

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan sebuah industri jasa yang sedang berkembang dan merupakan salah satu industri terbesar saat ini yang berperan dalam meningkatkan pendapatan suatu negara. Pariwisata merupakan kegiatan yang hanya dinikmati oleh sekelompok orang yang relatif kaya di awal abad ke-20. Perkembang jaman, kemajuan teknologi, dan ilmu pengetahuan serta kebutuhan yang meningkat menjadikan pariwisata bagian dari hak asasi manusia.

Semua kalangan mulai dari golongan ekonomi atas, menengah hingga bawah dapat menikmati kegiatan ini. Hal ini dikarenakan beberapa faktor diantaranya adalah meningkatnya pendapatan masyarakat, bertambahnya hari libur, beragamnya jenis kegiatan wisata dengan harga perjalanan wisata yang kompetitif sehingga dapat dijangkau oleh semua kalangan.

Meningkatnya perjalanan dan kegiatan wisata menyebabkan pariwisata menjadi industri yang berkembang pesat. 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 Amerika Utara, yang mendatangkan 97% dari jumlah wisatawan dunia, pada tahun 1999 jumlah menurun menjadi 62% sedangkan sisanya menyebar di berbagai belahan dunia terutama di Asia Timur, Asia Tenggara, Afrika, Eropa Timur, dan Amerika Latin (sumber: budpar.co.id, 2009).

Berdasarkan pernyataan tersebut, 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. Berbagai upaya dilakukan untuk menarik wisatawan agar dapat menarik wisatawan ke negara ini.

Berdasarkan asalnya, wisatawan terbagi dua yaitu wisatawan mancanegara (wisman) dan wisatawan nusantara (wisnus). Dalam meningkatkan sektor pariwisata, Indonesia menjadikan wisman dan wisnus sebagai target pasarnya. Berikut Tabel 1.1 tentang jumlah wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang berwisata Indonesia.

TABEL 1.1
STATISTIK KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA
DAN WISATAWAN NUSANTARA DI INDONESIA TAHUN 2005-2009

Tahun	Jenis wisatawan			
	Wisman		Wisnus	
	Jumlah (orang)	Pertumbuhan	Jumlah (orang)	Pertumbuhan
2005	5.002.101		4.106.225	
2006	4.871.351	-2,61 %	4.967.403	20,97 %
2007	5.505.759	13,02 %	5.158.441	3,84 %
2008	6.429.027	16,77%	4.996.594	-3,13 %
2009	6.452.259	0,36 %	4.772.790	2,55 %

Sumber: budpar.go.id 2010

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa statistik kunjungan wisman di Indonesia mengalami naik turun. Pada tahun 2005 jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia adalah sebesar 5.002.101 juta wisatawan. Angka tersebut menurun di tahun 2006 menjadi 4.871.351 wisatawan. 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 bom bunuh diri, sedangkan tahun berikutnya yaitu tahun 2007 sampai tahun 2009 kunjungan wisman mengalami kenaikan. Hal ini dikarenakan Indonesia memperkuat pengamanan seperti pengawasan di setiap bandara dan pelabuhan sehingga dapat mengembalikan kepercayaan wisatawan mancanegara terhadap rasa aman (*safety*) untuk berkunjung ke Indonesia. Pertumbuhan ini juga dipengaruhi oleh kondisi pariwisata Indonesia yang semakin membaik dari segi sarana dan prasarana serta promosi seperti *Visit Indonesia Year* yang masih berlanjut sampai tahun 2010.

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas juga dapat dilihat bahwa pertumbuhan wisatawan nusantara di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan dan penurunan. Secara kumulatif telah terjadi peningkatan wisatawan nusantara sebesar 666.565 orang atau 16,23% dari tahun 2005 sampai dengan tahun 2009. Angka ini merupakan angka yang cukup besar dan sangat menjanjikan untuk usaha jasa pariwisata Indonesia baik instansi pemerintah maupun pihak swasta. Pertumbuhan wisnus ini 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 semakin meningkat.

Indonesia merupakan negara kepulauan memiliki banyak daerah tujuan wisata yang sangat beragam dilihat dari jenis wisatanya dan dapat dengan mudah

di akses melalui transportasi udara, darat, dan laut. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi pariwisata yang cukup besar.

Daerah tujuan wisata unggulan di Indonesia meliputi Bali, Yogyakarta, Lombok, Jakarta, Bandung, Manado, Makasar, Padang, Medan dan masih banyak lagi kota atau daerah lainnya yang menjadi daerah tujuan wisata. Salah satu daerah tujuan wisata yang menjadi andalan pariwisata Indonesia adalah Jakarta. Menempati posisi sebagai Ibukota Indonesia, Jakarta merupakan salah satu daerah tujuan wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan baik wisman maupun wisnus karena merupakan pintu masuk utama bagi wisman yang berkunjung ke Indonesia.

Jakarta yang terkenal sebagai kota metropolitan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan dari berbagai daerah di Indonesia. Menyikapi hal ini, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu sektor andalan dan diharapkan mampu berkontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pemerintah Provinsi DKI Jakarta telah mengalokasikan anggaran untuk program promosi pariwisata sebesar 37 miliar rupiah pada tahun anggaran 2008 (sumber:dispar Jakarta, 2009). Anggaran tersebut diantaranya untuk promosi wisman maupun wisnus sedangkan PAD yang diperoleh dari kontribusi usaha pariwisata mencapai 1,15 triliun rupiah. Ini berarti promosi pariwisata terhadap kontribusi PAD dari sektor pariwisata cukup tinggi. Pemerintah Provinsi DKI Jakarta juga membuat program *Visit Jakarta* dalam upaya mendukung promosi pariwisata Jakarta.

Kota Jakarta memiliki banyak destinasi wisata dan pusat hiburan yang sudah sangat terkenal ke seluruh daerah di Indonesia seperti Taman Impian Jaya Ancol, Taman Mini Indonesia Indah, Taman Margasatwa Ragunan, Monumen Nasional dan lain-lain. Destinasi wisata ini merupakan salah satu daya tarik bagi masyarakat Indonesia untuk mengunjungi Kota Jakarta karena di daerah lain belum terdapat destinasi wisata seperti ini. Berikut ini data destinasi wisata unggulan di Kota Jakarta yang urutannya merupakan peringkat berdasarkan favoritnya serta jumlah pengunjungnya.

TABEL 1.2
DAFTAR DESTINASI WISATA UNGGULAN DI DKI JAKARTA

Nama Destinasi Wisata	2006 (Orang)	2007 (Orang)	2008 (Orang)	2009 (Orang)
Taman Impian Jaya Ancol (TIJA)	10.795.273	11.377.011	11.894.974	12.236.767
Taman Mini Indonesia Indah (TMII)	4.092.923	3.808.176	4.135.462	4.614.680
Taman Margasatwa Ragunan (TMR)	2.553.087	3.379.561	3.302.549	3.439.760
Monumen Nasional (Monas)	663.864	708.757	943.087	975.055
Museum Nasional	120.331	157.905	160.467	180.457
Museum Sejarah Jakarta	69.708	75.067	83.324	82.456

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi DKI Jakarta, 2010

Tabel 1.2 di atas, menunjukkan bahwa TIJA, TMII, dan TMR adalah tiga destinasi yang paling unggul di Jakarta. Ketiga destinasi ini memiliki keunikan yang berbeda, salah satu yang unik adalah TMR sebagai satu-satunya kebun binatang di Kota Jakarta merupakan salah satu tempat rekreasi yang menampilkan atraksi berbagai macam flora dan fauna. Pengunjung yang datang ke TMR sangat memanfaatkan suasana alam yang asri dan cocok sebagai tempat berkumpul keluarga, berlibur dari rutinitas harian di ibukota. Setiap tahun lebih dari 2.000.000 orang berkunjung ke TMR (Sumber:Taman Margasatwa Ragunan).

Sebagai kebun binatang terbesar dan terlengkap di Indonesia serta memiliki standar kebun binatang internasional, TMR tidak hanya menyajikan atraksi berupa binatang tapi ada juga atraksi yang lain, sehingga pengunjung tidak hanya melihat koleksi binatang melainkan dapat juga melakukan aktivitas lain yang menarik. Aktivitas tersebut adalah seluruh kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan yang berkunjung ke TMR seperti, naik kereta keliling, naik perahu di danau yang tersedia, bersantai, menyaksikan pentas satwa atau pertunjukan satwa, memotret berbagai objek untuk dokumentasi dan lain-lain sehingga wisatawan juga dapat aktif dalam berwisata. Dengan demikian ditawarkan atraksi yang lebih beragam. Hal ini dilakukan sebagai salah satu upaya dalam menarik lebih banyak pengunjung dan menciptakan kepuasan berwisata bagi wisatawan. Selain untuk maksud tersebut, pembangunan wahana atau atraksi yang dapat dilakukan wisatawan ini juga berfungsi memberikan pengalaman yang lebih dan pengetahuan bagi pengunjung. Berikut ini adalah beberapa atraksi atau wahana yang terdapat di TMR saat ini.

TABEL 1.3
ATRAKSI YANG TERDAPAT DI TAMAN MARGASATWA RAGUNAN

No.	Atraksi	Harga Tiket Masuk
1.	Kereta keliling	Rp. 5.000
2.	Gajah tunggang	Rp. 5.000
3.	Pusat primata schmutzer	Rp. 5.000
4.	Perahu bebek	Rp. 10.000
5.	Pentas satwa	Rp. 4.000
6.	Rakit satwa	Rp. 5.000
7.	Bendi	Rp. 10.000
8.	Taman satwa anak	Rp. 1.500

Sumber : Taman Margasatwa Ragunan, 2010

Tabel 1.3 tersebut menunjukkan bahwa TMR memiliki berbagai atraksi atau wahana dengan harga tiketnya sangat terjangkau bagi semua kalangan. Salah satu atraksi atau wahana yang merupakan daya tarik dari TMR saat ini adalah Pusat Primata Schmutzer (PPS) yang masih baru dan satu-satunya pusat primata di Indonesia. PPS dibangun pada tahun 1998 dan baru dibuka untuk pengunjung/wisatawan tahun 2002. Pembangunan PPS ini adalah sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di TMR. PPS adalah sebuah atraksi wisata yang menampilkan primata sebagai bahan tontonan serta segala macam kegiatannya. PPS ini di desain dengan konsep *open zoo* berstandar kebun binatang internasional.

Pengunjung TMR dapat melakukan berbagai aktivitas di beberapa wahana yang ditawarkan. Ragam aktivitas dan wahana tersebut menyebabkan banyak pengunjung datang untuk berwisata ke TMR. Peningkatan kunjungan wisatawan di TMR berdasarkan beberapa wahana dan atraksi di TMR terdapat pada tabel berikut ini:

TABEL 1.4
TINGKAT KUNJUNGAN WAHANA DI TAMAN MARGASATWA RAGUNAN

Atraksi	Jumlah Kunjungan/Tahun		
	2007 (Orang)	2008 (Orang)	2009 (Orang)
Pentas satwa	645.532	753.527	706.732
Kereta keliling	603.333	745.456	690.896
Pusat primata schmutzer	424.505	460.921	459.786
Taman satwa anak	356.621	335.368	400.531
Gajah tunggang	352.432	412.524	426.368
Perahu bebek	253.733	389.996	301.743
Bendi	164.354	150.522	214.632
Rakit satwa	156.874	18.643	201.424

Sumber : Taman Margasatwa Ragunan, 2010

Tabel 1.4 di atas menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan yang paling tinggi atau peringkat pertama dan kedua adalah wahana pentas satwa dan

kereta keliling, sedangkan Pusat Primata Schmutzer (PPS) berada di peringkat ke tiga yang juga mempunyai tingkat kunjungan wisatawan yang cukup tinggi. Hal ini dapat dilihat dari jumlah wisatawan pada tahun 2007-2009 masing-masing 424.505, 460.921 dan 459.786. Tingkat kunjungan yang diperoleh PPS ini belum maksimal atau belum sesuai dengan target yang ditetapkan. Setelah mulai beroperasi pada tahun 2002 PPS menargetkan kunjungan wisatawan sebesar kurang lebih 20% dari total pengunjung TMR namun yang dapat dicapai hanya sekitar 12-14% (Sumber:TMR, 2010). Selain dari itu PPS juga mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2009 sebesar 1135 wisatawan. Hal ini disebabkan kurangnya minat masyarakat untuk mengenal primata, sehingga PPS kurang menjadi perhatian pengunjung TMR dan juga PPS belum maksimal dalam melakukan upaya untuk meningkatkan kunjungan. Menanggapi hal tersebut, pihak PPS melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan supaya mampu menarik pengunjung dan menjadi prioritas pertama bagi pengunjung TMR. Berikut ini upaya yang dilakukan oleh PPS untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

TABEL 1.5
UPAYA MENINGKATKAN KUNJUNGAN DI PUSAT PRIMATA SCHMUTZER

Kegiatan	Pelaksanaan	Tujuan
Promosi	Melakukan promosi melalui berbagai media seperti internet, brosur, booklet dll	Memperkenalkan PPS kepada seluruh masyarakat untuk membujuk masyarakat mengunjungi PPS.
Pemberian diskon	Diskon 30% diberikan kepada pengunjung rombongan dengan jumlah minimal 30 orang.	Untuk menarik pengunjung rombongan
Melakukan kegiatan yang edukatif yaitu Kuliah Primata-Obrolan	Pengunjung diberi materi tentang pengetahuan seputar primata melalui kuliah	Diferensiasi, keunikan serta keunggulan dari beberapa wahana lainnya

Kegiatan	Pelaksanaan	Tujuan
Konservasi yang disebut dengan KP-OK.	primata bersama para narasumber.	sehingga memiliki <i>image</i> yang bagus pada pengunjung atau calon pengunjung.
Pengembangan produk	Beberapa tahun terakhir PPS mendatangkan 4 ekor gorilla dari kebun binatang Inggris.	Untuk menambah daya tarik PPS.

Sumber : Taman Margasatwa Ragunan, 2010

Berdasarkan Tabel 1.5 di atas, dapat dilihat bahwa PPS melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan seperti promosi melalui berbagai media, memberikan diskon sebesar 30% pada pengunjung rombongan, melakukan kegiatan edukatif untuk menunjukkan perbedaan/differensiasi dan keunggulan dari beberapa wahana lainnya serta pengembangan produk. Pelaksanaan program edukatif merupakan upaya yang paling diutamakan Pusat Primata Schmutzer dalam meningkatkan kunjungan wisatawan karena program edukatif yang dijalankan oleh Pusat Primata Schmutzer terbukti cukup efektif. Hal ini dapat dilihat dari reaksi wisatawan setelah dilaksanakannya program tersebut yang menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan senang, antusias dan menyambut baik pelaksanaan program edukasi tersebut.

Program edukatif adalah program-program yang dilakukan oleh PPS untuk mensosialisasikan kepada pengunjung bahwa PPS merupakan wahana yang mengandung unsur edukasi. Program edukasi ini terdiri dari sekelompok kegiatan yang dalam pelaksanaannya pengunjung diberi materi pengetahuan seputar primata dan hal lain yang terkait. Dengan demikian pengunjung tidak hanya mendapat hiburan akan tetapi ditambah dengan pengetahuan. Melalui berbagai

media seperti brosur, booklet dan juga internet PPS rutin menginformasikan program-program edukatif tersebut supaya masyarakat mengenal program-program tersebut. Langkah ini dipilih untuk memperkenalkan PPS yang baru kepada pengunjung bahwa PPS merupakan sebuah pilihan yang sangat tepat untuk dikunjungi yang dapat memberikan manfaat bagi pengunjung. Adapun program edukasi yang dilakukan oleh PPS adalah sebagai berikut:

TABEL 1.6
PROGRAM EDUKASI DI PUSAT PRIMATA SCHMUTZER

Jenis Kegiatan	Implementasi
1. Kuliah Primata	Pengunjung diberi penjelasan tentang primata serta diberi kesempatan untuk bertanya.
2. Pendidikan Sahabat Primata dan Volunteer Schmutzer	Pengunjung mendapatkan presentasi tentang bagaimana menjadi sahabat primata sebagaimana yang dilakukan Schmutzer untuk lebih mencintai satwa.
3. Pemanduan Interpretasi	Pengunjung diajari tata cara dan peraturan selama kunjungan.
4. Obrolan Konservasi	Berdiskusi dengan para narasumber seputar dunia konservasi
5. Pemutaran Film Pendidikan Primata	Pengunjung menyaksikan film tentang primata, perkembangbiakannya, segala macam aktifitasnya dan cara mereka bertahan hidup di alam.
6. Peringatan Hari-Hari Lingkungan	Pengunjung diajari bagaimana untuk lebih mencintai lingkungan demi kelangsungan hidup.

Sumber : Pusat Primata Schmutzer-TMR, 2010

Kegiatan seperti yang disebutkan pada Tabel 1.6 di atas merupakan langkah untuk memberikan layanan maksimal kepada pengunjung. Kegiatan ini merupakan bentuk rekreasi sambil belajar yang dalam pelaksanaannya dibimbing oleh seorang narasumber dari bidang konservasi. Narasumber ini merupakan para ahli dan peneliti primata, kalangan pemerintah atau aktifis LSM, dosen, *fotografer wildlife*, dan lain-lain (Sumber: TMR, 2010). Pengunjung yang mengikuti

kegiatan ini akan mendapatkan banyak hal seputar primata seperti, binatang apa saja yang termasuk primata, apa saja peran mereka terhadap kelangsungan hidup manusia dan bumi. Dengan demikian selain untuk rekreasi pengunjung juga dapat belajar untuk menambah pengetahuan dari berbagai macam kegiatan yang disebutkan di atas.

PPS melakukan kegiatan program edukasi tersebut untuk mengkomunikasikan bahwa PPS tampak lebih unggul dan lebih menarik untuk dikunjungi dibandingkan dengan atraksi lainnya. Dengan demikian PPS melakukan upaya penempatan posisi untuk menjadi yang terbaik di benak pengunjung, dengan kata lain PPS melaksanakan strategi *positioning* sebagai salah satu langkah dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan. Strategi *positioning* merupakan salah satu strategi pemasaran yang berusaha menciptakan persepsi pengunjung terhadap produk atau perusahaan.

Pendekatan yang dapat digunakan untuk melakukan *positioning* yaitu berdasarkan atribut, harga dan kualitas, manfaat, pemakai dan lain-lain. Dalam kaitannya PPS memberikan harga tiket yang sangat terjangkau, memperkenalkan program edukasinya yang gratis dan bermanfaat bagi pengunjung, kualitas narasumbernya yang kompeten. Dalam usahanya untuk membentuk posisi di benak pengunjung sebagai wahana wisata edukasi, PPS dengan rutin melaksanakan program edukasinya untuk membuat wisatawan sadar bahwa PPS merupakan wahana wisata edukasi sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas maka perlu diadakan suatu penelitian tentang **“Pengaruh Strategi *Positioning* Pusat Primata Schmutzer Sebagai Wahana Wisata Edukasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan”** (Survei pada wisatawan yang berkunjung ke Pusat Primata Schmutzer-Taman Margasatwa Ragunan Jakarta).

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan judul penelitian diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *positioning* Pusat Primata Schmutzer sebagai wahana wisata edukasi di Taman Margasatwa Ragunan.
2. Bagaimana keputusan berkunjung wisatawan di Pusat Primata Schmutzer.
3. Seberapa besar pengaruh strategi *positioning* Pusat Primata Schmutzer sebagai wahana wisata edukasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

1.3 Tujuan penelitian

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

1. Strategi *positioning* Pusat Primata Schmutzer sebagai wahana wisata edukasi.
2. Keputusan berkunjung wisatawan ke Pusat Primata Schmutzer.
3. Pengaruh strategi *positioning* Pusat Primata Schmutzer sebagai wahana wisata edukasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap ilmu pemasaran pariwisata khususnya dalam bidang kajian strategi *positioning* di destinasi wisata.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola Pusat Primata Schmutzer-TMR pada khususnya dan kepada seluruh praktisi di bidang pariwisata pada umumnya dalam hal penetapan posisi atau *positioning* sesuai dengan kondisi pasar yang mampu mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke sebuah destinasi wisata. madung

