

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

United Nations World Tourism Organization (UN-WTO) memperkirakan pertumbuhan pariwisata global akan menurun karena krisis keuangan global diperkirakan akan berlanjut sampai 2009, UN-WTO memperkirakan presentase laju pertumbuhan kunjungan pariwisata global akan berada di kisaran 0 – 4%, sedangkan Asia Tenggara 6,2%, diturunkan dari target sebelumnya 12,4%. UNWTO juga mengatakan bahwa sektor pariwisata merupakan sektor yang paling tahan terhadap krisis global pada tahun 2009 ini, dikarenakan peningkatan belanja wisatawan nusantara (wisnus) dan wisatawan mancanegara (wisman) dapat mendorong pertumbuhan dan membuat ketahanan industri pariwisata terhadap krisis global.

UNWTO menyatakan bahwa pertumbuhan pariwisata di Asia Tenggara sebesar 6,2%, dimana hal tersebut merupakan hal positif dibanding dengan pertumbuhan di regional negara-negara lain yang hanya mencapai 4%. Pertumbuhan di Asia tenggara sendiri dapat di lihat dari jumlah kunjungan wisatawannya, seperti Malaysia mendapatkan 15,2 juta orang wisatawan, Thailand mendapatkan 11,6 juta orang wisatawan, Singapura mendapatkan 8,3 juta orang wisatawan, Indonesia mendapatkan 5 juta orang wisatawan, Filipina mendapatkan 2,3 juta orang wisatawan dan Vietnam mendapatkan 2,9 juta orang wisatawan (Sumber : kompas, “*Blue Print Pemasaran*”).

Perkembangan pariwisata yang positif di ASEAN, maka Pemerintah Indonesia melakukan perencanaan pariwisata dengan program “*Visit Indonesia Year*”. Program ini dilakukan melalui pemulihan dan peningkatan citra melalui *Bali Recovery Program*, *on-line marketing*, *marketing representatives* di pasar utama Indonesia. Peningkatan *customer loyalty* dan penetrasi pasar baru dengan pemeliharaan 10 pasar tradisional dan penetrasi pasar China, India dan Timur Tengah. Sedangkan pemasaran pariwisata nusantara dilakukan melalui kampanye “Cintai Negerimu, Kenali Negerimu”, integrasi produk-promosi antar *stakeholder*, diversifikasi daya tarik wisata, pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, pendukung peningkatan kondisi atraksi wisata, pengembangan sarana dan prasarana pariwisata serta peningkatan pelayanan public dengan pengembangan pelayanan *visa on arrival*, *customs immigration and quarantine* (CIQ) di pintu-pintu masuk utama. Program tersebut dipersiapkan untuk memenuhi keinginan dan standar internasional sehingga produk pariwisata Indonesia dapat lebih kompetitif dan menarik dibandingkan produk yang serupa dari negara-negara lainnya. Perencanaan tersebut diharapkan dapat meningkatkan jumlah wisatawan berkunjung ke Indonesia dan dapat menghasilkan devisa besar untuk melihat perkembangan tingkat kunjungan wisatawan ke Indonesia dapat dilihat pada Tabel 1.1.

TABEL 1.1
STATISTIK KUNJUNGAN WISMAN DI INDONESIA
TAHUN 2000 – 2008

TAHUN	JUMLAH WISATAWAN MANCANEGERA (org)	RATA-RATA PENGELUARAN PER ORANG (USD)		RATA-RATA LAMA TINGGAL (HARI)	PENERIMAAN DEvisa (JUTA USD)
		PER KUNJUNGAN	PER HARI		
2004	5.321.165	901,66	95,17	9,47	4.797,88
2005	5.002.101	904,00	99,86	9,05	4.521,89
2006	4.871.351	913,09	100,48	9,09	4.447,98
2007	5.505.759	970,98	107,70	9,02	5.345,98
2008	5.624.045	991,88	109,50	9,32	5.655,98

Sumber: *Statistical Report on Visitor Arrivals to Indonesia*.

Kestabilan industri pariwisata saat ini dipengaruhi oleh pertumbuhan wisnus akan kebutuhannya berekreasi. Pertumbuhan ini dipengaruhi oleh mulai meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan untuk berekreasi serta adanya stimulus dari pelaku bisnis di industri pariwisata. Pertumbuhan ini dapat dilihat dari meningkatnya kuantitas dan besarnya jumlah pengeluaran yang selalu meningkat setiap tahunnya, oleh karena itu wisnus harus selalu dipertahankan dan dilayani sehingga tidak mengalami kejenuhan untuk berekreasi di dalam negeri.

Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.2, dimana bersamaan dengan pertumbuhan wisman juga diikuti oleh pertumbuhan wisnus yang baik. Ini dapat terlihat dari kenaikan kuantitas wisnus sebesar rata-rata 2% per tahun dan total pengeluaran yang mengalami peningkatan sebesar 1,18 triliun sampai 5,81 triliun. Atas dasar hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak hanya wisman yang menjadi pasar potensial tetapi wisnus pun merupakan pasar potensial untuk dilayani.

TABEL 1.2
STATISTIK PERKEMBANGAN WISNUS
TAHUN 2003 – 2007

Tahun	Wisnus (000 Orang)	Perjalanan (000)	Rata-Rata Perjalanan	Pengeluaran Per Perjalanan (000 Rupiah)	Total Pengeluaran (Triliun Rupiah)
2003	110,031.30	207,119.80	1.88	373.56	70.87
2004	111,353.40	202,763.10	1.82	383.85	71.7
2005	112,701.20	213,303.90	1.89	394.43	77.51
2006	114,391.70	216,503.50	1.92	400.35	78.67
2007	116,107.60	219,751.01	1.95	406.35	79.85
2008	120,353.40	223,875.10	2.42	409.43	80.43

Catatan: Pengeluaran per perjalanan adalah rata-rata tertimbang dari setiap provinsi

Sumber: Pusat Data dan Informasi (2007)

Indonesia mempunyai banyak sekali daerah tujuan wisata yang menarik, diantaranya Yogyakarta, Borobudur, Bali, Lombok, Jakarta, Raja Ampat, Palembang, Padang, Medan, Nusa Tenggara Barat dan seterusnya. Jakarta merupakan salah satu daerah tujuan wisata yang banyak di kunjungi wisman atau wisnus sehingga Pemerintah Provinsi (Pemprov) DKI Jakarta menetapkan kebijakan bahwa Kota Jakarta sebagai kota jasa (*service city*). Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor andalan dan diharapkan mampu menjadi salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pemerintah Provinsi DKI Jakarta telah mengalokasikan anggaran untuk program promosi pariwisata sebesar 30 miliar rupiah pada tahun anggaran 2006. Anggaran tersebut diantaranya untuk promosi wisman maupun wisnus sedangkan PAD yang diperoleh dari kontribusi usaha pariwisata mencapai 1,07 triliun rupiah. Ini berarti promosi pariwisata terhadap kontribusi PAD dari sektor pariwisata cukup tinggi.

Jakarta memiliki objek wisata unggulan di Indonesia, diantaranya Taman Impian Jaya Ancol (TIJA), Taman Mini Indonesia Indah (TMII), Kebun Binatang Ragunan, Monumen Nasional (Monas). Objek wisata unggulan Jakarta ini

merupakan salah satu daya tarik bagi wisman dan wisnus untuk berkunjung ke Jakarta.

Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.3, dimana Taman Impian Jaya Ancol (TIJA) memperoleh peringkat pertama pada setiap tahunnya dan diperingkat selanjutnya Taman Mini Indonesia Indah (TMII), Kebun Binatang Ragunan, Monumen Nasional, Museum Nasional, Museum Satria Mandala, Museum Sejarah Jakarta dan Pelabuhan Sunda Kelapa.

TABEL 1.3
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN
DI OBJEK WISATA UNGGULANDKI JAKARTA, 2000 – 2005

Nama Lokasi <i>Object Name</i>	2003 (Orang / <i>Person</i>)	2004 (Orang / <i>Person</i>)	2005 (Orang / <i>Person</i>)	2006 (Orang / <i>Person</i>)	2007 (Orang / <i>Person</i>)
Taman Impian Jaya ANCOL	12 051 106	10 088 300	10 121.251	10 795 273	13 377 011
Taman Mini Indonesia Indah	4 217 896	4 874 089	601 275	4 092 923	3 808 176
Kebon Binatang Ragunan	3 121 677	3 358 740	2 050 055	2 553 087	3 392 223
Monumen Nasional	614 840	554 628	586 250	663 864	708 757
Museum Nasional	105 786	800 114	24.268	120 331	157 905
Museum Satria Mandala	72 123	74 132	59.247	74 321	48 591
Museum Sejarah Jakarta	52 321	45 303	43 992	69 708	75 067
Pelabuhan Sunda Kelapa	8 419	12 437	138 784	156 976	17 217
J u m l a h	20 224 168	19 807 743	13 625 122	18 385 492	21 584 947

Sumber : Dinas Pariwisata Propinsi DKI Jakarta (2008)

TIJA merupakan prioritas dari PEMDA DKI Jakarta karena memberikan keuntungan baik finansial maupun non-finansial bagi DKI Jakarta. TIJA sebagai kawasan wisata terpadu yang sangat lengkap yang mempunyai penawaran produk antara lain, Dunia Fantasi (Dufan), Atlantis *water Adventure* (AWA), Gelanggang Samudra (*Oceanarium*), *Sea World* Indonesia (SWI), Putri Duyung *Resort*, Padang Golf, Gondola, Pantai Karnaval, Pantai Festival, Pantai Indah, Marina

Cruise, Segarra, Puri Jimbaran *Resto*, *Back Stage Cafe* dan masih banyak lagi fasilitas yang tersedia di TIJA. TIJA mempunyai ODTW favorit yaitu Dunia Fantasi, dimana memiliki tingkat kunjungan yang cukup tinggi dibandingkan dengan ODTW lainnya. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada Tabel 1.4.

TABEL 1.4
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN DI TIJA

	Dunia Fantasi	Atlantis Water Adventure	Gelanggang Samudra Ancol	Sea World Indonesia
2006	3.154.803	784.486	806.131	1.269.104
2007	3.232.420	852.494	1.011.080	1.146.147
2008	3.336.459	817.763	1.054.051	1.007.702

Sumber: Ancol Taman Impian (2009)

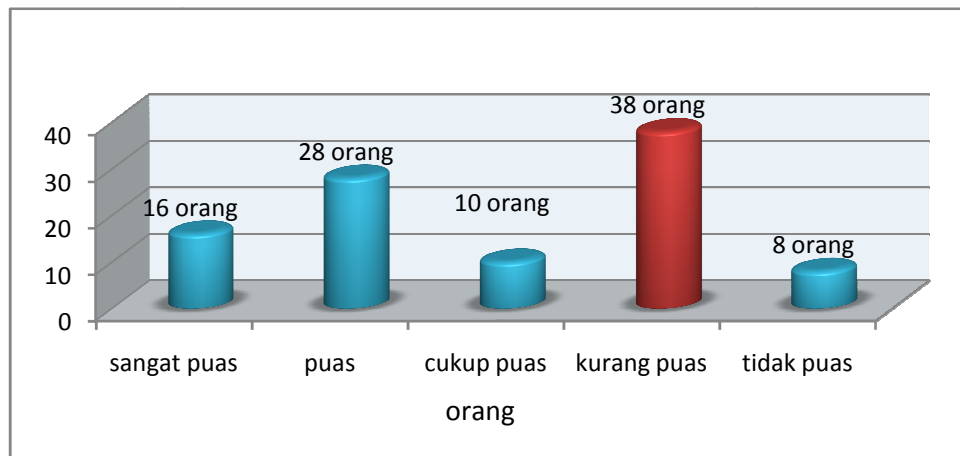
Dunia Fantasi adalah sebuah taman wisata bertema atau dalam arti lain adalah tempat rekreasi yang memiliki satu, beberapa tema atau kombinasinya. Sebuah model tempat rekreasi yang dipelopori oleh Disney Land di Amerika Serikat. Lepas dari temanya yang berbeda, tempat rekreasi ini mempunyai karakteristik dan ciri-ciri yang sama diantaranya adalah jenis permainan yang dimiliki dan sumber pendapatan yang didapat. Jenis permainan yang dimiliki adalah *ride* (wahana), *show* (pertunjukan), *ride and Show* (kombinasi antara wahana dan pertunjukan) dan *Game Center* (permainan ketangkasan), sedangkan sumber pendapatannya berasal dari penjualan tiket masuk, penjualan tiket *game center*, penjualan *merchandise* dan penjualan makanan. Dunia Fantasi adalah daya tarik wisata utama dari TIJA yang merupakan *theme park* paling *modern* di Indonesia dan objek wisata favorit yang banyak dikunjungi wisatawan. Dunia Fantasi memiliki tingkat kunjungan wisatawan tiap tahun yang berada dikisaran antara 1 juta sampai 3,5 juta. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1.5.

TABEL 1.5
DATA KUNJUNGAN WISATAWAN DUNIA FANTASI
TAHUN 2002 – 2008

Tahun	Kuartal (orang)			Total
	Kuartal Pertama	Kuartal Kedua	Kuartal Ketiga	
2002	447.002	936.913	553.783	1.937.698
2003	594.864	988.379	703.634	2.286.877
2004	622.653	1.066.564	750.890	2.440.107
2005	684.498	912.275	805.386	2.402.159
2006	828.083	1.169.860	1.156.860	3.154.803
2007	747.790	1.419.628	1.065.002	3.232.420
2008	790.887	1.191.752	1.353.820	3.336.459

Sumber: Dep. Marketing, Ancol Taman Impian (2009)

Berdasarkan dari Tabel 1.5, dapat diketahui bahwa pada tahun 2005 hingga 2006 terjadi kenaikan wisatawan Dunia Fantasi sebesar 1,521,258 atau sebesar 14%, pada tahun 2006 hingga 2007 terjadi kenaikan wisatawan Dunia Fantasi sebesar 58,762 atau sebesar 0,5% dan pada tahun 2007 hingga 2008 terjadi kenaikan wisatawan Dunia Fantasi sebesar 104.039 atau sebesar 1,5%. Hal ini dapat diasumsikan bahwa Dunia Fantasi tetap menjadi objek wisata terfavorit di Jakarta dibanding objek-objek lain seperti Taman Mini Indonesia Indah, Kebun Binatang Ragunan dan Monumen Nasional. Namun pada kenyataannya, disinyalir ada perbandingan negatif antara jumlah kunjungan wisatawan yang meningkat dengan kepuasan yang didapatkan oleh wisatawan. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1.1 yang merupakan hasil prapenelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan dalam berkunjung ke Dunia Fantasi tidak optimal.



Sumber : Prapenelitian (Bandung, Juni 2009)

GAMBAR 1.1 **KEPUASAN WISATAWAN DUNIA FANTASI**

Gambar 1.1 menunjukkan wisatawan yang kurang puas berkunjung ke Dunia Fantasi berjumlah 38 orang atau sebesar 38%, puas sebesar 28%, cukup puas sebesar 10% dan sebesar 4,80% untuk sangat puas dan tidak puas. Dari Gambar 1.1 dapat diasumsikan bahwa masalah yang dihadapi Dunia Fantasi adalah masalah kepuasan berkunjung atau berekreasi Dunia Fantasi dengan 38% wisatawan menyatakan kurang puas.

Masalah yang dihadapi Dunia Fantasi saat ini merupakan kepuasan wisatawan, diantaranya yang mempengaruhinya adalah kurangnya wahana, tingkat kejenuhan wisatawan terhadap wahana dan jumlah kedatangan wisatawan yang terlalu banyak terutama pada wahana favorit diantaranya Bianglala, Tornado, Kora-kora, Halilintar, Istana Boneka, Niagara dan Arum Jeram (indoskripsi.com).

Tingkat kejenuhan wisatawan terhadap produk dari sebuah *theme park* merupakan hal penting yang perlu diperhatikan karena wisatawan berkunjung ke sebuah *theme park* merupakan wisatawan selalu ingin mendapatkan hal-hal baru

baik melalui wahana, tema desain *theme park* atau hiburan yang menyenangkan. Kejenuhan ini diakibatkan oleh kurangnya wahana atau produk yang tidak dilakukan perbaharuan atau pengembangan. Ini dapat terlihat pada wahana Istana Boneka dan wahana Balada Kera yang dari awal peluncuran tidak mengalami perbaharuan yang cukup signifikan dibanding dengan wahana lainnya. Pemenuhan keinginan wisatawan tersebut diharapkan dapat menciptakan kepuasan wisatawan yang baik sehingga wisatawan melakukan kunjungan berulang.

Wahana-wahana Dunia Fantasi sering kali tidak beroperasi dikarenakan kerusakan atau perbaikan bahkan terjadi pada saat wisatawan akan menikmatinya. Kerusakan wahana ini disebabkan oleh masa pakai yang menurun yang diharapkan diperbaharui sehingga wisatawan tidak mengalami kejadian yang mengecewakan dalam menikmati wahana di Dunia Fantasi. Tingkat kejenuhan wisatawan dan kerusakan atau masa perbaikan wahana ini disinyalir dapat berpengaruh negatif terhadap kepuasan wisatawan Dunia Fantasi.

Salah satu cara yang dilakukan Dunia Fantasi dalam meningkatkan kepuasan wisatawan yaitu dengan melakukan program pengembangan produk dari Dunia Fantasi sebagai taman bertema (*theme park*). Pengembangan produk ini tidak hanya pada wahana tetap tetapi diikuti pengembangan wahana temporer seperti pembuatan *show event internasional* seperti *Police Academy* dan *Slum Dunk Motor Action*. Pengembangan wahana tersebut diharapkan dapat berdampak positif terhadap kepuasan wisatawan Dunia Fantasi.

Alaistair M. Morrison (20002: 270), menyatakan bahwa:

Theme park is the different types of rides and other forms of intertainment, food service and retail shopping facilities. All theme parks realize that their core service is intertainment and they must keep adding to and improving their riders or other entertainment program to make keep guests coming back.

Definisi di atas menyebutkan bahwa *theme park* merupakan tipe-tipe perbedaan dari wahana dan gabungan hiburan lainnya, jasa makanan dan fasilitas belanja eceran. Semua *theme park* menyadari bahwa jasa utamanya adalah hiburan dan mereka harus menerima tambahan wahana atau penyempurnaan wahana mereka dan program hiburan lainnya untuk mempertahankan agar wisatawan datang kembali.

Wahana dan hiburan merupakan produk utama dari sebuah *theme park* yang harus selalu dikembangkan baik melalui penyempurnaan produk atau pembuatan produk baru sehingga wisatawan tidak mengalami kebosanan dan kejenuhan. Dunia Fantasi melakukan beberapa pengembangan produk dimulai dari pengembangan wahana temporer dan wahana tetap. Wahana tetap yang dimiliki Dunia Fantasi merupakan wahana seperti Tornado, Halilintar, Arung jeram, dan lain-lain. Wahana *Extreme Log* dan wahana Tornado merupakan wahana baru Dunia Fantasi dimana *Extreme Log* adalah wahana simulator film 3 dimensi yang menyajikan proses pemotongan kayu yang cukup menegangkan dan wahana Tornado merupakan wahana bagi wisatawan yang senang memacu adrenalinnnya. Wahana ini memiliki *safety riding* yang sangat aman mulai dari *manual safety* dan *automatic safety* sehingga wisatawan mendapatkan ketenangan dalam berwisata. Hal ini diungkap karena tersebar berita tidak benar terhadap

wahana baru Tornado ini yang mengalami kecelakaan yang menewaskan beberapa wisatawan.

Wahana temporer Dunia Fantasi merupakan hiburan, event atau gabungan dari keduanya seperti *Uero Kids Circuss*, *Police Academy (stunt men show)*, *Slum Dunk vs Motor Action* dengan pengemasan yang menarik dan berbeda dengan *family* atau *international show* lainnya. Pengembangan produk ini diharapkan dapat memberikan motivasi wisatawan untuk melakukan kunjungan berulang.

Untuk mengetahui Pengembangan produk yang dilakukan Dunia Fantasi dapat dilihat pada Tabel 1.6.

TABEL 1.6
WAHANA TETAP DAN TEMPORER DUNIA FANTASI

No	Nama wahana	Waktu Acara / <i>Launching</i> Wahana
1	Tornado	Juni 2007
2	UERO Kids Circuss	Desember 2008
3	Aeralis show	Januari 2008
4	Meteor Attack menjadi Extreme Log	Juni 2008
5	Police Academy Stuntman Show	30 Juni 2008 – 18 Agustus 2008
6	Slum Dunk vs Motor Action	20 Desember 2008 s/d 4 Januari 2009
7	Police Academy Stuntman Show 2 : "The Chamaleon"	6 Juni - 6 Juli 2009
8	Spiderman vs Green Goblin	20 Juni - 20 Juli 2009

Sumber: Departemen *marketing*, bagian Acara 2009

Berdasarkan Tabel 1.6, Dunia Fantasi selalu melakukan pengembangan produk baik dengan pembuatan wahana baru seperti Tornado dan pergantian film 3 dimensi dari Meteor Attack menjadi Extreme Log. Selain itu Dunia Fantasi menampilkan *international show* yang ditampilkan melalui penyajian yang menarik dan menyenangkan bagi wisatawan. Pengembangan produk ini diharapkan diminati oleh wisatawan sehingga dapat memotivasi untuk tetap selalu

berkunjung dan meningkatkan kepuasan wisatawan dalam berekreasi di Dunia Fantasi.

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut menunjukkan bahwa permasalahan kepuasan berkunjung wisatawan dipengaruhi oleh kerusakan wahana dan tingkat kejenuhan yang diperkirakan dapat diperbaiki dengan pengembangan produk maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“PENGARUH PENGEMBANGAN PRODUK *THEME PARK* TERHADAP KEPUASAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI DUNIA FANTASI”**. (Survei terhadap wisnus yang menikmati wahana Dunia Fantasi di Taman Impian Jaya Ancol).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan judul penelitian diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana program pengembangan produk *theme park* yang dilakukan Dunia Fantasi.
2. Bagaimana kepuasan berkunjung wisatawan di Dunia Fantasi.
3. Bagaimana pengaruh pengembangan produk terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di Dunia Fantasi.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini untuk memperoleh hasil temuan tentang:

1. Program pengembangan produk *theme park* yang dilakukan di Dunia Fantasi.
2. Kepuasan berkunjung wisatawan di Dunia Fantasi.

3. Pengaruh pengembangan produk *theme park* terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di Dunia Fantasi.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan terutama yang terkait dengan penelitian dalam bidang pariwisata.

1. Kegunaan Teoritis

Hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan pendalaman terhadap kajian ilmu *hospitality*, khususnya program pengembangan produk *theme park* yang terdiri dari lini produk baru, penyempurnaan produk dan *re-positioning* terhadap kepuasan berkunjung wisatawan serta dapat memberikan masukan bagi peneliti dalam mengembangkan ilmu pemasaran pariwisata.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola Dunia Fantasi khususnya dalam bidang jasa pariwisata dalam upaya pembentukan Kepuasan Wisatawan untuk Berkunjung ke Dunia Fantasi melalui program pengembangan produk yang terdiri dari lini produk baru, penyempurnaan produk dan *re-positioning*, sehingga dapat menjadikan bahan informasi dalam upaya pembentukan Kepuasan Wisatawan untuk mengunjungi Dunia Fantasi sebagai salah satu taman bertema yang ada di Indonesia.