

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri pariwisata berkembang sangat pesat dan menjadi salah satu industri yang terbesar dalam pergerakan perekonomian saat ini dan di masa yang akan datang serta memberikan dampak yang sangat besar bagi perkembangan yang tidak hanya dalam sektor ekonomi, budaya, dan sosial tetapi juga dalam berbagai aspek. Hal ini karena banyaknya pengunjung yang datang pada setiap tahunnya ke berbagai objek wisata, hotel, dan industri pariwisata lainnya.

Perkembangan perjalanan wisata dipengaruhi pula oleh pertumbuhan penduduk jumlah dunia yang terus mengalami peningkatan. Pariwisata memiliki peran utama dalam pergerakan perekonomian dan kepentingan sosial. Lebih dari 270 juta wisatawan menghabiskan \$92 milyar setiap tahun di beberapa tempat. Hal ini merupakan suatu yang besar dalam sektor pendapatan. Semakin berkembangnya dunia ini jumlah wisatawan akan bertambah sebanyak 60% per-tahun. Pariwisata juga memberikan pengaruh pada sektor ekspor suatu negara dan menggerakkan orang-orang dari satu negara ke negara lain.

Fenomena pariwisata dunia saat ini sangat berkembang dan sangat menjanjikan untuk sebuah negara dalam hal perolehan devisa. Bahkan di berbagai negara pariwisata menjadi andalan untuk pertumbuhan ekonomi dan pembangunan. Dominasi tujuan wisata pun telah berubah. Apabila di tahun 1950, lima belas tujuan wisata utama di dunia terkonsentrasi di Eropa Barat dan

Andika Aditya, 2012

Upaya Peningkatan Di Graha Wayang Golek B16 Giri Harja Melalui Inovasi Produk

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Amerika Utara, yang mendatangkan 97% dari jumlah wisatawan dunia, maka pada tahun 1999 jumlah ini menurun menjadi 62% sisanya menyebar di berbagai belahan dunia terutama di Asia Timur, Asia Tenggara, Afrika, Eropa Timur, dan Amerika Latin (sumber: budpar.co.id).

Berdasarkan pernyataan di atas, Indonesia sebagai salah satu negara yang berada di kawasan tersebut dan mempunyai potensi wisata yang cukup besar ikut serta untuk meningkatkan pendapatan negara dan pertumbuhan ekonomi melalui sektor pariwisata ini. Industri pariwisata di Indonesia sudah mulai berkembang. Berbagai upaya dilakukan untuk menarik wisatawan agar mau berkunjung ke negara ini. Sektor pariwisata selalu diarahkan agar dapat menggerakkan ekonomi rakyat karena dianggap sebagai sektor yang paling siap dari segi fasilitas, sarana dan prasarana dibanding sektor usaha lainnya.

Indonesia menjadi salah satu Negara yang berada di kawasan tersebut. Potensi pariwisata Indonesia cukup andil dalam meningkatkan ekonomi dan pendapatan Negara. Industri pariwisata Indonesia mulai berkembang ke arah yang lebih baik. Pemerintah pun melakukan berbagai upaya agar mau berkunjung ke Negara ini. Sektor pariwisata selalu diarahkan agar dapat menggerakkan ekonomi rakyat karena dianggap sebagai sektor yang paling siap dari segi fasilitas, sarana dan prasarana dibanding sektor usaha lainnya.

Andika Aditya, 2012

Upaya Peningkatan Di Graha Wayang Golek B16 Giri Harja Melalui Inovasi Produk

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

TABEL 1.1
STATISTIK KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGERA DI
INDONESIA
TAHUN 2005-2009

Tahun	Wisatawan (orang)	Prosentase Pertumbuhan	Rata-Rata Pengeluaran/Orang (US \$)		Penerimaan Devisa (Juta US \$)
			Per Kunjungan	Per Hari	
2005	5.002.101		904,00	99,86	4.521,89
2006	4.871.351	-2,6 %	913,09	100,48	4.447,98
2007	5.505.759	13,02 %	970,98	107,70	5.345,98
2008	6.429.027	16,76 %	1.178,54	137,38	7.377,39
2009	7.035.896	9,43 %	1.215,42	139,22	7.455,59

Sumber: budpar.co.id 2010

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa statistik kunjungan wisman di Indonesia mengalami fluktuatif. Pada tahun 2006 terjadi penurunan kunjungan wisatawan dari tahun sebelumnya. Hal ini dikarenakan adanya *travel warning* dari sebagian negara asal wisatawan mancanegara yang menilai tingkat keamanan yang masih rendah di negara ini seperti sering terjadinya kasus peledakan bom oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Sedangkan tahun berikutnya sampai tahun 2009 kunjungan wisman mengalami kenaikan.

Hal ini dikarenakan Indonesia memperkuat prosedur pengamanan seperti pengawasan di setiap bandara dan pelabuhan sehingga dapat mengembalikan kepercayaan wisatawan mancanegara akan rasa aman (*safety*) untuk berkunjung ke Indonesia. Pertumbuhan ini juga dipengaruhi oleh kondisi pariwisata Indonesia yang semakin membaik dari segi sarana dan prasarana pariwisatanya serta promosi seperti *Visit Indonesia Year* yang masih berlanjut sampai tahun 2010.

Andika Aditya, 2012

Upaya Peningkatan Di Graha Wayang Golek B16 Giri Harja Melalui Inovasi Produk

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Perkembangan wisatawan nusantara (wisnus) berbeda halnya dengan wisatawan mancanegara, pada wisatawan nusantara dari tahun ke tahun terjadi perkembangan yang cukup baik hal ini di dukung oleh peningkatan taraf hidup, kemudahan pencarian informasi melalui teknologi informasi, bertumbuhnya rasa keingintahuan yang tinggi, adanya kemudahan aksesibilitas, serta beragamnya objek wisata. Hal tersebut dapat dilihat dari data yang menunjukkan perkembangan jumlah wisatawan nusantara (wisnus) dari tahun 2004 yang berjumlah 111.353,40 hingga 2009 yang mengalami kenaikan sampai pada jumlah 8.860.000, peningkatan ini dikarenakan adanya peningkatan kualitas sarana dan prasarana yang baik. Berikut adalah tabel perkembangan jumlah wisatawan nusantara:

TABEL 1.2
STATISTIK PERKEMBANGAN WISATAWAN NUSANTARA
TAHUN 2004-2009

Tahun	Wisnus (000 Orang)	Prosentase Pertumbuhan	Pengeluaran Per Perjalanan (000 Rupiah)	Total Pengeluaran (Triliun Rupiah)
2004	111.353,40		383,85	71,70
2005	112.701,20	1,20 %	394,43	77,51
2006	114.391,70	1,49 %	400,35	78,67
2007	115.335,20	0,82 %	430,27	108,96
2008	117.213,15	1,62 %	460,29	123,17
2009	120.213,02	2,55 %	455,01	165,03

Sumber: budpar.co.id 2010

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa perkembangan wisatawan nusantara mengalami kenaikan setiap tahunnya. Angka diatas ini merupakan angka yang sangat besar dan sangat menjanjikan untuk usaha jasa pariwisata Indonesia baik instansi pemerintah maupun pihak swasta. Pertumbuhan wisnus ini

Andika Aditya, 2012

Upaya Peningkatan Di Graha Wayang Golek B16 Giri Harja Melalui Inovasi Produk

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

disebabkan beberapa faktor seperti meningkatnya pendapatan masyarakat Indonesia, bertambahnya hari libur, meningkatnya populasi, kebutuhan akan rekreasi, rasa keingintahuan dari setiap elemen masyarakat serta kemudahan dalam melakukan perjalanan karena kontribusi teknologi informasi dan transportasi. Selain itu juga dikarenakan Indonesia mempunyai banyak daerah tujuan wisata sehingga intensitas perjalanan wisata pun semakin meningkat.

Perkembangan wisatawan nusantara (wisnus) ini perlu di perhatikan dengan baik karena memiliki peran sangat besar dalam menumbuhkan dan mengembangkan objek-objek wisata yang nantinya akan menarik wisatawan mancanegara. Selain itu dengan perkembangan wisatawan nusantara yang baik juga menjadi pembangkit bagi industri pariwisata nasional.

Pengembangan dan Pembangunan pariwisata merupakan peluang bagi pemerintah daerah untuk meningkatkan PAD (Pendapatan Asli Daerah) dengan mengembangkan potensi daerahnya yang masing-masing memiliki perbedaan dan keunikan tersendiri, mulai dari budaya, alam, makanan khas dan keramahtamahan.

Provinsi di Indonesia memiliki karakteristik budaya dan keindahan alam sendiri yang dapat membedakan antara satu provinsi dengan provinsi lainnya. Daerah tujuan wisata biasanya berada di daerah pantai, pegunungan atau perkotaan. Daerah pegunungan merupakan daerah wisata yang cocok karena udaranya yang sejuk dan asri selain itu daerah pegunungan menawarkan pemandangan yang indah sehingga wisatawan dapat merasa nyaman seperti

Andika Aditya, 2012

Upaya Peningkatan Di Graha Wayang Golek B16 Giri Harja Melalui Inovasi Produk

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

halnya beberapa provinsi yang mempunyai beragam objek daya tarik wisata seperti Bali, Lombok, dan Jawa barat.

Jawa Barat merupakan salah satu provinsi yang menjadi daerah tujuan wisata karena memiliki potensi wisata yang sangat baik. Perkembangan wisatawan yang semakin berkembang pesat saat ini perlu diperhatikan karena peluang bagi pemerintah daerah untuk meningkatkan PAD dengan mengembangkan potensi daerahnya yang masing-masing memiliki perbedaan dan keunikan tersendiri, mulai dari potensi alam, budaya, seni, dan aspek lainnya yang akan menunjang perkembangan dan kemajuan daerah wisatanya. Pengembangan wisata Jawa Barat didukung oleh keberagaman budaya dan pesona alam yang memikat dari setiap kota dan kabupaten. Hingga saat ini Jawa Barat masih menjadi tujuan yang utama bagi para wisatawan. Kota yang memiliki potensi wisata di Jawa Barat seperti halnya kota Garut yang mempunyai objek daya tarik wisata yang unik seperti Candi Cangkuang, Ciamis yang memiliki Situ Lengkong, juga ada kota-kota lainnya seperti Sukabumi dan Bogor, dan tentunya kota yang menjadi tujuan utama bagi wisatawan yaitu Bandung.

Bandung merupakan salah satu destinasi wisata unggulan Provinsi Jawa Barat. Perkembangan pariwisata Kota dan Kabupaten Bandung ditopang oleh ketersediaan dan variasi produk wisata pedesaan, pendidikan, sejarah, dan budaya yang didukung prasarana dan sarana pariwisata yang memadai. Kota dan Kabupaten Bandung sebagai kota wisata ini didukung pula oleh wilayah yang bercirikan wisata alam, yang menjadikan Kabupaten Bandung sebagai destinasi

Andika Aditya, 2012

Upaya Peningkatan Di Graha Wayang Golek B16 Giri Harja Melalui Inovasi Produk

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

yang layak ditampilkan bagi wisatawan, baik untuk wisatawan nusantara maupun mancanegara. Disamping itu, Bandung juga memiliki kapasitas sebagai pusat distribusi (*point of distribution*) bagi destinasi wisata lain di Jawa Barat, khususnya kota atau kabupaten di sekitar Kota Bandung.

TABEL 1.3
DATA POTENSI OBJEK DAN DAYA TARIK WISATA
KABUPATEN DAN KOTA BANDUNG

No	Kabupaten/Kota	Jenis Objek Wisata			Jumlah Objek Wisata
		Alam	Minat Khusus	Budaya	
1	Kab. Bandung	32	1	16	49
2	Kota Bandung	3	6	2	11

Sumber : Modifikasi Disbudpar Kab./Kota di Jawa Barat, 2010

Berdasarkan Tabel 1.3, Kabupaten Bandung memiliki lebih banyak potensi objek dan daya tarik wisata (ODTW) daripada Kota Bandung, dengan jumlah wisata alam sebanyak 49 objek. Sedangkan ODTW di Kota Bandung hanya berjumlah tiga 11 objek saja. Wisata alam di Kab. Bandung berjumlah 32 objek, salah satunya adalah Kawah putih yang terletak di Ciwidey. Sedangkan di Kota Bandung, wisata alam hanya berjumlah 3 objek saja, yang menjadi potensi wisata alam di Kota Bandung adalah Taman Hutan Raya Ir. H. Juanda yang terletak di Bandung utara. Wisata minat khusus Kota Bandung, memiliki jumlah yang lebih banyak dari Kab. Bandung yaitu 6 objek. Antara lain adalah museum Andika Aditya, 2012

Upaya Peningkatan Di Graha Wayang Golek B16 Giri Harja Melalui Inovasi Produk

geologi yang terletak di jalan Diponegoro Bandung. Sedangkan untuk wisata budaya, kabupaten lebih banyak memiliki ODTW yang dikategorikan sebagai objek budaya daripada Kota Bandung. Jumlah ODTW budaya di Kab.Bandung mencapai 16 objek sedangkan Kota Bandung hanya 2 objek saja. Menurut B. Taylor (http://id.wikipedia.org/wiki/Edward_Burnett_Taylor), seorang pakar kebudayaan, Kebudayaan merupakan keseluruhan yang kompleks, yang didalamnya terkandung pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan-kemampuan lain yang didapat oleh seseorang sebagai anggota masyarakat. Pariwisata budaya atau wisata budaya adalah jenis pariwisata dimana motivasi orang-orang (wisatawan) melakukan perjalanan disebabkan karena adanya daya tarik dari seni dan budaya suatu tempat atau daerah dengan jalan mengadakan kunjungan ke suatu tempat, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan keadaan mereka, budaya dan seni mereka. Objek wisata untuk wisata budaya ini dapat berupa peninggalan nenek moyang, seni tradisional, kebudayaan setempat dan benda-benda kuno.

Dewasa ini banyak dari wisatawan tertarik untuk melakukan perjalanan wisata yang bertujuan untuk mengetahui kebudayaan-kebudayaan lain. Objek wisata budaya bisa beragam macamnya, seperti peninggalan nenek moyang yang berbentuk candi, ataupun desa budaya yang masih tradisional segala kehidupannya. Objek wisata budaya lain bisa berbentuk seni tradisional seperti angklung dan wayang. Wayang golek adalah suatu kesenian tradisional dari Jawa Barat, Indonesia. Wayang ini biasa dimainkan pada acara-acara tertentu dalam

Andika Aditya, 2012

Upaya Peningkatan Di Graha Wayang Golek B16 Giri Harja Melalui Inovasi Produk

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

budaya Sunda. Wayang memiliki bermacam-macam karakter, yang menggambarkan sifat-sifat manusia dalam kehidupan sehari-hari. Wayang dimainkan oleh seorang "dalang" dan diiringi oleh alunan musik tradisional gamelan.

Wayang golek merupakan salah satu seni budaya masyarakat suku Sunda yang sampai kini dapat tetap bertahan di tengah kehidupan modern. Bahkan kesenian wayang golek sudah menjadi ciri khas seni budaya masyarakat suku Sunda sejak berabad-abad lamanya. Namun seperti seni budaya tradisional lainnya, seni budaya wayang golek sampai kini nyaris tidak diketahui asalnya. Kendati demikian, dalam beberapa tahun terakhir ini seni budaya wayang golek mengalami perkembangan yang cukup signifikan baik dilihat dari sudut persepsi maupun minat masyarakat. Banyak masyarakat suku sunda yang sebelumnya sudah mulai meninggalkan kesenian wayang golek, kini kembali menggandrungi seni budaya tersebut.

Graha Wayang Golek BIG Giri harja adalah salah satu objek wisata budaya yang berada di Kab.bandung. Objek ini menyuguhkan kebudayaan sunda dalam bentuk wayang golek sebagai atraksi dan produk wisatanya. Objek ini ramai didatangi wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun domestik. Berikut ini merupakan tabel data kunjungan wisatawan ke BIG Giri Harja :

TABEL 1.4
DATA KUNJUNGAN WISATAWAN KE
BIG GIRI HARJA

Objek	Kunjungan		
	2007	2008	2009

Andika Aditya, 2012

Upaya Peningkatan Di Graha Wayang Golek B16 Giri Harja Melalui Inovasi Produk

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Graha Wayang Golek BIG Giri Harja	1612	1835	1629
---	------	------	------

Sumber: Modifikasi Data, 2010

Berdasarkan Tabel 1.4 dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke BIG Giri Harja mengalami fluktuatif. Hal ini dapat dilihat dari tahun 2007 jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 1612 orang dan meningkat pada tahun 2008 sebanyak 1835 orang. Namun, di tahun 2009 kunjungan wisatawan mengalami penurunan sebanyak 1629 orang. Jumlah kunjungan wisatawan yang menurun ini disebabkan kejenuhan wisatawan akan produk yang ditawarkan Giri Harja. Selain itu penurunan jumlah wisatawan juga disebabkan oleh kegiatan atraksi yang kurang bervariasi, karena atraksi pementasan wayang hanya digelar jika ada permintaan khusus dari wisatawan.

Penurunan jumlah pengunjung yang signifikan pada tahun 2009 tidak bisa dibiarkan begitu saja karena akan berdampak buruk bagi BIG Giri Harja. Tentunya BIG Giri Harja harus mempunyai cara agar para wisatawan bisa kembali berkunjung ke objek ini. Berdasarkan masalah tersebut maka pengelola BIG Giri Harja melaksanakan berbagai macam strategi untuk menarik wisatawan agar datang berkunjung ke BIG Giri Harja. Strategi itu termasuk dalam beberapa kategori, seperti dari produk, harga, ataupun promosinya, BIG Giri Harja menginovasi produk yang sudah ada dengan menambah beberapa ornamen dalam wayangnya juga dalam atraksinya. Untuk harga, BIG Giri Harja memberikan potongan khusus bagi wisatawan yang membeli wayang dalam jumlah tertentu. BIG Giri Harja juga melakukan banyak kegiatan untuk promosi.

Andika Aditya, 2012

Upaya Peningkatan Di Graha Wayang Golek B16 Giri Harja Melalui Inovasi Produk

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Berikut ini adalah data lengkap mengenai strategi yang dilaksanakan oleh

BIG Giri Harja :

TABEL 1.5
STRATEGI PEMASARAN BIG GIRI HARJA

No.	Strategi Pemasaran		Keterangan
1.	Produk	<ul style="list-style-type: none"> Strategi Pengembangan Produk 	<ul style="list-style-type: none"> inovasi produk yang lama. Membuat produk baru dalam bidang yang sama (pewayangan) atau produk baru diluar pewayangan
2.	Harga (<i>Price</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Strategi Harga (<i>Price</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> Penetapan harga wayang berukuran kecil dari mulai Rp.40.000 sampai wayang besar yang berharga ratusan hingga jutaan rupiah Menyediakan <i>discount</i> bagi mereka yang membeli wayang dalam jumlah tertentu.
3.	Distribusi	<ul style="list-style-type: none"> Strategi Saluran Distribusi 	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan kerjasama dengan <i>travel agent</i> dan ASITA
3.	Promosi	<ul style="list-style-type: none"> Strategi <i>Public Relations</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Mengikuti pameran-pameran seni yang diadakan di dalam maupun luar negeri Contoh : INACRAFT 2009, PRJ (Pekan Raya Jakarta) 2009
		<ul style="list-style-type: none"> Strategi Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> Mengirimkan penawaran ke sekolah dan instansi/perusahaan. (khususnya ke sekolah-sekolah karena adanya mata pelajaran seni rupa yang menjelaskan tentang budaya lokal) Membuat blog yang dapat diakses untuk mengetahui informasi mengenai BIG Giri Harja yaitu : http://biggiri-haja.wordpress.com
		<ul style="list-style-type: none"> Strategi <i>sales promotion</i> 	<ul style="list-style-type: none"> pemberian diskon khusus kepada sekolah sewilayah Kab.Bandung khususnya daerah Baleendah,Ciparay,Majalaya. Menyediakan paket membuat dan memahat langsung wayang. Menyediakan paket untuk menonton atraksi wayang. Memberikan souvenir kepada para pengunjung Pemberian wayang berukuran kecil (seukuran pena) untuk panitia atau pengurus rombongan.
		<ul style="list-style-type: none"> Strategi Periklanan (<i>Advertising</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> Kerjasama dengan perusahaan TV lokal seperti STV, Bandung TV, Padjajaran TV.

Sumber: BIG Giri Harja, 2010

Agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung tidak lepas dari strategi-strategi yang dilakukan seperti pengembangan produk, pemasaran langsung (*direct marketing*), promosi penjualan (*sales promotion*), periklanan (*advertising*), strategi harga (*price*), dan strategi saluran distribusi. Pihak BIG Giri Harja harus Andika Aditya, 2012

Upaya Peningkatan Di Graha Wayang Golek B16 Giri Harja Melalui Inovasi Produk

bisa menilai resiko dan manfaat dari masing-masing strategi yang dilaksanakan untuk meningkatkan jumlah kunjungan.

Salah satu strategi yang dilaksanakan oleh BIG Giri Harja untuk meningkatkan jumlah kunjungan melalui salah satu strategi pengembangan produk yaitu strategi inovasi produk. Strategi inovasi produk oleh BIG Giri Harja bertujuan agar dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung agar meningkatkan jumlah kunjungan di BIG Giri Harja, karena inovasi produk dapat merangsang pasar konsumen yang tertarik pada produk yang berbeda dari produk sebelumnya yang ditawarkan oleh perusahaan.

Inovasi produk menurut Rainey (2005:102):

Pengembangan produk baru, perubahan desain yang didirikan produk, atau penggunaan bahan baru atau komponen dalam pembuatan produk yang ditetapkan. Dengan kata lain, apa saja yang baru untuk bisnis dan produk rentang dihitung sebagai inovasi, meskipun produk sejenis tersedia tempat lain atau jika perubahan merupakan satu tambahan.

Inovasi produk (*Product Innovation*) merupakan salah satu teknik yang digunakan dalam kegiatan pemasaran untuk memasarkan dan menjual produk sesuai dengan target penjualan yang diterapkan. BIG Giri Harja melaksanakan aktivitas-aktivitas Inovasi produk (*Product Innovation*) yang dapat mendekatkan hubungan antara produsen dan konsumen, agar konsumen tidak merasa jenuh dengan produk yang ditawarkan.

Teknik inovasi produk (*product innovation*) yang dilaksanakan oleh BIG Giri Harja antara lain versi modifikasi dari berbagai produk yang sudah ada, model baru dalam rentang produk yang sudah ada, produk baru di luar rentang

Andika Aditya, 2012

Upaya Peningkatan Di Graha Wayang Golek B16 Giri Harja Melalui Inovasi Produk

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

yang ada tetapi dalam bidang yang sama dan produk benar-benar baru dalam bidang teknologi baru. Berikut ini adalah data mengenai teknik *inovasi produk* (*product innovation*) yang dilaksanakan oleh BIG Giri Harja :

TABEL 1.6
TEKNIK INOVASI PRODUK (PRODUCT INNOVATION)
BIG GIRI HARJA

No.	Teknik <i>Inovasi produk</i> (<i>product innovation</i>)	Keterangan
1.	versi modifikasi dari berbagai produk yang sudah ada	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat wayang dengan ukuran yang berbeda-beda.mulai dari 45 cm (ukuran standar wayang) sampai dengan ukuran besar sekitar 80cm dengan tokoh yang berbeda-beda dan memberikan sesuatu yang beda pada wayang (misalnya, wayang dengan memakai pakaian masa kini seperti jas atau kaos) • Memperlihatkan pembuatan wayang tersebut langsung pada pengunjung.
2.	model baru dalam rentang produk yang sudah ada	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat gantungan kunci berukuran kecil berbentuk wayang dengan berbagai karakter seperti dewa-dewi, mahabrata, punawakan, bahkan Ramayana. • Membuat ballpoint berujung wayang dengan karakter tertentu.
3.	produk baru di luar rentang yang ada tetapi dalam bidang yang sama	<ul style="list-style-type: none"> • Pembuatan Wayang Prada (wayang bersepuh emas,biasanya jenis wayang seperti ini adalah wayang kulit). • Wayang Kaso • Wayang mascot
4.	produk yang benar-benar baru dalam bidang baru	<ul style="list-style-type: none"> • Pembuatan figura untuk foto ataupun lukisan dengan ukiran-ukiran indah dan ada pula yang berukiran wayang. • Menjual beberapa lukisan hasil karya warga sekitar jelekong

Sumber : BIG GIRI HARJA, 2010

Berdasarkan Tabel 1.6 diatas, BIG Giri Harja melakukan beberapa langkah dalam perubahan produk dasar wayang yang mereka tawarkan. Pemakaian baju modern pada wayang-wayang normal tentunya akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan yang berkunjung. Pembuatan wayang berukuran kecil seperti gantungan kunci atau pena diharapkan dapat menambah kecintaan para pecinta

Andika Aditya, 2012

Upaya Peningkatan Di Graha Wayang Golek B16 Giri Harja Melalui Inovasi Produk

wayang tanpa harus membawa wayang dalam ukuran normal yang terlalu besar untuk dibawa. Pembuatan figura dan lukisan yang dilaksanakan diharap dapat membantu peningkatan jumlah kunjungan, karena wisatawan tidak hanya ditawarkan produk wayang tapi juga berupa lukisann-lukisan lengkap dengan figura-figura berukir indah. Para pengunjung bias langsung menyaksikan pambuatan wayang dari tahap pertama yaitu pemahatan hingga tahap pengecatan dan *finishing*.

Ada tiga jenis wayang golek yang ditawarkan BIG Giri Harja, dan tiga jenis ini yang menjadi dasar produk wayang golek yang ditawarkan di BIG Giri Harja yaitu: wayang golek cepak, wayang golek purwa, dan wayang golek modern. Wayang golek papak (cepak) terkenal di Cirebon dengan cerita babad dan legenda serta menggunakan bahasa Cirebon. Wayang golek purwa adalah wayang golek khusus membawakan cerita Mahabharata dan Ramayana dengan pengantar bahasa Sunda sebagai. Sedangkan, wayang golek modern seperti wayang purwa (ceritanya tentang Mahabarata dan Ramayana, tetapi dalam pementasannya menggunakan listrik untuk membuat trik-trik. Pembuatan trik-trik tersebut untuk menyesuaikan pertunjukan wayang golek dengan kehidupan modern.

Melalui strategi inovasi produk yang dilaksanakan oleh BIG Giri Harja ini diharapkan bisa meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke objek. Para wisatawan bisa menikmati keindahan dan kedetailan wayang dalam berbagai ukuran dan jenis.

Andika Aditya, 2012

Upaya Peningkatan Di Graha Wayang Golek B16 Giri Harja Melalui Inovasi Produk

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merasa perlu diadakannya suatu penelitian yang tidak lain bertujuan agar dapat meningkatkan jumlah kunjungan BIG Giri Harja melalui inovasi produk wayang golek. Untuk itu peneliti mengambil judul **“Upaya Peningkatan Keputusan Berkunjung ke Graha Wayang Golek BIG Giri Harja Melalui Inovasi Produk Wayang Golek.”**

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana inovasi produk wayang golek di BIG Giri Harja
2. Bagaimana keputusan berkunjung BIG Giri Harja
3. Seberapa besar pengaruh inovasi produk wayang golek terhadap keputusan berkunjung ke BIG Giri Harja baik secara simultan maupun parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, mengkaji dan memperoleh hasil temuan mengenai:

1. inovasi produk wayang golek di BIG Giri Harja.
2. Keputusan berkunjung BIG Giri Harja.
4. Seberapa besar pengaruh inovasi produk wayang golek terhadap keputusan berkunjung BIG Giri Harja baik secara simultan maupun parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Andika Aditya, 2012

Upaya Peningkatan Di Graha Wayang Golek B16 Giri Harja Melalui Inovasi Produk

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis yang dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut dalam pengembangan manajemen pemasaran pariwisata khususnya dalam upaya meningkatkan tingkat kunjungan melalui inovasi produk.

2. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai masukan bagi perusahaan untuk pengambil kebijakan dalam upaya peningkatan keputusan berkunjung melalui inovasi produk.