

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian



Taman Safari Indonesia II terletak di lereng Gunung Arjuna, Prigen Jawa Timur. Wisata ini tepatnya terletak di desa Jatirejo kecamatan Prigen, Pasuruan, Jawa Timur dengan ketinggian antara 800 -1.500 meter dpl. Obyek ini merupakan lembaga konservasi suaka marga satwa yang menempati areal seluas 340 ha. Taman Safari Prigen merupakan taman safari yang di areal hutan lindung. Taman Safari Prigen Jawa Timur dihuni oleh belasan jenis satwa, terutama satwa-satwa yang dilindungi pemerintah. Taman ini didirikan sejak tahun 1997, namun tidak begitu ramai pada hari-hari biasa. Hanya pada hari libur saja kunjungan ke taman safari ini ramai, namun tidak pada hari biasa.

Obyek wisata dapat ditempuh dengan waktu 1 jam dari Surabaya atau Malang. Wisatawan dapat menyaksikan kehidupan satwa liar sesuai habitat aslinya, berdasarkan tempat hidupnya dibagi menjadi 4 kawasan antara lain : kawasan Amerika, Eropa, kawasan Asia dan kawasan Afrika. Selain itu dibagi menjadi 3 zona yaitu zona kehidupan satwa, zona rekreasi sebagai tempat untuk menampilkan atraksi dari satwa dan tempat permainan anak-anak, zona *baby zoo* sebagai tempat untuk mengenal lebih dekat wisatawan dengan anak satwa liar untuk bermain dan berfoto.

Masyarakat Jawa Timur sendiri mengenal TSI yang beroperasi sejak tahun 1997 itu sebagai “Taman Safari Prigen”. Objek wisata satwa alam “adik kandung” TSI Cisarua Bogor itu, sama-sama didirikan pengusaha Johan Manansang di suatu kawasan hutan lindung yang berhawa sejuk.. Berbeda dengan TSI Cisarua Bogor yang telah sangat populer dan senantiasa kebanjiran pengunjung, Taman Safari Prigen yang terletak di jalur utama antara Kota Surabaya dengan Kota Malang termasuk relatif “sepi” pengunjung. Pada hari-hari libur, Taman Safari Prigen yang berjarak sekira enam kilometer dari jalan raya Surabaya – Malang ke arah barat itu memang cukup padat. Namun pada hari-hari biasa, baik jalanan dari arah jalan raya Surabaya – Malang maupun di lokasi Taman Safari yang mencapai luas 400-an hektare tampak lengang.

Terletak di pinggang gunung Arjuna dengan ketinggian sekitar 600-800 di atas permukaan laut. Lokasi ini menjadikan Taman Safari Prigen memiliki pemandangan yang indah. Puncak gunung yang berwarna biru berdampingan dengan lembah-lembah yang dijadikan kebun ataupun tegalan oleh masyarakat sekitar. Selain itu, jalan menuju Taman Safari Prigen juga dipenuhi dengan pedusunan. Udara di daerah ini juga sejuk, menambah segar suasana.

Untuk mencapai daerah ini, pengunjung akan melalui beberapa pos pemeriksaan. Bagi yang tidak menggunakan mobil pribadi, pihak Taman Safari Prigen akan menyediakan angkutan khusus untuk berkeliling. Dalam jarak dua sampai tiga kilometer, pengunjung baru bisa menemukan satwa yang dilindungi. Setelah lewat sekitar tiga kilometer, baru pengunjung bisa

melihat satwa-satwa unik dan menarik yang dikelompokkan ke dalam beberapa bagian berdasarkan benua asalnya. Terdapat berbagai satwa di Taman Safari Prigen ini. Di bagian benua Amerika Eropa, pengunjung bisa menemukan bison, Liama, Kalkun, Elk, singa, Harimau Benggala, serigala, maupun beruang coklat. Di bagian benua Afrika, pengunjung bisa menemukan berbagai satwa khas Afrika seperti kuda nil, Badak putih, Eland, Zebra, Watusi, Jenjang mahkota, kambing gunung, unta, gajah, jerapah serta burung unta. Selain itu masih ada juga sektor benua Asia yang berisikan berbagai binatang asli benua Asia seperti Orang utan, Siamang, Tapir, Banteng Jawa, komodo, Kasuari, Blackbuck, dan lain-lain. Selain itu, pengunjung juga akan dimanjakan oleh pertunjukan berbagai hewan pintar yang ada di areal Taman Safari Prigen Jawa Timur.

4.1.2. Produk

Bauran produk di Taman Safari Indonesia dilakukan dengan memperhatikan kualitas atraksi wisata, kuantitas jasa yang ditawarkan, merek atraksi wisata, jumlah hewan dan variasi hewan. Berikut ini merupakan produk/jasa yang disediakan oleh PT. Taman Safari Indonesia kepada pengunjung:

4.1.2.1. Kuantitas Atraksi yang Ditawarkan

a. Safari *Adventure*

Pada kegiatan Safari *adventure*, wisatawan bisa merasakan sensasi luar biasa dengan memasuki dunia satwa liar. Disini wisatawan bisa merasakan petualangan unik dengan ribuan satwa dari berbagai belahan dunia. Karena lokasinya yang berada di kawasan Gunung Arjuna, wisatawan-pun bisa sekaligus menikmati keindahan alam mulai dari kicauan burung, kawanan zebra, Gajah Sumatera, Singa, Harimau Sumatera, beruang, jerapah, dan lebih dari 200 spesies langka lainnya dalam Safari *adventure* terbesar dan terbaik di Asia.

b. *Baby Zoo*

Di *Baby Zoo*, wisatawan dapat langsung menyentuh, merasakan dan mencium bau khas satwa, mempelajari perilakunya dari dekat dan temukan rahasia keunikannya, disana tersedia lebih dari 15 wahana exhibit seperti Harimau benggala, Cheetah, Kanguru, Orangutan, Simpanse, taman reptile, taman ular, dll. Wisatawan juga dapat menggendong, memangku dan berfoto dengan satwa sebagai kenang-kenangan.

c. *Recreation Area*

Selain dapat mempelajari aneka macam satwa terdapat pula arena rekreasi yang memiliki lebih dari 23 wahana permainan seperti *roller coaster*, puri misteri, bom-bom car, bom-bom *boat*, *rio bravo*, sepeda layang dan masih banyak lagi. Bahkan tersedia wahana permainan ekstrem seperti *paint ball war game*, *shooting target* dan *flying fox*.

d. *Safari Water World*

Wisatawan dapat merasakan kesejukan air pegunungan Arjuna di Waterpark dengan luas 3.5 hektar yakni di safari *water world*. Wisatawan bisa mencoba wahana di dalamnya seperti *Pirate Ship Park*, *Gigantic Water Slide* berkecepatan 50 km/jam, *Ankor wat water* yang romantis, dan *crocodile cave lazy* dimana wisatawan bisa merasakan sensasi berenang bersama buaya muara, ikan araipama dan satwa malam lainnya.

e. *Swimming with dolphin*

Wisatawan dapat menikmati program *swimming with dolphin* setiap hari pada pukul 03.00 sore di area *dolphin bay* selama 30 menit. Selain itu berenang bersama lumba-lumba juga dapat menjadi terapi bagi anak-anak autisme.

f. *Restaurant*

Pengalaman unik lain yang bisa didapatklan di Taman safari Indonesia 2 yaitu makan dengan ditemani harimau putih. *Tiger Cave restaurant* adalah restoran pertama di Indonesia berkonsep *mix culture* and fauna yang memadukan antara satwa, harimau putih dengan budaya India. Selain itu, wisatawan juga dapat menikmati berbagai macam pilihan menu makanan di *Gading restaurant*, *Captain Kroc's Restaurant* dan juga warung ndeso.

g. Safari *Aquatic Land*

Di taman safari Indonesia 2, wisatawan juga dapat melihat secara langsung satwa *aquatic* seperti linsang, anjing laut, singa laut, dan pinguin *humboldt* yang didatangkan langsung dari amerika selatan. Wisatawan dapat mengunjungi zona safari *aquatic land* tersebut di area *baby zoo*. Selain itu, wisatawan dapat memberi makan satwa-satwa tersebut.

h. 4D Cinema *Evil Land*

Wisatawan dapat menikmati wahana terbaru dari Taman Safari Indonesia 2 yang didatangkan langsung dari Korea dan satu-saunya hadir di Jawa Timur, yaitu *Evil Land* 4D Cinema. disana terdapat banyak pilihan film yang pastinya seru dan menarik dengan efek 4 dimensi yang menegangkan.

i. Safari *Outbound*

Para petualang dan pecinta alam dapat mengikuti safari *trail* sambil menikmati keindahan alam pegunungan Arjuna dengan dipandu oleh pemandu yang berpengalaman. Wisatawan juga dapat mencoba merasakan tantangan dan serunya kegiatan menarik di safari *outbound* serta menginap dibanteng *camp* yang berada ditengah hutan pegunungan Arjuna.

j. Paket edukasi

Paket edukasi ini terdiri dari beberapa program, seperti “siapa mau jadi dokter hewan?”, pengenalan aneka satwa, jalan kepunahan harimau Sumatera, konflik gajah Sumatera, dan mengenal mamalia laut.

k. *Elephant Tracking*

Wisatawan mendapatkan pengalaman unik dan luar biasa dengan menerobos kawanan satwa-satwa liar seperti kudani, zebra, burung, jenjang mahkota dan satwa-satwa eksotik lainnya. Dalam *elephant tracking* di taman safari Indonesia 2, dari atas punggung gajah, wisatawan diajak untuk menyaksikan keindahan lereng pegunungan arjuna dan mengenal lebih dekat satwa-satwa liar di Taman Safari Indonesia ini.

l. *Shows*

Selain itu di Taman Safari Indonesia II ini setiap harinya terdapat *show* yang memang disuguhkan gratis untuk menghibur para pengunjung yang

datang seperti *last home for sumatran elephant*, *dolphin education*, Global Warming, Bird of Prey, Sumatran tiger Kingdom, *journey to the temple of terror*, *jungle boy*, dan *elephant education show*.

4.1.2.2. Kualitas Atraksi yang Ditawarkan

Kualitas atraksi wisata merupakan hal penting dan menentukan bagi konsumen dalam memutuskan untuk melakukan kunjungan wisata pada suatu tempat wisata. Taman Safari Prigen berusaha untuk memasarkan produk wisatanya dengan atraksi yang berkualitas. Terbukti dari hasil penelitian yang dijabarkan pada tabel 4.22 di halaman 57 didapati bahwa mean jawaban responden atas produk-produk Taman Safari II Prigen adalah 3,96 mendekati 4, artinya responden menilai kualitas produknya baik.

4.1.2.3. Merek Atraksi Wisata

Merek atraksi wisata merupakan nama yang dipakai untuk setiap atraksiwisata. Merek pada atraksi wisata yang disajikan para pihak Taman Safari disesuaikan dengan atraksi wisata yang ada dan nama yang mudah diingat, seperti arena rekreasi, *the wilde wild west cowboy show*, *jungle boy*, *temple of terror*, dan lain-lain.

4.1.2.4. Jumlah Hewan

Jumlah satwa di Taman Safari Indonesia saat ini terus berkembangbiak hingga mencapai lebih 2.635 ekor. Mengingat jumlah satwa yang semakin bertambah, maka Taman Safari memerlukan perluasan lahan. Bertitik tolak dari hal tersebut, maka timbul ide untuk mengadakan pengembangan di daerah timur. Akhirnya dibangunlah Taman Safari Indonesia II di daerah Inpres Desa Tertinggal (IDT), Desa Jatiarjo, Kecamatan Prigen-Jawa Timur, seluas 400 Ha, yang merupakan hasil kerjasama dengan Perum Perhutani.

4.1.2.5. Variasi Hewan

Taman Safari Indonesia sekarang telah memiliki variasi hewan yang sangat banyak. Taman Safari Indonesia terus berusaha untuk menambah koleksi

hewan yang dimilikinya, sesuai dengan komitmen mereka untuk menjadi contoh kebun binatang dan tempat wisata yang terkenal di seluruh dunia. Sekarang jumlah koleksi hewan yang dimiliki Taman Safari Indonesia adalah 257 spesies yang berbeda.

4.1.3. Harga

Pada Taman Safari 2 Prigen penetapan harga didasarkan strategi harga dengan segmen pasar adalah keluarga, harga yang ditawarkan di Taman Safari meliputi regular Rp. 70.000,- terusan Rp. 95.000 dan platinum Rp. 110.000,- Harga ini dinilai secara rata-rata *mean* oleh pengunjung dengan nilai 4 (baik). Kotler (2010), menyatakan harga adalah jumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk/jasa. Harga merupakan faktor utama penentuan posisi dan harus diputuskan sesuai dengan pasar sasarnya, ragam produk, pelayanan, serta persaingan.

4.1.3. Tempat

Pada Taman Safari 2 Prigen saluran pemasarannya merupakan saluran nol dikarenakan Taman Safari menjual produk langsung ke pelanggan akhir. Tempat (place) berhubungan dengan penyediaan produk/jasa yang tepat pada lokasi yang nyaman dan dapat dijangkau, dan menyediakan produk/jasadalam jumlah yang diinginkan konsumen dan dalam jumlah yang sesuai dengan kemampuan biaya persediaan, transportasi dan biaya penyimpanan. Menurut Kotler dan Keller (2013) menyatakan bahwa untuk menyeleksi saluran distribusi (nol) ada beberapa faktor yang dibutuhkan untuk menilai saluran distribusi yang salah satunya adalah aksesibilitas.

Lokasi Taman Safari Prigen sangat strategis karena berada di daerah Pasuruan yang terkenal arus padat lalu lintas. Lokasi Taman Safari Indonesia mudah dicapai dengan kendaraan sendiri maupun dengan angkutan umum. Angkutan umum dari Pandaan ke Taman Safari sudah tersedia yang khusus untuk angkutan Taman Safari Indonesia. Penilaian rata-rata responden atas faktor tempat adalah 3,59

4.1.4. Promosi

Pada Taman Safari 2 Prigen promosi yang dilakukan yaitu dengan baliho, media promosi cetak visual (seperti brosur, spanduk), serta melalui media internet yaitu pada website [http:// tamansafari2.com](http://tamansafari2.com). Penilaian rata-rata responden atas faktor promosi ini adalah 3,60. Menurut Swastha (2011), promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu-arah yang dimuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran dan promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran.

4.1.5. People

Berdasarkan observasi penulis, staff maupun karyawan lapangan di Taman Safari II Prigen, sudah tampak berpenampilan rapi, bersih dan berseragam. Mereka cukup ramah dan informatif kepada pengunjung. Namun Tabel 4.19 pada halaman 54 menyatakan bahwa berdasarkan penilaian responden, *mean* untuk faktor ini adalah 3,49 dan merupakan *mean* terendah. Lupioyadi (2012) menyatakan bahwa dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, maka *people* yang berfungsi sebagai *service provider* sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Melalui pelayanan yang baik, cepat, ramah, teliti dan akurat dapat menciptakan kepuasan dan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan yang akhirnya akan meningkatkan nama baik perusahaan.

4.1.6. Proses

Seluruh aktivitas kerja adalah proses, proses melibatkan prosedur-prosedur, tugas-tugas, jadwal-jadwal, mekanisme-mekanisme, aktivitas-aktivitas dan rutinitas-rutinitas dengan apa produk (barang atau jasa) disalurkan ke pelanggan. Identifikasi manajemen proses sebagai aktivitas terpisah adalah prasyarat bagi perbaikan jasa. Pentingnya elemen proses ini khususnya dalam bisnis jasa disebabkan oleh persediaan jasa yang tidak dapat disimpan.

Proses yang dilakukan Taman Safari 2 Prigen meliputi proses pembelian tiket Taman Safari yang mudah, tepat waktu dengan jadwal pelaksanaan show, dan memberikan pelayanan yang memberikan rasa aman dan nyaman kepada

pelanggan. Berdasarkan observasi penulis tidak ada masalah yang signifikan atas faktor proses ini. *Mean* jawaban responden atas faktor ini adalah 3,52.

4.1.7. *Physical Evidence*

Secara fisik Taman Safari 2 Prigen memiliki hewan yang terawat baik dan wahana outdoor yang bersih, segar dan nyaman. Demikian pula wahana indoor (4D) cukup menarik dan menyediakan kursi tunggu yang memadai. *Mean* responden atas faktor ini adalah 3,73. Nirwana (2010, p.47) “fasilitas pendukung merupakan bagian dari pemasaran jasa yang memiliki peranan cukup penting. Karena jasa yang disampaikan kepada pelanggan tidak jarang memerlukan fasilitas pendukung di dalam penyampaian”. Hal ini akan semakin memperkuat keberadaan dari jasa tersebut. Karena dengan adanya fasilitas pendukung secara fisik, maka jasa tersebut akan dipahami oleh pelanggan.

4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas kuesioner sering kali dilakukan untuk mengetahui apakah indikator atau pertanyaan yang digunakan dalam mendeskripsikan variabel penelitian dapat diandalkan kebenarannya.

4.2.1. Uji validitas

Hasil perhitungan uji validitas alat ukur masing-masing variabel dengan menggunakan program SPSS, dapat disajikan pada Tabel berikut ini.

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Produk

No. Item	<i>Corrected item total correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
1	0,751	0,159	Valid
2	0,831	0,159	Valid
3	0,775	0,159	Valid
4	0,675	0,159	Valid
5	0,754	0,159	Valid

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui bahwa semua item untuk mengukur masing-masing variabel memiliki koefisien korelasi diatas nilai r_{tabel} . Berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa item-item yang digunakan untuk mengukur

masing-masing variabel disimpulkan valid, dalam arti secara akurat mengukur masing-masing variabel. Ini berarti bahwa data yang diperoleh sudah dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Harga

No. Item	<i>Corrected item total correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
1	0,738	0,159	Valid
2	0,840	0,159	Valid
3	0,725	0,159	Valid

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui bahwa semua item untuk mengukur masing-masing variabel memiliki koefisien korelasi diatas nilai r_{tabel} . Berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa item-item yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel disimpulkan valid, dalam arti secara akurat mengukur masing-masing variabel. Ini berarti bahwa data yang diperoleh sudah dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Tempat

No. Item	<i>Corrected item total correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
1	0,679	0,159	Valid
2	0,426	0,159	Valid
3	0,568	0,159	Valid
4	0,436	0,159	Valid

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa semua item untuk mengukur masing-masing variabel memiliki koefisien korelasi diatas nilai r_{tabel} . Berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa item-item yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel disimpulkan valid, dalam arti secara akurat mengukur masing-masing variabel. Ini berarti bahwa data yang diperoleh sudah dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Promosi

No. Item	<i>Corrected item total correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
----------	---	--------------------	------------

1	0,678	0,159	Valid
2	0,686	0,159	Valid
3	0,618	0,159	Valid
4	0,531	0,159	Valid

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui bahwa semua item untuk mengukur masing-masing variabel memiliki koefisien korelasi diatas nilai r_{tabel} . Berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa item-item yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel disimpulkan valid, dalam arti secara akurat mengukur masing-masing variabel. Ini berarti bahwa data yang diperoleh sudah dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas *People*

No. Item	<i>Corrected item total correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
1	0,491	0,159	Valid
2	0,501	0,159	Valid
3	0,378	0,159	Valid
4	0,440	0,159	Valid

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui bahwa semua item untuk mengukur masing-masing variabel memiliki koefisien korelasi diatas nilai r_{tabel} . Berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa item-item yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel disimpulkan valid, dalam arti secara akurat mengukur masing-masing variabel. Ini berarti bahwa data yang diperoleh sudah dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Proses

No. Item	<i>Corrected item total correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
1	0,403	0,159	Valid
2	0,408	0,159	Valid
3	0,462	0,159	Valid
4	0,504	0,159	Valid

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.6 diketahui bahwa semua item untuk mengukur masing-masing variabel memiliki koefisien korelasi diatas nilai r_{tabel} . Berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa item-item yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel disimpulkan valid, dalam arti secara akurat mengukur

masing-masing variabel. Ini berarti bahwa data yang diperoleh sudah dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas *Physical Evidence*

No. Item	<i>Corrected item total correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
1	0,470	0,159	Valid
2	0,452	0,159	Valid
3	0,489	0,159	Valid
4	0,443	0,159	Valid

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.7 diketahui bahwa semua item untuk mengukur masing-masing variabel memiliki koefisien korelasi diatas nilai r_{tabel} . Berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa item-item yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel disimpulkan valid, dalam arti secara akurat mengukur masing-masing variabel. Ini berarti bahwa data yang diperoleh sudah dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat diandalkan atau dapat dipercaya. Pada penelitian ini, uji reliabilitasnya menggunakan *Cronbach's Alpha* yang aplikasinya tidak dilakukan secara manual, melainkan dengan menggunakan SPSS. Hasil uji reliabilitas yang telah dianalisis disajikan pada tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas dengan Menggunakan *Cronbach's Alpha*

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Produk	0,901	Reliabel
Harga	0,879	Reliabel
Tempat	0,728	Reliabel
Promosi	0,807	Reliabel
People	0,669	Reliabel
Proses	0,662	Reliabel
Physical Evidence	0,677	Reliabel

Sumber: Lampiran 3

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa data tersebut dalam kondisi reliabel dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.3. Profil Responden

Pada Tabel dibawah ini akan dibahas demografi dan jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan yang ada pada kuesioner:

Tabel 4.9 Jenis Kelamin

Keterangan	Frekuensi	Persen
Laki-laki	40	40.0
Perempuan	60	60.0
Total	100	100.0

Dari Tabel 4.9 dapat diketahui dari responden dalam penelitian ini bahwa pengunjung Taman Safari berjenis kelamin perempuan sebesar 60% dan laki-laki sebesar 40%. Hal ini menggambarkan bahwa lebih banyak perempuan dalam mengunjungi tempat rekreasi, dibandingkan dengan laki-laki. Itu sesuai dengan target market Taman Safari yang targetnya adalah perempuan dan keluarga, dimana perempuan mempunyai peran yang sangat penting di dalam keluarga dan perempuan paling menyukai dan sering mengunjungi tempat wisata untuk menghabiskan waktu liburan.

Tabel 4.10 Umur Responden

Keterangan	Frekuensi	Persen
17-20 tahun	6	6.0
21-30 tahun	23	23.0
31-40 tahun	48	48.0
41-50 tahun	23	23.0
Total	100	100.0

Tabel 4.10 menjelaskan bahwa responden dalam penelitian ini adalah berusia 17-20 tahun sebanyak 6 orang atau sebesar 6%, responden yang berumur 21-30 tahun sebanyak 23%, responden yang berumur 31-40 tahun sebanyak 48 orang atau sebesar 48%, dan responden yang berumur 41-50 tahun tahun sebanyak 23 orang atau sebesar 23%. Responden dengan rentang usia 31-40 tahun lebih

banyak dibandingkan dengan responden usia lain, hal ini dikarenakan usia 31-40 merupakan usia yang produktif dimana pada usia produktif seseorang telah bekerja dan memiliki penghasilan tetap (Arsori, 2002, p.42). Selain itu, bila seseorang telah memiliki penghasilan yang tetap, maka mereka akan menyisihkan sebagian dana mereka untuk pergi ke tempat wisata.

Tabel 4.11 Sumber Informasi Keberadaan Taman Safari

Keterangan	Frekuensi	Persen
Teman/keluarga	52	52.0
Media	34	34.0
Lainnya	14	14.0
Total	100	100.0

Tabel 4.11 menjelaskan bahwa responden mengetahui info keberadaan Taman Safari dari teman atau keluarga sebesar 52%, mengetahui info keberadaan Taman Safari dari media sebesar 34%, dan mengetahui info keberadaan Taman Safari dari lainnya sebesar 14%. Hal ini menggambarkan bahwa pengunjung lebih banyak mengetahui keberadaan Taman Safari dari teman, dibandingkan lainnya, sebab teman merupakan subjek yang memiliki peranan dominan dalam pemberi pengaruh/informasi mengenai keberadaan tempat-tempat rekreasi. Selain itu, informasi yang diedarkan melalui *word of mouth* lebih memberikan rasa kepercayaan kepada si penerima informasi tersebut. Menurut Solomon (2010, hal.442) promosi melalui mulut ke mulut yang dilakukan oleh teman atau kerabat ini memiliki kredibilitas yang tinggi, jadi lebih bersifat persuasif atau mempengaruhi seseorang daripada promosi melalui iklan. Karena jelas orang lebih mempercayai temannya yang lebih dulu mencoba suatu produk daripada hanya sekedar iklan.

Tabel 4.12 Domisili Responden

Keterangan	Frekuensi	Persen
Surabaya	25	25.0
Batu-Malang	30	30.0
Lainnya	45	45.0
Total	100	100.0

Tabel 4.12 menjelaskan bahwa responden dalam penelitian ini adalah berdomisili di Surabaya sebesar 25%, responden yang berdomisili di Batu-Malang

sebesar 30%, dan responden yang berdomisili lainnya sebesar 45%. Hal ini disebabkan pengunjung kebanyakan datang dari wilayah Jember, Jakarta, dan sebagian dari Jawa Tengah yang telah berniat meluangkan dana dan waktunya untuk berlibur dengan mengunjungi tempat wisata Taman Safari.

Tabel 4.13 Profesi Responden

Keterangan	Frekuensi	Persen
Pelajar/mahasiswa	19	19,0
Pegawai swasta	29	29,0
Pegawai negeri	10	10,0
Wiraswasta	34	34,0
Lainnya	8	8,0
Total	100	100,0

Tabel 4.13 menjelaskan bahwa responden dalam penelitian ini yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa sebesar 25%, responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta sebesar 29%, responden yang berprofesi sebagai pegawai negeri sebesar 10%, responden yang berprofesi sebagai wiraswasta sebesar 34%, dan responden yang berprofesi sebagai lainnya sebesar 8%. Banyak responden yang berprofesi wiraswasta dikarenakan berprofesi sebagai wiraswasta lebih memiliki banyak waktu untuk melakukan kegiatan rekreasi.

Tabel 4.14 Pendidikan Terakhir

Keterangan	Frekuensi	Persen
SMU/Sederajat	40	40,0
S1 (Sarjana)/sederajat	57	57,0
S2 (Magister)	3	3,0
Total	100	100,0

Tabel 4.14 menjelaskan bahwa responden dalam penelitian ini yang berpendidikan terakhir SMU/sederajat sebesar 40%, responden yang berpendidikan terakhir S1 sebesar 57%, dan responden yang berpendidikan terakhir S2 sebesar 3%. Pendidikan S1 lebih banyak dibandingkan dengan pendidikan lainnya karena pendidikan S1 lebih banyak menghabiskan waktunya untuk bekerja sehingga membutuhkan tempat rekreasi. Taman Safari sebagai zona rekreasi sebagai tempat untuk menampilkan atraksi dari satwa dan tempat permainan, zona baby zoo sebagai tempat untuk mengenal lebih dekat wisatawan

dengan anak satwa liar untuk bermain dan berfoto, sehingga cocok untuk tempat rekreasi.

4.4. Deskriptif Marketing Mix

Pada Tabel dibawah ini akan dibahas deskriptif jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan yang ada pada kuesioner:

Tabel 4.15 Produk

	Frekuensi (persentase)					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
Pertunjukkan atraksi satwa di Taman Safari menarik	0	3	5	72	20	4,09
Wahana Cinema 4D Taman Safari menarik	0	3	10	73	14	3,98
Foodcourt di Taman Safari tertata rapi dan bersih	0	3	16	66	15	3,93
Berbagai satwa dari Taman Safari ini memberi pengalaman baru dan menambah wawasan	0	4	8	63	25	4,09
Satwa di Taman Safari bervariasi mulai dari dalam negeri ataupun luar negeri	0	3	27	62	8	3,75
Mean						3,96

Sumber: Lampiran 4 & 5

Dari Tabel 4.15 di atas, diperoleh bahwa nilai rata-rata total jawaban responden mengenai produk sebesar 3,96, artinya rata-rata jawaban responden berada pada daerah positif atau interval jawaban setuju ($3,40 < 4,20 =$ Baik (B), atau Setuju (S)). Hal ini berarti responden setuju dengan pernyataan-pernyataan mengenai produk. Nilai tertinggi ada pada produk ditunjukkan pada pertunjukkan atraksi satwa di Taman Safari menarik dan berbagai satwa dari Taman Safari ini memberi pengalaman baru dan menambah wawasan (4,09). Nilai rata-rata terendah pada produk adalah satwa di Taman Safari bervariasi mulai dari dalam negeri ataupun luar negeri (3,75). Hal ini menunjukkan Taman Safari masih kurangnya jenis koleksi satwa di taman safari II, satwa-satwa yang ditemui disana masih sedikit jenisnya, seperti pengunjung belum pernah melihat adanya satwa panda di Taman Safari II.

Tabel 4.16 Harga

	Frekuensi (persentase)					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
Harga tiket yang ditawarkan Taman Safari relatif murah	0	3	5	72	20	4,09
Harga tiket yang ditawarkan Taman Safari sesuai dengan pelayanan yang diberikan	0	3	10	73	14	3,99
Harga tiket Taman Safari sebanding dengan atraksi satwa yang ditampilkan	0	3	16	65	16	3,94
Mean						4,00

Sumber: Lampiran 4 & 5

Dari Tabel 4.16 di atas, diperoleh bahwa nilai rata-rata total jawaban responden mengenai harga sebesar 4,00, artinya rata-rata jawaban responden berada pada daerah positif atau interval jawaban setuju ($3,40 < 4,20 = \text{Baik (B)}$), atau Setuju (S). Hal ini berarti responden setuju dengan pernyataan-pernyataan mengenai harga. Nilai tertinggi ada pada harga ditunjukkan pada Harga tiket yang ditawarkan Taman Safari relatif murah (4,09). Nilai rata-rata terendah pada produk adalah Harga tiket Taman Safari sebanding dengan atraksi satwa yang ditampilkan (3,94). Hal ini menunjukkan bahwa harga tiket pada Taman Safari masih belum sesuai dengan atraksi satwa dikarena sebagian besar pengunjung menyatakan bahwa atraksi hewan hanya dilakukan pada jam-jam tertentu.

Tabel 4.17 Tempat

	Frekuensi (persentase)					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
Taman Safari berada di lokasi yang mudah dijangkau dari Surabaya-Malang	0	2	8	81	9	3,97
Taman Safari berada di lokasi yang strategis	0	4	47	49	0	3,45
Akses kendaraan umum yang cukup banyak menuju Taman Safari	1	1	55	43	0	3,40
Akses dan sarana parkir di	0	5	38	55	2	3,54

Taman Safari aman						
Mean						3,59

Sumber: Lampiran 4 & 5

Dari Tabel 4.17 di atas, diperoleh bahwa nilai rata-rata total jawaban responden mengenai tempat sebesar 3,59, artinya rata-rata jawaban responden berada pada daerah positif atau interval jawaban setuju ($3,40 < 4,20 =$ Baik (B), atau Setuju (S). Hal ini berarti responden setuju dengan pernyataan-pernyataan mengenai tempat. Nilai tertinggi ada pada tempat ditunjukkan pada Taman Safari berada di lokasi yang mudah dijangkau dari Surabaya-Malang (3,97). Nilai rata-rata terendah pada tempat adalah Akses kendaraan umum yang cukup banyak menuju Taman Safari (3,40). Hal ini menunjukkan bahwa kendaraan umum masih belum banyak yang menuju ke Taman Safari karena kondisi medan yang cukup menanjak, disamping itu kebanyakan pengunjung menggunakan mobil pribadi.

Tabel 4.18 Promosi

	Frekuensi (persentase)					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
Promosi yang diberikan oleh Taman Safari menarik	1	3	30	58	8	3,69
Isi iklan media promosi cetak Taman Safari mudah dipahami	0	5	28	62	5	3,67
Media promosi cetak visual yang tersedia sangat informatif	0	3	37	60	0	3,57
Media promosi cetak visual Taman Safari memiliki daya tarik tersendiri	0	6	42	49	3	3,49
Mean						3,60

Sumber: Lampiran 4 & 5

Dari Tabel 4.18 di atas, diperoleh bahwa nilai rata-rata total jawaban responden mengenai promosi sebesar 3,60, artinya rata-rata jawaban responden berada pada daerah positif atau interval jawaban setuju ($3,40 < 4,20 =$ Baik (B), atau Setuju (S). Hal ini berarti responden setuju dengan pernyataan-pernyataan mengenai promosi. Nilai tertinggi ada pada promosi ditunjukkan pada Promosi yang diberikan oleh Taman Safari menarik (3,69). Nilai rata-rata terendah pada promosi adalah Media promosi cetak visual Taman Safari memiliki daya tarik

tersendiri (3,49). Hal ini menunjukkan bahwa promosi cetak visual Taman Safari belum memiliki daya tarik tersendiri dikarenakan pengunjung menilai hampir sama dengan promosi cetak visual tempat rekreasi yang lain seperti Jatim Park 2.

Tabel 4.19 *People*

	Frekuensi (persentase)					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
Staff dan karyawan Taman Safari ramah	1	6	29	58	6	3,62
Staff dan karyawan Taman Safari memberikan pelayanan memuaskan	1	3	36	57	3	3,58
Staff dan karyawan Taman Safari berpenampilan rapi	0	4	43	52	1	3,50
Staff dan karyawan Taman Safari memberi informasi dengan jelas	3	6	54	36	1	3,26
Mean						3,49

Sumber: Lampiran 4 & 5

Dari Tabel 4.19 di atas, diperoleh bahwa nilai rata-rata total jawaban responden mengenai *people* sebesar 3,49, artinya rata-rata jawaban responden berada pada daerah positif atau interval jawaban setuju ($3,40 < 4,20 =$ Baik (B), atau Setuju (S). Hal ini berarti responden setuju dengan pernyataan-pernyataan mengenai *people*. Nilai tertinggi ada pada *people* ditunjukkan pada Staff dan karyawan Taman Safari ramah (3,62). Nilai rata-rata terendah pada *people* adalah Staff dan karyawan Taman Safari memberi informasi dengan jelas (3,26). Hal ini menunjukkan bahwa staff dan karyawan masih belum menguasai kondisi Taman Safari sehingga banyak pengunjung yang masih bingung dengan atraksi yang akan ditampilkan.

Tabel 4.20 Proses

	Frekuensi (persentase)					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
Proses pembelian tiket Taman Safari sederhana	0	5	23	69	3	3,70
Taman Safari tepat waktu sesuai dengan jadwal	2	2	30	64	2	3,62
Pelaksanaan show	1	2	50	46	1	3,44

terkendali dan memberi suasana nyaman						
Pelayanan petugas selama berada di Taman Safari ini memberi rasa nyaman	0	4	59	36	1	3,34
Mean						3,52

Sumber: Lampiran 4 & 5

Dari Tabel 4.20 di atas, diperoleh bahwa nilai rata-rata total jawaban responden mengenai proses sebesar 3,52, artinya rata-rata jawaban responden berada pada daerah positif atau interval jawaban setuju ($3,40 < 3,52 < 4,20$ = Baik (B), atau Setuju (S). Hal ini berarti responden setuju dengan pernyataan-pernyataan mengenai proses. Nilai tertinggi ada pada Proses pembelian tiket Taman Safari sederhana (3,70). Nilai rata-rata terendah pada Pelayanan petugas selama berada di Taman Safari ini memberi rasa nyaman (3,34). Hal ini menunjukkan bahwa responden masih belum merasa nyaman terhadap petugas Taman Safari dikarenakan minimnya petugas di Taman Safari.

Tabel 4.21 *Physical evidence*

	Frekuensi (persentase)					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
Wahana hewan Taman Safari bersih	0	4	28	63	5	3,69
Wahana outdoor Taman Safari nyaman	1	4	30	57	8	3,67
Wahana Indoor (4D) nyaman	1	4	26	50	19	3,82
Kursi tunggu di Taman Safari mudah didapat	0	3	27	63	7	3,74
Mean						3,73

Sumber: Lampiran 4 & 5

Dari Tabel 4.21 di atas, diperoleh bahwa nilai rata-rata total jawaban responden mengenai *physical evidence* sebesar 3,73, artinya rata-rata jawaban responden berada pada daerah positif atau interval jawaban setuju ($3,40 < 3,73 < 4,20$ = Baik (B), atau Setuju (S). Hal ini berarti responden setuju dengan pernyataan-pernyataan mengenai *physical evidence*. Nilai tertinggi ada pada Wahana Indoor (4D) nyaman (3,82). Nilai rata-rata terendah pada Wahana outdoor Taman Safari

nyaman (3,67). Hal ini menunjukkan bahwa wahana outdoor Taman Safari masih belum tertata rapi dan masih membingungkan pengunjung.

Tabel 4.22 Rata-rata (*mean*) Marketing Mix

Variabel	Nilai Rata-rata
Produk	3,96
Harga	4,00
Tempat	3,59
Promosi	3,60
People	3,49
Proses	3,52
Physical Evidence	3,73
Mean	3,69

Sumber: Lampiran 5

Dari Tabel 4.22 di atas, diperoleh bahwa nilai rata-rata total jawaban responden pada *marketing mix* adalah 3,69. Nilai tertinggi adalah pada harga, disebabkan harga (4,00) ($4,20 - 5,00 =$ Sangat baik (SB), atau Sangat Setuju (SS)), dimana pada Taman Safari 2 Prigen penetapan harga didasarkan strategi harga dengan segmen pasar adalah keluarga, harga yang ditawarkan di Taman Safari meliputi regular Rp. 70.000,- terusan Rp. 95.000 dan platinum Rp. 110.000,. Nilai rata-rata terendah terdapat pada *marketing mix* adalah *people* (3,49) ($3,40 - < 4,20 =$ Baik (B), atau Setuju (S)), dikarenakan *people* pada Taman Safari masih kurang bisa memahami ataupun menjelaskan informasi yang jelas kepada pengunjung.

4.5. Analisis MDS

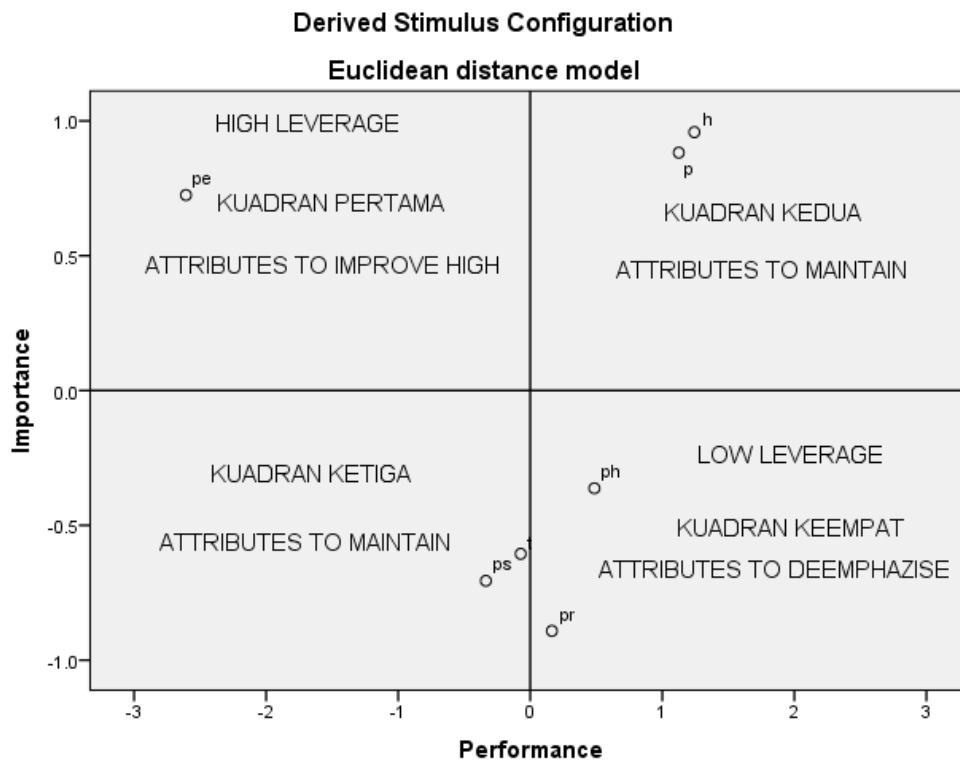
Nilai stres dalam analisis MDS merupakan petunjuk/indikasi mutu pemecahan penskalaan multidimensional. Nilai stres dipergunakan sebagai ukuran ketidaktepatan suatu model pemecahan penskalaan multidimensional, makin besar nilai stres semakin tidak tepat model pemecahan penskalaan multidimensional. Berdasarkan rumus stres dari *Kruskal Wallis*, rekomendasi penggunaan nilai stres sebagai berikut :

Tabel 4.23. Kriteria Nilai Stres

Stres (%)	<i>Goodness of Fit</i>
20	<i>Poor</i>
10	<i>Fair</i>
5	<i>Good</i>
2,5	<i>Excellent</i>
0	<i>Perfect</i>

Nilai stres yang diperoleh pada penelitian sebesar 0.12692 (Lampiran 6) menunjukkan bahwa model sudah baik (*Good fit*). Hal ini menunjukkan bahwa data dalam kondisi valid dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut. Uji alat ukur (kuesioner) yang kedua adalah *Reliabel*, yaitu indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat diandalkan atau dapat dipercaya. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan nilai R^2 . Nilai R^2 menunjukkan ketepatan model penskalaan untuk mewakili data input. Nilai R^2 yang tinggi (kalau $R^2 = 1$ atau 100% model mewakili dengan sempurna), akan tetapi $R^2 \geq 0,50$ (50% atau lebih) sudah bisa diterima, artinya bisa mewakili data input dengan cukup baik. Hasil penelitian menunjukkan nilai R^2 yang diperoleh (lihat lampiran 6) sebesar 0,982 yang berarti model mewakili sudah bisa diterima (data reliabel).

Selanjutnya dari data penelitian yang diperoleh dapat diuraikan dan disajikan dalam bentuk hasil pengolahan statistik *multidimensional* dapat dilihat pada lampiran 6.



Gambar 4.1. Peta Hasil Proses

Keterangan:

p : produk; h: harga; pe: *people*; ps: proses; t: tempat; pr: promosi; ph: *physical evidence*

Kuadran 1 = Variabel *People* dalam persepsi pengunjung dianggap sebagai variabel penting namun performancinya masih sangat rendah

Kuadran 2 = Variable produk dan harga dalam persepsi pengunjung sudah sesuai serta telah memiliki performance yang tinggi atau bagus

Kuadran 3 = Variabel proses dan tempat dianggap kurang penting oleh pengunjung dan performancinya juga rendah

Kuadran 4 = Variabel promosi dan *physical evidence* merupakan variabel yang kurang penting dalam persepsi pengunjung karena pengunjung menilai performancinya sudah bagus/tinggi.

Kemiripan hasil analisa variabel-variabel diatas berdasarkan DSC dapat dilihat dari tabel *stimulus coordinates* yaitu :

Tabel 4.24. *Configuration derived in 2 dimensions*

Stimulus Number	Stimulus Name	Dimension	
		1	2
1	p	1,1248	,8823
2	h	1,2424	,9582
3	t	-,0727	-,6056
6	ps	-,3363	-,7059
4	pr	,1636	-,8914
7	ph	,4855	-,3625
5	pe	-2,6072	,7249

4.6. Pembahasan

Physical evidence memiliki mean 3,69, sedangkan promosi memiliki mean 3,60. Pada analisa Derived Stimulus Configuration keduanya terletak pada kuadran 4, berarti berdasarkan persepsi pengunjung, faktor physical evidence dan promosi sudah dianggap kelayakan tinggi (high performance) dan tidak dianggap penting lagi. Oleh sebab itu pengeluaran untuk kedua variabel tersebut dapat ditekan, supaya tidak terjadi pemborosan

Variabel marketing mix lain yang memiliki mean cukup rendah adalah proses (3.52) dan disusul oleh tempat (3.59). Pada analisa DSC, kedua variabel tersebut terletak saling berdekatan dan pada kuadran 3, yaitu tidak penting dan memiliki performance rendah, artinya dalam persepsi pengunjung variabel tempat tidak lagi penting, ada variabel lain yang lebih diperlukan. Demikian pula dengan variabel proses, dinilai oleh pengunjung tidak lagi menjadi hal yang penting dan mempengaruhi aktivitas mereka. Dengan kata lain, variabel ini biasa-biasa saja.

Mean terendah dari ke-7 variabel *marketing mix* adalah variabel *people* (3,49) dalam analisa *derived stimulus configuration* , variable ini terletak pada kuadran 1. Artinya dalam persepsi pengunjung, variabel ini sangatlah penting karena dalam bisnis jasa faktor manusia sangat terkait dengan penyampaian layanan, namun variabel ini masih memiliki *performance* yang rendah untuk itu perlu mendapatkan perhatian lebih

2 mean teratas di duduki oleh variabel produk (3,96) dan harga (4,00), pada analisa DSC keduanya terletak sangat berdekatan dalam kuadran 2, artinya dalam persepsi pengunjung kedua variabel tersebut sangat penting dan telah memiliki *performance* yang tinggi. Dengan kata lain sudah dapat memenuhi harapan pengunjung. Untuk itu pengelola Taman Safari 2 prigen harus mempertahankannya.