

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan kekayaan alam yang sangat besar dan beragam sehingga dapat dimanfaatkan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat, industri pariwisata merupakan salah satunya. Bank Indonesia (BI) memberikan pernyataan bahwa pariwisata merupakan sektor yang paling efektif dalam mendongkrak devisa Indonesia. Salah satu alasannya yaitu karena sumber daya yang dimiliki Indonesia dibutuhkan untuk mengembangkan pariwisata terdapat di dalam negeri (www.kompas.com, 2019). Pariwisata adalah sebuah aspek penting dalam industri yang mampu menggerakkan perekonomian sebuah negara. Perekonomian di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat disebabkan adanya dukungan aktivitas wisatawan pada sektor pariwisata. Perkembangan yang terjadi pada sektor pariwisata mampu meningkatkan benefit pada masyarakat lokal yang berada di sekitar kawasan wisata (Chu, L dan Shou, K, 2018). Pariwisata menjadi penting karena setidaknya terdapat tiga fungsi pariwisata dalam pembangunan daerah yaitu segi ekonomi (sumber devisa, pajak atau retribusi), segi sosial (penciptaan lapangan kerja), dan segi kebudayaan (memperkenalkan budaya-budaya pada anak cucu dan wisatawan) (Vaspintra, 2017).

Pandemi covid-19 pada masa lalu menjadi perjalanan yang sangat panjang, sehingga menghentikan mobilitas dan memaksa orang untuk berdiam diri di rumah atau banyak yang menyebut sebagai “*the death of mobility*”. Krisis Covid-19 membawa manusia seperti kembali ke zaman purba dimana hidupnya hanya di gua, yaitu rumah. Pandemi Covid-19 adalah salah satu peristiwa paling berdampak di abad ke-21. Bahkan pada

tahap awal, dampak terhadap pariwisata sangat luar biasa. Perkiraan saat ini melihat 75 juta pekerjaan di bidang pariwisata dalam risiko langsung dan industri kehilangan lebih dari 2,1 triliun dollar Amerika dalam omset (WTTC, 2020). Perbatasan ditutup, kapal pesiar berlabuh, seluruh armada udara di grounded, dan hotel, restoran, dan tempat wisata ditutup. Pandemi virus corona adalah bencana yang secara fisik memengaruhi sistem secara keseluruhan dan mengancam eksistensinya.

Oleh karena itu, industri pariwisata pada saat ini semakin diminati masyarakat didukung karena pasca pandemic sehingga terjadi peningkatan kunjungan pada berbagai sektor pariwisata. Pemulihan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif semakin menguat pascapandemi meski belum mencapai level pra-pandemi.

Sektor pariwisata telah membuktikan sebagai *core economy* pembangunan nasional, sektor pariwisata Indonesia memiliki keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif, antara lain sebagai penghasil devisa terbesar dimana pada tahun 2019 industri pariwisata diproyeksikan menjadi penghasil devisa terbesar yaitu USD 24 miliar, menjadi salah satu yang terbaik di regional dimana pariwisata Indonesia menjadi salah satu negara dengan pertumbuhan pariwisata terbaik di kawasan regional selama empat tahun terakhir, serta pada *Travel and Tourism Competitiveness Index Report* pada tahun 2017 peringkat Indonesia ada pada peringkat 42, dan terakhir tahun 2019 naik ke peringkat 40 (Sutono, et.al, 2019).

Konsep pariwisata mempunyai kerangka multidimensi masing-masing. Kemudian dapat ditambahkan fitur-fitur pada konsep ini yang dapat memberikan nilai tambah bagi pengembangan pariwisata dan menjadikannya menarik. Berdasarkan hal tersebut, perlu dilakukan integrasi dengan subsektor lain untuk meningkatkan nilai tambah pariwisata. Pada saat yang sama, koneksi dan sinergi baru juga tercipta dengan pariwisata, yang menawarkan potensi besar untuk meningkatkan permintaan dan mengembangkan produk, pengalaman, dan pasar baru (OECD, 2014).

Jakarta memiliki objek pariwisata yang beragam dan tak kalah menarik dengan kota lainnya (www.anekatempatpariwisata.com, 2023). DKI Jakarta, sebagai ibu kota negara dengan penduduk terpadat di kawasan Asia Tenggara dan terpadat kedua di kawasan Asia Pasifik, menjadi salah satu destinasi wisata yang diminati wisatawan dari berbagai penjuru dunia, utamanya dari negara-negara tetangga. Namun, dengan pelambatan pertumbuhan ekonomi yang terjadi, DKI Jakarta membuka tahun 2023 dengan penurunan angka wisatawan mancanegara (wisman). Sepanjang 2022, Desember menjadi bulan dengan jumlah kunjungan wisman terbanyak. Bahkan angka pada Desember lalu merupakan jumlah kunjungan tertinggi setidaknya sejak awal pandemi Covid-19. Capaian kunjungan wisman di DKI Jakarta menurun 8% secara *month-to-month*, sedangkan dibandingkan dengan Januari 2022 (*year-on-year*), jumlah kunjungan naik tajam dengan 721%.

Gambar 1. 1 Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke DKI menurut Bulan, 2021-2023



Sumber: Badan Pusat Statistik DKI Jakarta (2023)

Sebagai ibu kota negara dan pusat perekonomian, Jakarta menjadi salah satu kota tersibuk di Indonesia. Akan tetapi, bukan berarti Jakarta tidak mempunyai tempat wisata indah serta layak dikunjungi. Berikut ini merupakan objek wisata Jakarta yang banyak mendapat kunjungan oleh wisatawan hingga Desember 2022 yakni Taman Impian Jaya Ancol,

Ragunan, Taman Mini Indonesia Indah, Monumen Nasional dan Museum Nasional Jakarta.

Gambar 1. 2 Objek wisata di DKI yang banyak dikunjungi wisatawan



Sumber : BPS Provinsi DKI Jakarta

Berdasarkan hasil riset Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta yang dirilis pada awal tahun 2023 mencatat jumlah kunjungan terbanyak yakni diposisi pertama Taman Impian Jaya Ancol mencapai 13 juta kunjungan (www.jakarta.bps.go.id, 2023). Taman Impian Jaya Ancol merupakan fasilitas yang sangat lengkap sebagai wahana rekreasi keluarga. Hampir semua wahana rekreasi terkenal ada di tempat ini. Pada setiap tahunnya terdapat banyak sekali pengunjung yang datang ke tempat ini untuk menghabiskan waktu libur mereka bersama keluarga. Taman Impian Jaya Ancol ada sejak tahun 1996 sebagai kawasan wisata terpadu. Objek wisata di Ancol berupa pantai dan taman, *Dunia Fantasi*, *Atlantis Water Adventure*, *Ocean Dream Samudra*, *Sea World Ancol*, Pasar Seni dan masih banyak lagi.

Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai unit Sea World Ancol yang menjadi salah satu tempat liburan andalan PT Taman Impian Jaya Ancol. Peneliti memilih tempat hiburan Ancol ini karena merupakan tempat favorite yang sering dikunjungi oleh masyarakat karena harganya yang

terjangkau dan dapat dikunjungi oleh semua kalangan. Taman Impian Jaya Ancol sebagai kawasan wisata unggulan nomor satu di Jakarta dikelola oleh PT. Pembangunan Jaya Ancol Tbk menyediakan banyak pilihan destinasi wisata bagi masyarakat yang berekreasi.

“Sea World Ancol” merupakan salah satu akuarium terbesar di Asia Tenggara. Di dalam “Sea World Ancol” terdapat wahana Antasena, toko souvenir, perpustakaan ikan, serta teknologi layar sentuh yang berisi informasi mengenai seluruh biota laut. “Sea World Ancol” juga memiliki fasilitas seperti ruangan ber-AC, beberapa cafe dan petugas seperti education guide, security, housekeeping dan ticketing. “Sea World Ancol” pada saat ini memiliki beraneka ragam wahana. Tidak hanya dapat melihat biota air tawar dan laut, akan tetapi wahana seperti fun diving. Hal tersebut menjadi salah satu faktor yang membuat konsumen tertarik dan memiliki keinginan untuk berkunjung ke “Sea World Ancol”.

Ekosistem biota yang ada di “Sea World Ancol” pada biota perairan air tawar terdiri dari 126 jenis ikan, 5 Jenis reptil hingga biota perairan laut yang terdiri dari 26 Jenis ikan, 13 jenis avertebrata, 5 jenis reptil dan 1 mamalia. Di dalam “Seaworld Ancol” juga dilengkapi dengan koleksi ikan yang diawetkan. Ikan tersebut berada didalam museum “Seaworld Ancol”. Salah satunya adalah ikan Coelacant. Ikan purba ini sempat dianggap punah namun dapat kembali ditemukan di Pualu Talise, Manado. Di dalam “Seaworld Ancol” juga terdapat ruang serbaguna, ruang observasi, perpustakaan “Seaworld Ancol” dan fasilitas lainnya.

Wisata biota air “Seaworld Ancol” dapat disaksikan setiap hari pukul 09.00 hingga pukul 17.00. Tiket masuk “Seaworld” yakni sebesar Rp 90.000 (Senin-Jumat) atau Rp 110.000 (Sabtu-Minggu) per orang.. Berikut harga tiket wisata di Ancol :

Tabel 1.1 Daftar harga tiket masuk rekreasi wisata di Ancol tahun 2023

No	Tempat Wisata	Harga Tiket
----	---------------	-------------

		Senin-Jumat	Sabtu/Minggu/Libur
1	Dunia Fantasi	225.000	275.000
2	Ocean Dream Samudra	90.000	110.000
3	Atlantis Water Adventure	90.000	110.000
4	Seaworld Ancol	90.000	110.000
5	Jakarta Bird Land	65.000	85.000

Sumber : diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan konsep pemanfaatan menurut Fandeli (2000) dalam Yulianda (2007), wisata dapat diklasifikasikan: Pertama, Wisata alam (*nature tourism*), merupakan aktivitas wisata yang ditujukan pada pengalaman terhadap kondisi alam atau daya tarik panoramanya. Kedua, Wisata budaya (*cultural tourism*), merupakan wisata dengan kekayaan budaya sebagai obyek wisata dengan penekanan pada aspek pendidikan. Ketiga, Ekowisata (*Ecotourism, green tourism* atau *alternative tourism*), merupakan wisata berorientasi pada lingkungan untuk menjembatani kepentingan perlindungan sumberdaya alam/lingkungan dan industri kepariwisataan.

Komponen pariwisata merupakan produk pariwisata meliputi keseluruhan pelayanan yang diperoleh, dirasakan dimiliki dan dinikmati oleh wisatawan sejak ia meninggalkan tempat tinggal sampai ke daerah wisata yang dipilihnya hingga kembali ke tempat asalnya. Adapun yang dimaksud dengan produk industri wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh oleh wisatawan.

Kotler & Keller (2016:15) mengungkapkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk berkaitan dengan sebuah barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tertentu, produk atau jasa yang dimaksudkan disini yaitu daya tarik wisata yang diunggulkan. Indikator daya Tarik wisata Yoeti, Oka (2016 :34-35) : (1) Daya tarik yang dapat

disaksikan (*what to see*), (2) Aktivitas wisata yang dapat dilakukan (*what to do*), (3) Sesuatu yang dapat dibeli (*what to buy*), dan (4) Alat transportasi (*what to arrived*).

Industri pariwisata merupakan industri yang menyediakan jasa untuk menyatukan daya tarik wisata, kualitas layanan dan persepsi harga, sedangkan persepsi harga adalah nilai alat tukar yang mengandung harga dan berhubungan dengan manfaat dan memiliki kegunaan suatu produk atau jasa di suatu destinasi yang biasanya menggunakan mata uang. Menurut Krisna et al., (2021) persepsi harga adalah sebuah indikator yang mempunyai peran penting terhadap kepuasan konsumen untuk memberikan informasi suatu harga, agar wisatawan konsumen dapat memahami dan dapat membandingkan harga kualitas produk tersebut. Persepsi harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan, hal tersebut terjadi ketika wisatawan tidak mempermasalahkan harga yang telah di tawarkan oleh objek wisata tersebut.

Harga dianggap sebagai salah satu faktor yang menentukan bagi perusahaan, tetapi strategi harga bukanlah merupakan satu-satunya cara untuk mengatasi berbagai persoalan dalam perusahaan, namun setiap perusahaan hendaknya mempertimbangkan secara matang setiap keputusan dalam masalah harga. Perusahaan harus memberikan harga yang sesuai kepada pelanggan, murah atau mahalnya harga sangat relatif sifatnya. Oleh karena itu, perlu dibandingkan terlebih dahulu dengan harga objek wisata yang serupa. Dengan kata lain, perusahaan harus selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing, agar harga yang ditentukan perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah.

Permintaan suatu produk pada teori ekonomi mikro bergantung pada harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan, selera, dan sebagainya. (Pindyck dan Rubinfeld, 2003) Hal ini pun terjadi pada permintaan untuk pariwisata. Seiring dengan meningkatnya pendapatan masyarakat menyebabkan meningkatnya konsumsi barang dan jasa. Salah

satunya adalah jasa perjalanan wisata yang ditawarkan oleh industri-industri pariwisata ini.

Pendapatan konsumen merupakan faktor penentu permintaan konsumen tersebut terhadap suatu barang dan jasa. Semakin tinggi pendapatan konsumen maka permintaan terhadap suatu barang dan jasa akan tinggi, sebaliknya apabila pendapatan konsumen menurun, maka dapat mengurangi permintaan terhadap suatu barang atau jasa. Dengan demikian antara pendapatan dengan permintaan memiliki hubungan yang positif.

Secara umum pendapatan konsumen dapat disegmentasikan ke dalam beberapa tingkatan diantaranya pendapatan rendah, pendapatan menengah, dan pendapatan tinggi. Pergeseran proporsi masyarakat berpendapatan rendah ke dalam masyarakat yang berpendapatan menengah dan berpendapatan tinggi secara langsung dapat menyebabkan meningkatnya penjualan baik produk maupun jasa yang dihasilkan oleh berbagai perusahaan. Jika pendapatan yang diperoleh masyarakat lebih tinggi, maka permintaan untuk berkunjung ke tempat wisata tinggi.

Selera konsumen sifatnya sangat subjektif. Secara umum selera konsumen banyak yang melekat pada barang atau jasa yang memiliki kualitas tinggi. Perusahaan sengaja meningkatkan kualitas layanan jasa, memperbaiki kualitas pelayanan, sering mengadakan promo, dan lain sebagainya menjadi upaya dari suatu trik yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan selera konsumen. Semakin tinggi konsumen ingin memenuhi keinginan selera yang diinginkan, semakin akan meningkatkan penjualan dari perusahaan tersebut.

Melihat potensi wisata "Sea World Ancol" yang dimiliki Ancol tersebut, tentunya merupakan hal penting untuk menganalisis apa saja yang mempengaruhi permintaan wisatawan terhadap objek wisata tersebut.

Berdasarkan dari penjelasan tersebut penulis tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Pendapatan Konsumen dan Selera Konsumen Terhadap Permintaan Jasa Wisata (Studi Kasus di Sea World Ancol)”**

1.2 Fokus Penelitian

Fokus dari penelitian ini adalah penulis menganalisis pengaruh persepsi harga, pendapatan konsumen, dan selera konsumen terhadap permintaan jasa wisata di Sea World Ancol. Apakah persepsi harga, pendapatan konsumen dan selera konsumen mempengaruhi permintaan jasa wisata di Sea World Ancol.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan masalah tersebut, maka permasalahan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan persepsi harga terhadap permintaan jasa wisata di “Sea World Ancol”?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan pendapatan konsumen terhadap permintaan jasa wisata di “Sea World Ancol”?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan selera konsumen terhadap permintaan jasa wisata di “Sea World Ancol”?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah disusun, penelitian ini bertujuan untuk sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh yang signifikan persepsi harga terhadap permintaan jasa wisata di “Sea World Ancol”
2. Untuk menganalisis pengaruh yang signifikan pendapatan konsumen terhadap permintaan jasa wisata di “Sea World Ancol”

3. Untuk menganalisis pengaruh yang signifikan selera konsumen terhadap permintaan jasa wisata di “Sea World Ancol”

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

- 1) Pengujian empirik mengenai persepsi harga, pendapatan dan selera konsumen terhadap permintaan konsumen “Sea World Ancol” diharapkan dapat digunakan sebagai masukan pengelola destinasi wisata taman impian jaya Ancol untuk meningkatkan permintaan wisatawan.
- 2) Masukan bagi pengelola objek wisata taman jaya impian ancil untuk memperoleh gambaran mengenai faktor-faktor yang memengaruhi permintaan wisatawan sehingga bisa melakukan strategi yang lebih inovatif lagi untuk menarik banyak pengunjung.
- 3) Masukan kepada pengelola pariwisata terutama destinasi wisata taman jaya impian ancil dalam rangka meningkatkan permintaan pengunjung melalui persepsi harga, pendapatan dan selera konsumen.

b. Manfaat Teoritis

- 1) Sumbangan bagi pengembangan ilmu ekonomi, yang berkaitan dengan faktor-faktor yang memengaruhi permintaan konsumen terhadap persepsi harga, pendapatan dan selera konsumen.
- 2) Sumbangan yang dapat mendorong timbulnya minat bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang berbagai dimensi persepsi harga, pendapatan dan selera konsumen.

Intelligentia - Dignitas