

KARAKTERISTIK DAN PREFERENSI PENGUNJUNG WISATA ALAM BANTIMURUNG

Wahyudi Isnan

Balai Litbang Lingkungan Hidup dan Kehutanan Makassar
Jl. Perintis Kemerdekaan Km.16 Makassar, Sulawesi Selatan, Kodepos 90243
Telp. (0411) 554049, Fax (0411) 554058

E-mail: yudix_19@yahoo.com

ABSTRAK

Industri pariwisata saat ini cenderung pada wisata yang berorientasi pada lingkungan. Salah satu kawasan wisata alam yang terdapat di Sulawesi Selatan adalah kawasan wisata alam Bantimurung yang termasuk dalam Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung. Kawasan wisata alam Bantimurung menawarkan objek wisata air terjun, sungai untuk kegiatan river tubing, goa batu, bukit karst, flora dan fauna. Keadaan segmen pasar wisata alam yang beragam mengakibatkan pengelola wisata alam tidak melayani satu segmen pasar potensial sehingga diperlukan pemasaran sasaran. Informasi terkait karakteristik dan preferensi pengunjung kawasan wisata alam Bantimurung diperlukan sebagai bahan pertimbangan pengelola untuk menentukan segmen pasar potensial pengunjung kawasan wisata alam Bantimurung.

Kata Kunci: Wisata alam Bantimurung, pengunjung, karakteristik, preferensi

I. PENDAHULUAN

Indonesia yang kaya akan sumberdaya alam termasuk di dalamnya keindahan alam telah turut memberi kontribusi dalam menambah devisa negara dari sektor pariwisata. Menurut Yoeti (2008) trend peningkatan kunjungan wisatawan dan perolehan devisa, dapat dipastikan bahwa sektor pariwisata tetap memberikan yang terbaik bagi perekonomian di Indonesia. Sektor pariwisata menyumbangkan produk domestik bruto mencapai Rp347 triliun atau 23% dari total pendapatan negara yang tercantum dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara Perubahan 2013 sebesar Rp1.502 triliun (Tempo.co.id, 2014).

Industri pariwisata saat ini cenderung berorientasi pada wisata berwawasan atau berbasis lingkungan. Daya dukung alam seperti

pertanian dan pesisir cukup memadai untuk menopang wisata berbasis lingkungan (Darmawan dalam Hakim, 2015). Pariwisata yang berbasis lingkungan dikenal dengan ekowisata. Ecotourism society (1990) dalam Fandeli dan Mukhlison (2000) mendefinisikan ekowisata sebagai suatu bentuk perjalanan wisata ke area alami yang dilakukan dengan tujuan mengkonservasi lingkungan dan melestarikan kehidupan dan kesejahteraan masyarakat setempat. Peraturan Pemerintah No. 36 Tahun 2010 tentang pengusahaan pariwisata alam di kawasan konservasi, dijelaskan bahwa wisata alam adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati gejala keunikan dan keindahan alam di kawasan suaka margasatwa, kawasan wisata alam, taman nasional, taman hutan raya, dan taman wisata alam. Wisata alam meliputi objek dan kegiatan yang berkaitan dengan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi dan sumberdaya alam dan ekosistemnya baik dalam bentuk yang masih alami maupun perpaduan dengan buatan manusia.

Salah satu kawasan wisata alam yang terdapat di Sulawesi Selatan adalah kawasan wisata alam Bantimurung yang termasuk dalam Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung (TN Babul). Kawasan wisata alam Bantimurung merupakan sumber pendapatan andalan bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Maros. Sesuai pembukuan Pemerintah Daerah Kabupaten Maros pada tahun 2014, bahwa pendapatan dari kawasan wisata alam Bantimurung sebesar Rp30 Miliar (Mayzona.com, 2015). Pendapatan tersebut berasal dari segmen pasar yang beragam, pengelola belum menysasar segmen pasar yang potensial sehingga pendapatan tersebut belum optimal. Sesuai dengan strategi pemasaran, pengelola kawasan wisata alam Bantimurung selayaknya melaksanakan pemasaran sasaran, yaitu mempersempit pasar massal menjadi segmen-segmen.

Pemanfaatan jasa lingkungan dari hutan terdiri atas jasa tata air, jasa penyerap karbon, jasa keanekaragaman hayati dan jasa wisata alam. Pemanfaatan jasa lingkungan wisata alam selanjutnya diatur dalam Peraturan Menteri Kehutanan No. 22/Menhut-2/2012. Dalam peraturan tersebut dijelaskan bahwa kegiatan usaha pemanfaatan jasa wisata alam adalah keseluruhan kegiatan yang bertujuan untuk menyediakan sarana dan jasa yang diperlukan oleh wisatawan/pengunjung dalam pelaksanaan kegiatan wisata alam, mencakup usaha objek dan daya tarik, penyediaan jasa, usaha sarana, serta usaha lain yang terkait dengan wisata alam.

Segmen pasar wisata alam yang beragam mengakibatkan pengelola wisata alam tidak melayani satu segmen pasar potensial sehingga diperlukan pemasaran sasaran. Salah satu langkah dalam pemasaran sasaran adalah segmentasi pasar, yaitu mengelompokkan/membagi pasar keseluruhan suatu produk atau jasa yang bersifat heterogen ke dalam beberapa segmen, di mana masing-masing segmennya cenderung bersifat homogen dalam segala aspek (Tjiptono, 2001). Salah satu syarat agar segmentasi pasar berjalan dengan efektif adalah ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu konsumen harus dapat diukur atau dapat didekati (Kotler, Bowen, Makens, 2002). Untuk itu perlu diketahui karakteristik dan preferensi pengunjung kawasan wisata alam Bantimurung sehingga memudahkan bagi pengelola dalam menentukan segmen pasar potensial pengunjung kawasan wisata alam Bantimurung. Karakteristik yang dimaksud adalah jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan. Sedangkan preferensi adalah objek wisata yang menjadi pilihan pengunjung.

II. KAWASAN WISATA ALAM BANTIMURUNG

Kawasan wisata alam Bantimurung yang sebelumnya merupakan kawasan Taman Wisata Alam yang ditetapkan berdasarkan surat keputusan Menteri Pertanian No. 237/Kpts/Um/3/1981 tanggal 30 Maret 1981 dengan luas \pm 118 ha. Kawasan wisata alam Bantimurung termasuk dalam wilayah TN Babul yang berada dalam wilayah administrasi Kabupaten Maros. Jarak kawasan wisata alam Bantimurung dari Kota Makasar sekitar 42 km yang dapat ditempuh dengan menggunakan fasilitas transportasi umum atau pribadi.

Kawasan wisata alam Bantimurung menawarkan objek wisata air terjun, sungai untuk kegiatan *river tubing*, goa batu, bukit karst dan flora fauna. Objek daya tarik wisata tersebut merupakan bentang alami yang dilengkapi sarana penunjang wisata. Adapun penambahan sarana penunjang wisata tersebut tidak mengurangi nilai estetika objek wisata.

Air terjun, merupakan objek yang paling populer bagi pengunjung. Selain merupakan pemandangan alam yang indah, air terjun ini dimanfaatkan oleh pengunjung untuk kegiatan mandi atau sekedar merasakan percikan air. Di sekitar air terjun terdapat cekungan-cekungan sungai yang biasa dimanfaatkan pengunjung

untuk berenang. Di pinggir kiri air terjun terdapat jalan wisata dan tempat duduk permanen yang membatasi jalan dengan sungai yang merupakan terusan dari air terjun. Bagi pengunjung yang datang untuk sekedar melihat pemandangan air terjun, dapat mengabadikan gambar panorama air terjun. Di pinggir kanan air terjun terdapat areal yang cukup landai yang digunakan pengunjung untuk berkumpul bersama keluarga dengan menggelar tikar sambil menikmati pemandangan air terjun ataupun mandi di air terjun. Namun arus yang cukup deras pada saat musim hujan menjadi halangan pengunjung untuk menikmati objek wisata ini.



Gambar 1. Situasi objek wisata kawasan wisata alam Bantimurung
(Foto : Isnan, 2007)

Sungai alami, dimanfaatkan untuk kegiatan rekreasi berenang bersama keluarga. Di pinggir sungai terdapat pondok-pondok yang biasa digunakan pengunjung sebagai tempat beristirahat serta menikmati panorama alam Bantimurung, namun untuk memanfaatkan tempat ini harus dilengkapi dengan tikar yang biasanya disewakan antara Rp. 5.000-Rp. 10.000. Hal ini menjadi salah satu keluhan pengunjung, mereka berharap tikar tersebut gratis dan merupakan bagian dari pelayanan kawasan wisata alam Bantimurung.

III. KARAKTERISTIK DAN PREFERENSI PENGUNJUNG

Karakteristik dan preferensi pengunjung wisata alam yang sangat beragam telah mengakibatkan perusahaan wisata alam memerlukan pemisahan-pemisahan/segmentasi pasar. Segmentasi pasar bertujuan untuk memilih pasar yang paling potensial untuk

dilayani. Berikut ditampilkan karakteristik dan preferensi pengunjung kawasan wisata alam Bantimurung (Isnan, 2007).

Tabel 1. Karakteristik Segmen Pasar di Kawasan Wisata Alam Bantimurung

No	Variabel Sosial Ekonomi	Segmentasi Pasar yang terjadi	Persentase Sebaran Kunjungan Objek Wisata (%)			
			Air terjun	Sungai	Goa Batu	Bukit Karst
1	Jenis Kelamin	Laki-laki (59,05%)	23,81	26,67	7,62	0,95
		Perempuan (40,95%)	24,76	6,67	5,71	3,81
2	Umur	25 – 34 th (47,62%)	23,81	20	10,48	2,86
		15 – 24 th (39,05%)	21,90	3,81	1,90	1,90
		35 – 44 th (11,43%)	2,86	7,62	0,95	-
		45 – 54 th (1,90%)	-	1,90	-	-
3	Pendidikan	Perguruan Tinggi (51,43%)	19,05	18,09	5,71	2,86
		SLTA (46,67%)	28,57	14,28	7,62	1,90
		SLTP (1,90%)	0,95	0,95	-	-
4	Pekerjaan	Wiraswasta (48,57%)				
		Pegawai Negeri (19,05%)	27,62	19,05	-	1,90
		Mahasiswa (19,05%)	7,62	8,57	1,90	0,95
		Pelajar (13,33%)	8,57	4,75	4,76	0,95
5	Pendapatan	< Rp.500.000 (44,76%)				
		> Rp. 1000.000 (36,19%)	23,81	8,57	10,48	1,90
		Rp.500.000 s/d	13,33	18,09	2,86	1,90
		Rp.1.000.000 (19,05%)	11,43	6,67	-	0,95
6	Asal Pengunjung	Makassar (61,90%)				
		Maros (27,62%)	28,57	22,86	6,67	3,81
		Lain-lain (10,48%)	15,24	7,62	3,81	0,95
			4,76	2,86	2,86	0

Segmen pasar pada kawasan wisata alam Bantimurung berdasarkan jenis kelamin adalah laki-laki dengan persentase 59,05% kemudian perempuan 40,95%. Dari hasil segmentasi tersebut dapat diketahui bahwa pengunjung kawasan wisata alam Bantimurung lebih banyak laki-laki daripada perempuan. Objek wisata yang dikunjungi adalah air terjun sebanyak 24,76% oleh perempuan dan 23,81% oleh laki-laki. Keadaan kunjungan ke air terjun yang lebih banyak jenis kelamin perempuan disebabkan karena selain mereka mandi dan menikmati air terjun, juga karena mereka mendampingi anak-anak mereka mandi di air terjun, dimana arus di

sekitar air terjun cukup deras. Sedangkan untuk objek wisata sungai, didominasi oleh laki-laki 26,67% dan perempuan hanya 6,67%. Pengunjung laki-laki umumnya lebih senang menikmati panorama alam di sekitar bantaran sungai sambil duduk-duduk mengawasi anggota keluarga yang sedang mandi di sungai. Objek wisata goa batu dikunjungi oleh laki-laki dengan persentase 7,62% dan perempuan 5,71%. Jumlah pengunjung ke goa batu lebih sedikit disebabkan karena untuk menempuh objek wisata tersebut harus melewati jalan setapak yang mendaki serta untuk menikmati objek wisata tersebut diperlukan alat bantu berupa senter yang harus disewa Rp.10.000,- untuk sekali perjalanan karena keadaan goa yang gelap. Hal serupa pada objek wisata bukit karst, dengan kunjungan laki-laki 0,95% dan perempuan 3,81%. Keadaan yang demikian banyak dipengaruhi oleh kurangnya informasi dan sosialisasi tentang objek wisata tersebut. Umumnya pengunjung hanya sampai pada air terjun, sehingga tidak melanjutkan perjalanan ke hulu sungai melalui jalan setapak untuk menikmati pemandangan alam bukit karst.

Dominasi pengunjung kawasan wisata alam Bantimurung untuk segmen pasar umur adalah kelompok umur 25-34 tahun (47,62%) dengan dominasi kunjungan ke objek wisata berturut-turut air terjun, sungai, goa batu dan bukit karst. Kelompok umur 15-24 tahun (39,05%) mengunjungi objek wisata air terjun, sungai, goa batu dan bukit karst. Kelompok umur 35-44 tahun (11,34%) memilih mengunjungi sungai, air terjun, goa batu dan bukit karst dan terakhir kelompok umur 45-54 tahun (1,90%) mengunjungi sungai dan tidak berkunjung ke air terjun, goa batu dan bukit karst. Keadaan pengunjung yang sebagian besar pemuda dan remaja merupakan hal yang wajar karena sifat kegiatan rekreasi dan petualangan alam merupakan daya tarik tersendiri bagi pemuda dan remaja. Menurut Rahmawaty, Pian dan Daulay (2006) usia berkorelasi dengan permintaan rekreasi, semakin meningkat usia seseorang maka akan semakin bertambah pula kendala yang akan dihadapi dalam melakukan kegiatan rekreasi. Sedangkan pada usia muda umumnya orang masih memiliki semangat dan motivasi yang besar, serta kondisi fisik prima untuk melakukan suatu perjalanan rekreasi.

Pendidikan pengunjung kawasan wisata alam Bantimurung tertinggi dicapai oleh pengunjung dengan tingkat pendidikan perguruan tinggi yaitu 51,43% memilih mengunjungi air terjun, sungai, goa batu dan bukit karst. Selanjutnya pengunjung yang berpendidikan SLTA 46,67% memilih mengunjungi air terjun, sungai,

goa batu dan bukit karst. Pengunjung dengan pendidikan SLTP memiliki persentase sebesar 1,90% mengunjungi air terjun dan sungai saja. Hal ini disebabkan karena latar belakang pendidikan yang lebih tinggi umumnya memiliki kualitas hidup yang lebih baik dan lebih cenderung termotivasi untuk mengetahui sekaligus menikmati alam dan lingkungannya termasuk di kawasan wisata alam Bantimurung. Selain itu, pengunjung dengan latar belakang pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki pola pikir yang lebih luas dan memiliki motivasi pendidikan sehingga dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan, pengalaman dan pengetahuan mereka tentang alam. Hal ini juga didukung oleh penelitian Rahmawaty dkk. (2006) di Taman Hutan Raya Dr. Moh. Hatta, dimana tingkat pendidikan berhubungan dengan jumlah permintaan rekreasi. Pendapat tersebut diperkuat oleh Faisal (2005) dimana masyarakat yang berpendidikan lebih tinggi menganggap penting berwisata sehingga akan mengkonsumsi jasa pariwisata lebih banyak dibandingkan masyarakat yang pendidikan dan pengetahuannya lebih rendah. Objek wisata air terjun merupakan objek yang paling banyak dikunjungi oleh segmen ini, kemudian objek wisata sungai menjadi pilihan kedua pengunjung dan objek wisata bukit karst yang paling rendah jumlah kunjungannya setelah objek wisata goa batu. Persentase jumlah kunjungan ke masing-masing objek wisata tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

Kawasan wisata alam Bantimurung dikunjungi oleh pengunjung dengan pekerjaan wiraswasta 48,57%, pegawai negeri 19,05%, mahasiswa 19,05% dan pelajar 13,33%. Beragamnya jenis pekerjaan dari pengunjung menunjukkan bahwa kawasan wisata alam Bantimurung dikunjungi oleh seluruh lapisan masyarakat. Dominasi pengunjung yang berasal dari jenis pekerjaan wiraswasta diakibatkan karena jenis pekerjaan tersebut kemungkinan memiliki waktu luang yang lebih banyak jumlahnya dari jenis pekerjaan lainnya. Dominasi kunjungan pada segmen ini adalah berturut-turut pada objek wisata air terjun kemudian sungai, goa batu dan bukit karst. Untuk jenis pekerjaan wiraswasta, kunjungan lebih banyak di objek air terjun, pegawai negeri sipil lebih memilih objek wisata sungai, mahasiswa lebih memilih objek air terjun dan pelajar berkunjung ke kawasan wisata alam Bantimurung untuk melihat goa batu.

Pengunjung kawasan wisata alam Bantimurung mengaku mempunyai pendapatan kurang dari Rp500.000,- sebanyak 44,76%, pendapatan diatas Rp1.000.000,- sebanyak 36,19% dan pendapatan

Rp500.000,- sampai dengan Rp1.000.000,- sebanyak 19,05%. Pendapatan pengunjung berkaitan dengan pekerjaan, dalam hal ini pekerjaan yang paling dominan yaitu wiraswasta sehingga persentase penghasilan yang tertinggi dicapai oleh pengunjung dengan pendapatan kurang dari Rp500.000,-. Hal ini disebabkan kemungkinan bahwa pengunjung yang belum bekerja atau dengan kata lain mereka belum memperoleh pendapatan mengaku sebagai wiraswasta. Objek wisata yang paling dominan dikunjungi segmen ini adalah air terjun kemudian sungai, goa batu dan bukit karst. Jumlah pendapatan tidak memengaruhi tujuan objek wisata yang akan dikunjungi karena setiap objek wisata tidak dipungut tarif. Pengunjung yang lebih memilih objek wisata air terjun dan sungai disebabkan hanya karena alasan kemudahan dijangkau.

Sebagian besar pengunjung kawasan wisata alam Bantimurung berasal dari Kota Makassar yaitu mencapai 61,90%, kemudian pengunjung yang berasal dari Kabupaten Maros yang merupakan lokasi kawasan wisata alam Bantimurung hanya mencapai 27,62%, sisanya 10,48% merupakan pengunjung dari daerah lain seperti Gowa, Bone, bahkan ada yang mengaku dari Jakarta, Surabaya dan Jayapura. Permintaan rekreasi yang tinggi dari segmen daerah asal Makassar yang merupakan ibukota provinsi adalah hal yang wajar karena akibat dari kejenuhan aktivitas kerja sebagaimana dijelaskan oleh Wiyasa (1997) bahwa pariwisata merupakan komoditas yang dibutuhkan setiap individu karena aktivitas wisata dapat menghilangkan kejenuhan kerja. Objek wisata yang paling dominan dikunjungi oleh segmen ini adalah objek air terjun dan objek wisata sungai. Keterbatasan informasi tentang objek-objek wisata lainnya seperti goa batu dan bukit karst serta tingkat kesulitan untuk menjangkau objek wisata tersebut menjadi kendala untuk mengunjungi objek wisata tersebut.

IV. KESIMPULAN

Karakteristik dan preferensi pengunjung wisata alam yang sangat beragam mengakibatkan perusahaan wisata alam memerlukan pemisahan-pemisahan/segmentasi pasar. Salah satu kawasan wisata alam yang terkenal di Sulawesi Selatan adalah Bantimurung menawarkan objek wisata air terjun, sungai untuk kegiatan river tubing, goa batu, bukit karst serta flora dan fauna. Karakteristik pengunjung kawasan wisata alam Bantimurung adalah

laki-laki dengan kelompok umur 25-34 tahun dengan tingkat pendidikan tinggi, memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta. Sedangkan preferensi pengunjung berturut-turut adalah air terjun, sungai, goa batu dan bukit karst.

DAFTAR PUSTAKA

- Faisal, A. 2005. Analisis Permintaan Objek Wisata Candi Gedong Songo Kabupaten Semarang. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang. Tidak dipublikasikan
- Fandeli, C. dan Mukhlison. 2000. Pengusahaan Ekowisata. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Hakim. L. 2015. Daerah Istimewa Yogyakarta optimalkan pengembangan pariwisata berbasis lingkungan. <http://jogja.antaranews.com/berita/329776/diy-optimalkan-pengembangan-pariwisata-berbasis-lingkungan>. Diakses tanggal 21 September 2015.
- Isnan, W. 2007. Karakteristik Segmen Pasar Taman Wisata Alam Bantimurung. Skripsi. Fakultas Kehutanan. Universitas Hassanuddin. Makassar. Tidak dipublikasikan.
- Kotler. P, Bowen. J, Makens. J. 2002. Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisataan. Edisi kedua. PT. Prenhallindo. Jakarta
- Mayzona.com 2014. <http://www.mayzona.com/wisata/item/948-pendapatan-wisata-alam-bantimurung-capai-rp30-miliar>. akses tanggal 21 September 2015.
- Rahmawaty, Pian ZA., Daulay DNO. 2006. Karakteristik Pengunjung Rekreasi & Objek Wisata di Taman Hutan Raya DR. Moh. Hatta. Universitas Sumatera Utara Repository. Medan. Sumatera Utara. <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/1052/1/06008765.pdf> akses tanggal 21 September 2015.
- Republik Indonesia. 2012. Peraturan Menteri Kehutanan No. 22/Menhut-II/2012 tentang Pedoman Kegiatan Usaha Pemanfaatan Jasa Lingkungan Wisata Alam pada Hutan Lindung. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2012 No. 543. Biro Hukum dan Organisasi Kementerian Kehutanan. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2010. Peraturan Pemerintah No. 36 Tahun 2010 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam. Lembaran Negara RI Tahun 2010, No. 44. Sekretariat Negara. Jakarta.

- Tjiptono, F. 2001. Strategi Pemasaran, Edisi II. Andi Offset. Yogyakarta
- Tempo.co.id, 2014.
<http://travel.tempo.co/read/news/2014/03/06/202559869/pariwisata-indonesia-lampau-pertumbuhan-ekonomi>. Diakses tanggal 16 September 2015.
- Wiyasa, I.G. 1997, Hotel Ramah Lingkungan Alternatif Hotel Masa Depan, Jurnal Kelola, No. 16, Tahun VI, BPFE-UGM, Yogyakarta.
- Yoeti, A. 2008. Ekonomi Pariwisata, Introduksi, Informasi dan Implementasi. Kompas. Jakarta.