

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri Pariwisata merupakan sektor terpenting dalam suatu negara karena dapat meningkatkan perekonomian suatu negara. *World Tourism Organization* (WTO) memprediksikan bahwa tahun 2020 pariwisata akan menjadi industri terbesar di dunia, dan merupakan generator penggerak pertumbuhan ekonomi dan kesempatan kerja. Visi Pariwisata 2020 yang diperbarui pada tahun 1998 untuk mencakup krisis ekonomi di Asia menyajikan prediksi perkembangan sektor dan pasar, tren kunjungan dan penerimaan dunia serta faktor-faktor yang membentuk pariwisata abad 21. Menurut perkiraan WTO pada tahun 2020 akan ada 1,6 miliar kunjungan internasional di dunia dengan pengeluaran sebanyak US\$ 2 triliun. Sebagai sektor pariwisata akan berkembang 3% per tahun. Kunjungan internasional diprediksi akan meningkat 4,3% per tahun dan pengeluaran pariwisata internasional 6,7%.

Negara Indonesia pernah mengalami peningkatan arus kunjungan wisatawan mancanegara dan perolehan devisa dari sektor pariwisata terjadi pada tahun 1996, angka kunjungan wisman sebesar 5,03 juta orang dan menghasilkan devisa sebesar US\$ 6,3 miliar. Perolehan hasil itu merupakan sejarah peraih devisa tertinggi dari sektor pariwisata Indonesia. Pada awal tahun 1997 terjadi perubahan yang merupakan awal dari kemunduran dunia pariwisata di Indonesia. Pada tahun 1997-1998 banyak sekali peristiwa-peristiwa yang membuat citra Indonesia di mata internasional menjadi buruk dan tidak aman, akibatnya arus kunjungan wisman menurun drastis.

Pertengahan tahun 2002 serangan teroris kembali membuat bisnis pariwisata menjadi lemah. Sasaran serangan aksi teror adalah tepat di pusat kepariwisataan Indonesia, Bali. Dampak dari kejadian yang menimpa Indonesia tersebut menyebabkan adanya *travel ban*, *travel warning*, dan *travel advisory* dari sebagian negara pasar wisata. Hal ini cukup berpengaruh terhadap tingkat kestabilan kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia. Berdasarkan rincian dari Sekjen Departemen Kebudayaan dan Pariwisata (Depbudpar), dalam tiga bulan pertama 2007 kinerja pariwisata menunjukkan tren meningkat, di mana pertumbuhan kunjungan wisman di Indonesia secara nasional mencapai 15%, sedangkan untuk daerah tujuan wisata Bali mencapai 40%. Hasil PES (*Passenger Exit Survey*) 2006 menunjukkan pengeluaran rata-rata wisman selama berkunjung di Indonesia tahun 2006 mengalami peningkatan dari US\$ 99,86/hari menjadi US\$ 100,48/hari per orang. Begitu pula rata-rata lama tinggal dari 9,05 hari menjadi 9,09 hari. Dengan demikian bila tahun ini target 6 juta wisman tercapai, perolehan devisa pariwisata bisa mencapai US\$ 5,4 miliar hingga US\$ 6 miliar, untuk ini berbagai upaya terus dilakukan diantaranya promosi digencarkan, kedatangan wisman semakin dipermudah, serta peningkatan kualitas destinasi maupun sarana pendukung pariwisata.

Perkembangan wisnus ini didukung oleh meningkatnya taraf hidup, kemudahan aksesibilitas informasi melalui teknologi informasi, bertumbuhnya rasa keingintahuan yang lebih tinggi, adanya kemudahan aksesibilitas jaringan, dan bertumbuhnya *leisure* sebagai kebutuhan sekaligus trend, menyusutnya hari kerja dan bertambahnya

hari libur. Perkembangan wisnus memiliki peranan yang sangat besar dalam menumbuhkan dan mengembangkan daya tarik wisata yang nantinya akan menarik wisatawan mancanegara untuk datang berkunjung. Wisnus juga menjadi pembangkit bagi industri pariwisata nasional, khususnya yang bergerak dalam sektor riil atau usaha pariwisata. Hasil pembelanjaan yang diterima dari wisnus merupakan distribusi pendapatan dalam negeri yang merupakan sumber PAD (Pendapatan Asli Daerah) untuk pembangunan daerah.

Kegiatan pariwisata berpeluang memberi dampak positif yang besar bagi peningkatan kualitas pada berbagai aspek perkotaan yang telah lama disadari oleh banyak pihak. Contoh-contoh keberhasilan dari berbagai kota mancanegara dalam meningkatkan kemajuan kota dan kesejahteraan masyarakatnya melalui pengembangan pariwisata daerah dapat dilihat keberadaanya. Sektor pariwisata semakin dipercaya sebagai bidang kegiatan potensial yang dapat menjadi *selling point* sebuah kota.

Indonesia merupakan salah satu Negara yang sedang berkembang, terutama dalam bidang kepariwisataan. Indonesia memiliki banyak potensi wisata alam yang belum dikembangkan secara maksimal, karena masih mengandalkan daya tarik wisata alam yang belum terjamah atau masih alami. Kota-kota besar yang ada di Indonesia saat ini sedang bersaing untuk mendatangkan para wisatawan ke daya tarik wisata unggulan kota tersebut. Salah satunya adalah Kota Jakarta.

Jakarta adalah Ibukota Negara Republik Indonesia yang dinamis, sebuah negara yang terdiri dari 17,000 Kepulauan dengan jumlah populasi lebih dari 220 juta

penduduk. Populasi penduduk di Indonesia merupakan gabungan dari keanekaragaman bahasa, budaya dan tradisi. Jakarta adalah “Titik Pertemuan” dari semua elemen tersebut diatas yang mendiami Negara KeKepulauan ini. Kemajuan pembangunan fisik dan gaya hidup masyarakatnya menjadi *trend setter* bagi daerah perkotaan lainnya, sebagai pusat pemerintahan dan kedudukan perwakilan diplomasi internasional, secara otomatis Jakarta menjadi kota yang perlu dikunjungi dan berpeluang mengundang banyak turis. Meskipun demikian, secara umum dapat dikatakan bahwa kondisi kepariwisataan DKI Jakarta masih dalam posisi labil, di mana dapat dilihat jumlah kunjungan dan lama tinggal wisatawan mancanegara setiap tahunnya mengalami peningkatan yang dapat dilihat pada Tabel 1.1:

Tabel 1.1
Data Kunjungan Wisatawan ke Jakarta Tahun 2005 – 2008

Tahun	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara	Jumlah Wisatawan
2005	9.088.420	1.168.656	10.257.076
2006	13.577.000	1.216.132	14.793.132
2007	14.055.328	1.234.853	15.290.181
2008	15.741.967	1.534.595	17.276.562

Sumber : BPS DKI Jakarta, 2009

Jakarta merupakan kota metropolitan sekaligus kota tujuan wisata yang penuh pesona. Sebagai kota metropolitan, Jakarta memiliki sarana dan prasarana yang lengkap dari yang sederhana hingga modern. Sebagai daerah tujuan wisata, Jakarta banyak menyajikan atraksi dan obyek wisata menarik serta beraneka ragam dari museum yang menampilkan koleksi peninggalan masa lalu, pertunjukan kesenian daerah maupun kesenian mancanegara hingga taman rekreasi maupun taman kota yang serba lengkap dan modern.

Citra yang dimiliki oleh kota Jakarta pada saat ini sedang tidak baik karena terdapat berbagai macam isu seperti yang sedang terjadi pada saat ini yaitu virus flu babi, dimana flu babi tersebut membawa dampak negatif bagi Indonesia, akan tetapi isu tersebut tidak menghalangi para wisatawan untuk datang ke Indonesia.

Jakarta memiliki obyek wisata yang banyak diminati oleh wisatawan mancanegara dan nusantara, secara lengkap jumlah wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata kota Jakarta disajikan pada Tabel 1.2 sebagai berikut :

Tabel 1.2
Data Kunjungan Wisatawan
ke Daya tarik wisata Kota Jakarta Tahun 2005– 2008

Nama	Tahun 2005	Tahun 2006	Tahun 2007	Tahun 2008
TIJA Ancol	10.121.251	10.795.273	13.377.011	18.811.894
Taman Mini Indonesia Indah	601.275	4.092.932	3.808.176	6.017.867
Taman Margasatwa Ragunan	2.050.055	2.553.087	3.392.223	4.688.074
Monumen Nasional	582.560	663.864	708.757	924.445
Museum Nasional	170.437	120.331	157.905	237.779
Museum Satria Mandala	60.247	74.321	48.591	98.862
Museum Sejarah Jakarta	43.992	69.708	75.067	121.090
KeKepulauan Seribu	62.075	58.268	60.675	36.048
Pel. Sunda Kelapa	13.784	15.976	17.217	23.478
Jumlah	13.705.676	18.443.760	21.645.622	30.959.537

Sumber : BPS DKI Jakarta, 2009

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat tingkat kunjungan masing-masing daya tarik wisata Kota Jakarta. Salah satu atraksi wisata unggulan yang dimiliki oleh kota Jakarta yaitu KeKepulauan Seribu.

Selama ini Kota Jakarta lebih dikenal dengan wisata MICE (*Meeting, Intensive, Convention, dan Exhibition*) dan wisata belanjanya, sedangkan untuk wisata bahari Kota Jakarta belum terlalu dikenal karena citra wisata bahari yang kuat dimiliki oleh Bali dan Bunaken (sumber: www.kompas.com). Berdasarkan Tabel 1.3 KeKepulauan Seribu berada di peringkat ke sembilan dan bukan merupakan daya tarik wisata bahari favorit menurut para wisatawan.

Upaya Dinas Pariwisata DKI Jakarta dalam mempertahankan dan meningkatkan wisatawan baik lokal maupun mancanegara yaitu dengan menetapkan slogan *Enjoy Jakarta* sebagai salah satu usaha untuk mengembangkan kepariwisataannya. Dalam slogan tersebut dibagi ke dalam beberapa program-program lain sesuai dengan jenis objek wisatanya antara lain yaitu:

Tabel 1.4
Program *Enjoy Jakarta*

No	<i>Enjoy Jakarta</i>	Program 2009
1	<i>Enjoy Jakarta Shopping</i>	<i>Enjoy Jakarta Great Sale</i>
2	<i>Enjoy Jakarta Golf</i>	<i>World Junior Golf Tournament, Enjoy Jakarta Sport Festival</i>
3	<i>Enjoy Jakarta Dinning</i>	<i>Enjoy Jakarta Food Festival</i>
4	<i>Enjoy Jakarta Marine</i>	<i>Enjoy Jakarta Marine Festival (festival jetski, perahu hias, perahu naga)</i>

Sumber: Dinas Pariwisata DKI Jakarta 2009

Tabel 1.4 merupakan program-program yang dimiliki oleh *Enjoy Jakarta*. Salah satu programnya yaitu *Enjoy Jakarta Marine* yang merupakan program tematik untuk mengembangkan wisata bahari di Kepulauan Seribu, dengan adanya program tersebut diharapkan mampu menarik para wisman maupun *expatriate* yang ada di Jakarta.

Program *Enjoy Jakarta Marine* sebagai salah satu strategi positioning Kota Jakarta diharapkan dapat membentuk citra KeKepulauan Seribu sebagai wisata

bahari Kota Jakarta. Lokasi yang dekat dengan Jakarta sebagai Ibukota negara dan pintu gerbang utama memasuki Indonesia dengan tingkat aksesibilitas yang tinggi KeKepulauan Seribu memiliki daya tarik yang bersaing dengan daya tarik wisatalainnya untuk menarik banyak kunjungan wisatawan. Lebih jauh, melalui positioning dalam membentuk citra Kepulauan Seribu sebagai wisata bahari kota Jakarta serta pengembangan produk wisata bahari yang berkualitas dan berkelanjutan, maka kemungkinan wisatawan untuk berwisata ke KeKepulauan Seribu semakin meningkat.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis perlu melakukan penelitian yang berjudul **Pembentukan Citra KeKepulauan Seribu sebagai Wisata Bahari Kota Jakarta melalui *Positioning Enjoy Jakarta Marine*.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimanakah Positioning *Enjoy Jakarta Marine* yang terdiri dari nilai, keunikan, kredibilitas, berkelanjutan, dan kesesuaian dari Kepulauan Seribu?
2. Bagaimanakah Citra KeKepulauan Seribu sebagai wisata bahari Kota Jakarta?
3. Bagaimanakah pengaruh *Positioning Enjoy Jakarta Marine* terhadap Citra KeKepulauan Seribu?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini untuk memperoleh hasil mengenai :

1. Positioning *Enjoy Jakarta Marine* yang terdiri dari nilai, keunikan, kredibilitas, berkelanjutan, dan kesesuaian dari Kepulauan Seribu
2. Citra KeKepulauan Seribu sebagai wisata bahari Kota Jakarta
3. Pengaruh *Positioning Enjoy Jakarta Marine* yang terdiri dari nilai, keunikan, kredibilitas, berkelanjutan, dan kesesuaian terhadap Citra KeKepulauan Seribu.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil kajian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu pemasaran khususnya *Positioning* yang terdiri dari nilai, keunikan, kredibilitas, kesesuaian, dan berkelanjutan terhadap Citra suatu kawasan wisata serta dapat memberikan masukan bagi peneliti dalam mengembangkan ilmu pemasaran pariwisata.

2. Kegunaan Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi Dinas Pariwisata DKI Jakarta dalam mengembangkan Kepulauan Seribu sebagai wisata bahari kota Jakarta melalui program *Enjoy Jakarta Marine* sehingga dapat membentuk citra Kepulauan Seribu yang baik agar dapat meningkatkan pengunjung wisatawan.