

# **FAKTOR-FAKTOR KETIDAKPUASAN WISATAWAN PADA TAMAN SATWA TARU JURUG, SURAKARTA**

**Wilda Mazidaturrizka, Istijabatul Aliyah**

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta

## **Abstrak**

Wisata dengan basis lingkungan alam seperti wisata margasatwa (*wildlife*) menjadi yang menonjol untuk apresiasi dan mendukung lingkungan yang berkelanjutan. Wisata margasatwa ini dapat dilihat pengimplementasiannya pada Taman Satwa Taru Jurug yang berada pada Kota Surakarta, dimana Taman Satwa Taru Jurug ini memiliki potensi-potensi besar untuk turut mengembangkan pariwisata Kota Surakarta, khususnya wisata alam margasatwa. Namun, pada kenyataannya Taman Satwa Taru Jurug ini belum bisa secara maksimal mengembangkan potensinya. Hal ini terlihat dari pengalaman wisatawan yang pernah berkunjung. Untuk melihat kondisi Taman Satwa Taru Jurug, dilakukan pengumpulan data dan analisis berdasarkan pengalaman langsung dari wisatawan melalui web TripAdvisor. Data ini dianggap valid dan paling kredibel karena memiliki sistem validasi yang baik. Berdasarkan data-data tersebut akan disimpulkan faktor-faktor penyebab ketidakpuasan wisatawan, dan kemudian menjadi dasar untuk memberikan rekomendasi agar Taman Satwa Taru Jurug dapat meningkatkan kualitasnya menjadi wisata yang berkelanjutan.

*Kata kunci : Taman Satwa Taru Jurug, TripAdvisor, kepuasan wisatawan*

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan pergerakan orang yang sementara dari suatu tempat ke tempat lainnya, yang tidak biasanya dikunjungi (selain pekerjaan dan tempat tinggal), aktivitas yang dilakukan pada destinasi tersebut dan juga fasilitas-fasilitas untuk mendukung kebutuhannya (Mathieson and Wall, 1992). Pariwisata seiring dengan berjalannya waktu berkembang menjadi berbagai jenis, salah satunya adalah *Wildlife Tourism* atau Pariwisata Margasatwa. Pariwisata terkait interaksi dengan lingkungan alam mengalami kenaikan popularitas setiap tahunnya di seluruh dunia (Newsome, Moore & Dowling, 2013).

Wisata dengan basis lingkungan alam seperti wisata margasatwa (*wildlife*) menjadi yang menonjol untuk apresiasi dan mendukung lingkungan yang berkelanjutan. Wisata margasatwa ini digambarkan sebagai bentuk pariwisata yang dibatasi oleh melihat, dan pertemuan non-konsumtif dengan satwa liar secara eksklusif di lingkungan alami (Newsome & Rodger, 2013). Berbagai peluang, seperti pengamatan satwa liar, merupakan dimensi penting dalam tata kelola kawasan lindung karena pariwisata satwa liar berpotensi menghasilkan minat publik terhadap keanekaragaman hayati sambil berkontribusi pada kepentingan sosial dan kelayakan ekonomi cagar alam, sehingga mendorong kunjungan publik untuk menyaksikan margasatwa. Potensi-potensi wisata margasatwa ini banyak ditemukan di negara-negara yang masih banyak memiliki lingkungan alami, seperti Indonesia, yang pada penelitian ini dikhususkan pada Taman Satwa Taru Jurug, yang berada pada Kota Surakarta.

Taman Satwa Taru Jurug Surakarta (TSTJ), Surakarta, Jawa Tengah atau sering disebut sebagai Kebun Binatang Jurug merupakan obyek wisata seluas 13.9 Ha yang secara spesifik merupakan sarana rekreasi edukatif yaitu sebagai tempat pengenalan dan konservasi flora maupun fauna. Taman Satwa Taru Jurug Surakarta menjadi wadah berekreasi sekaligus belajar bagi masyarakat terutama untuk anak-anak. Sebagai satu-satunya sarana pengenalan flora dan fauna yang ada di Surakarta, Taman Satwa Taru Jurug Surakarta tentunya harus memiliki kualitas yang baik sehingga dapat beroperasi sesuai fungsinya. Sampai saat ini perbaikan atau renovasi yang dilakukan pada Taman Satwa Taru Jurug Surakarta belum mencapai perubahan yang signifikan dan belum ideal, karena perbaikan terkesan hanya merupakan tambal sulam dan tidak mengikuti perkembangan jaman ataupun teknologi terkini. Hal tersebut dapat mengakibatkan berkurangnya kepuasan wisatawan yang datang, bahkan hingga menurunkan minat wisatawan untuk datang dan berekreasi ke Taman Satwa Taru Jurug Surakarta.

## KAJIAN PUSTAKA

Kepuasan merupakan atribut penting dalam suatu kajian mengenai pariwisata (Akama & Kieti, 2003). Dalam konteks pariwisata, kualitas dan kepuasan dalam suatu wisata dapat dibedakan menjadi dua, yaitu kualitas performa, yang dapat ditinjau dari segi penyedia atau penyelenggara wisata, sedangkan kualitas untuk kepuasan (*satisfaction*) dilihat dari segi pengunjung atau wisatawan (Baker & Crompton, 2000).

*The Theory of Planned Behavior* (TPB) model (Ajzen, 1991) merupakan teori yang sangat umum dipakai dalam mengidentifikasi *tourism behavior* (Chen & Tung, 2014; Cheng, Lam, & Hsu, 2006; Jalilvand & Samiei, 2012). *Tourism behavior* atau perilaku/kebiasaan dalam pariwisata ini sangat berhubungan dengan kepuasan wisatawan, yang mana juga akan merujuk kepada tindakan atau perilaku wisatawan ke depannya. Dalam model ini, dapat disimpulkan bahwa semua yang terdapat pada destinasi wisata dapat mempengaruhi kualitas dari wisata, yang kemudian dapat terlihat dengan jelas terutama dari persepsi wisatawan. Pengalaman berwisata yang kemudian mempengaruhi persepsi wisatawan, sehingga menentukan tindakan wisatawan yang akan datang terhadap wisata tersebut, berkaitan sangat erat dengan kepuasan berwisata (Lee, 2009; Yoon & Uysal, 2005). Dari literatur yang diperoleh, dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan wisatawan, maka semakin positif tindakan wisatawan terhadap daya tarik wisata tersebut, seperti keinginan untuk berkunjung kembali dan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk berwisata (Perera & Vlosky, 2013). Dampak lebih jauhnya dari kepuasan wisatawan ini adalah dapat terus memotivasi penyedia wisata agar meningkatkan pelayanannya sehingga tercipta kompetisi yang berkelanjutan (Yoon & Uysal, 2005).

Umpan balik dari wisatawan atau pengunjung selain berupa kepuasan, dapat juga berupa komentar atau komplain. Jika dilihat dari segi penyedia atau pengelola wisata, hal ini dapat dimanfaatkan sebagai refleksi untuk meningkatkan wisatanya

agar lebih baik. pada masa sekarang, umpan balik dan pengalaman berwisata dapat dengan mudah diakses dari internet yang datanya dapat cukup terpercaya karena langsung ditulis dari wisatawan yang pernah berkunjung (O'Connor, 2010).

Salah satu website terpercaya dan populer untuk melihat data pengalaman wisata adalah TripAdvisor (Xiang & Gretzel, 2010). TripAdvisor merupakan media dimana wisatawan bisa saling bertukar pengalaman kunjungan pada suatu dalam bentuk deskriptif, foto ataupun peringkat dengan skala 1-5. Data pada TripAdvisor juga dapat membantu peneliti untuk melihat kecenderungan selera wisatawan (O'Connor, 2008). Namun, pada satu sisi terdapat keraguan terhadap data yang diperoleh dari TripAdvisor karena data-data tersebut merupakan opini personal yang rawan terjadi bias. Pada TripAdvisor, hal ini dapat diminimalisir dengan adanya sistem dimana *reviewers* dapat saling menilai opininya dan juga *review* tersebut juga disaring kembali dari sistem, sehingga hasil yang didapat lebih kredibel (Lee, Law, & Murphy, 2011)

## **METODE PENELITIAN**

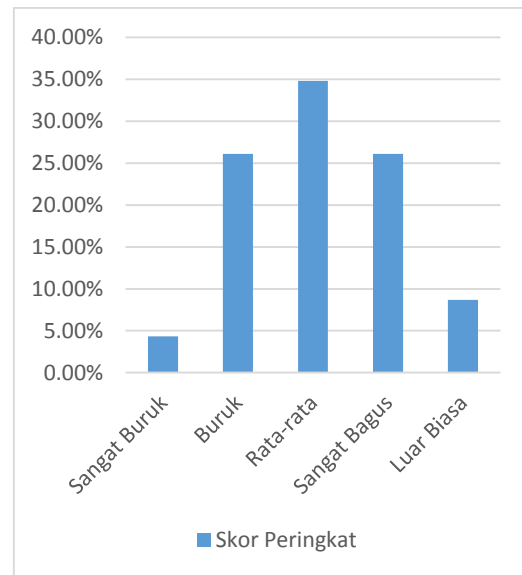
Penelitian ini dilakukan dengan lingkup Taman Satwa Taru Jurug Surakarta, dengan data dari wisatawan atau pengunjung 5 tahun ke belakang. Taman Satwa Taru Jurug Surakarta dipilih karena merupakan salah satu wisata margasatwa di Jawa Tengah, dengan lokasi yang strategis yaitu berada di jalan arteri sekunder serta dekat dengan kawasan pendidikan, sehingga idealnya memiliki tingkat kepuasan wisatawan yang tinggi jika dilihat dari faktor pendukung eksternal.

Tingkat kepuasan wisatawan pada Taman Satwa Taru Jurug ini dilihat dari data pada web *travel review* TripAdvisor ([www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com)). TripAdvisor dipilih karena hasil umpan balik dari wisatawan pada web tersebut dianggap paling minim bias dan juga paling umum digunakan sehingga data yang diperoleh valid (Xiang & Gretzel, 2010). Data *review* pada TripAdvisor merupakan data kualitatif deskriptif, dimana masing-masing wisatawan dapat menuliskan opininya yang dapat disertai foto dokumentasi sebagai penguat. Selain data deskriptif, juga terdapat kuantitatif, dimana wisatawan dapat memberikan peringkat terhadap pengalamannya berwisata. Skala peringkatnya mulai dari 1 = sangat buruk, 2 = buruk, 3 = rata-rata, 4 = sangat bagus hingga 5 = luar biasa (Allen & Seaman, 2007).

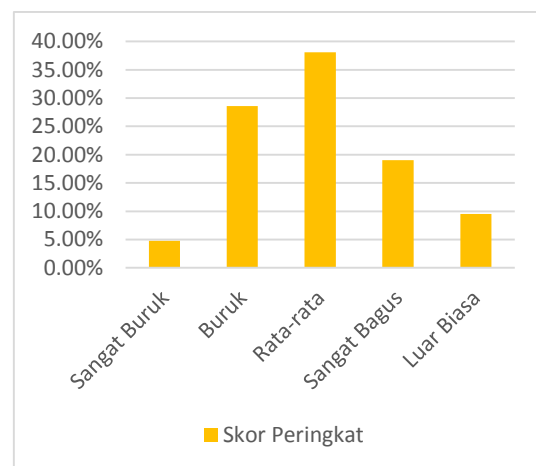
Analisis yang dilakukan dengan kedua data tersebut adalah analisis kualitatif deskriptif dan juga skoring untuk melihat kepuasan wisatawan dan faktor yang mempengaruhinya.

### Hasil

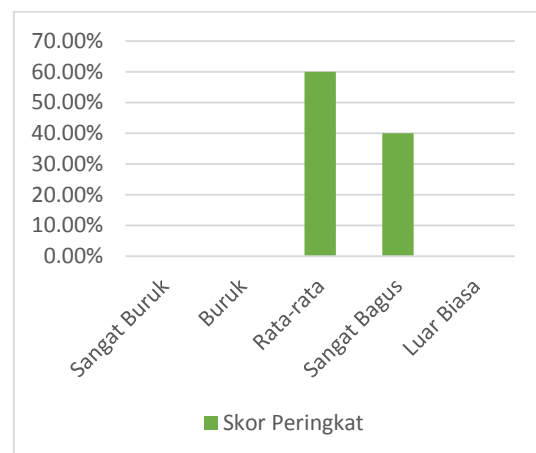
Berdasarkan data dari TripAdvisor, dengan 23 *reviewers*, dapat dilihat bahwa kepuasan wisatawan cenderung rata-rata. Dari 23 wisatawan tersebut, terdapat 22% wisatawan mancanegara dan rata-rata dari wisatawan mancanegara tersebut merasa tingkat kepuasan untuk TSTJ adalah rata-rata.



Gambar 1 Grafik Peringkat Kepuasan Wisatawan Total

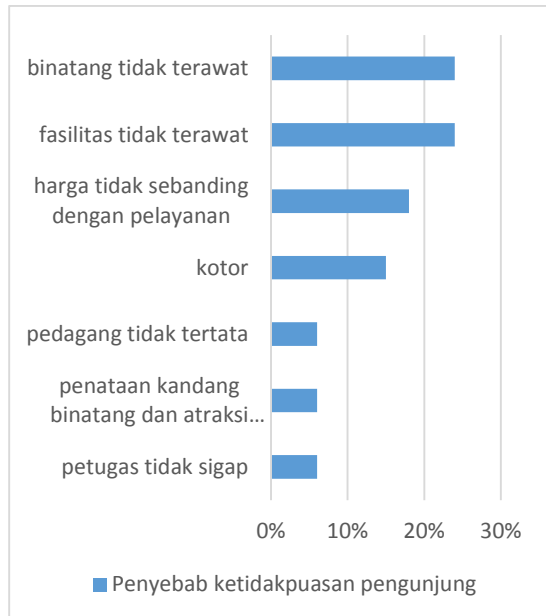


Gambar 2. Grafik Peringkat Kepuasan Wisatawan Mancanegara



Gambar 3. Grafik Peringkat Kepuasan Wisatawan Domestik

Kemudian, dari data deskriptif dapat dilihat 7 penyebab ketidakpuasan wisatawan dan faktor yang paling berpengaruh adalah binatang serta fasilitas di dalamnya tidak terawat.



Gambar 4. Grafik Penyebab Ketidakpuasan Wisatawan

## KESIMPULAN

Taman Satwa Taru Jurug adalah aset wisata yang berharga, terutama dengan potensi-potensi yang dimilikinya. Namun, praktik pariwisata satwa liar (margasatwa) saat ini, berdasarkan survei atas laporan TripAdvisor menghasilkan persepsi pengunjung yang negatif. Persepsi seperti itu, dalam jangka panjang, dapat mengurangi minat wisatawan dan mencerminkan tindakan yang tidak berkelanjutan. Laporan TripAdvisor menunjukkan bahwa ada banyak aspek negatif mengenai pengalaman wisata margasatwa yang sebenarnya adalah hal-hal dasar dalam suatu daya tarik wisata. Studi ini menemukan fasilitas serta binatang sebagai atraksi utama kurang yang kurang terawat, biaya masuk yang

tidak sebanding dengan pengalaman yang didapat, serta kondisi Taman Satwa Taru Jurug yang kotor sebagai masalah yang paling sering dikutip yang menyebabkan ketidakpuasan pengunjung. Masalah-masalah ini mengindikasikan implementasi yang buruk dari pedoman / kebijakan manajemen pengunjung oleh manajemen Taman Satwa Taru Jurug.

Ketidakpuasan wisatawan/pengunjung terhadap pariwisata margasatwa pada Taman Satwa Taru Jurug terjadi karena beberapa faktor yang telah di jelaskan di atas. Faktor-faktor tersebut merupakan akibat dari manajemen dan perencanaan pariwisata yang buruk, sehingga kepuasan wisatawan tidak terpenuhi dan pariwisata tersebut tidak dapat berkelanjutan dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akama, J. S., & Kieti, D. M. (2003). Measuring tourist satisfaction with Kenya's wildlife safari: A case study of Tsavo West National Park. *Tourism Management*
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785–804.
- Lee, H. A., Law, R., & Murphy, J. (2011). Helpful reviewers in TripAdvisor, an online travel community. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(7), 675–688.
- Lee, T. H. (2009). A structural model to examine how destination image, attitude, and motivation affect the future behavior of tourists.

- Leisure Sciences, 31(3), 215–236.  
<https://doi.org/10.1080/01490400902837787>.
- Mathieson and Wall. (1982). *Tourism: Economics, Physical and Social Impacts*, New York: Long Man.
- Newsome, D., & Rodger, K. (2013). Wildlife tourism. In A. Holden, & D. Fennell (Eds.). *A Handbook of Tourism and the Environment*. London and New York: Routledge.
- Newsome, D., Moore, S., & Dowling, R. (2013). *Natural area tourism: Ecology, impacts and management*. Clevedon, UK: Channel View Publications.
- O'Connor, P. (2008). User-generated content and travel: A case study on TripAdvisor.com. *Information and Communication Technologies in Tourism, 2008*, 47–58. [https://doi.org/10.1007/978-3-211-77280-5\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-211-77280-5_5).
- O'Connor, P. (2010). Managing a hotel's image on TripAdvisor. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(7), 754–772.
- Perera, P., & Vlosky, R. (2013). How previous visits shape trip quality, perceived value, satisfaction, and future behavioral intentions: The case of forest-based ecotourism in Sri Lanka. *International Journal of Sport Management, Recreation & Tourism*, 11, 1–24.  
<https://doi.org/10.5199/ijsmart-1791-874x-11a>
- Worboys, G. L., Lockwood, M., & De Lacy, T. (2005). *Protected area management principles and practice*. Melbourne: Oxford University Press.
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02>.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45–56.