

MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA DI BALI BIRD PARK MELALUI ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN

I Dewa Made Dendy Baskara Permana¹, I Nyoman Sudiarta², Yohanes Kristianto³
Email: dendy26@student.unud.ac.id¹, sudiarta_ipw@unud.ac.id², yohanes_ipw@unud.ac.id³
^{1,2,3}Program Studi Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata Universitas Udayana

Abstract: Tourism is defined as a variety of tourist activities supported by various facilities and services provided by society, entrepreneurs, and governments. Bali is an icon of tourism in Indonesia. One of the famous tourist attractions in Bali is Bali Bird Park. This tourist attraction was closed for three months, that resulted in a decrease in the number of tourist visits. With the decrease tourist's visit, management of tourist attractions must carry out strategies, especially in marketing, so that tourist visits, especially from Nusantara's tourists, to the Bali Bird Park remain stable even though it is still in the new normal era. This research uses qualitative data analysis techniques, included the SWOT matrix and created a SWOT diagram, to determine the company's strategic position. The technique of sample determination used purposive sampling with a total of 123 respondents. The results showed that the total score of Strength was 1.86 and Weakness was 0.55. For Opportunities was 1.94 and Threats was 1.17. From the total subtraction between strength and weakness, the result is 1.31, while the total subtraction between opportunity and threats is 0.77. The SWOT diagram shows that the company's strategic position is in quadrant I, which means in a growth-oriented position, so the marketing strategy that can be implemented is an aggressive strategy.

Abstrak: Pariwisata didefinisikan sebagai berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah. Bali merupakan ikon pariwisata di Indonesia. Salah satu daya tarik wisata terkenal di Bali adalah Bali Bird Park. Semenjak adanya pandemi covid-19 yang merebak di Indonesia, daya tarik wisata ini sempat ditutup selama tiga bulan sehingga mengakibatkan kemerosotan kunjungan wisatawan. Tentunya dengan adanya kemerosotan kunjungan membuat daya tarik wisata harus melakukan strategi-strategi khususnya pada bidang pemasaran agar kunjungan wisatawan khususnya wisatawan nusantara ke daya tarik wisata Bali Bird Park tetap stabil meskipun masih dalam era *new normal*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif dengan analisis menggunakan matriks SWOT dan membuat diagram SWOT untuk menentukan posisi strategis perusahaan. Teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 123 responden. Hasil penelitian menunjukkan total skor dari *Strength* (kekuatan) sebanyak 1,86 dan *Weakness* (kelemahan) sebanyak 0,55. Untuk *Opportunity* (peluang) sebanyak 1,94 dan *Threats* (ancaman) sebanyak 1,17. Dari total selisih *strength* dan *weakness* didapat hasil 1,31 sedangkan selisih *opportunity* dan *threats* didapat hasil 0,77. Pada Diagram SWOT menunjukkan bahwa posisi strategis perusahaan berada pada kuadran I yaitu di posisi *growth oriented*, maka strategi pemasaran yang dapat dilakukan adalah strategi agresif.

Keywords: marketing mix strategy, SWOT, nusantara tourists, tourist attraction, new normal.

PENDAHULUAN

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, wisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pariwisata dalam arti yang luas adalah perjalanan dari satu 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 (Isdarmanto, 2017). Kepariwisata merupakan suatu industri yang berkembang pesat di seluruh dunia saat ini, seluruh negara berlomba-lomba mengembangkan kepariwisataan dan berusaha menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung ke daerah tujuan wisata (Negara, Sudiarta dan Suardana, 2019). Orang yang tinggal untuk sementara waktu disuatu tempat minimal 24 jam di kota atau negara yang dikunjunginya dengan motivasi perjalanan hanya untuk liburan, bersenang-senang, kesehatan, studi, keagamaan, olahraga, kunjungan keluarga, konferensi dan misi tertentu (Yoeti, 1996).

Berbicara mengenai pariwisata, masyarakat Indonesia bahkan wisatawan internasional pasti tidak asing dengan salah satu *icon* penting dan tempat terkenal dalam dunia pariwisata yaitu pulau Bali. Bali sebagai salah satu daerah tujuan wisata (DTW) utama di Indonesia dan menarik dikunjungi wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun mancanegara, tidak terlepas dari kepemilikan atas perbedaan dan keunikan budaya dan keindahan alam (Raka, Parwata dan Gunawarman, 2017: 47). Bali mendapatkan predikat sebagai destinasi terpopuler Asia dalam penghargaan *Travelers' Choice Best of the Best 2022* (TripAdvisor, 2022). Dengan adanya penghargaan tersebut, tidak heran wisatawan memilih pulau ini sebagai tempat liburan mereka. Salah satu daya tarik wisata yang terkenal dan banyak diminati oleh wisatawan pada saat berlibur di Bali adalah daya tarik wisata Bali Bird Park. Bali Bird Park merupakan penangkaran burung terbesar di Bali dimana di daya tarik wisata ini wisatawan dapat melihat lebih dekat satwa burung endemik yang hampir punah yang berasal dari seluruh wilayah Indonesia bahkan daerah lain

diluar Indonesia. Bali Bird Park berada pada posisi pertama *travellers favourite* pada bagian *Top Attractions in Gianyar* dengan penilaian 4,5 dari total 5 dari 2,345 pengulas (TripAdvisor, 2022). Bali Bird Park mengemas paket wisata dari produk yang ditawarkan dengan apik seperti melihat pertunjukkan burung dan juga wisata edukasi mengenai satwa-satwa khususnya burung yang ada di dunia yang hampir punah. Bali Bird Park memiliki peranan penting dalam melindungi dan melestarikan satwa liar Indonesia yang terancam punah serta kini telah berhasil mengembangbiakkan banyak spesies burung, termasuk Jalak Bali. Bali Bird Park menampung lebih dari 40 spesies burung Indonesia yang dilindungi, dan semakin banyak jumlahnya sekarang karena berkembang biak dengan sukses di bawah perawatan staf manajemen daya tarik wisata.

Semenjak adanya pandemi *Covid-19* yang melanda seluruh dunia, Bali mengalami kemerosotan kunjungan wisatawan sejak kasus pertama infeksi virus *Covid-19* di bulan Maret tahun 2020. Badan pusat statistik provinsi Bali mengemukakan bahwa kunjungan wisatawan nusantara yang datang ke Bali pada 2020 tercatat 4.596.157 kunjungan, mengalami penurunan hingga 56.41 persen dibandingkan dengan tahun 2019. Sementara di tahun berikutnya yaitu pada tahun 2021 mengalami kenaikan yang tidak terlalu signifikan namun masih berada dalam minus yaitu 6.41 persen. Pandemi pun berdampak sangat signifikan ke daya tarik wisata yang ada di Bali termasuk daya tarik wisata Bali Bird Park. Daya tarik wisata ini sempat ditutup karena PPKM darurat di Bali dari tanggal 3 Juli 2021 hingga akhirnya dibuka kembali untuk wisatawan pada tanggal 11 September 2021. Penurunan kunjungan wisatawan yang cukup drastis dari sebelum pandemi di tahun 2019 dengan total wisatawan nusantara yang berkunjung sebanyak 97.392 menurun di era new normal pada tahun 2022 hampir setengahnya sebanyak 50.909. Setelah dibuka kembali tentunya Bali Bird Park telah mengantongi sertifikat CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, and Environment Sustainability*) dan mengimplementasikan protokol kesehatan sesuai dengan arahan pemerintah dan *guide book* protokol CHSE Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia (Kemenparekraf, 2020). Meskipun pandemi *Covid-19* ini berpengaruh terhadap biaya operasional daya tarik wisata akibat

kemerosotan kunjungan, pihak daya tarik wisata mengambil langkah-langkah yang sigap agar ekosistem satwa burung yang ada di penangkaran tetap terjaga dengan baik yaitu dengan cara mengganti pakan-pakan yang sebelumnya impor diganti dengan bahan-bahan lokal dengan komposisi sama dengan pakan-pakan sebelumnya (Palgunadi, 2022).

Tentunya dengan adanya kemerosotan kunjungan dan pandemi *Covid-19* yang merebak di seluruh dunia, membuat daya tarik wisata Bali Bird Park harus melakukan strategi-strategi khususnya pada bidang pemasaran agar kunjungan wisatawan ke daya tarik wisata Bali Bird Park tetap stabil meskipun masih dalam era *new normal*. Dengan adanya fenomena tersebut, maka penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan pemetaan kekurangan dan kelebihan serta peluang dan acaman daya tarik wisata, mengetahui posisi strategis daya tarik wisata, serta menganalisis strategi pemasaran yang seharusnya dilakukan oleh pengelola daya tarik wisata Bali Bird Park. Tidak hanya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan namun mempertahankan angka kunjungan agar tidak terjadi penurunan yang signifikan.

METODE

Penelitian ini mengambil lokasi daya tarik wisata Bali Bird Park yang beralamat di Jalan Serma Cok Ngurah Gambir Singapadu, Batubulan, Kec. Sukawati, Kabupaten Gianyar, Bali. Variabel yang digunakan meliputi variabel karakteristik wisatawan dengan sub variabel *Tourist Descriptor* dan *Trip Descriptor* (Seaton dan Bennet, 1996) serta bauran pemasaran atau *marketing mix* yaitu 7P yang terdiri dari *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process* (Kotler dan Armstrong, 2013) untuk memasarkan produk dari daya tarik wisata Bali Bird Park. Jenis penelitian menggunakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner, wawancara, observasi, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan matriks SWOT dan membuat diagram SWOT untuk menentukan posisi strategis perusahaan (Rangkuti, 2006). Teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan perhitungan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin sehingga didapatkan jumlah responden sebanyak 123 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bali Bird Park dalam Bahasa Indonesia Taman Burung Bali diresmikan pada bulan Oktober tahun 1995 berbasis kebun binatang dengan mengangkat inovasi ekowisata burung-burung endemik langka dari seluruh dunia melalui program *Fight Extinction* atau memberantas kepunahan. Wisatawan tidak hanya dapat melihat penangkaran burung dan atraksi burung, tetapi juga melihat langsung proses pengembangbiakkan burung-burung langka. Lingkungan daya tarik wisata Bali Bird Park didesain seperti hutan tropis menyerupai habitat asli dari burung-burung yang dikembangbiakkan. Spesies burung yang tersedia berasal dari Indonesia seperti Jalak bali, Burung Cendrawasih, Burung Kakatua, dan masih banyak lagi. Tidak hanya dari Indonesia, Bali Bird Park juga mempunyai spesies burung dari luar negeri seperti Burung *Pelican*, Burung *Flamingo*, Burung *Scarlet Macaw*, dan masih banyak lagi spesies burung yang terancam punah. Seluruh burung telah dikelompokkan berdasarkan daerah asal dan negara masing-masing dalam satu kawasan tertentu sehingga wisatawan yang datang berkunjung dapat merasakan pengalaman sekaligus belajar tentang berbagai burung yang ada pada suatu daerah tertentu. Selain program pengembakbiakkan satwa, Bali Bird Park juga menyelenggarakan program *Practice Less Plastic* atau latihan mengurangi plastik karena berpotensi merusak lingkungan untuk jangka waktu yang panjang. Atraksi burung dapat disaksikan wisatawan setiap jam di setiap harinya dari pukul 10:00 WITA hingga 16:30 WITA.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kuesioner terhadap 123 responden wisatawan nusantara, ditinjau karakteristik wisatawan nusantara berdasarkan *tourist descriptor* yang terbagi ke dalam tiga indikator yaitu domisili, jenis kelamin, usia, dan pekerjaan serta berdasarkan *trip descriptor* yang terbagi ke dalam enam indikator yaitu teman perjalanan, jarak tempuh, waktu melakukan perjalanan, frekuensi kunjungan, tujuan perjalanan, dan informasi mengenai daya tarik wisata.

Wisatawan nusantara yang berkunjung ke daya tarik wisata Bali Bird Park didominasi oleh wisatawan nusantara berjenis kelamin perempuan (59,3%) dengan rentang usia 24 hingga 30 tahun (48,8%), dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta dan mahasiswa (31,7%).

Karakteristik berkunjung wisatawan nusantara yang berkunjung ke Bali Bird Park didominasi dengan wisatawan dari luar provinsi Bali (48%) dengan tingkat frekuensi kunjungan sebanyak sekali (52,8%) ditemani oleh keluarga (73,2%) di hari libur nasional maupun keagamaan (27,6%) dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan fisik (78,9%).

Berdasarkan observasi yang dilakukan terhadap daya tarik wisata Bali Bird Park dan penyebaran kuesioner terhadap 123 responden wisatawan nusantara yang berkunjung, serta wawancara tidak terstruktur oleh pihak manajemen daya tarik wisata Bali Bird Park, maka didapatkan poin-poin dari masing-masing faktor *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman) sebagai berikut:

Faktor Strengths

1. Atraksi wisata di DTW Bali Bird Park memiliki keunikan tersendiri.
2. Adanya jarak diantara hewan dan wisatawan, menimbulkan rasa aman.
3. Tiket DTW mudah ditemukan di situs *online travel agent* (OTA).
4. Lingkungan DTW bersih dan terdapat tempat sampah di setiap sudut.
5. Pelayanan yang diberikan DTW Bali Bird Park kepada wisatawan nusantara baik.

Faktor Weakness

1. Harga tiket kurang terjangkau untuk wisatawan nusantara.
2. Harga menu kurang terjangkau untuk wisatawan nusantara.
3. Diskon/promo yang diberikan kurang beragam untuk wisatawan nusantara.
4. Penampilan karyawan kurang menerapkan protokol kesehatan yang ditetapkan.
5. Jam operasional DTW yang singkat.

Faktor Opportunities

1. Pemerintah daerah mendukung mengenai adanya keberadaan DTW Bali Bird Park.
2. Bali merupakan destinasi wisata yang kondusif saat ini.
3. Berwisata merupakan suatu kebutuhan setiap individu.
4. Kemudahan dalam pembelian tiket di *online travel agent* (OTA) mempermudah wisatawan nusantara untuk membeli tiket DTW Bali Bird Park.

5. Informasi seputar DTW Bali Bird Park dapat ditemukan secara efektif karena pesatnya arus teknologi dan informasi.

Faktor Threats

1. Kurangnya fasilitas dan transportasi umum yang disediakan oleh pemerintah daerah di sekitar DTW menghambat wisatawan nusantara melakukan perjalanan ke Bali Bird Park.
2. Kondisi ekonomi negara saat ini menghambat daya beli wisatawan nusantara.
3. Akomodasi di luar kawasan DTW Bali Bird Park kurang lengkap.
4. Restoran di luar DTW menawarkan harga yang lebih terjangkau.
5. DTW Bali Bird Park mudah ditiru oleh daya tarik wisata lain serupa.

Analisis matriks *Internal Factors Analysis Strategic* (IFAS) merupakan bentuk analisis untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan atau faktor-faktor internal yang dimiliki oleh perusahaan. Berikut merupakan hasil analisis dari matriks IFAS. Berdasarkan hasil perhitungan dari analisis IFAS pada tabel 3, didapatkan jumlah faktor kekuatan (*strength*) dengan skor 1,86 dan jumlah faktor kelemahan (*weakness*) dengan skor 0,55. Total dari jumlah faktor internal kekuatan dan kelemahan berjumlah 2,41.

Analisis matriks *External Factors Analysis Strategic* (EFAS) merupakan bentuk analisis untuk mengetahui peluang dan ancaman atau faktor-faktor eksternal yang dimiliki oleh perusahaan. Berikut merupakan hasil analisis dari matriks EFAS. Berdasarkan hasil perhitungan dari analisis EFAS, didapatkan jumlah faktor peluang (*opportunities*) dengan skor 1,94 dan jumlah faktor ancaman (*threats*) dengan skor 1,17. Total dari jumlah faktor internal kekuatan dan kelemahan berjumlah 3,11.

Setelah melakukan perhitungan terhadap bobot dan rating pada analisis IFAS dan EFAS, dilakukan penjabaran strategi alternatif menggunakan matriks SWOT untuk mengetahui strategi SO (*strength – opportunities*), Strategi ST (*strength – threats*), Strategi WO (*weakness – opportunities*), Strategi WT (*weakness – threat*). Berikut merupakan hasil penjabaran menggunakan Matriks SWOT.

Berdasarkan hasil perhitungan terhadap bobot dan rating pada analisis IFAS dan EFAS, tahap selanjutnya adalah penentuan posisi strategis perusahaan menggunakan diagram analisis SWOT. Penentuan posisi strategis dilakukan dengan mengurangi hasil dari pembobotan analisis IFAS yaitu hasil *strength* (S) dikurangi dengan *weakness* (W) untuk menentukan sumbu x, dan analisis EFAS yaitu *opportunities* (O) dikurangi dengan *threats* (T) untuk menentukan sumbu y. Hasil dari perhitungan analisis IFAS dan EFAS ini akan menciptakan hasil berupa posisi strategis perusahaan untuk menentukan strategi yang dapat digunakan pada posisi tersebut. Berikut merupakan rekapitulasi hasil dari pembobotan analisis IFAS dan EFAS dan penentuan posisi strategis perusahaan.

Berdasarkan hasil dari pengolahan data analisis IFAS dan EFAS diatas serta penentuan posisi strategis menggunakan diagram cartesius di atas maka dapat diketahui bahwa titik pertemuan antara faktor-faktor dari *strength* (S), *weakness* (W), *opportunities* (O), dan *threats* (T) berada pada kuadran I. Hal ini menunjukkan bahwa posisi perusahaan berada pada posisi *growth-oriented*, dimana produk dari daya tarik wisata Bali Bird Park merupakan produk yang kuat untuk memanfaatkan peluang yang tersedia.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Wisatawan nusantara yang berkunjung ke daya tarik wisata Bali Bird Park didominasi oleh wisatawan nusantara berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia 24 hingga 30 tahun, dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta dan mahasiswa. Karakteristik berkunjung wisatawan nusantara yang berkunjung ke Bali Bird Park didominasi dengan wisatawan dari luar provinsi Bali dengan tingkat frekuensi kunjungan sebanyak sekali ditemani oleh keluarga di hari libur nasional maupun keagamaan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan fisik.

Hasil penelitian melalui penjabaran *Strength* (S), *Weakness* (W), *Opportunities* (O), dan *Threats* (T) yang dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman pada daya tarik wisata Bali Bird Park serta hasil perhitungan dari analisis IFAS (*Internal Factors Analysis Strategic*) dan EFAS (*External Factors*

Analysis Strategic) yang dilakukan untuk menentukan titik strategis perusahaan menggunakan diagram SWOT dan matriks analisis SWOT untuk mendapatkan alternatif strategi yang dapat dilakukan daya tarik wisata Bali Bird Park, didapatkan hasil bahwa perusahaan berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa posisi perusahaan berada pada posisi *growth-oriented*, yang berarti produk dari daya tarik wisata Bali Bird Park merupakan produk yang kuat untuk memanfaatkan peluang yang tersedia.

Saran

Saran akademis bagi peneliti yang akan melakukan penelitian serupa disarankan untuk melakukan penelitian dengan mengukur variabel dan indikator lain maupun lokasi penelitian sehingga dapat dilakukan perbandingan antara satu variabel dengan variabel lain atau dengan lokasi yang berbeda.

Dengan dominasi frekuensi kunjungan yang hanya sekali, daya tarik wisata Bali Bird Park perlu mengadakan adanya pembaruan baik dalam faktor harga dan promosi selain untuk menaikkan frekuensi kunjungan, hal tersebut dapat dilakukan untuk menarik pangsa pasar yang lebih luas.

Selain itu, menggunakan strategi agresif dari hasil analisis SWOT yang dilakukan di daya tarik wisata Bali Bird Park yaitu memanfaatkan dukungan dari pemerintah daerah dengan cara ikut dalam acara-acara pameran untuk mempromosikan daya tarik wisata agar dapat meraup pangsa pasar yang lebih luas, memperbaharui dan memelihara *website* resmi dari daya tarik wisata agar lebih interaktif dan mudah dijangkau oleh wisatawan nusantara baik dalam pembelian tiket maupun pemberian informasi, seluruh staf bekerja sama dalam menjaga keamanan dan kenyamanan di daya tarik wisata.

Kepustakaan

- Isdarmanto (2017) *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara.
- Kotler, P. and Amstrong, G. (2013) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 12th edn. Jakarta: Erlangga.
- Negara, I.M.W.S., Sudiarta, I.N. and Suardana, I.W. (2019) 'Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Berkunjung di Serangan Denpasar Bali', *JUMPA*, 6(1).
- Palgunadi, G. (2022) *Selama PPKM Darurat, Bali Bird Park Ditutup*. Available at: <https://bali-travelnews.com/selama-ppkm-darurat-bali-bird-park-tutup/> (Accessed: 13 October 2022).
- Raka, A.A.G., Parwata, I.W. and Gunawarman, A.A.G.R. (2017) *Bali Dalam Perspektif Budaya dan Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Rangkuti, F. (2006) *Analisis SWOT: Membedah Kasus Bisnis*. I. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Seaton, A.V. and Bennet, M.M. (1996) *The Marketing of Tourism Products: Concepts, Issues, and Cases*. London: International Thomson Business Press.
- Yoeti, O.A. (1996) *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.