI PARIWISATA
Jurusan : KEPARIWISATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proyek Akhir yang berjudul *Klasterisasi Pasar Wisatawan Campers Di Kawasan Kabupaten Bandung Barat*. ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam proyek akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah proyek akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 12 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,



Mochamad Arif Wicaksono
2020304041

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan wisatawan berdasarkan preferensi dan kebutuhan mereka saat berkemah. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang bertujuan untuk mengidentifikasi segmen pasar, yang diuji menggunakan teknik penilaian ahli. Teknik analisis menggunakan algoritma *K-means* untuk membagi pasar wisatawan berkemah ke dalam beberapa kluster. Hasil penelitian menunjukkan adanya beberapa kluster wisatawan dengan karakteristik yang berbeda, masing-masing memerlukan pendekatan pemasaran dan pengelolaan destinasi yang berbeda. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi pengelola destinasi wisata di Kabupaten Bandung Barat untuk mengembangkan fasilitas dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan setiap kluster wisatawan.

Kata Kunci: Segmentasi wisatawan, Pemasaran wisata, Karakteristik dan preferensi, Algoritma *k-means*, Pengelolaan destinasi

ABSTRACT

This research aims to identify and classify tourists based on their preferences and needs while camping. The research method used is descriptive with a quantitative approach. Data collection techniques involve distributing questionnaires aimed at identifying market segments, which are tested using expert judgment techniques. The analysis technique employs the K-means algorithm to divide the camping tourist market into several clusters. The research results indicate the existence of several tourist clusters with different characteristics, each requiring different marketing and destination management approaches. This study provides recommendations for tourism destination managers in West Bandung Regency to develop facilities and services that meet the needs of each tourist cluster.

Keywords: Tourist segmentation, Tourism marketing, Characteristics and preferences, K-means algorithm, Destination Management

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Maha Esa atas berkat Rahmat dan Kuasa-Nya, penulis dapat menyusun proposal penelitian Proyek Akhir dengan judul “Klasterisasi Pasar Wisatawan *Campers* di Kawasan Kabupaten Bandung Barat”. penelitian ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program Diploma IV pada Program Destinasi Pariwisata Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan maupun arahan dalam penyusunan proposal penelitian terutama kepada:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, S.Sos.,M.M.Par, Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM. Par., CHE. Selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik (ADAK).
3. Ibu Endah Trihayuningtyas, S. Sos., MM. Par., selaku ketua Jurusan Kepariwisataan.
4. Ibu Wisi Wulandari, SST. Par., MM. Par., selaku ketua Program Studi Manajemen Destinasi Pariwisata.
5. Bapak Dr. Haryadi Darmawan. A.PAR., M.M.CPM(Asia)., selaku pembimbing utama.
6. Bapak Dr. Herlan Suherlan. M.M., Selaku pembimbing pendamping.

Bandung, April 2024

Penulis

DAFTAR ISI

MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN MAHASISWA	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian:	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Kajian Teori	12
1. Pemasaran.....	12
2. Pasar Pariwisata.....	13
3. Pemasaran Pariwisata	14
4. Berkemah.....	14
5. Karakteristik Wisatawan	16
5. Tipologi Wisatawan.....	18
6. Preferensi Wisatawan	19
B. Kerangka Pemikiran.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Pendekatan Penelitian	31
B. Obyek Penelitian	31
C. Populasi Dan Sampling.....	32
a. Populasi	32
b. Sample	32

D. Metode Pengumpulan Data.....	33
E. Definisi Operasional Variabel.....	33
F. Analisis Data	37
G. Jadwal Penelitian.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Hasil Penelitian	41
B. Pembahasan.....	89
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI	103
A. Simpulan	103
B. Rekomendasi.....	104
DAFTAR PUSTAKA	115
DAFTAR LAMPIRAN	118

DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
Tabel 1 Lokasi Berkemah Di Kawasan Kabupaten Bandung Barat	5
Tabel 2 Matriks Operasional Variabel	35
Tabel 3 Jadwal Penelitian.....	40
Tabel 4 Klaster Wisatawan	78
Tabel 5 Kebutuhan Wisatawan Klaster Satu	91
Tabel 6 Kebutuhan Wisatawan Klaster Dua.....	93
Tabel 7 Kebutuhan Wisatawan Klaster Tiga	95
Tabel 8 Persamaan Dan Perbedaan Kebutuhan Semua Klaster	97
Tabel 9 Akomodasi Camping dan Glamping Dengan Klaster Wisatawan	99
Tabel 10 Rekomendasi	104
Tabel 11 Rekomendasi Untuk Industri	113

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 2 Hasil Perhitungan Nilai Kappa.....	39
Gambar 3 Tabel Interpretasi Nilai Kappa	39
Gambar 4 Diagram Pai Tahun Kelahiran.....	41
Gambar 5 Diagram Pai Jenis Kelamin	42
Gambar 6 Diagram Pai Status Pekerjaan	42
Gambar 7 Diagram Pai Jumlah Pendapatan.....	43
Gambar 8 Diagram Pai Pendidikan Terakhir	44
Gambar 9 Diagram Pai Domisili.....	45
Gambar 10 Diagram Pai Daya Tarik Prioritas Wisatawan	46
Gambar 11 Diagram Pai Aktivitas Yang Biasa Dilakukan Wisatawan	47
Gambar 12 Diagram Pai Aktivitas Yang Diinginkan Wisatawan.....	48
Gambar 13 Diagram Pai Kondisi Prasarana Jalan Prioritas.....	50
Gambar 14 Diagram Pai Jenis Akomodasi	51
Gambar 15 Diagram Pai Kelengkapan Fasilitas	52
Gambar 16 Diagram Pai Kondisi Fasilitas.....	53
Gambar 17 Diagram Pai Kebersihan Fasilitas	54
Gambar 18 Diagram Pai Tata Letak Fasilitas	55
Gambar 19 Diagram Pai Prioritas Pelayanan Bagi Wisatawan	56
Gambar 20 Diagram Prioritas Harga Akomodasi/ Tiket Masuk Lokasi	57
Gambar 21 Prioritas Harga Makanan Dan Minuman Di Lokasi Berkemah	58
Gambar 22 Diagram Pai Prioritas Kestrategisan Lokasi Berkemah	59
Gambar 23 Diagram Pai Prioritas Jarak Dari Pusat Kota Dengan Lokasi Berkemah	60
Gambar 24 Diagram Pai Frekuensi Wisatawan Melakukan Aktivitas Berkemah	61
Gambar 25 Diagram Pai Durasi Wisatawan Berkemah.....	62
Gambar 26 Diagram Pai Preferensi Waktu Libur Wisatawan	63
Gambar 27 Diagram Pai Transportasi Yang Digunakan Wisatawan.....	64
Gambar 28 Diagram Pai Faktor Terpenting Dalam Memilih Lokasi Berkemah .	65
Gambar 29 Diagram Pai Pilihan Lokasi Berkemah	66
Gambar 30 Diagram Pai Konten Promosi Yang Dipercaya.....	67
Gambar 31 Diagram Pai Saluran Untuk Booking Akomodasi/Lokasi Berkemah	68
Gambar 32 Diagram Pai Pengaruh Citra Dan Popularitas Dalam Memilih Lokasi Berkemah	69
Gambar 33 Diagram Pai Sumber Informasi Utama Tentang Lokasi Berkemah..	70
Gambar 34 Diagram Pai Pengaruh Pengalaman Dalam Melakukan Aktivitas Berkemah Kembali.....	71
Gambar 35 Diagram Keputusan Dalam Membagikan Pengalaman	72
Gambar 36 Diagram Pai Platform Yang Digunakan Untuk Berbagi Pengalaman	73
Gambar 37 Diagram Pai Jenis Konten Dalam Membagikan Pengalaman.....	74

Gambar 38 Diagram Pai Frekuensi Dalam Membagikan Pengalaman Secara Langsung.....	75
Gambar 39 Diagram Pai Tujuan Berbagi Pengalaman Secara Langsung.....	76
Gambar 40 Diagram Audiens Berbagi Pengalaman Secara Langsung.....	77
Gambar 41 Contoh Lokasi Berkemah Yang Mempunyai Keindahan Landscape	104
Gambar 42 Contoh Aktivitas Outdoor	105
Gambar 43 Contoh Aktivitas Hiking	105
Gambar 44 Contoh Fasilitas Toilet Untuk Wisatawan Klaster 1	105
Gambar 45 Contoh Fasilitas Lainnya Untuk Klaster 1	105
Gambar 46 Contoh Fasilitas Penyewaan Berkemah	106
Gambar 47 Contoh Akomodasi Dan Fasilitas Klaster 2	106
Gambar 48 Contoh Fasilitas Wisatawan Klaster 3	107
Gambar 49 Contoh Akomodasi Wisatawan Klaster 3	107
Gambar 50 Contoh Harga Untuk Wisatawan Klaster 1	107
Gambar 51 Contoh Harga Dan Paket.....	108
Gambar 52 Contoh Akses Prasarana Jalan Untuk Wisatawan Klaster 1 Dan 3.	108
Gambar 53 Contoh Akses Prasarana Jalan 2 Beserta Pentunjuk Arah	109
Gambar 54 Contoh Akses Prasarana Jalan.....	109
Gambar 56 Contoh Sosial Media Gunung Putri	110
Gambar 55 Contoh Sosial Media Mulberry Hill Resort	110
Gambar 58 Contoh Kolaborasi Influencer Dengan Gunung Putri Lembang.....	111
Gambar 57 Contoh Kolaborasi Influencer Dengan Mulberry Hill Resort.....	111
Gambar 59 Contoh Saluran Booking Pada Traveloka	112
Gambar 60 Contoh Saluran Booking Pada Agoda.....	112

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	Halaman
I. Instrumen Penelitian	118
II. Daftar Riwayat Hidup.....	128
III. Surat Izin Penelitian	130
IV. Surat Izin Penelitian Lokus	131
V. Surat Keterangan Telah Menyelesaikan Penelitian.....	132
VI. Dokumentasi Penelitian	133
VII. Hasil Turnitin.....	134
VIII. Bukti Bimbingan di SLAKAD Poltekpar NHI Bandung	135

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, N. S. N., & Hadi, A. P. (2018). National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development Pola Perjalanan Wisatawan Timur Tengah Berdasarkan Profil Wisatawan dan Motivasi Pola Pergerakan di Bandung.
- Ariawan, Made. (2023). Penerapan Strategi Marketing Mix pada Wisata Campsite di Kawasan Wisata Bedugul.
- Aryo Wicaksono. (2015). Perancangan Media Informasi Wisata Alam Perkemahan Ranca Upas.
- Ayu Kusumaningrum, D. (2022). Faktor Persepsi Wisatawan dalam Keputusan Berwisata di Glamping Lakeside Rancabali, Bandung, Jawa Barat.
- Benri, M., Metisen, H., & Latipa, S. (2015). Analisis Clustering Menggunakan Metode K-Means dalam Pengelompokan Penjualan Produk pada Swalayan Fadhila.
- Budi Laksana, P., & Said, A. (2015). Strategi Pemasaran Pariwisata Kota Surakarta Melalui City Branding (Studi pada Dinas Pariwisata & Kebudayaan Kota Surakarta).
- Candra Mahardika. (2020). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Preferensi Wisatawan dalam Memilih Hotel Syariah di Kota Malang.
- Choirunnisa Suherman, F., & Rahmi. (2023). Strategi Pengembangan Wisata Alam Camping Ground di Kabupaten Cianjur (Studi Kasus: Lembah Pasir Sumbul).
- Darmiatia, K., & Mahagangga, I. G. A. O. (2023). Perilaku Wisatawan Milenial di Tempat Wisata Pantai Pandawa, Kabupaten Badung, Bali.
- Darmawan, A. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Tabarru Mart, Kabupaten Bogor.
- Dela Salsadila. (2024). Segmentasi Wisatawan di Desa Wisata Batulayang Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat.
- Dhea Permata Sari. (2022). Hubungan antara Efikasi Diri dalam Mengajar dengan Stres pada Guru Sekolah Menengah Pertama di Masa Pertemuan Tatap Muka Terbatas.
- Firdaus, S. R. (2018). Perancangan Pola Perjalanan Wisata Baru sebagai Dampak Pembangunan Tol Soroja di Kabupaten Bandung.

- Joy Yonathan Hutabarat, O. (2023). Preferensi Wisatawan dan Nilai Ekonomi Kawasan Taman Wisata Alam Wira Garden Kota Bandar Lampung.
- Juniarta, P. P., Wardana, M. A., & Saputra, K. W. A. (2022). Persepsi Wisatawan Milenial terhadap Akomodasi Glamping di Kawasan Kintamani.
- Kotler, P. (2006). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2010). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Prentice Hall.
- Kristiningsih, & Zainul Ikhsan. (2007). Analisis Karakteristik Perokok Ditinjau dari Gaya Hidup (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya).
- Kumar, J., & Nayak, J. K. (2019). Exploring Destination Psychological Ownership among Tourists: Antecedents and Outcomes. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 30–39. <https://doi.org/10.1016/J.JHTM.2019.01.006>
- Lauw, V., Nyoman Sudiarta, I., & Agus Wikanatha Sagita, P. (2022). Analisis Preferensi Wisatawan Staycation ke Daya Tarik Wisata di Badung, Bali.
- M. Dayat. (2019). Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Bauran Pemasaran dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Dayat@Yudharta.Ac.Id*, 1, 299–318. Available: <http://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/muallim>.
- Mahardika, A. A., Kencana, E. N., Sukarsa, I. K. G., Jayanegara, K., Wijayakusuma, I. L., & Sumarjaya, I. W. (2023). Klasterisasi Karakteristik Wisatawan Mancanegara Menggunakan Metode K-Means Clustering.
- Musrif'an. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Burger King, Salemba Raya.
- Novia Andriani, N. S., & Prasetya Hadi, A. (2018). Preferensi Wisatawan Berpasangan Mancanegara terhadap Produk Wisata di Gili Trawangan, Lombok Utara, Nusa Tenggara Barat.
- Pamungkas, I. S., Hadi, D. M., Aditya, G., Nur, R. A., Saifudin, A., & Desyani, T. (2021). Klasterisasi Pengunjung Mall untuk Menentukan Target Pasar Ponsel Terbaru Menggunakan Algoritma K-Means Clustering.

- Poruțiu, A., Tirpe, O. P., Oroian, C., Mihai, V. C., Chiciudean, G. O., Chiciudean, D. I., & Poruțiu, C. (2021). Analysis on Tourists' Preferences for Rural Tourism Destinations in Romania.
- Pratama, A. K. Y. (2022). Metode K-Means untuk Segmentasi Wisatawan Berdasarkan Aspek Sosio-Ekonomi. *ILKOMNIKA: Journal of Computer Science and Applied Informatics*, 4(2), 190-197.
- Ridwanudin, O., Suwandi, A., & Sintia Andini, S. (2022). Pemilihan Destinasi Berkemah: Suatu Analisis Relevansi Determinan.
- Rosanto, S., & Ratna Sari, N. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Loyalitas Pembelian di Masa New Normal (Studi Kasus pada Onezo Indonesia).
- Sari, D. P., & Yudana, G. (2019). Hubungan Preferensi Wisatawan terhadap Kunjungan Ulang ke Pasar Klewer.
- Sudiarta, N., & Suardana, W. (2015). Usaha-usaha Pemasaran Pariwisata (Model Destinasi Pariwisata) Panduan bagi Pemasar Destinasi Pariwisata.
- Sugiarto, E., Makiya, K. R., Prasetyo, H., Priyanto, S. E., Deskarina, R., Rohman, N., & Nugroho, D. Y. (2023). Perilaku Wisatawan. Diterbitkan oleh MATA KATA INSPIRASI.
- Tiris Sudrartono. (2019). Pengaruh Segmentasi Pasar terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion UMK. *Coopetition J. Ilm. Manaj.*, 10(1), 53–64. doi: 10.32670/coopetition.v10i1.40.
- Utami, N. K. Y. (2020). Glamping sebagai Sebuah Perspektif Baru dalam Akomodasi Berkemah.
- Zanuar, Amanda Made Sendra, & I GPB Sasrawan Mananda, Z. (2017). Preferensi Wisatawan Berpasangan Mancanegara terhadap Produk Wisata di Gili Trawangan, Lombok Utara, Nusa Tenggara Barat.