

2. GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

2.1 Sejarah Taman Margasatwa Ragunan

Pada tahun 1864 di jaman Pemerintahan Hindia Belanda, suatu perkumpulan penyayang flora dan fauna yang menamakan dirinya "*Culture Vereniging Plantenen Dieretuin et Batavia*" mendirikan Kebun binatang yang bernama "*Planten En Diertuin*" yang saat itu berlokasi di Jalan Cikini Raya 3. Kebun binatang tersebut berdiri di atas lahan tanah seluas 10 Ha sebagai sumbangan dari R. Saleh. Beliau adalah salah seorang dari anggota perkumpulan penyayang flora dan fauna yang berprofesi sebagai seorang pelukis.

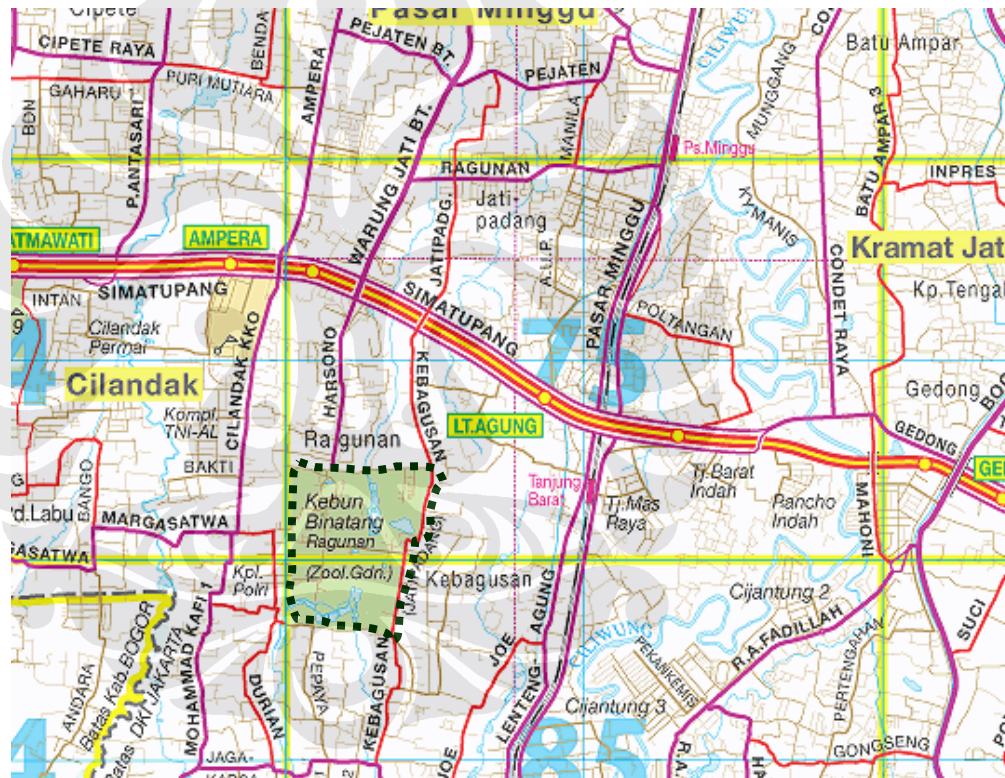
Setelah Indonesia Merdeka, pada tahun 1949 nama "*Planten En Diertuin*" kemudian diubah menjadi Kebun Binatang Cikini. Dengan perkembangan kota Jakarta sebagai Ibukota Negara yang semakin pesat, Cikini dirasa tidak cocok lagi sebagai Kebun binatang. Kemudian, pada tahun 1964 Kebun binatang Cikini dipindahkan ke daerah selatan Jakarta yaitu di daerah Pasar Minggu tepatnya di Ragunan. Pada mulanya Kebun binatang Ragunan menempati areal seluas \pm 30 Ha. Dan pada saat ini telah menjadi \pm 140 Ha.

Kebun binatang Ragunan diresmikan pada tanggal 22 Juni 1966 oleh Gubernur DKI Jakarta saat itu yaitu Ali Sadikin dengan nama "Taman Margasatwa Ragunan". tanggal 22 Juni 1976 bertepatan dengan peringatan hari Kota Jakarta, oleh Gubernur DKI Ali Sadikin, nama Taman Margasatwa Ragunan diubah namanya menjadi "Kebun Binatang Ragunan". Kemudian, berdasarkan Peraturan Daerah DKI Jakarta Nomor 13 tahun 1998 nama Kebun Binatang Ragunan menjadi Taman Margasatwa Ragunan DKI Jakarta.

2.2 Letak Geografis Taman Margasatwa Ragunan

Taman Margasatwa Ragunan berdiri diatas tanah latosol merah dengan area seluas 140 Ha.terletak di daerah Pasar Minggu Jakarta Selatan sekitar 20 km dari pusat kota Jakarta. Lahan tersebut berada pada ketinggian 50 m di atas permukaan laut dengan curah hujan sekitar 2.300 mm, suhu sekitar 30⁰ C, dan kelembaban tahunan rata-rata 60 %.

Gambar 2.1
Peta Lokasi Taman Margasatwa Ragunan

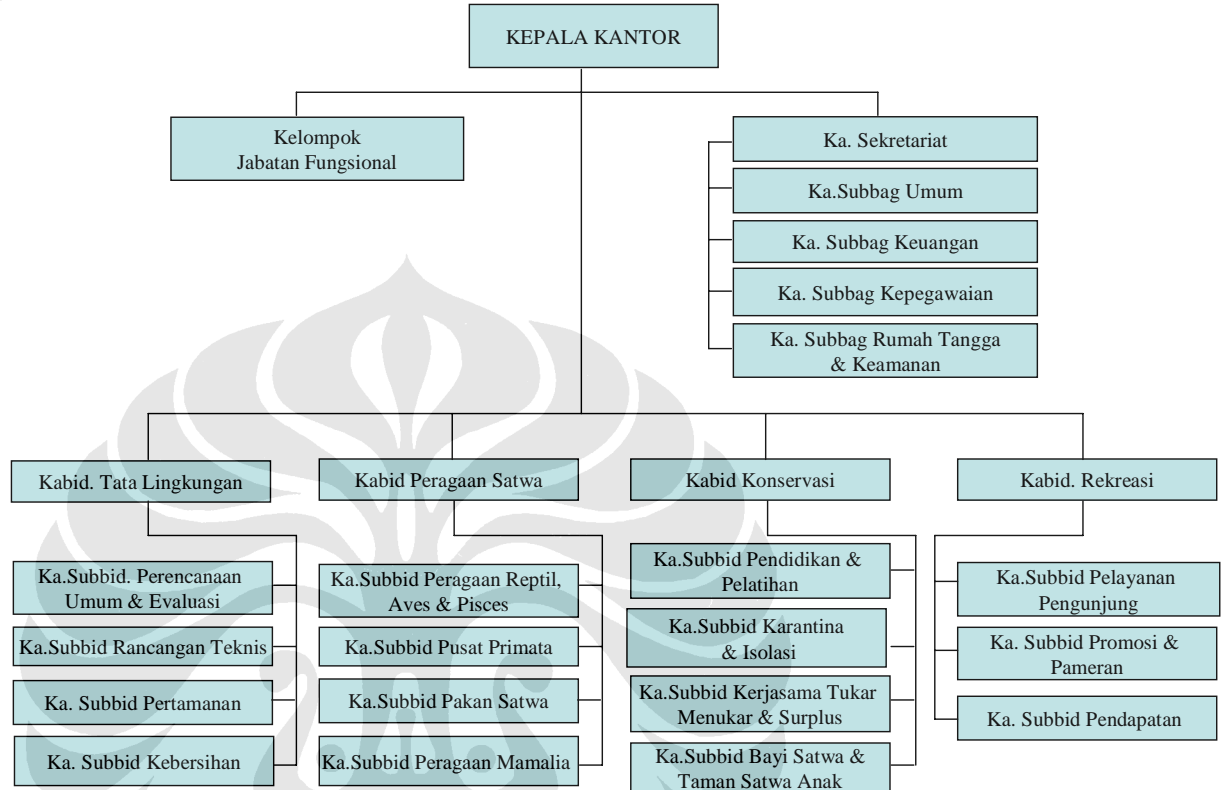


2.3 Struktur Organisasi Taman Margasatwa Ragunan

Taman Margasatwa Ragunan saat ini dipimpin oleh seorang Kepala Kantor, dan dalam melaksanakan tugasnya bertanggung jawab langsung kepada Gubernur. Berikut struktur organisasi Kantor Taman Margasatwa Ragunan Provinsi DKI Jakarta sesuai Keputusan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 141 Tahun 2001.

Gambar 2.2

**BAGAN STRUKTUR ORGANISASI
KANTOR TAMAN MARGASATWA RAGUNAN PROVINSI DKI JAKARTA**



Sumber : Kantor Taman Margasatwa Ragunan

2.4 Visi Misi dan Fungsi

Visi : Mewujudkan Taman Margasatwa Ragunan sejajar dengan Kebun Binatang di kota-kota besar di negara maju yang dihuni oleh satwa-satwa yang sejahtera

Misi :

1. Meningkatkan kualitas kesejahteraan satwa mendekati habitatnya
2. Meningkatkan cinta satwa kepada masyarakat dalam rangka sosialisasi konservasi Ex – situ.
3. Meningkatkan kerja sama ilmiah dan informasi satwa, baik dalam dan luar negeri.

4. Meningkatkan hubungan antar daerah atau negara melalui program tukar-menukar satwa antar Kebun Binatang dalam dan luar negeri.
5. Meningkatkan pelestarian dan keindahan fauna dan flora sebagai suatu ekosistem yang terpadu sebagai tempat wisata alam.
6. Meningkatkan sarana dan prasarana utama, pendukung/penunjang sebagai tempat tujuan wisata di DKI Jakarta.

Selain visi dan misi, tujuan dan sasaran TMR adalah :

Tujuan :

1. Terwujudnya TMR sebagai penyelamat satwa langka.
2. Terwujudnya TMR sebagai paru-paru kota dan wilayah resapan air Ibukota.
3. Terwujudnya TMR sebagai laboratorium alami yang lengkap.
4. Menjadikan TMR sebagai tujuan wisata alam yang ramah lingkungan.
5. Menjadikan TMR sebagai tempat mengekspresikan rasa cinta satwa.

Sasaran :

1. Meningkatkan jumlah koleksi berdasarkan kelangkaannya.
2. Meningkatkan jenis satwa populer di senangi pengunjung.
3. Berhasilnya perkembangan satwa.
4. Meningkatnya partisipasi program in Situ.
5. Tertatanya kawasan melalui perencanaan tata ruang.
6. Tertanganinya masalah limbah.
7. Meningkatnya angka kunjungan wisata.
8. Meningkatnya kualitas SDM.

Sedangkan fungsi dari Taman Margasatwa Ragunan adalah sebagai berikut:

1. Penyusunan program kerja di bidang pengembangan fauna dan flora

2. Pengelolaan, pengembangan dan pelestarian lingkungan khusus di taman margasatwa.
3. Penyelenggaraan pengadaan dan pemeliharaan/perawatan keanekaragaman satwa.
4. Pengelolaan seluruh kegiatan rekreasi di taman margasatwa.
5. Penyelenggaraan promosi dan pameran serta bahan-bahan informasi lain tentang satwa dan habitatnya.
6. Pemungutan retribusi di lingkungan Taman Margasatwa Ragunan.
7. Bekerjasama dengan instansi terkait pemerintah maupun swasta dalam rangka pengembangan kawasan Taman Margasatwa.
8. Pengelolaan dukungan teknis dan administratif.

2.5 Pembiayaan dan Pendapatan

Untuk menjalankan fungsinya tersebut, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta mengucurkan dana yang cukup besar, berikut realisasi anggaran TMR dan realisasi Retribusi dari tahun 2004 s.d 2006 :

Tabel 2.1
Realisasi Anggaran Taman Margasatwa Ragunan
Tahun 2002-2006

No	Tahun	Anggaran	Realisasi	%
1	2002	41.798.016.000	41.053.112.770	98,22
2	2003	33.344.896.200	32.412.630.983	97,09
3	2004	31.386.728.000,-	30.802.870.232,-	98,14
4	2005	36.118.260.806,-	33.621.195.869,-	93,09
5	2006	59.045.016.185,-	50.207.697.640,-	85,03

Tabel 2.2
 Realisasi Pendapatan Taman Margasatwa Ragunan
 Tahun 2002-2006

No	Tahun	Rencana	Realisasi
1	2002	10.108.850.000,-	10.163.679.834,-
2	2003	12.806.088.000,-	12.096.208.676,-
3	2004	14.344.325.000,-	13.965.800.662,-
4	2005	15.578.075.000,-	10.568.110.991,-
5	2006	18.700.000.000,-	13.349.428.001,-

Penetapan retribusi yang baru pada Taman Margasatwa Ragunan berdasarkan Peraturan Daerah Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 1 Tahun 2006 tentang Retribusi Daerah, berikut rincian retribusi TMR :

I Pelayanan Masuk Tempat Rekreasi TMR :

- a. Dewasa Rp. 4.000,- /orang
 b. Anak 3.000,- /orang

Rombongan Pelajar/Mahasiswa/Panti Sosial minimum 30 orang dikenakan tarif 75 % dari tarif yang berlaku

- c. Juru Foto Rp. 10.000,- /orang

II Pemakaian Fasilitas /Sarana TMR :

- a. Mobil Rp. 5.000,- /hari
 b. Bus/Truk Rp. 10.000,- /hari
 c. Motor Rp. 2.500,- /hari
 d. Sepeda Rp. 1.000,- /hari
 e. Kuda Tunggang Rp. 3.000,- /orang
 f. Unta Tunggang Rp. 5.000,- /orang
 g. Gajah Tunggang Rp. 5.000,- /orang
 h. Taman Satwa Anak/Pentas Satwa Rp. 1.500,- /orang

i.	Pusat Primata Schutzer * Dewasa/Anak (Hari Minggu/Besar/Biasa)	Rp.	5.000,-	/orang
j.	Panggung	Rp.	150.000,-	/hari
k.	Gedung Informasi	Rp.	200.000,-	/hari
l.	Gedung Auditorium	Rp.	500.000,-	/hari
m.	Sound System	Rp.	100.000,-	/hari
n.	Pemutaran Film Satwa	Rp.	100.000,-	/judul
o.	Penyewaan Satwa Jinak untuk berfoto	Rp.	2.500,-	/foto
p.	Pedagang Hari Minggu/Besar	Rp.	15.000,-	/hari
q.	Pedagang Hari Biasa	Rp.	10.000,-	/hari
r.	Shooting Film Cerita	Rp.	1.000.000,-	/hari
s.	Shooting Film Iklan	Rp.	1.500.000,-	/hari
t.	Shooting Film Video Dokumenter	Rp.	500.000,-	/hari
u.	Shooting Film Video Keluarga	Rp.	250.000,-	/hari

2.6 Koleksi Satwa

Sebagai kebun binatang, keanekaragaman dan jumlah satwa merupakan salah satu daya tarik yang ditawarkan oleh Taman Margasatwa Ragunan. Pusat Primata Schmutzer adalah produk unggulan yang banyak diminati pengunjung. Dengan luas 13 Ha Pusat Primata Schmutzer dirancang dengan konsep *open zoo*, dimana satwa yang tinggal didalamnya seolah-olah berada di habitat aslinya. Pusat Primata Schmutzer ini dibangun pada tahun 1999 melalui kerjasama yang didanai oleh pemerhati lingkungan (pihak Schmutzer) dan diresmikan pada tanggal 22 Agustus 2002 oleh Gubernur DKI Jakarta Sutiyoso.

Tabel 2.3
Tingkat kunjungan pada Pusat Primata Schmutzer
Tahun 2002 s.d 2006

No	Tahun	Kunjungan Wisatawan			Jumlah Rp
		Dewasa	Anak	Jumlah	
1	2002	107.717	44.364	152.176	614.290.000,-
2	2003	251.292	102.223	353.515	1.382.183.000,-
3	2004	393.683	174.373	568.056	2.192.743.000,-
4	2005	316.084	146.501	462.585	1.751.533.000,-
5	2006	363.931	85.877	449.808	2.074.823.000,-

Sedangkan jumlah aset satwa yang ada di Taman Margasatwa Ragunan adalah sebagai berikut :

Tabel 2.4
Inventarisasi Satwa / 31 Desember 2006

No	Klas	Bangsa/ Ordo	Suku/ Family	Jenis/ Species	Jumlah Species
1	Mamalia	10	29	93	1.133
2	Aves	16	33	143	2.128
3	Reptilia	3	9	45	379
4	Pisces	4	8	19	168
Jumlah		33	79	300	3.808

3. TINJAUAN LITERATUR

3.1 Perkembangan, Ruang dan Fasilitas Kota

3.1.1 Perkembangan dan Fasilitas Kota

Menurut Zoer'aini (2005;39) "Sebuah kota dapat berkembang dengan sehat, jika di dalam kota itu terdapat dinamika keseimbangan dari berbagai fenomena", lebih lanjut Zoer'aini (2005;47) juga mengungkapkan bahwa :

"sebuah kota mempunyai fungsi majemuk, yaitu sebagai pusat populasi, perdagangan, pemerintahan, industri, maupun pusat budaya. Untuk itu semua kota perlu ditunjang dengan sarana dan prasarana yang memadai, seperti adanya kawasan permukiman, perdagangan, pemerintahan, industri, sarana kebudayaan, kesehatan dan rekreasi".

Gary Hack. 1992. Perencanaan Fisik dan Rancangan Perkotaan. dalam: Catanese & Snyder : 225-230 mengungkapkan bahwa perkembangan kota dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu perkembangan kota secara alamiah dan perkembangan kota dengan perencanaan yang dirancang setiap bagiannya secara sangat terperinci, perencanaan tersebut bertujuan untuk menciptakan kota yang efisien dengan menyediakan sarana dan fasilitas kota guna memenuhi kebutuhan warga kota. Fasilitas kota yang dimaksud meliputi : sarana dan prasarana transportasi, saluran, jalan, taman atau fasilitas umum.

Lebih lanjut William M. Marsh 1992. Perencanaan Lingkungan. dalam Catanese & Snyder : 338 menyatakan Perencanaan lingkungan merupakan spesialisasi atau titik pusat perencanaan kota yang menempatkan prioritas utama pada berbagai masalah lingkungan, mencakup masalah penggunaan lahan, serta kebijakan, dan rancangan penggunaannya. Istilah lingkungan terutama mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan kualitas dan kuantitas air, kualitas udara dan iklim, tanah dan lapangan, serta flora dan fauna karena kaitannya dengan kondisi manusia dan lingkungan buatan.

Jay M Stein. 1992. Prasarana Umum. dalam Catanese & Snyder : 317-319 mengkatagorikan fasilitas prasarana umum menjadi dua yaitu fasilitas pelayanan dan fasilitas produksi. Fasilitas pelayanan terdiri dari pendidikan, kesehatan,

transportasi, kehakiman dan rekreasi sedangkan fasilitas produksi terdiri dari energi, pemadam kebakaran, sampah padat, telekomunikasi, air limbah dan air bersih.

3.1.2 Ruang dan Fasilitas Kota

Pengaturan penggunaan lahan dalam suatu wilayah kota oleh pemerintah didasarkan pada beberapa alasan antara lain (Tarigan;2005,51) :

1. perlu tersedianya lahan untuk kepentingan umum
2. adanya faktor eksternalitas
3. informasi yang tidak sempurna
4. daya beli masyarakat yang tidak merata dan
5. perbedaan penilaian masyarakat antara manfaat jangka pendek dengan manfaat jangka panjang.

Salah satu aspek penting dalam pengaturan dalam penggunaan lahan adalah perlu tersedianya lahan untuk kepentingan umum (*public goods*), hal ini sangat berkaitan erat dengan unsur ruang dan fasilitas kota. Berdasarkan RTRW 2010 peruntukkan ruang dan fasilitasnya antara lain mencakup :

1. Wisma dengan fasilitasnya
2. Wisma taman dengan fasilitasnya
3. Penyempurna hijau binaan dengan fasilitasnya
4. Penyempurna hijau lindung dengan fasilitasnya
5. Wisma dan bangunan umum dengan fasilitasnya
6. Karya pemerintah dengan fasilitasnya
7. Karya/bangunan umum dengan fasilitasnya
8. Karya taman dengan fasilitasnya
9. Suka/Fasilitas Umum
10. Karya Industri/perdagangan dengan fasilitasnya

Salah satu peruntukkan ruang dan fasilitas diatas adalah penyempurna hijau binaan dan fasilitasnya. Secara umum kawasan tersebut merupakan wilayah dengan ketentuan sebagai daerah resapan air, Koefisien Dasar Bangunan rendah

(10% - 20%) dan fasilitas yang dibangun merupakan sarana penunjang terhadap lingkungannya.

Fasilitas yang dibangun pada lokasi ini antara lain mencakup situ, taman kota, hutan kota, namun ada beberapa fasilitas yang dibangun yang dapat menghasilkan profit diantaranya sebagai Taman Rekreasi yang berfungsi juga sebagai daerah tujuan wisata.

Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa perkembangan kota yang dinamis perlu direncanakan secara cermat yang meliputi penyediaan sarana dan prasarana serta berbagai fasilitas yang menjadi kebutuhan warga kota, menyediakan ruang terbuka hijau atau taman dan yang keberadaannya dapat dimanfaatkan sebagai sarana rekreasi atau tempat wisata.

3.2 Aset dan Manajemen Aset

Menurut Kamus Istilah Keuangan dan Investasi, yang disusun oleh John Downes dan Jordan E. Goodman (lihat Sulaiman, 2000:9) aset adalah apa saja yang mempunyai nilai komersial atau nilai pertukaran yang dimiliki oleh bisnis, lembaga atau perorangan. Sedangkan menurut T Guritno pengertian *assets* adalah segala sesuatu yang bernilai, bisa berupa perorangan atau organisasi.

Pada dasarnya aset dapat dibagi menjadi 2 yaitu aset berwujud (*tangible assets*) dan aset yang tidak berwujud (*intangible assets*), perbedaan aset berwujud dan aset tidak berwujud dapat dilihat pada tabel 3.1 (Siregar:2004)

<i>Tangible Assets</i>	<i>Intangible Assets</i>
Berwujud	Tidak berwujud
Diukur dengan tepat	Sulit untuk diukur
Bagian dari neraca	Tidak terlacak dengan akunting
Investasi yang diketahui hasilnya	Penilaian berdasarkan asumsi
Dapat dengan mudah digandakan	Tidak bisa dibeli atau ditiru
Terdeprediasi karena pemakaian	Dihargai dengan tujuan tertentu
Bisa dikendalikan melalui control	Bisa dikendalikan melalui penyertaan
Memiliki aplikasi terbatas	Memiliki banyak aplikasi
Dapat dijumlahkan dan disimpan	Dinamis

Lebih lanjut Doli mengungkapkan bahwa di dalam aset tak berwujud dipengaruhi oleh sistem yang difokuskan pada sumber daya manusia (SDM) secara strategis baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Doli dalam Manajemen aset sendiri dapat dibagi dalam lima tahapan kerja yang saling berhubungan dan terintegrasi, yaitu inventarisasi aset, legal audit, penilaian aset, optimalisasi aset dan pengembangan SIMA (sistem informasi manajemen aset).

Secara umum pengertian aset menurut Doli (2000:178) adalah :

”Pengertian aset secara umum adalah barang (*thing*) atau sesuatu barang (*anything*) yang mempunyai nilai ekonomi (*economic value*) atau nilai tukar (*exchange value*) yang dimiliki oleh badan usaha, instansi atau individu (perorangan)”

Pengertian Aset menurut Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2005 tentang Standar Akuntansi Pemerintahan. Adalah sebagai berikut:

”Aset adalah sumber daya ekonomi yang dikuasai dan/atau dimiliki oleh pemerintah sebagai akibat dari peristiwa masa lalu dan dari mana manfaat ekonomi dan atau/atau sosial di masa depan diharapkan dapat diperoleh, baik oleh pemerintah maupun masyarakat, serta dapat diukur dalam satuan uang, termasuk sumber daya non keuangan yang diperlukan untuk penyediaan jasa bagi masyarakat umum dan sumber-sumber daya yang dipelihara karena alasan sejarah dan budaya.”

Menurut Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 32 Tahun 1998 yang dimaksud dengan Barang Daerah adalah Aset Daerah berupa barang bergerak dan barang tidak bergerak yang dimiliki/dikuasai Pemerintah Daerah yang sebagian atau seluruhnya dibeli atas beban APBD serta perolehan lain yang sah. Hal ini didukung oleh Keputusan Menteri Keuangan Nomor KEP 225/MK/V/4/1971 yang menggolongkan barang tidak bergerak milik negara antara lain :

- (1) Tanah kehutanan, tanah pertanian, tanah perkebunan, lapangan olah raga dan tanah yang belum dipergunakan, dan seterusnya.
- (1) Gedung-gedung yang dipergunakan untuk kantor, pabrik, bengkel, dan seterusnya.
- (2) Gedung-gedung tempat tinggal tetap atau sementara seperti rumah-rumah tempat tinggal, dan seterusnya.
- (3) Monumen-monumen seperti Monumen Purbakala (candi-candi), monumen alam, dan seterusnya.

Sedangkan untuk golongan barang-barang bergerak milik negara antara lain :

- (1) Alat-alat besar seperti Bulldozer, tractor, dan seterusnya.
- (2) Peralatan-peralatan yang berada dalam pabrik, bengkel, studio, dan seterusnya.
- (3) Hewan-hewan seperti sapi, kerbau, dan seterusnya.
- (4) Barang persediaan.

Sedangkan untuk mengelola suatu aset agar dapat memberikan manfaat secara efektif dan efisien diperlukan Manajemen Aset yang baik, menurut Barata (1995)

Manajemen aset adalah :

”Suatu proses pemberian bimbingan/petunjuk mengenai pengadaan, penggunaan, dan penghapusan aset untuk menghasilkan manfaat sebesar mungkin dan mengelola risiko dan biaya yang mungkin timbul selama masa pemanfaatan aset.”

Selanjutnya juga diungkapkan bahwa tujuan utama dari manajemen aset adalah membantu organisasi pemerintah agar dapat memenuhi tujuan penyediaan pelayanan secara efektif dan efisien. Manajemen aset yang efektif juga:

- Memperbesar manfaat aset dengan memastikan bahwa aset digunakan dan dipelihara secara layak;
- Mengurangi kebutuhan aset baru dan menghemat uang melalui teknik manajemen kebutuhan dan pilihan manfaat non-aset (seperti *leasing*, dan sebagainya);
- Memperoleh nilai uang yang lebih besar melalui penilaian ekonomis atas pilihan yang diambil dalam perkiraan siklus hidup dan biaya penuh, teknik manajemen nilai, dan keterlibatan sektor swasta;
- Mengurangi pengadaan aset yang tidak perlu dengan membuat organisasi (pemerintah) menyadari, dan mensyaratkan mereka agar membayar seluruh biaya yang timbul atas perolehan dan penggunaan aset; dan memfokuskan perhatian pada hasil dengan memberikan pembebanan tanggungjawab, akuntabilitas, dan keperluan pelaporan secara jelas.

Hal ini sependapat dengan yang diungkapkan Amaratunga (dalam Shahabudin, 2006;143) bahwa untuk mencapai tujuan organisasi agar lebih efektif dan efisien,

dalam pengelolaan aset organisasi memerlukan manajemen aset yang berfungsi untuk mendukung tercapainya tujuan dari organisasi.

Sedangkan menurut Sulaiman (2000) lingkup manajemen aset merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan secara saling mengait dan merupakan suatu siklus logistik secara sistematis meliputi : perencanaan, penentuan kebutuhan, penganggaran, pengadaan, penyimpanan dan penyaluran, pemeliharaan, penghapusan dan pengendalian.

Lebih lanjut juga disampaikan oleh Sulaiman bahwa pemanfaatan aset daerah salah satunya dapat dilakukan melalui penyewaan, pengguna-usahaan, swadana dan pinjam pakai. Untuk pemanfaatan aset Daerah melalui penyewaan hasilnya yang merupakan penerimaan Daerah, dan seluruhnya harus disetor ke Kas Daerah. Dari pengertian-pengertian di atas, maka aset dapat dirumuskan sebagai sesuatu barang milik seseorang atau organisasi swasta maupun pemerintah baik itu yang berwujud maupun tidak berwujud yang memiliki nilai ekonomis, dan barang tersebut digolongkan menjadi dua yaitu barang bergerak dan barang yang tidak bergerak. Sedangkan dalam pemanfaatan aset diperlukan manajemen yang baik dan strategi yang tepat guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

3.3 Taman Margasatwa sebagai Aset Pariwisata

3.3.1 Pengertian Taman Margasatwa

Menurut Kamus besar Bahasa Indonesia yang disusun oleh Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kebun binatang atau Taman Margasatwa adalah tempat memelihara berbagai binatang untuk tujuan perlindungan, pendidikan dan sebagai tempat rekreasi. Sedangkan didalam Esiklopedia Umum (1973) Taman Margasatwa adalah taman umum milik perorangan/pemerintah yang digunakan untuk kepentingan sosial sebagai tempat untuk memelihara dan mempertunjukkan berbagai satwa. Taman margasatwa secara umum dapat diartikan sebagai tempat mengoleksi berbagai jenis satwa yang dipelihara untuk tujuan tertentu dalam satu lokasi. Lebih jelas Wemmer (Lusianto 2005:6-7) menyatakan bahwa taman margasatwa adalah :

- a. Sebagai edukasi kebun binatang memiliki peran penting dalam pendidikan masyarakat tentang keselamatan kehidupan liar dan populasi umat manusia. Setiap kebun binatang berperan untuk mendidik masyarakat tentang aneka fauna serta memberikan daya tarik satwa melalui pertunjukan kepada masyarakat.
- a. Sebagai konservasi, kebun binatang memiliki peran untuk meningkatkan kesadaran akan perlindungan yang ditanamkan pada diri masyarakat dalam program propaganda untuk jenis-jenis mamalia, burung, reptil dan amphibi program dimaksudkan untuk mempertahankan jenis-jenis satwa dan menjamin populasi satwa agar tidak punah di kehidupan liar dalam jangka panjang.
- b. Sebagai tempat penelitian yaitu untuk melakukan pengumpulan dan pencatatan informasi yang sistematis dan menganalisis informasi untuk menjawab dan untuk memperbaikinya (proses perbaikan pengetahuan dan pemecahan masalah).

Pada tahun 1999 Mallinson (Lusianto 2005:8) menyatakan bahwa :

”Kebun binatang sebagai institusi sosial yang merespon dengan baik perubahan sikap dan kultur, serta prioritas pelaksanaan perencanaan dan pengaturan konservasi satwa. Hal ini akan tergantung pada peningkatan derajat kerjasama (*cooperation*), koordinasi (*coordination*) dan mengadopsi pendekatan berbagai disiplin (*multi disciplinary*) yang berhubungan dengan seluruh permasalahan untuk usaha konservasi ke depan.”

Lebih lanjut juga diungkapkan bahwa kebun binatang merupakan sebagai organisasi yang mencurahkan untuk konservasi kehidupan liar dan untuk dipertunjukkan kepada publik.

Sedangkan dalam ketentuan Undang-undang No. 5 Tahun 1990 tentang Konservasi, Kawasan suaka margasatwa adalah kawasan suaka alam yang mempunyai ciri khas berupa keanekaragaman dan atau keunikan jenis satwa yang untuk kelangsungan hidupnya dapat dilakukan pembinaan terhadap habitatnya.

Fungsi utama Kebun Binatang ialah sebagai satu sarana pendidikan, media penelitian, sarana rekreasi, konservasi alam dan pembiakan serta karantina binatang (Ali Sadikin 1977:214), lebih lanjut Ali Sadikin juga menyatakan ”dalam

perkembangannya bukan saja kepada konservasi dan preservasi flora tapi termasuk faunanya yang berfungsi sebagai sarana rekreasi alam”.

Disamping sebagai sarana pendidikan, sarana konservasi, dan sarana penelitian taman margasatwa dapat juga dimanfaatkan sebagai tempat rekreasi/pariwisata. Hal ini dimungkinkan karena taman margasatwa memiliki daya tarik yang dapat menggugah minat masyarakat untuk berkunjung ke tempat tersebut.

Keberadaan Taman Margasatwa Ragunan berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 3 Tahun 2001 tentang Bentuk Susunan Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah dan Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta merupakan salah satu unit organisasi milik Pemerintah Daerah DKI Jakarta yang mempunyai tugas sesuai pasal 154 ayat (1), yaitu melaksanakan konservasi, pelestarian keanekaragaman satwa, pendidikan dan penelitian, rekreasi alam serta mempertahankan daerah resapan air, paru-paru kota dan ruang terbuka hijau.

3.3.2 Pengertian Pariwisata

Berdasarkan Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata, pengertian dari istilah wisata adalah ”Kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan atraksi wisata”, sedangkan usaha pariwisata, dibagi menjadi tiga kelompok, dan setiap jenis usaha pariwisata di masing-masing kelompok adalah : usaha jasa pariwisata, perusahaan objek dan daya tarik wisata, dan usaha sarana pariwisata. Yang dimaksud dengan usaha adalah kegiatan yang menghasilkan barang dan atau jasa untuk dijual, dalam suatu lokasi tertentu, mempunyai catatan administrasi tersendiri dan ada salah satu orang yang bertanggung jawab atas kelangsungan operasional usaha. Adapun konsep dan definisi setiap jenis usaha pariwisata adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan objek dan daya tarik wisata alam adalah : perusahaan objek wisata yang daya tarik bersumber pada keindahan sumber daya alam dan tata lingkungannya, baik dalam keadaan alami maupun setelah ada budidaya manusia.

2. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata budaya adalah : pengusahaan objek wisata yang memanfaatkan seluruh aspek kebudayaan baik berbentuk fisik maupun non fisik yang dapat dimanfaatkan dan dikembangkan dan dikembangkan sebagai objek dan daya tarik wisata.
3. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata minat khusus adalah pengusahaan objek wisata yang memanfaatkan sumber daya alam dan potensi seni budaya bangsa untuk menimbulkan daya tarik dan minat khusus sebagai sasaran wisata.

Menurut Pendit (1987:10) mendefinisikan pariwisata sebagai berikut :

”Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu”.

Pengertian lain tentang pariwisata juga diungkapkan oleh Wahab (1992:3) sebagai berikut :

”Batasan pariwisata hendaknya memperhatikan anatomi dan gejala-gejala yang terdiri dari tiga unsur, yaitu manusia (man); yakni orang yang melakukan perjalanan wisata ruang (space); yaitu daerah atau ruang lingkup tempat melakukan perjalanan dan waktu (time); yaitu waktu yang digunakan selama perjalanan dan tinggal di daerah tujuan wisata”.

Untuk membedakannya dengan perjalanan pada umumnya, maka wisata memiliki karakteristik sebagai berikut.

1. Bersifat sementara, dalam jangka waktu pendek (waktu yang ditentukan) pelaku wisata akan kembali ke tempat asalnya.
2. Melibatkan beberapa komponen wisata, misalnya sarana transportasi, akomodasi, restoran, objek wisata, toko cinderamata, dan lain-lain.
3. Umumnya dilakukan dengan mengunjungi objek dan atraksi wisata daerah atau bahkan negara secara berkesinambungan.
4. Perjalanan dilakukan dalam suasana santai.
5. Memiliki tujuan tertentu yang pada dasarnya untuk mendapatkan kesenangan.
6. Tidak untuk mencari nafkah di tempat tujuan, bahkan keberadaannya dapat memberikan kontribusi pendapatan bagi masyarakat atau daerah yang dikunjungi, karena uang yang dibelanjakannya dibawa dari tempat asal.

Dari pengertian-pengertian di atas, maka wisata dapat dirumuskan sebagai perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang, yang bersifat sementara, untuk menikmati objek dan atraksi di tempat tujuan. Wisata adalah sebuah perjalanan, namun tidak semua perjalanan dapat dikatakan sebagai wisata. Dengan kata lain, melakukan wisata berarti melakukan perjalanan, tetapi melakukan perjalanan belum tentu melakukan wisata.

Dari pengertian tentang Taman Margasatwa, Pariwisata dan Aset maka dapat disimpulkan bahwa taman margasatwa merupakan aset pariwisata karena mempunyai nilai ekonomis yang dapat menarik minat wisatawan yang memungkinkan dapat memberi keuntungan bagi pemilik maupun pengelola, selain itu di dalam taman margasatwa itu sendiri terdapat barang yang merupakan aset fisik (*physical assets*) berupa tanah, bangunan, atau berbagai fasilitas dan aset hidup/aset satwa (*life assets*). Aset fisik berupa fasilitas dan aset satwa itu sendiri merupakan salah satu daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi taman margasatwa.

3.4 Aspek-aspek Pengelolaan Aset Taman Margasatwa Ragunan

Terdapat beberapa tahap untuk meningkatkan pengelolaan suatu aset, yaitu merencanakan (*planning*), mempersiapkan (*preparing*), menyediakan (*providing*), melaksanakan (*processing*), kinerja (*performing*) melindungi (*protecting*), dan mempromosikan (*promoting*). Rangkaian kegiatan tersebut dilakukan agar suatu aset dapat lebih efektif memenuhi tujuannya.

Planning aset harus dilakukan sebagai tindakan perencanaan penggunaan aset dimasa yang akan datang untuk mendukung operasionalisasi kegiatan organisasi. *Providing* merupakan suatu upaya melengkapi sarana dan prasarana yang terkait dengan operasionalisasi aset dalam bentuk penyediaan berbagai fasilitas untuk menunjang manfaat aset. *Protecting* merupakan upaya melindungi aset dari gangguan yang dapat merusak keberadaan aset. Sedangkan *Promoting* adalah upaya memasarkan aset sehingga menggugah minat pengguna jasa/konsumen untuk mengenal, memahami dan berminat memanfaatkan aset.

Darsoprajitno (2002 : 401-405) menyatakan :

”manajemen pariwisata sebagai satu kesatuan dari beberapa unsur baik itu dari dalam organisasi pengelolaan obyek wisata maupun unsur menunjang yang mendukung seperti daya tarik dari obyek wisata dan para wisatawan/pengunjung, sehingga tercipta suatu interdependensi. Selain itu juga diperlukan sarana penunjang yang dipaduserasikan dalam suatu jaringan kerja”.

Dari pengertian tersebut diatas, terkait dengan pengelolaan Aset di Taman Margasatwa Ragunan yang berfungsi menjaga, melestarikan keanekaragaman satwa dengan melindungi jenis satwa agar tetap dalam konsidi yang baik sehingga terhindar dari kepunahan terdapat 3 aspek penting yang terkait dengan pengelolaan Taman Margasatwa Ragunan, yaitu : Fasilitas, Aset Satwa dan Promosi.

3.4.1 Fasilitas

Fasilitas pemerintah berupa bangunan atau ruang terbuka adalah merupakan aset yang secara umum diperuntukkan bagi masyarakat, fasilitas pemerintah tersebut berfungsi sebagai pemberian jasa pelayanan kepada masyarakat, pada umumnya meliputi jaringan dan/atau bangunan-bangunan yang memberi pelayanan dengan fungsi tertentu kepada masyarakat maupun perorangan berupa kemudahan seperti bangunan-bangunan kesehatan, peribadatan, pendidikan pemerintahan, sarana transportasi umum, dsb.

Menurut Pendit (Robbi;1997), sarana penunjang Pariwisata yaitu fasilitas-fasilitas yang diperlukan wisatawan khususnya bisnis yang berfungsi tidak hanya melengkapi sarana pokok atau sarana pelengkap tetapi fungsi yang lebih penting agar wisatawan lebih banyak membelanjakan uangnya di tempat yang dikunjungi.

Sarana ibadah merupakan salah satu fasilitas yang dibutuhkan pengunjung di lokasi wisata dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan rohaninya yang harus dilaksanakan. Menurut Koestoer (1997;139) ”fasilitas peribadatan merupakan sarana kehidupan guna mengisi kebutuhan rohani”. Dalam hal ini Pengelola Taman Margasatwa Ragunan sebagai tempat rekreasi perlu menyediakan sarana tersebut berdasarkan pendekatan perkiraan populasi dan jenis agama pengunjung Taman Margasatwa Ragunan.

Menurut Yoeti (1993;181) yang dimaksud dengan "prasarana pariwisata adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan pada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan".

Sarana parkir adalah bagian yang tidak terpisahkan dari objek dan atraksi wisata. Atraksi yang menarik boleh jadi hanya dapat dinikmati sebatas saja apabila tidak tersedia tempat parkir. Beberapa faktor yang perlu diperhatikan berkaitan dengan tempat parkir adalah lokasi, kapasitas, fasilitas, waktu beroperasi, dan tarif parkir. Hal ini sesuai dengan pendapat Nourse (1990;63) yang menyatakan "*Parking space. There should be adequate parking for the volume of bussiness expected at the site*". Jadi ruang parkir yang baik harus sesuai dengan jumlah kebutuhan yang di harapkan pada lokasi usaha.

Selanjutnya sarana bermain perlu disediakan oleh pengelola Taman Margasatwa Ragunan. Fasilitas ini fungsinya selain sebagai kesegaran lingkungan juga dapat berfungsi sebagai taman dan tempat bermain anak-anak. (Koestoer, 1997;140).

Sarana perbelanjaan di Taman Margasatwa Ragunan disediakan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung baik itu berupa rumah makan/kantin, toko untuk souvenir dan keperluan lainnya seperti penjualan film dan batu batery untuk dokumentasi.

Sarana toilet, ketersediaan toilet umum pada lokasi wisata sangat mutlak diperlukan bagi pengunjung karena itu pada setiap lokasi perlu dibangun dengan jumlah yang mencukupi serta letak yang mudah ditemukan.

Sarana transportasi di dalam area kawasan wisata yang luas berkaitan erat dengan mobilisasi wisatawan. Dalam perkembangan pariwisata dewasa ini alat transportasi tidak hanya dipakai sebagai sarana untuk membawa wisatawan dari satu tempat ke tempat lain, namun juga digunakan sebagai atraksi wisata yang menarik. Sebagai komponen wisata, maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan sehubungan dengan sarana transportasi ini, antara lain: jenis, fasilitas, biaya, lokasi, dan lain-lain.

Berdasarkan pengertian diatas maka terdapat beberapa fasilitas yang dibutuhkan dalam operasional Taman Margasatwa Ragunan yang diperuntukkan bagi wisatawan yang berkunjung ke tempat tersebut. Fasilitas yang dimaksud adalah :

Sarana ibadah, sarana parkir, sarana bermain, sarana kantin, sarana toilet, sarana transportasi dalam.

Adanya berbagai fasilitas yang terdapat di Taman Margasatwa Ragunan yang diperuntukkan bagi para pengunjung dapat dikategorikan menjadi 3 yaitu : fasilitas khusus, fasilitas utama dan fasilitas pendukung. Fasilitas khusus yang terdapat di Taman Margasatwa Ragunan berupa kandang satwa, sedangkan fasilitas utamanya adalah sarana ibadah, kantin, toilet dan sarana parkir dan untuk fasilitas pendukung yang ada di Taman Margasatwa Ragunan adalah sarana bermain, sarana berteduh dan sarana transportasi yang ada di area Taman Margasatwa Ragunan.

Dari berbagai fasilitas yang ada di Taman Margasatwa Ragunan dan dari pendapat tentang fasilitas, maka penulis membagi fasilitas yang ada di Taman Margasatwa Ragunan menjadi 3 : (1) fasilitas khusus yaitu fasilitas yang keberadaannya untuk menjaga keselamatan binatang dan pengunjung, bentuk fasilitas ini adalah kandang satwa, (2) fasilitas utama yaitu fasilitas yang harus disediakan oleh pengelola Taman Margasatwa Ragunan guna memberikan berbagai kemudahan dalam memenuhi kebutuhan pengunjung seperti sarana ibadah, kantin, toilet dan tempat parkir (3) fasilitas pendukung yaitu fasilitas yang keberadaannya digunakan sebagai pelengkap dalam melayani pengunjung seperti sarana berteduh, sarana bermain dan alat transportasi di dalam area.

3.4.2 Aset Satwa

Di dalam Keputusan Menteri Keuangan Nomor KEP 225/MK/V/4/1971 yang menggolongkan hewan atau satwa sebagai barang bergerak maka ketersediaan berbagai jenis satwa merupakan aset yang dimiliki oleh Taman Margasatwa Ragunan, yang dalam pengertian aset termasuk didalam aset fisik. Karena aset ini adalah makhluk hidup maka dapat dikategorikan sebagai aset hidup (*life asset*). Aspek-aspek yang tercakup dalam aset ini adalah jumlah dan keanekaragamannya.

Disamping itu untuk lebih dapat menarik minat pengunjung keahlian dari satwa ini dapat dimanfaatkan menjadi atraksi, karena atraksi merupakan salah satu

faktor penentu yang dapat menarik minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ke suatu daerah tujuan wisata, dengan kata lain bila suatu objek wisata kurang menarik, maka daya tariknya bisa diperkuat dengan menambah atraksi yang bisa diperkuat dengan menambah atraksi yang bisa memicu kedatangan wisatawan di tempat objek berada. Beberapa pemanfaatan satwa sebagai atraksi seperti gajah tunggang, kuda tunggang, onta tunggang dan juga sirkus satwa adalah beberapa kegiatan yang telah dilakukan oleh pengelola Taman Margasatwa Ragunan.

3.4.3 Promosi

Dalam rangka meningkatkan tingkat kunjungan pada obyek wisata, Promosi adalah suatu komunikasi informasi dari penjual kepada pelanggan yang bertujuan untuk mengubah sikap dan tingkah laku pelanggan, sehingga mereka yang tadinya tidak mengenal perusahaan dan produk yang ditawarkan kemudian menjadi mengenalnya. Secara ringkas, promosi dapat diartikan suatu arus informasi atau bujukan dari penjual kepada pelanggan, yang dilakukan untuk mengarahkan orang-orang agar dapat mewujudkan pembelian atas produk yang ditawarkan. Barata, (1995;256)

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa :

- a. Promosi merupakan alat bantu untuk mengidentifikasi atau memperkenalkan perusahaan dan produk;
- b. Promosi merupakan alat untuk menghibau atau membujuk pembeli;
- c. Promosi merupakan alat untuk meneruskan informasi dalam pengambilan keputusan konsumen.

Selain itu Promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya dan membujuk konsumen sasaran agar membelinya. Adapun kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam promosi adalah periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, publisitas, *public relation*, dan *direct marketing*.

Menurut Widoyono (2006)

”Pemasaran merupakan salah satu dari berbagai kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan

kelangsungan hidup usahanya, disamping juga untuk mengembangkan dan mendapatkan laba”.

Sedangkan Yazid (2005;18) mengungkapkan :

”Cakupan kegiatan pemasaran ditentukan oleh konsep pemasaran yang disebut bauran pemasaran (*marketing mix*). Elemen-elemen bauran pemasaran terdiri dari semua variabel yang bisa di kontrol perusahaan dalam komunikasinya dengan dan akan dipakai untuk konsumen sasaran”

Masih menurut Yazid, bauran pemasaran terdiri dari 4 elemen (4P's) : produk, harga, distribusi dan promosi, sedangkan dalam pemasaran jasa ada elemen-elemen yang bisa di kontrol dan di koordinasikan untuk keperluan komunikasi dengan dan memuaskan konsumen jasa. Elemen tersebut adalah orang (*people participants*), lingkungan fisik dimana jasa diberikan atau bukti fisik (*physical evidence*) dan proses jasa itu sendiri (*process*). Dengan demikian 4 P's untuk bauran pemasaran barang menjadi 7 P's jika ditinjau dalam pemasaran jasa.

Menurut Yoeti (1996;40)

”Agar para wisatawan dapat mengetahui tentang produk apa saja yang tersedia, obyek dan atraksi apa yang perlu dilihat, fasilitas apa saja yang dapat dinikmati, maka kepada wisatawan perlu diberikan informasi melalui bahan-bahan promosi yang dikirim secara kontinue, melalui *Travel Mark* atau pameran, pengiriman tim kesenian, sehingga wisatawan tertarik berkunjung ke suatu Daerah Tujuan Wisata tertentu”.

Sedangkan pelaksanaan promosi melalui bauran promosi (*promotion mix*) disebut juga bauran komunikasi pemasaran, menurut Atep Adya Barata (1995;263) adalah pelaksanaan promosi dengan menggunakan iklan, promosi penjualan, penjualan secara personal (tatap muka) dan publisitas. Dengan demikian dalam bauran promosi empat alat penting yang digunakan adalah :

- a. Periklanan, yaitu setiap bentuk penampilan non personal dan promosi tentang gagasan, barang atau jasa yang dilakukan oleh sponsor tertentu dengan sejumlah pembayaran tertentu.
- b. Promosi penjualan, yaitu insentif jangka pendek untuk mendorong terjadinya penjualan suatu produk.
- c. Publisitas, yaitu rangsangan non personal demi permintaan akan suatu produk dengan cara menyebarkan berita komersil mengenai produk tersebut pada

media tertentu seperti media cetak, media elektronik tanpa dibayar oleh sponsor.

- d. Penjualan secara personal, yaitu penampilan langsung, bertatap muka dengan calon pembeli untuk tujuan penjualan.

Penggunaan mass media dan media elektronik untuk sarana promosi yang biasa disebut dengan *advertising* atau iklan merupakan komunikasi secara umum antara pemerintah sebagai pihak yang memiliki objek dan atraksi wisata, pengelola dan bisa jadi Badan Pengelola Wisata dengan masyarakat (*potential clients*) untuk memberitahu, menginformasikan mengenai produk, yang mungkin sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Penggunaan *advertising* sebagai sarana promosi itu perlu dipilih media dan desain iklan yang sesuai dan efektif, dalam hal media perlu disesuaikan dengan (1) target pasar yang dituju, (2) tujuan promosi atau pemasaran yang dilakukan, (3) tersedianya anggaran untuk promosi. Menurut (Yoeti,2000:289) desain iklan yang efektif apabila dapat:

1. Memberikan informasi kepada pasar tentang perusahaan dan produk yang ditawarkan;
2. Membujuk pasar (calon konsumen) agar melakukan pembelian melalui agen-agen yang sudah ditunjuk;
3. Menciptakan *awareness*, loyalitas dan memperkenalkan logo perusahaan.
4. Memperkenalkan dan memelihara hubungan baik dengan agen-agen yang sudah ditunjuk.
5. Menjelaskan manfaat atau keuntungan bila ikut program tour yang ditawarkan.

Menurut Yoeti (1996;47) Media Advertising meliputi : surat kabar, majalah, surat (*direct mail*), TV, radio, bioskop, papan reklame, *car-cards*, catalogs, buku telepon dan sebagainya. Lebih lanjut juga diungkapkan, pemilihan media advertising yang digunakan tergantung dari :

- daerah yang akan dicapai
- konsumen yang akan dituju
- daya tarik yang digunakan

- jasa (*service*) dan fasilitas yang diberikan oleh medium tertentu dalam hal biaya”.

Sedangkan pemilihan media (Kotler;2002) melibatkan pencarian media yang paling efektif-biaya untuk menyampaikan jumlah paparan yang diinginkan bagi audiens sasaran.

Yoeti (1996;65) juga menyimpulkan kegiatan promosi sebagai berikut :

”Promosi, kegiatannya lebih banyak mencakup mendistribusikan *promotion advertisement, brochures, booklets, leaflets, folders*, melalui bermacam-macam saluran (*channel*) seperti: TV, radio, majalah, bioskop, *direct-mail* baik pada *potential tourist* maupun *actual tourist*, dengan tujuan mentransfer informasi dan mempengaruhi calon-calon wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata”

Dari pengertian diatas dapat dijelaskan bahwa promosi merupakan kegiatan untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa kepada calon konsumen sehingga calon konsumen tersebut merasa tertarik yang pada akhirnya memanfaatkan produk atau jasa yang ditawarkan, kegiatan promosi tidak terlepas dari biaya atau anggaran yang diperlukan, untuk itu diperlukan kemampuan dari pengelola dalam melakukan pemilihan media dan alat yang akan digunakan serta sasaran konsumen yang tepat dan juga kemampuan dalam menginformasikan produk atau jasa tersebut kepada calon konsumen.

3.5 Tingkat Kunjungan Wisatawan

Pengembangan pariwisata sebagai salah satu industri merupakan suatu hal yang penting bagi banyak negara yaitu untuk dapat meningkatkan penghasilan devisa negara, dengan mendatangkan wisatawan sebanyak mungkin. Namun yang perlu dilakukan adalah bagaimana agar lebih banyak wisatawan yang berkunjung dan menjadikan mereka sebagai pelanggan, dan menanamkan kesan yang positif sehingga mereka akan lebih sering berkunjung dan membelanjakan uangnya, untuk itu kepuasan pengunjung merupakan prioritas utama.

Dari sisi *demand* bagi propinsi DKI Jakarta wisatawan terkelompokkan menjadi 5 yaitu :

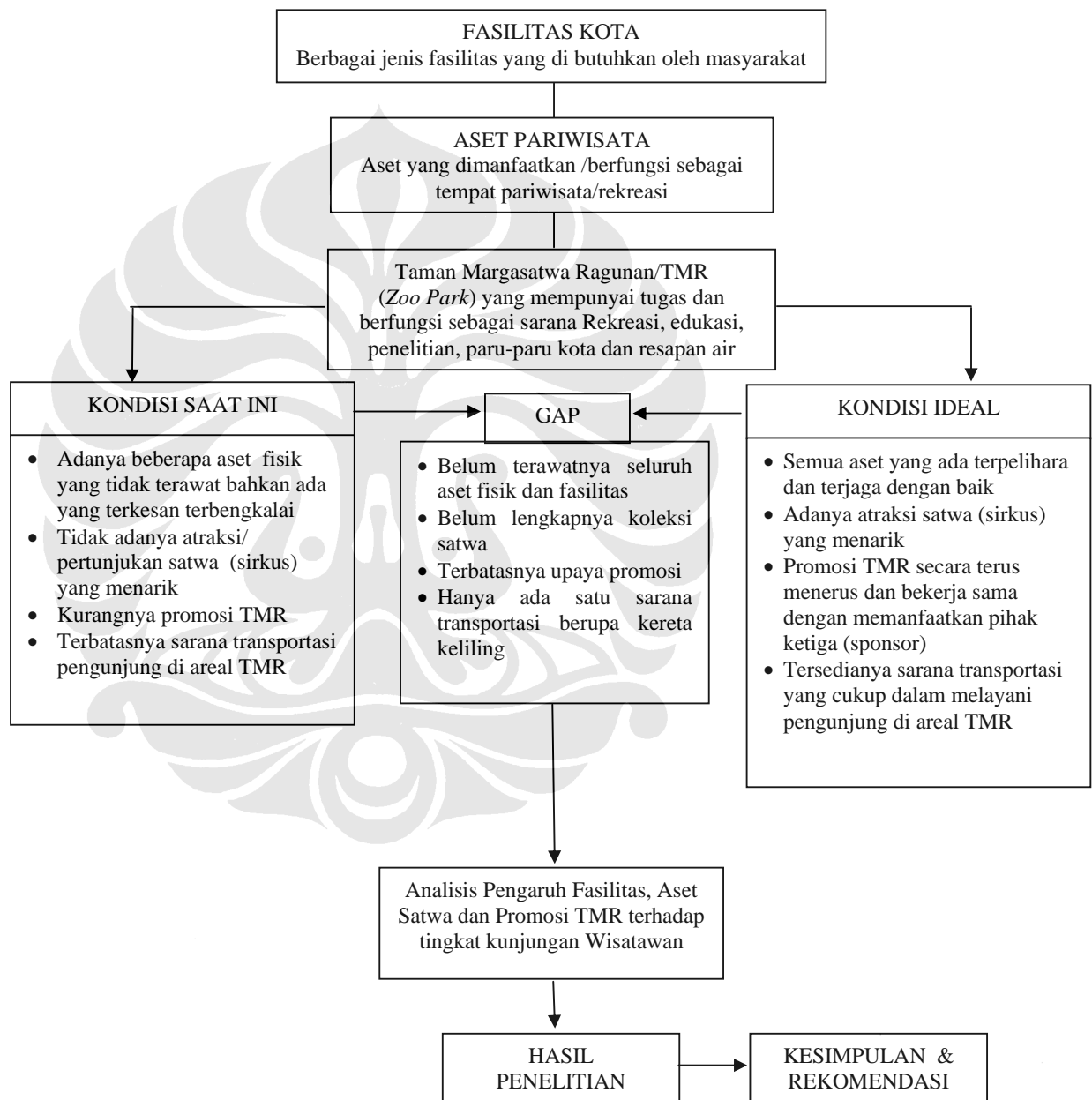
- A. Wisatawan lokal atau *local tourism* adalah : penduduk DKI Jakarta yang melakukan perjalanan dalam wilayah geografis DKI Jakarta (perjalanan dalam kota) secara sukarela kurang dari 6 bulan dan bukan untuk tujuan bersekolah atau bekerja (memperoleh upah/gaji) serta sifat perjalanannya bukan rutin, dengan kriteria :
- 1) Mereka yang melakukan perjalanan ke objek wisata komersial, tidak memandang apakah menginap atau tidak menginap di hotel/penginapan komersial serta apakah perjalanannya lebih kurang dari 100 km pergi pulang.
 - 2) Mereka yang melakukan perjalanan bukan ke objek wisata komersial tetapi menginap di hotel/penginapan komersial, walaupun jarak perjalanannya kurang dari 100 km pergi pulang.
 - 3) Mereka yang melakukan perjalanan bukan ke objek wisata komersial dan tidak menginap di hotel/penginapan komersial tetapi jarak perjalanannya lebih dari 100 km pergi pulang.
- B. Wisatawan domestik yang berwisata ke kota Jakarta atau *Domestic Inbound Tourism* adalah : penduduk Indonesia (tidak termasuk warga kota Jakarta) yang melakukan perjalanan ke kota Jakarta secara sukarela kurang dari 6 bulan dan bukan untuk tujuan bersekolah atau bekerja (memperoleh upah/gaji) serta sifat perjalanannya bukan rutin, dengan kriteria :
- 1) Mereka yang melakukan perjalanan ke objek wisata komersial, tidak memandang apakah menginap atau tidak menginap di hotel/penginapan komersial serta apakah perjalanannya lebih kurang dari 100 km pergi pulang.
 - 2) Mereka yang melakukan perjalanan bukan ke objek wisata komersial tetapi menginap di hotel/penginapan komersial, walaupun jarak perjalanannya kurang dari 100 km pergi pulang.
 - 3) Mereka yang melakukan perjalanan bukan ke objek wisata komersial dan tidak menginap di hotel/penginapan komersial tetapi jarak perjalanannya lebih dari 100 km pergi pulang.

- C. Wisatawan Mancanegara/*International Inbound Tourism* (sesuai rekomendasi *World Tourism Organization* (WTO) dan *International Union Office Travel Organization* (IUOTO)) adalah : setiap orang yang mengunjungi suatu negara di luar tempat tinggalnya, didorong oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi. Wisman pada dasarnya dibagi dalam dua golongan :
- 1) Wisatawan atau *tourism* yaitu pengunjung yang tinggal di negara yang dituju paling sedikit 24 jam, akan tetapi tidak lebih dari 6 bulan, dengan tujuan : berlibur, rekreasi dan olah raga, bisnis, mengunjungi teman dan keluarga, misi, menghadiri pertemuan, konferensi, kunjungan dengan alasan kesehatan, belajar, dan keagamaan.
 - 2) Pelancong atau *excursionist*, yaitu pengunjung yang tinggal di negara yang dituju kurang dari 24 jam, termasuk *cruise passanger* yang berkunjung ke suatu negara dengan kapal pesiar untuk tujuan wisata, lebih atau kurang dari 24 jam, tetapi menginap di kapal bersangkutan.
- D. Wisatawan warga Jakarta yang berwisata ke luar Jakarta adalah : setiap orang yang mengunjungi daerah lain di luar tempat tinggalnya didorong oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi.
- E. Wisatawan warga Jakarta yang berwisata ke luar negeri atau *Domestic Outbound Tourism* adalah : penduduk DKI Jakarta yang melakukan perjalanan ke luar negeri bukan untuk bekerja atau memperoleh penghasilan di luar negeri dan tidak lebih dari 6 bulan dengan maksud kunjungan antara lain : berlibur, pekerjaan/bisnis, kesehatan, Pendidikan, misi/pertemuan/kongres, mengunjungi teman/keluarga, keagamaan, olahraga dan lainnya.

Dengan demikian tingkat kunjungan wisatawan dapat diartikan sebagai jumlah orang yang melakukan perjalanan atau meninggalkan kediamannya untuk sementara waktu, dan dengan kepentingan selain yang berhubungan dengan pekerjaan atau rutinitas. Adapun alasan-alasan mereka melakukan hal tersebut

adalah : kesehatan, pendidikan, agama, kebudayaan, olah raga, seminar, rekreasi dan lain-lain.

3.6 Kerangka Pikir Penelitian



3.7 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian Farhan Robbi F.W. (2007) dengan judul Pengaruh Jarak Lokasi, Fasilitas yang Tersedia, Harga Tarif Masuk dan Kondisi Jalan terhadap Jumlah Pengunjung Obyek Wisata di Kabupaten Malang, dengan teknik analisis yang digunakan dalam penelitiannya dengan uji regresi berganda dengan variabel penelitian jarak lokasi, fasilitas yang tersedia, harga tarif masuk dan kondisi jalan diperoleh hasil jarak lokasi dan kondisi jalan tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah pengunjung di Kabupaten Malang, sedangkan faktor tarif dan fasilitas yang tersedia mempunyai pengaruh yang dominan terhadap jumlah pengunjung di Kabupaten Malang.

Hasil penelitian Agus Lusianto (2005) dengan judul Analisis Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan, dengan menentukan 5 dimensi kualitas layanan yaitu : *tangibility*, *reliability*, *resposiveness*, *assurance* dan *empathy*, diperoleh bahwa tingkat kepuasan pengunjung TMR adalah pada dimensi *reliability*, sedangkan tingkat kepuasan pengunjung TMR terendah adalah pada dimensi *responsiveness*. Salah satu indikator variabel yang mempengaruhi kepuasan pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan dalam dimensi *reliability* adalah keseluruhan tempat peraga terisi oleh sejumlah satwa (kandang satwa yang terisi), selain itu dalam penelitiannya juga diukur tampilan fasilitas fisik seperti, toilet, tempat istirahat, tempat ibadah, tempat parkir dan tempat sampah.