

## ANALISIS SEGMENTASI PENGUNJUNG BERDASARKAN ACTIVITY, INTEREST, OPINION (AIO) DI KAWASAN PETAK 9 GLODOK

**Kania Ratnasari**

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sahid, Jakarta*

*Jl. Soepomo No 84, Jakarta Selatan*

*Email Korespondensi: kania.ratnasari@yahoo.com*

### ABSTRAK

Kota Tua yang mana merupakan salah satu dari 10 destinasi pariwisata dimana bukan hanya layak menjadi daya tarik wisata di Jakarta tetapi juga nasional. Petak 9 merupakan kawasan pecinan yang menjadi sisi lain dari Kota Tua Jakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui profil pengunjung yang datang ke kawasan Ptak 9 Glodok dan mengetahui segmentasi pengunjung berdasarkan segmentasi AIO (*Activity, Interest, Opinion*). Sumber data diperoleh dari wawancara dengan pengunjung dan penyebaran kuesioner. Penarikan sample dilakukan dengan teknik *accidental sampling* dengan 48 responden yang sedang dalam melakukan kunjungan. Analisis data yang digunakan berupa analisis deskriptif dan analisis *cluster* (K-means cluster). Analisis *cluster* digunakan untuk menganalisis variabel psikografi A.I.O (*Activity, Interest, Opinion*) meliputi aktivitas, minat dan pendapat. Selain mengukur mengenai karakteristik juga mengukur mengenai segmentasi pengunjung yang datang. Pengunjung akan terbagi dalam tiga kelompok berdasarkan *Activity, Opinion dan Interest* (AOI) dalam berwisata. Pertama yaitu kelompok 1 "General Visitor", kedua adalah kelompok 2 "Back to Nature" dan terakhir kelompok 3 "Quiet Lovely".

**Kata kunci:** Segmentasi, profil pengunjung, Petak 9, Glodok, Kota Tua

### ABSTRACT

*Kota Tua, which is one of 10 tourism destinations where it is not only worthy of being a tourist attraction in Jakarta but also nationally. Petak 9 is a Chinatown area that is the other side of the Old City of Jakarta. The purpose of this study was to find out the profile of visitors who came to the Ptak 9 Glodok area and find out the visitor segmentation based on AIO segmentation (Activity, Interest, Opinion). Data sources were obtained from interviews with visitors and questionnaires. Sampling was done by accidental sampling technique with 48 respondents who were on a visit. Data analysis used in the form of descriptive analysis and cluster analysis (K-means cluster). Cluster analysis is used to analyze psychographic variables A.I.O (Activity, Interest, Opinion) including activities, interests and opinions. In addition to measuring the characteristics also measure the segmentation of visitors who come. Visitors will be divided into three groups based on Activity, Opinion and Interest (AOI) in the tour. First is group 1 "General Visitor", second is group 2 "Back to Nature" and the last is group 3 "Quiet Lovely".*

**Keywords:** Segmentation, visitor profile, Petak 9, Glodok, Kota Tua

## **PENDAHULUAN**

Kota Jakarta adalah ibukota negara Republik Indonesia yang juga merupakan destinasi tujuan wisata. Salah satu tempat yang dikunjungi oleh wisatawan adalah Kawasan Kota Tua yang berada di Jakarta Barat. Kawasan ini juga merupakan salah satu dari 10 Destinasi Prioritas Nasional yang dicanangkan oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Pada kawasan kota tua terdapat beberapa objek wisata salah satunya adalah kawasan yang kental akan sejarah etnis Tionghoa yaitu Kawasan Pecinan Glodok.

Kawasan Pecinan Glodok sejak dahulu merupakan pusat perdagangan etnis thionghoa di Jakarta yang didominasi salah satunya oleh kuliner. Banyaknya orang melakukan kegiatan bisnis sehingga mengakibatkan berdirinya pusat makanan yang sampai sekarang masih ada yang disebut dengan kawasan Petak 9 Glodok. Kawasan Petak 9 Glodok merupakan salah satu wilayah di DKI Jakarta yang memiliki wisata gastronomi yang menarik, diantaranya karena makanan yang lezat terkait budaya Tionghoa yang melegenda serta memiliki beberapa restoran dengan nuansa tempo dulu sehingga membuat banyak wisatawan datang kembali ke kawasan ini. Keunikan kuliner ini bisa dinikmati oleh wisatawan yang berkunjung ke kawasan ini sembari mendengarkan sejarah tentang kawasan petak sembilan dan tentunya sejarah dari masing-masing produk kuliner tersebut. Di Kawasan Petak 9 ini terdapat banyak sekali ditemukan jenis kuliner peranakan seperti Bakmi Amoy yang berada di gang Gloria, Kopi Es Tak Kie yang mana merupakan racikan dari campuran 5 jenis Kopi Lampung. Kedai kopi yang telah ada sejak tahun 1927, Kari Lam yang berada di Gang Gloria dimana sangat populer dan legendaris selama berpuluh-puluh tahun, gado-gado direksi yang sudah ada sejak tahun 1967, Mie Kangkung Si Jangkung dan Rujak Shanghai yang tersaji dari kumpulan beberapa potongan buah, kangkung yang direbus, ubur-ubur, cumi-cumi, ketimun dan lobak dan disiram dengan saus asam manis.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti bahwa wisatawan yang datang ke kawasan Petak 9 ini tergantung dari gaya hidup masing-masing wisatawan yang datang. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Kotler (2002:192), bahwa gaya hidup adalah pola seseorang di dunia yang diekspresikan dalam bentuk aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya. Oleh sebab itu setiap konsumen memiliki kemampuan yang berbeda-beda dalam mengambil keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Amstrong (2004:291), tidak ada cara tunggal untuk membuat segmentasi pasar yang baik. Namun ada beberapa variabel pokok yang sering digunakan sebagai pembeda untuk memecah populasi menjadi kelompok-kelompok atau segmen. Beberapa variabel pokok yang sering digunakan sebagai pembeda antara lain adalah segmentasi geografis, demografis, psikografis dan perilaku.

Menurut Kasali (1998) bahwa pendekatan gaya hidup cenderung mengklasifikasikan konsumen berdasarkan variabel-variabel AIO, yaitu activity, interest, dan opinion yang dijabarkan sebagai berikut:

- a. Activity: Aktivitas adalah identifikasi atas apa yang konsumen lakukan, apa yang mereka beli, dan bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka.
- b. Interest: Interest (minat) adalah suatu bentuk fokus pada preferensi dan prioritas konsumen. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

c. Opinion: Opini merupakan pendapat dari setiap konsumen yang berasal dari pribadi mereka sendiri

Penelitian ini melihat sisi lain dari wisatawan yang datang berkunjung ke kawasan Petak Sembilan, khususnya wisatawan yang datang ke kawasan Petak Sembilan untuk menikmati makanan-makanan yang tersedia di kawasan tersebut atau disebut dengan wisata kuliner dimana kuliner sudah menjadi identitas bagi warga Tionghoa, serta dapat dinikmati dari berbagai warung yang ada. Menurut Schiffman dan Kanuk (2008:37) bahwa segmentasi pasar adalah proses membagi pasar menjadi irisan-irisan konsumen yang khas yang mempunyai kebutuhan atau sifat yang sama dan kemudian memilih satu atau lebih segmen yang akan dijadikan sasaran bauran pemasaran yang berbeda.

Melihat begitu banyaknya wisatawan yang datang ke kawasan Petak 9 Glodok untuk menikmati makanan dan minuman yang tersedia di kawasan tersebut memicu peneliti untuk melakukan psegmentasian wisatawan yang perlu dilakukan dan dikembangkan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui profil pengunjung Petak 9 Glodok dan (2) Untuk mengetahui segmentasi pengunjung berdasarkan segmentasi Activity, Interest, Opinion (AIO) di kawasan Petak 9 Glodok.

## **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini, gambaran mendalam tentang segmentasi wisatawan berkunjung ke kawasan Petak 9 Glodok akan digali lebih dalam dimana penelitian ini menggunakan desain deskriptif dengan data kuantitatif. Penelitian ini menggambarkan objek berdasarkan fakta-fakta yang diperoleh dan dilakukan analisis dari data yang diperoleh.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data dari penelitian ini maka digunakan teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner dimana terdiri atas kuesioner mengenai profil wisatawan dan kuesioner mengenai segmentasi berdasarkan AIO (Activity, Interest, Opinion)

### **Sampel Penelitian**

Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang datang berkunjung ke kawasan Petak 9 Glodok. Adapun untuk mendapatkan responden dari wisatawan maka digunakan teknik *Accidental Sampling* dimana wisatawan yang dijadikan responden adalah wisatawan yang bersedia dan mau untuk diwawancarai serta mengisi kuesioner. Adanya keterbatasan waktu dan biaya, maka ditentukanlah jumlah sampel tersebut sebanyak 48 orang.

### **Analisis Data**

Geografi, demografi, dan perilaku wisatawan diolah dan dianalisis secara deskriptif sementara Cluster (Pengelompokan) digunakan untuk menganalisis variabel psikografi

Activity, Interest, Opinion (A.I.O) meliputi aktivitas, minat dan pendapat. Data yang telah diambil dalam bentuk angka dalam kuesioner ditabulasikan sesuai dengan kelompok-kelompok menurut kategori yang tercantum dalam operasional variabel. Tabulasi dilakukan dengan menggunakan program excel.

## **HASII DAN PEMBAHASAN**

### **Profil Pengunjung**

Profil demografi yang digunakan dalam penelitian di kawasan Petak 9, Glodok ini meliputi jenis kelamin, usia, status pernikahan, jumlah anggota keluarga inti, pekerjaan utama, jenjang pendidikan, rata-rata pendapatan per bulan, rata-rata pengeluaran per bulan untuk hiburan, domisili, cara datang berkunjung, alasan berkunjung, tujuan berkunjung, datang dengan siapa, jadwal kunjungan, lama kunjungan, informasi kunjungan, kapan melakukan kunjungan dan rencana datang kembali.

Tabel 1. Tabel mengenai Profil Pengunjung

| <b>No</b> | <b>Profil Demografi</b>        | <b>Hasil</b>  | <b>Persentase</b>                     |
|-----------|--------------------------------|---|---------------------------------------|
| 1         | Jenis Kelamin                  | <b>Wanita</b><br>Pria   | <b>54%</b><br>46%                     |
| 2         | Usia                           | <17 tahun<br>17-24 tahun<br><b>25-44 tahun</b><br>45-54 tahun<br>>55 tahun  | 8%<br>31%<br><b>44%</b><br>17%<br>0%  |
| 3         | Status Pernikahan              | Menikah<br><b>Belum menikah</b>   | 33%<br><b>67%</b>                     |
| 4         | Anggota Keluarga Inti          | 2<br><b>3</b><br>4<br>5<br>>5   | 8%<br><b>31%</b><br>27%<br>25%<br>8%  |
| 5         | Pekerjaan Utama                | Ibu rumah tangga<br><b>Karyawan</b><br>Mahasiswa<br>Wiraswasta<br>Lain-lain | 2%<br><b>60%</b><br>23%<br>10%<br>4%  |
| 6         | Jenjang Pendidikan             | SMP<br>SMA<br>Diploma<br><b>Sarjana (S1)</b><br>Pascasarjana (S2,S3)        | 2%<br>27%<br>15%<br><b>44%</b><br>13% |
| 7         | Rata-rata Pendapatan per Bulan | <Rp 1 juta  | 10%                                   |

| No | Profil Demografi                              | Hasil   | Persentase                             |
|----|---|---|--|
|    |   | Rp 1 juta - Rp 2 juta<br>Rp 3 juta - Rp 4 juta<br><b>Rp 5 juta - Rp 6 juta</b><br>>Rp 6 juta                              | 19%<br>23%<br><b>27%</b><br>21%        |
| 8  | Rata-rata Pengeluaran per Bulan Untuk Hiburan | <Rp 250.000<br>Rp 250.000 - Rp 500.000<br>Rp 500.000 - Rp 750.000<br>Rp 750.000 - Rp 1.000.000<br><b>&gt;Rp 1.000.000</b> | 15%<br>17%<br>15%<br>23%<br><b>31%</b> |
| 9  | Domisili                                      | <b>Jabodetabek</b><br>Luar jabodetabek  | <b>88%</b><br>13%                      |
| 10 | Cara Datang Berkunjung                        | Jalan kaki<br>Naik motor<br>Naik mobil<br><b>Naik angkutan umum</b>   | 10%<br>23%<br>27%<br><b>40%</b>        |
| 11 | Alasan Berkunjung                             | Menghabiskan waktu berlibur<br><b>Rekreasi</b><br>Sejarah dan budaya Tionghoa<br>Tur jalan kaki<br>Lainnya                | 21%<br><b>33%</b><br>13%<br>15%<br>21% |
| 12 | Tujuan Berkunjung                             | Pasar petak 9<br><b>Wisata kuliner</b><br>Klenteng petak 9<br>Arsitektur bangunan<br>Lainnya                              | 15%<br><b>65%</b><br>19%<br>38%<br>10% |
| 13 | Datang Dengan Siapa                           | Sendiri<br><b>Teman</b><br>Keluarga<br>Rekan kerja  | 10%<br><b>56%</b><br>13%<br>21%        |
| 14 | Frekuensi Kunjungan                           | <b>1 kali</b><br>2-3 kali<br>> 3 kali   | <b>48%</b><br>29%<br>23%               |
| 15 | Lama Kunjungan                                | <b>1-4 jam</b><br>5-7 jam<br>8-10 jam<br>>10 jam  | <b>69%</b><br>31%<br>2%<br>0%          |
| 16 | Informasi Kunjungan                           | <b>Rekomendasi teman/saudara</b><br>Media elektronik<br>Brosur paket perjalanan<br>Lainnya                                | <b>56%</b><br>33%<br>0%<br>10%         |
| 17 | Kapan Melakukan Kunjungan                     | Hari biasa<br><b>Akhir pekan</b>  | 10%<br><b>65%</b>                      |

| No | Profil Demografi                   | Hasil  | Persentase |
|----|------------------------------------|--|------------|
|    |                                    | Hari libur   | 21%        |
|    |                                    | Liburan sekolah  | 4%         |
| 18 | Rencana Datang Kembali             | <b>Ya</b>  | <b>92%</b> |
|    |                                    | Tidak  | 8%         |
| 19 | Gaya hidup responden               | <b>Pekerja keras, percaya diri, menyukai inovasi, Proaktif dan berani mengambil resiko</b> | <b>40%</b> |
|    |                                    | Sederhana, tidak   | 31%        |
|    |                                    | menyusahkan orang lain   | 25%        |
|    |                                    | Senang bersosialisasi  | 4%         |
|    |                                    | Senang mengikuti trend   |            |
| 20 | Kepribadian responden              | Menyukai tantangan baru daripada mengerjakan hal yang mudah                                | <b>42%</b> |
|    |                                    | Lebih suka bersama teman daripada sendiri  | 25%        |
|    |                                    | Menyukai pengalaman baru daripada mengulangi pengalaman yang sama                          | 31%        |
|    |                                    | Menyukai aktivitas fisik daripada aktivitas berpikir                                       | 2%         |
| 21 | Cara berbagi pengalaman            | Berbagi kepada teman/saudara   | 23%        |
|    |                                    | <b>Berbagi foto di sosial media</b>  | <b>75%</b> |
|    |                                    | Berbagi video di youtube   | 2%         |
|    |                                    | Lainnya  | 0%         |
| 22 | Merekomendasikan kepada orang lain | <b>Ya</b>  | <b>96%</b> |
|    |                                    | Tidak  | 4%         |

Berdasarkan data yang diolah diketahui bahwa dari 48 orang wisatawan yang didapat dari penelitian ini, sebesar 44% wisatawan yang datang ke kawasan Petak 9, Glodok mayoritas adalah wisatawan yang berusia antara 25 tahun sampai dengan 44 tahun berasal dari Jabodetabek sebesar 88% dan memiliki latar belakang pendidikan yaitu Sarjana sebesar 44%. Mayoritas terbesar wisatawan yang datang ke kawasan Petak 9, Glodok memiliki tujuan kunjungan yaitu untuk menikmati wisata kuliner sebesar 65% walaupun mereka hanya mayoritas melakukan satu kali (1x) kunjungan kembali ke kawasan Petak 9, Glodok. Data detailnya dapat dilihat pada tabel 1 diatas.

### Segmentasi Pengunjung Berdasarkan Activity, Interest, Opinini (AIO)

Berikut dibawah ini adalah indikator-indikator berupa pernyataan yang disesuaikan dengan Activity, Interest dan Opinion (AIO).

Tabel 2. Indikator tanggapan wisatawan untuk segmentasi pengunjung berdasarkan Activity

| No              | Pernyataan  |
|-----------------|---|
| <b>Activity</b> |   |
| 1               | Membuat rencana untuk mengisi liburan   |
| 2               | Waktu liburan digunakan untuk istirahat   |
| 3               | Menghabiskan waktu bersama keluarga   |
| 4               | Merencanakan apa yang dituju sebelum pergi ke suatu tempat  |
| 5               | Membaca artikel wisata  |
| <b>Interest</b> |   |
| 6               | Adanya ketertarikan datang ke Kawasan Petak 9 Glodok karena wisata kulinernya                       |
| 7               | Adanya ketertarikan dengan arsitektur bangunan yang ada di Kawasan Petak 9 Glodok                   |
| 8               | Adanya ketertarikan dengan berbagai macam kegiatan lintas budaya yang ada di Kawasan Petak 9 Glodok |
| 9               | Adanya ketertarikan dengan budaya dan sejarah yang ada di Kawasan Petak 9 Glodok                    |
| 10              | Adanya ketertarikan dengan pasar Petak 9 Glodok yang menawarkan berbagai macam kegiatan jual beli   |
| 11              | Adanya ketertarikan untuk melakukan foto shot di titik-titik tertentu                               |
| 12              | Adanya ketertarikan untuk melakukan perjalanan wisata dengan menggunakan jasa agen wisata           |
| 13              | Adanya ketertarikan untuk berjalan kaki dan berkeliling di Kawasan Petak 9 Glodok                   |
| <b>Opinion</b>  |   |
| 14              | Transportasi dan ketersediaan akses dapat mempengaruhi dalam menentukan tempat wisata               |
| 15              | Image atau citra tempat wisata dapat mempengaruhi dalam berkunjung                                  |
| 16              | Biaya menjadi pertimbangan dalam menentukan tempat wisata   |
| 17              | Senang mengetahui budaya orang lain   |
| 18              | Kebersihan tempat wisata dapat mempengaruhi dalam berwisata   |
| 19              | Kualitas suatu produk lebih penting daripada harga produk   |
| 20              | Suka mencoba hal-hal baru atau hal yang berbeda   |
| 21              | Perjuangan melawan ketidakadilan  |



| No | Pernyataan   |
|----|--|
| 22 | Sifat kemandirian dan suka kebebasan                   |
| 23 | Sifat bertanggung jawab                                |
| 24 | Melakukan wisata jika kondisi keamanan aman dan stabil |
| 25 | Menyimpan barang secara teratur                        |

Berikut dibawah ini adalah hasil dari tanggapan wisatawan yang telah disesuaikan dengan indikator-indikator dari pernyataan yang disusun berdasarkan Activity, Interest dan Opinion (AIO).

Tabel 3. Hasil tanggapan wisatawan untuk segmentasi pengunjung berdasarkan Activity, Interest, Opinion (AIO)

| Activity      | Rata-rata | Predikat | Interest      | Rata-rata | Predikat | Opinion       | Rata-rata | Predikat |
|---------------|-----------|----------|---------------|-----------|----------|---------------|-----------|----------|
|               |           | 4.02     |               | Tinggi    |          |               | 3.85      | Tinggi   |
|               | 3.29      | Sedang   |               | 4.13      | Tinggi   |               | 3.92      | Tinggi   |
|               | 3.81      | Tinggi   |               | 4.06      | Tinggi   |               | 3.98      | Tinggi   |
|               | 3.96      | Tinggi   |               | 4.13      | Tinggi   |               | 4.19      | Tinggi   |
|               | 3.98      | Tinggi   |               | 4.02      | Tinggi   |               | 4.08      | Tinggi   |
|               | 3.81      | Tinggi   |               | 4.02      | Tinggi   |               | 4.02      | Tinggi   |
|               | 3.81      | Tinggi   |               | 2.56      | Sedang   |               | 4.27      | Tinggi   |
|               | 3.81      | Tinggi   |               | 4.25      | Tinggi   |               | 4.21      | Tinggi   |
|               | 3.81      | Tinggi   |               | 3.88      | Tinggi   |               | 4.21      | Tinggi   |
|               | 3.81      | Tinggi   |               | 3.88      | Tinggi   |               | 4.21      | Tinggi   |
|               | 3.81      | Tinggi   |               | 3.88      | Tinggi   |               | 4.06      | Tinggi   |
|               | 3.81      | Tinggi   |               | 3.88      | Tinggi   |               | 3.96      | Tinggi   |
|               | 3.81      | Tinggi   |               | 3.88      | Tinggi   |               | 4.10      | Tinggi   |
| <b>Rerata</b> | 3.81      | Tinggi   | <b>Rerata</b> | 3.88      | Tinggi   | <b>Rerata</b> | 4.10      | Tinggi   |

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat dilihat bahwa pada bagian Activity memperoleh rerata nilai sebesar 3.81 dengan kategori tinggi, dimana pernyataan paling tinggi yaitu mengenai “Membuat rencana untuk mengisi liburan” sebesar 4.02 dimana dapat dikatakan bahwa wisatawan yang datang berkunjung ke kawasan Petak 9 Glodok memang sudah direncanakan sebelumnya sedangkan pernyataan paling rendah yaitu mengenai “Waktu liburan digunakan untuk istirahat” sebesar 3.29 dimana dapat dikatakan bahwa wisatawan yang datang berkunjung ke kawasan Petak 9 Glodok merupakan orang-orang yang menghabiskan waktu liburannya untuk lain hal kecuali beristirahat. Pada bagian Interest memperoleh rerata nilai sebesar 3.88 dengan kategori tinggi, dimana pernyataan paling tinggi yaitu mengenai “Adanya ketertarikan untuk berjalan kaki dan berkeliling di Kawasan Petak 9 Glodok” sebesar 4.25 dimana dapat dikatakan bahwa wisatawan yang datang berkunjung ke kawasan Petak 9 Glodok sudah paham bahwa untuk menikmati wisata kuliner di kawasan tersebut harus dengan berjalan kaki dan berkeliling sedangkan pernyataan paling rendah yaitu mengenai “Adanya ketertarikan untuk melakukan perjalanan wisata dengan menggunakan jasa agen wisata” sebesar 2.56 dimana dapat dikatakan bahwa wisatawan yang datang berkunjung ke kawasan Petak 9 Glodok merupakan orang-orang yang memilih untuk menikmati kawasan Petak 9 Glodok tanpa jasa agen wisata.



Lalu yang terakhir adalah pada bagian Opinion memperoleh rerata nilai sebesar 4.10 dengan kategori tinggi, dimana pernyataan paling tinggi yaitu mengenai “Suka mencoba hal-hal baru atau hal yang berbeda” sebesar 4.27. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata wisatawan yang datang adalah orang-orang yang suka mencoba hal-hal baru atau hal-hal yang berbeda, seperti misalnya dengan datang ke kawasan Petak 9 Glodok dan mencoba hal-hal baru dan berbeda yang ada dikawasan tersebut sedangkan pernyataan paling rendah yaitu mengenai “Image atau citra tempat wisata dapat mempengaruhi dalam berkunjung” sebesar 3.92 dimana hal tersebut menunjukkan bahwa wisatawan yang datang tidak terlalu mempermasalahkan mengenai image atau citra tempat wisata yang akan mereka kunjungi.

## **KESIMPULAN**

Mayoritas wisatawan yang datang ke kawasan Petak 9 Glodok berjenis kelamin wanita sebesar 54% dengan rata-rata usia terbanyak yaitu antara 25-44 tahun sebesar 44%. Wisatawan yang datang lebih banyak berstatus belum menikah sebesar 67% dimana pekerjaan mereka mayoritas adalah sebagai karyawan (60%). Anggota keluarga yang dimiliki adalah mayoritas sebanyak 3 orang (31%). Wisatawan yang datang berkunjung merupakan lulusan sarjana (S1) sebesar 44% dengan rata-rata pendapatan penghasilan sebesar Rp 5.000.000 – Rp 6.000.000 (27%) sementara pengeluaran untuk hiburan yang mereka keluarkan yaitu sebanyak lebih dari Rp 1.000.000 per bulannya (31%). Wisatawan yang datang ini berdomisili sebagian besar di Jabodetabek (88%) dimana mereka datang ke kawasan Petak 9 Glodok rata-rata menggunakan angkutan umum (40%) karena memang lahan parkir yang disediakan terbatas. Adapun alasan wisatawan berkunjung yaitu untuk merasakan yang namanya wisata kuliner (65%) dimana datang dengan teman (56%) lebih menyenangkan. Para wisatawan mayoritas datang hanya sekali saja (48%) dengan lama kunjungan yaitu 1-4 jam saja (69%) dan datangnya hanya diakhir pekan (65%), tetapi tidak menyurutkan animo wisatawan untuk berencana akan datang kembali (92%). Saat para wisatawan datang ke kawasan Petak 9 Glodok, mayoritas itu karena mereka mendapatkan informasi rekomendasi dari teman atau saudara (56%) sehingga tertarik untuk tau lebih dalam mengenai kawasan Petak 9 Glodok.

Untuk gaya hidup wisatawan, mayoritas mereka adalah tipikal orang-orang yang bekerja keras, percaya diri, menyukai inovasi, proaktif dan berani mengambil resiko (40%), sementara untuk kepribadian wisatawan yang datang ke kawasan Petak 9 Glodok lebih menyukai tantangan baru daripada mengerjakan hal yang mudah (42%), dan mereka akan membagikan pengalaman mereka ini melalui foto di media sosial (75%) dan juga akan sangat merekomendasikan kepada orang lain (96%) untuk datang ke kawasan Petak 9 Glodok.

Pada segmentasi bagian Activity memperoleh rerata nilai sebesar 3.81 dengan kategori tinggi. Pada bagian Interest memperoleh rerata nilai sebesar 3.88 dengan kategori tinggi. Lalu yang terakhir adalah pada bagian Opinion memperoleh rerata nilai sebesar 4.10 dengan kategori tinggi. Untuk segmentasi berdasarkan Activity, Interest, Opinion (AIO) sebesar 3.93 dengan kategori tinggi. Ini artinya bahwa apapun yang dilakukan baik dari sisi aktivitas, minat dan opini tentang kawasan Petak 9 Glodok sangat menarik bagi para wisatawan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Kasali, R. (1998). *Membidik pasar Indonesia: segmentasi, targeting, dan positioning*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2000). *Marketing in the Twenty-First Century. Marketing Management, 10th Edition, Millenium, New Jersey*.
- Kotler, P. (2004). *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Alih Bahasa oleh Hendra Teguh, Ronny A. Rusly*.
- Schiffman, L & Kanuk. (2008), *Perilaku Konsumen, Edisi ketujuh*. PT. Indeks, Jakarta.
- Setiadi, N, J. (2008). *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.