

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri pariwisata merupakan sektor bisnis yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa. Produk yang ditawarkan berupa atraksi wisata, tempat hiburan, sarana rekreasi, restoran serta bisnis penginapan. Pada pertumbuhan perekonomian negara pada tahun 2010, Indonesia mampu meningkatkan sektor perekonomian melalui industri pariwisata. Hal tersebut dapat dilihat dari program *visit* Indonesia 2010 seperti yang telah ditargetkan pemerintah yaitu kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia sebesar 7 juta orang.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia pada bulan Januari sampai dengan November 2010 tercatat 6,36 juta orang. Tercapainya target kunjungan wisatawan mancanegara di tahun 2010 sebesar 7 juta orang tentu dapat tercapai karena berdasarkan data statistik kunjungan pada bulan Desember jumlah wisatawan sudah mencapai 6,6 juta orang (www.arsipberita.com/06/01/2011).

Keberhasilan Indonesia dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, memberikan semangat bagi pemerintah untuk meningkatkan persebaran wisatawan nusantara. Hal ini terbukti melalui program pariwisata Tanah Air dengan *tag line* "Kenali Negerimu Cintai Negerimu" yang memperoleh jumlah kunjungan sebanyak 229,95 juta orang dengan total pengeluaran lebih dari Rp.128,7 triliun pada tahun 2009 dan program tersebut dilanjutkan kembali sehingga mampu menyebar wisatawan nusantara ke berbagai daerah tujuan wisata di Indonesia. Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata (MENBUDPAR) mencatat

kunjungan wisatawan nusantara pada tahun 2010 menghasilkan pendapatan sebesar Rp.137 triliun dengan jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 240 juta orang. Hal tersebut merupakan hasil yang baik dari target yang telah diharapkan oleh pemerintah yaitu sebanyak 225 juta orang (www.jurnas.com/11/10/2010).

Indonesia memiliki beberapa provinsi yang kaya akan potensi wisata. Salah satu provinsi yang berpotensi adalah Jawa Barat. Jawa Barat memiliki potensi wisata berupa sumber daya alam, adat istiadat dan budaya serta keramahtamahan yang merupakan ciri khas kepariwisataan di Jawa Barat. Jawa Barat memiliki daya dukung wisata berupa sumber daya alam seperti; pegunungan, pantai, cagar alam, hutan lindung, hutan buru, taman nasional dan lain sebagainya. Daya dukung wisata tersebut tentu dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Jawa Barat.

Menyadari hal tersebut pemerintah Jawa Barat menjadikan Jawa Barat sebagai salah satu destinasi unggulan di Indonesia yang mampu bersaing dengan daerah tujuan wisata lainnya. Dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan ke Jawa Barat dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat pada tahun 2008-2009 jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Jawa Barat meningkat sebesar 22,7% atau wisnus sebanyak 32 juta orang dan wisman sebanyak 700 ribu orang.

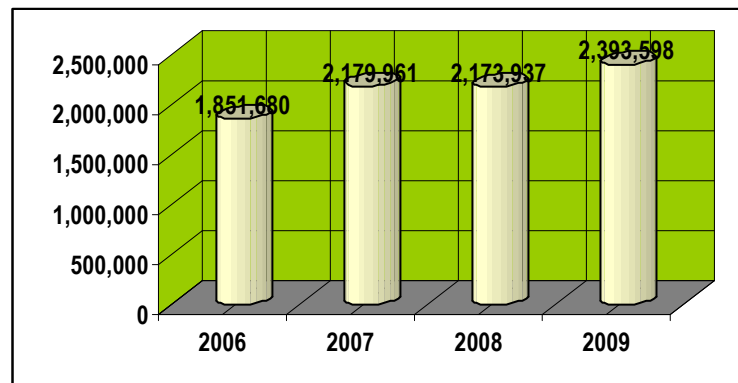
Menurut Kepala Dinas Pariwisata dan Budaya (KADISPARBUD) mengatakan pada tahun 2009 jumlah wisman mencapai 700 ribu orang sehingga pemerintah daerah optimis untuk menargetkan jumlah wisatawan nusantara pada tahun berikutnya sebanyak 800 ribu orang. Akan tetapi, realisasinya melampaui

target yaitu sebanyak 1,2 juta orang pada tahun 2010 (www.jabarprov.com/11/02/2011).

Peningkatan pertumbuhan tingkat kunjungan wisatawan ke Jawa Barat tidak terlepas dari dukungan potensi pariwisata yang tersebar di Kabupaten dan Kota di Jawa Barat. Daerah yang berpotensi dalam meningkatkan kepariwisataan Jawa Barat salah satunya adalah Kabupaten Bogor. Kabupaten Bogor merupakan daerah tujuan wisata kedua setelah Kabupaten Bandung yang banyak dikunjungi oleh wisatawan nusantara. Potensi wisata yang terdapat di Kabupaten Bogor yaitu wisata alam, wisata kuliner, wisata belanja, wisata seni dan budaya serta wisata minat khusus yaitu wisata pendidikan. Wisata alam merupakan salah satu daya tarik wisata utama yang ditawarkan kepada wisatawan yang datang ke Kabupaten Bogor.

Banyaknya wisatawan yang datang ke Kabupaten Bogor melakukan perjalanan wisata mereka ke atraksi wisata alam yang tersebar di Kabupaten Bogor seperti; Taman Wisata Alam, Taman Nasional, Cagar Alam, Pemandangan Puncak, Pegunungan, Hutan Lindung, Perkebunan dan Agro Wisata. Atraksi wisata tersebut merupakan keunggulan pariwisata Kabupaten Bogor sehingga mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Bogor terutama wisatawan yang berasal dari Jakarta, Bekasi, Bandung, Tangerang, Depok dan kota lainnya.

Berikut merupakan data pertumbuhan kunjungan wisatawan nusantara ke Kabupaten Bogor tahun 2006-2009.



Sumber: Disparbud Provinsi Jawa Barat 2009

GAMBAR 1.1
PERTUMBUHAN KUNJUNGAN WISATAWAN KE KABUPATEN
BOGOR TAHUN 2006-2009

Berdasarkan Gambar 1.2 diketahui, terjadinya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Bogor pada tahun 2009 sebanyak 2,393,598 dari tahun sebelumnya yakni terjadi penurunan sebesar 0,27% pada tahun 2008. Menurut Kepala Bidang Promosi Dinas Pariwisata dan Budaya (Disparbud) Kabupaten Bogor, menurunnya jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2008 disebabkan oleh pengelolaan atraksi wisata yang belum maksimal, kurangnya dana, dan kurangnya fasilitas di tempat wisata. Selain itu pula kurangnya upaya promosi dan informasi kepada masyarakat. Sehingga atraksi wisata alam di Kabupaten Bogor kurang mendapatkan perhatian dari wisatawan. (www.sundaurang.com/27/03/10)

Menyadari hal tersebut pemerintah Kabupaten Bogor mengupayakan pengembangan daerah wisata di Kabupaten Bogor melalui beberapa program dan inovasi seperti; perbaikan infrastruktur, serta melakukan zoning tempat-tempat wisata unggulan. Zoning kawasan wisata tersebut diharapkan membantu pemerintah untuk memberikan fokus anggaran terkait pembangunan obyek wisata. (www.jurnalbogor.com/09/11/2009).

Terjadinya penurunan pertumbuhan wisatawan di Kabupaten Bogor pada tahun 2007-2008 berpengaruh bagi pertumbuhan tingkat kunjungan beberapa atraksi wisata di Kabupaten Bogor. Kondisi tersebut terlihat pada kunjungan wisatawan ke atraksi wisata di Kabupaten Bogor sebagai berikut:

TABEL 1.1
DATA KUNJUNGAN WISATAWAN KE BEBERAPA ATRAKSI WISATA ALAM KABUPATEN BOGOR TAHUN 2007-2008

| No | Nama Atraksi wisata Alam | 2007 | 2008 | % |
|----|---------------------------------------|---------------|---------------|--------------|
| 1 | Taman Safari Indonesia | 727,310 | 650,055 | -11,8% |
| 2 | Kebun Raya Cibodas | 504,273 | 404,532 | -24,6% |
| 3 | Agro Wisata Gn. Mas | 318,448 | 267,206 | -16,0% |
| 4 | Taman Buah Mekarsari | 116.720 | 120.000 | 2,7% |
| 5 | Taman Wisata Alam Telaga Warna | 13,293 | 13,413 | 0,89% |
| 6 | Taman Wisata Alam Gn. Pancar | 6,825 | 10,762 | 36,5% |

Sumber: Disparbud Jawa Barat 2008 dan Balai Besar KSDA Jawa Barat 2008.

Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa kunjungan wisatawan ke beberapa atraksi wisata alam di Kabupaten Bogor yang sering dikunjungi oleh wisatawan mengalami pertumbuhan yang negatif. Sedangkan Telaga Warna, Taman Buah Mekarsari dan Taman Wisata Alam Gn. Pancar mengalami perkembangan positif. Keberhasilan Telaga Warna dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan sebesar 0,89% pada tahun 2008 perlu dipertahankan dan ditingkatkan oleh pengelola Telaga Warna, karena keberhasilan dalam meningkatkan jumlah kunjungan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah pasca keputusan berkunjung wisatawan Telaga Warna.

Wisatawan menilai dan berpendapat bahwa atraksi wisata yang dikunjungi menarik perhatian mereka, sehingga semakin banyak minat wisatawan untuk berkunjung ke Telaga Warna serta memberikan perkembangan positif bagi atraksi wisata. Pasca keputusan wisatawan untuk berkunjung ke atraksi wisata

berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha industri pariwisata terutama atraksi wisata, oleh karena itulah Telaga Warna menginginkan selain tingkat kunjungan yang mengalami perkembangan positif, pasca keputusan berkunjung wisatawan ke atraksi wisata perlu dipertahankan pula.

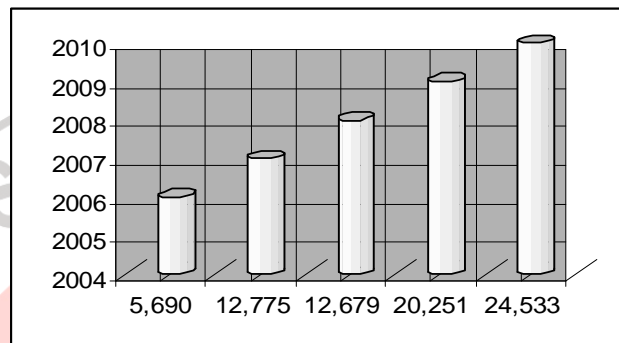
Telaga Warna merupakan atraksi wisata alam yang menawarkan produk wisata berupa danau alami, cagar alam dan hutan lindung. Panorama alam dengan pantulan bayangan di atas air danau yang indah seperti cermin dan warna danau dapat berubah. Telaga Warna merupakan atraksi wisata alam di Kabupaten Bogor, berdasarkan SK Menteri Pertanian No 481/kpts/um/6/1981/ Tanggal 9 Juni 1981 yang ditetapkan sebagai Cagar alam dan Taman Wisata Alam yang merupakan kawasan hutan di Kabupaten Bogor terletak di sekitar puncak dan tidak jauh dari jalan raya Bogor-Cianjur.

Kegiatan wisata yang dapat dilakukan di Telaga Warna antara lain menikmati panorama alam, fotografi, pengamatan burung dan lintas alam. Fasilitas yang tersedia bagi wisatawan antara lain pusat informasi, jalan setapak, shelter, pos jaga, mushola dan MCK, kantin serta sarana *out bound*.

Produk wisata Telaga Warna memiliki daya tarik bagi wisatawan sehingga Telaga Warna mampu bersaing dengan atraksi wisata alam lain di kabupaten Bogor. Faktor persaingan tersebut seperti harga tiket masuk atraksi wisata yang relatif murah dibandingkan dengan atraksi wisata alam lain. Telaga Warna mampu bersaing dengan atraksi wisata alam lain, karena kebanyakan wisatawan lebih menyukai atraksi wisata yang relatif murah dan dapat melakukan aktifitas pariwisata yang menyenangkan.

Selain memiliki harga tiket masuk yang relatif murah serta wahana bermain cukup beragam untuk melakukan kegiatan secara aktif di atraksi wisata.

Faktor lokasi dan kemudahan aksesibilitas menuju Telaga Warna menjadikan persaingan ketat untuk menarik perhatian wisatawan yang dapat menciptakan keputusan wisatawan berbeda-beda setelah berkunjung ke atraksi wisata serta meningkatkan jumlah kunjungan ke Telaga Warna. Berikut tingkat kunjungan wisatawan nusantara ke Telaga Warna tahun 2006-2010.



Sumber: Balai Besar KSDA Jawa Barat 2010

GAMBAR 1.2
KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA KE TELAGA WARNA
TAHUN 2006 – 2010

Berdasarkan Gambar 1.2 diketahui tingkat kunjungan wisatawan nusantara terus mengalami peningkatan yang signifikan, dengan perolehan jumlah kunjungan pada tahun 2010 yaitu sebanyak 24,533 orang dengan prosentase tingkat kunjungan sebesar 17,45%. Keberhasilan pengelola Telaga Warna dalam meningkatkan pertumbuhan kunjungan dengan menerapkan beberapa strategi pemasaran sebagai upaya untuk mempertahankan wisatawan Telaga Warna setelah melakukan kunjungan di atraksi wisata sehingga diharapkan wisatawan dapat kembali berkunjung serta untuk mempromosikan atraksi wisata agar minat wisatawan tidak beralih ke atraksi wisata alam lain. Berikut strategi pemasaran yang dilakukan oleh Telaga Warna.

TABEL 1.2
STRATEGI PEMASARAN TELAGA WARNA

| No | Program | Keterangan |
|----|--|---|
| 1 | Promosi, informasi dan inovasi tahun 2003-2007 | Promosi yang dilakukan oleh Telaga melalui media elektronik, media cetak, internet, kunjungan ke sekolah (presentasi), kerjasama dengan biro wisata, kerjasama dengan PHRI dan penyebaran <i>leaflet</i> / bosur di sekitar kawasan atraksi wisata. |
| 2 | Renovasi, penambahan sarana dan fasilitas tahun 2007-2008 | Didirikan fasilitas tambahan seperti; pusat informasi, posko keamanan, pondik kerja, <i>champing ground</i> , mushola, toilet, kantin, shelter, perbaikan jalan setapak, serta perbaikan pintu masuk kekawasan. |
| 3 | Penyuluhan dan <i>out door creation</i> tahun 2008-2009 | Penyuluhan kepada masyarakat, <i>theatrical</i> dan reboisasi, penyuluhan kepada masyarakat bagaimana memelihara lingkungan, <i>champing ground</i> dan <i>out door creation</i> paket wisata <i>out bound</i> . |
| 4 | Promosi kegiatan <i>out door creation</i> melalui program <i>education conservation</i> tahun 2009-2011 | Kegiatan pemasaran yang dilakukan pengelola dengan menciptakan inovasi produk wisata <i>out door creation</i> pendidikan lingkungan di Telaga Warna. |

Sumber: Strategi Promosi Pemasaran Telaga Warna Tahun 2010

Kegiatan pemasaran berupa promosi, informasi dan inovasi, renovasi, penambahan sarana dan fasilitas, penyuluhan serta *out door creation* sangat diperlukan oleh Telaga Warna. Karena kegiatan tersebut dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke Telaga Warna, oleh karena itulah pada awal tahun 2008-2009 Balai Besar Konservasi Sumber Daya Alam (BBKSDA) Jawa Barat dan pengelola Telaga Warna menciptakan kegiatan alam di atraksi wisata untuk memperkenalkan lingkungan kepada masyarakat dan wisatawan yaitu berupa *theatrical* dan reboisasi, penyuluhan kepada masyarakat sekitar atraksi wisata yang dibekali bagaimana memelihara dan menjaga lingkungan serta *champing ground* yang dilakukan oleh masyarakat dan wisatawan.

Selain itu diciptakan pula kegiatan *out door creation* yang merupakan inovasi baru sebagai strategi lanjutan dalam upaya mempromosikan atraksi wisata. Strategi pemasaran melalui kegiatan *out door creation* berbasis lingkungan dilaksanakan oleh Telaga Warna karena pihak pengelola ingin

memberikan pengetahuan mengenai konservasi alam di atraksi wisata kepada wisatawan yang berkunjung ke Telaga Warna. Kegiatan aktif dengan menjaga lingkungan, mencintai alam dan melestarikan alam yang dapat dilakukan oleh wisatawan dalam perjalanan wisata di Telaga Warna.

Kegiatan *out door creation* tersebut adalah program *education conservation out bound* (ECO) yang diharapkan memberikan kesan baik dan menarik perhatian wisatawan sehingga keputusan wisatawan setelah berkunjung ke atraksi wisata dapat berkesan baik pula. Bentuk program *education conservation out bound* (ECO) yang ditawarkan di Telaga Warna disajikan secara rinci pada Tabel 1.3 sebagai berikut:

TABEL 1.3
EDUCATION CONSERVATION OUT BOUND
TELAGA WARNA

| NO | Program Kegiatan Paket wisata <i>Out Bound</i> | Harga Paket | Hasil yang diperoleh |
|----|---|---|--|
| 1 | Bermalam Berkawan Rimba (2008-2009) | Rp. 75.000,-/ orang, minimal 20 orang peserta | Pengunjung yang ikut serta dalam kegiatan memperoleh pengetahuan tentang perubahan suasana di hutan dari siang malam dan mengenal kehidupan malam di hutan. |
| 2 | 6 jam di hutan hujan tropis Telaga Warna (2008-2009) | Rp. 50.000,-/ orang, minimal 20 orang peserta | Memperoleh pengalaman dengan menelusuri hutan hujan tropis sambil menikmati keindahan alam dan pembelajaran tentang tanaman obat dan lain. |
| 3 | PERSIL (Pembelajaran sambil Rekreasi Siswa tentang Lingkungan) (2010-2011) | Rp. 30.000,-/ orang siswa, minimal 30 orang peserta | Memperoleh pengetahuan dan memahami potensi fungsi hutan/penyadaran pentingnya pelestarian alam. |
| 4 | 8 JAM DI TELAGA (2010-2011) | Rp. 125.000,-/ orang, minimal 20 orang peserta | Memperoleh pengalaman dengan menelusuri hutan hujan tropis sambil menikmati keindahan alam dan pembelajaran tentang tanaman obat. |
| 5 | KEMAH KONSERVASI (2010-2011) | Rp. 150.000,-/ orang, minimal 20 orang peserta | Mengenal keunikan dan potensi hutan melalui pengamatan bentuk, aksesoris tumbuhan, rasa, bau, warna dan lain-lain. Mengetahui satwa yang 90 % mirip manusia, prilaku sosialnya juga mirip manusia. |

Sumber: *Program Education Conservation out bound* Telaga Warna 2010

Program *education conservation out bound* yang ditawarkan oleh Telaga Warna seperti; Bermalam Berkawan Rimba, 6 Jam di Telaga Warna, PERSIL, 8 Jam di Telaga serta Kemah Konservasi dengan strategi yang efektif yaitu membidik pasar wisatawan usia sekolah atau pelajar dan mahasiswa. Karena,

wisatawan pelajar dan mahasiswa lebih menyukai kegiatan wisata pendidikan serta permainan yang menarik.

Tujuan dari program *education conservation out bound* adalah untuk meningkatkan pengetahuan, wawasan dan kepedulian terhadap pelestarian alam yang dilakukan oleh wisatawan di Telaga Warna. Program *education conservation out bound* di promosikan oleh pihak pengelola melalui kunjungan ke sekolah (presentasi), kerjasama dengan biro wisata, kerjasama dengan PHRI dan penyebaran *leaflet/* brosur di sekitar kawasan atraksi wisata.

Program *eco out bound* yang dilaksanakan pada awal tahun 2008-2010, berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola Telaga Warna tahun 2010 telah diikuti kurang lebih oleh 50 peserta yang terdiri dari instansi seperti DPRD, lembaga pendidikan dan perusahaan swasta. Kunjungan yang paling banyak selama tahun 2008-2010 adalah dari sekolah yang terdiri dari pelajar SD, SMP, SMA/SMK, Mahasiswa. Berikut data lembaga pendidikan yang mengikuti kegiatan *eco out bound* di Talaga Warna.

TABEL 1.4
DATA LEMBAGA PENDIDIKAN YANG MENGIKUTI PROGRAM
***ECO OUT BOUND* TELAGA WARNA 2008-2010**

| No | Nama Lembaga Pendidikan | No | Nama Lembaga Pendidikan |
|----|--------------------------------------|----|---------------------------------------|
| 1 | SD Insan Kamil | 13 | SMA N Taman Sari |
| 2 | SMP Insan Kamil | 14 | SMA Kristen Tunas Harapan |
| 3 | SMA Insan Kamil | 15 | SMP Islam Arafah |
| 4 | SMP Yurike | 16 | SMP Warga Bhakti |
| 5 | SMA Yurike | 17 | SMP Kristen 1 Bhakti |
| 6 | SMA 8 Cibinong | 18 | SMP Bina Insani |
| 7 | SMK Pariwisata Panca Sakti Bekasi | 19 | MA Muhammadiyah 1 Bogor |
| 8 | SMK Pariwisata Global Pondok Labu | 20 | MTS Muhammadiyah |
| 9 | SMP PGRI Tugu 207 | 21 | SMAN 3 Bogor |
| 10 | SMP Negeri 8 Bogor | 22 | Universitas YAI Salemba |
| 11 | SMA PGRI 1 Bogor | 23 | Universitas Pakuan Bogor |
| 12 | SMA PGRI 3 Bogor | 24 | Universitas Kedokteran Gigi Mutofa |
| | | 25 | Institut Perkebunan Bogor |

Sumber: Peserta *eco out bound* Telaga Warna 2008-2010.

Berdasarkan data di atas diketahui yang telah mengikuti program *eco out bound* dan melakukan keputusan berkunjung adalah sebanyak 25 lembaga pendidikan meliputi SD, SMP, SMA, SMK, MTS, MA dan Universitas. Peserta tersebut merupakan populasi yang akan diambil sebagai sampel dalam penelitian.

Lembaga pendidikan atau peserta yang telah mengikuti *eco out bound* diberikan pengenalan lingkungan, pengetahuan potensi alam, keterampilan memecahkan masalah lingkungan di atraksi wisata dengan praktek lingkungan serta *games out bound* yang menarik. Kegiatan *eco out bound* tersebut dapat memberikan pengetahuan mengenai konservasi alam di atraksi wisata yang sangat bermanfaat bagi wisatawan yang mengikuti program *eco out bound* di Telaga Warna.

Kegiatan *education conservation* dilakukan oleh Telaga Warna dengan tujuan untuk meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan setelah berkunjung ke Telaga Warna. *Education conservation out bound* sebagai pemasaran yang dilaksanakan di Telaga Warna dapat menciptakan suatu hubungan antara wisatawan dengan lingkungan di atraksi wisata. Terlaksananya program *eco out bound* di Telaga Warna diharapkan mampu meningkatkan serta mempertahankan pasca keputusan wisatawan Telaga Warna. Karena kegiatan tersebut merupakan upaya untuk memperkenalkan lingkungan alam sebagai bentuk pendidikan bagi wisatawan.

Wisatawan yang datang berkunjung ke atraksi wisata alam selain untuk menikmati pemandangan alam, danau alami serta menikmati fasilitas yang tersedia, wisatawan pun dapat mengetahui bagaimana melestarikan serta menjaga Taman Wisata Alam melalui program *eco out bound*. Berdasarkan fenomena yang

terjadi di Telaga Warna, untuk itulah penulis perlu mengadakan penelitian mengenai *education conservation* dan pasca keputusan berkunjung wisatawan. Sehingga penelitian ini diberi judul **”Upaya Mempertahankan Pasca Keputusan Berkunjung Wisatawan Taman Wisata Alam Telaga Warna Kabupaten Bogor Melalui Program *Education Conservation Out Bound*”**

1.2 Rumusan Masalah

Adapun beberapa pernyataan yang diajukan sebagai bahan penelitian untuk menentukan rumusan masalah dari penelitian **”Upaya Mempertahankan Pasca Keputusan Berkunjung Wisatawan Taman Wisata Alam Telaga Warna Kabupaten Bogor Melalui Program *Education Conservation Out Bound*”** yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan pengunjung mengenai Program *Education Conservation*.
2. Bagaimana tanggapan pengunjung mengenai Pasca Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Telaga Warna.
3. Sejauh mana Upaya Mempertahankan Pasca Keputusan Berkunjung Wisatawan Taman Wisata Alam Telaga Warna Kabupaten Bogor Melalui Program *Education Conservation Out Bound*.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah salah satu upaya untuk memperoleh data, menganalisis, mengolah data serta menentukan suatu kesimpulan yang didasarkan

atas analisis-analisis serta beberapa teori yang dikemukakan oleh para ahli. Adapun tujuan penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh temuan mengenai Program *Education Conservation*.
2. Untuk memperoleh temuan mengenai Pasca Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Telaga Warna.
3. Untuk memperoleh temuan mengenai Upaya Mempertahankan Pasca Keputusan Berkunjung Wisatawan Taman Wisata Alam Telaga Warna Kabupaten Bogor Melalui Program *Education Conservation Out Bound*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian terdiri dari dua jenis penelitian yakni sebagai kegunaan teoritis serta kegunaan praktis. Adapun kegunaan penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memperluas kajian ilmu pemasaran pariwisata, khususnya kajian mengenai pasca keputusan berkunjung wisatawan melalui program *education conservation* dan mampu mengembangkan ilmu mengenai ekowisata yang merupakan teori dari pendidikan lingkungan/ pendidikan konservasi serta dapat memberikan gambaran dan pengetahuan yang lebih luas bagi peneliti yang akan melakukan penelitian lebih jauh mengenai masalah yang sama.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan berbagai informasi dan masukan bagi pemerintah Kabupaten Bogor serta

pengelola Taman Wisata Alam Telaga Warna Kabupaten Bogor. Hasil penelitian ini diharapkan pula mampu memberikan ilmu pemasaran atraksi wisata melalui program yang diciptakan oleh pengelola Telaga Warna sebagai upaya untuk mempromosikan atraksi wisata alam. Melalui program *education conservation out bound* diharapkan menjadi sebuah inovasi strategi pemasaran yang dapat dikembangkan di atraksi wisata alam lain di Kabupaten Bogor agar dapat menarik perhatian wisatawan untuk mengunjungi atraksi wisata tersebut.

