

2. IDENTIFIKASI

2.1. Identifikasi Data

2.1.1. Data Produk

2.1.1.1. Nama Produk

Nama Produk adalah Kebun Binatang Surabaya (Surabaya Zoo)

2.1.1.2. Pengelola

Kebun Binatang Surabaya dikelola oleh badan swasta bernama Perkumpulan Kebun Binatang Surabaya, berlokasi di jalan Setail 1, Surabaya.

2.1.1.3. Kondisi Fisik Kebun Binatang Surabaya

Kebun Binatang Surabaya terletak di jalan Setail 1, Surabaya, termasuk wilayah Darmo, kecamatan Wonokromo, Kotamadya Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.

- a. Letak geografis : 07° 17' 34 Lintang Selatan – 07°17'51 Lintang Selatan
112°34' 56 Bujur Timur – 112°35'15 Bujur Timur
- b. Jarak dari pusat kota : 5 km
- c. Jarak dari laut : 12 km
- d. Ketinggian dari permukaan laut : 3-6 m dpl
- e. Curah hujan : 127 mm
- f. Suhu : 27,6 derajat celcius
- g. Kelembaban : 74 %
- h. Struktur tanah : lapisan *alluvial*

Luas keseluruhan dari Kebun Binatang Surabaya adalah 15 Ha, dengan :

- i. Luasan hijauan dalam sangkar : 3,1 Ha. (20,7 %)
- j. Luasan hijauan luar sangkar : 1,8 Ha. (12 %)
- k. Luasan hijauan ruang terbuka : 4,9 Ha. (32,7 %)
- l. Luasan jalan : 0,8 Ha. (5,3 %)
- m. Saluran air : 0,2 Ha. (1,3%)

- n. Kolam : 2,5 Ha. (16,7 %)
- o. Luasan bangunan dan sangkar satwa : 1,7 Ha. (11,3%)

(Bagian Penelitian dan Pengembangan Kebun Binatang Surabaya (1996)

2.1.1.4. Falsafah Kebun Binatang Surabaya

- a. Aneka Binatang yang hidup dan bertebaran di bumi adalah anugerah Tuhan Yang Maha Esa, yang bermanfaat bagi manusia sebagai pengejawantahan sifat Maha Murah dan Maha Asih dari Tuhan Yang Maha Kuasa sendiri.
- b. Beberapa manfaat aneka ragam binatang tersebut bagi manusia pada hakekatnya pembatasannya adalah kemampuan manusia sendiri sampai sejauh mana kemampuan manusia mengambil manfaat dari aneka ragam binatang tersebut bagi kepentingan dirinya dan segenap keturunannya untuk penyelenggaraannya baik material dan spiritual.
- c. Tiap generasi umat manusia mengemban amanat dari Tuhan Yang Maha Pencipta untuk berusaha memanfaatkan anugerah Tuhan yang berupa aneka ragam binatang sebaik-baiknya bagi dirinya dan masyarakat sekitarnya, tanpa sedikitpun mengganggu kelestarian aneka ragam binatang tersebut untuk pada waktunya diwariskan kepada generasi berikutnya dalam keadaan utuh, bahkan sedapat mungkin dalam kondisi yang lebih baik dari yang diwariskan oleh generasi sebelumnya.
- d. Tiap generasi umat manusia untuk kesejahteraan hidupnya memerlukan kehadiran aneka ragam binatang sebagai unsure mutlak bagi kelengkapan lingkungan hidupnya.
- e. Kebun binatang diselenggarakan dan dikembangkan dengan upaya manusia Pancasila yang bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa untuk mewujudkan rasa tanggung jawab yang besar terhadap amanat Tuhan untuk selalu memanfaatkan dan menjaga kelestarian kehadiran aneka ragam binatang di bumi.
- f. Kebun binatang diselenggarakan berfungsi sebagai antara lain :
 - 1. Pusat tempat pengenalan aneka ragam binatang bagi masyarakat khususnya bagi generasi muda.

2. Pusat tempat penelitian segala sifat dan tingkah laku aneka ragam binatang serta kemungkinan pemanfaatannya bagi manusia kini dan kemudian hari.
3. Pusat tempat rekreasi bagi manusia untuk menikmati secara santai di waktu senggang berbagai keindahan alam khususnya mengenai keanekaragaman binatang.
4. Sebagai kubu terakhir upaya manusia untuk melindungi dan membiakkan satwa langka yang telah terancam punah yang akhirnya akan dilepas kembali ke habitat asalnya untuk mendapat kesempatan berkembang biak secara alami.

2.1.1.5. Potensi Produk

Kebun Binatang Surabaya memiliki 351 spesies hewan yang terdiri dari hewan langka dan tidak langka, termasuk yang paling lengkap di Indonesia, yang tidak dapat kita temui sehari-hari. Selain keberadaan Kebun Binatang Surabaya sebagai sebuah konservasi dimana keberadaan satwa-satwa tersebut diselamatkan dari kepunahan, dengan jumlah koleksi tersebut Kebun Binatang Surabaya dapat menjadi sumber yang baik bagi sarana pendidikan mengenai alam terutama bagi anak-anak, dan juga selain memiliki sejumlah koleksi hewan. Kebun Binatang Surabaya memiliki sejumlah koleksi tumbuhan yang cukup banyak dan telah membentuk suatu lingkungan alam yang teduh dan asri dimana lingkungan itu telah terbentuk selama berpuluh – puluh tahun, hingga dapat menambah pengetahuan pengunjung. Dengan demikian selain berwisata melepas lelah, berkumpul bersama keluarga, Kebun Binatang Surabaya memberikan wawasan dan pengetahuan bagi pengunjung. Hal ini juga didukung oleh letaknya yang strategis, berada di tengah kota, dan juga dengan tiket masuk yang relatif murah, yaitu Rp. 5000,00 untuk pengunjung di atas 12 tahun dan Rp. 4000,00 untuk pengunjung dengan usia 4-12 tahun.

2.2. Data Pemasaran

2.2.1. Potensi Pasar

Kota Surabaya sebagai kota kedua terbesar memiliki tingkat kesibukan yang cukup tinggi, hingga meningkatkan stress di masyarakat, berbagai kegiatan

rekreasi dilakukan termasuk berkunjung ke obyek wisata bersama keluarga, dapat menjadi sarana untuk *refreshing*. Surabaya sebagai kota kedua juga banyak dikunjungi oleh wisatawan nusantara dari daerah dan juga wisatawan mancanegara. Per tahun 2000 wisatawan asing yang masuk di kota Surabaya sebanyak 5.810 orang dan wisatawan nusantara sebanyak 5.078.247 orang. Namun Surabaya memiliki sedikit sekali obyek wisata yang dapat diandalkan, sehingga sebagian masyarakat memiliki kecenderungan untuk memilih berwisata ke luar kota.

Meningkatnya kesadaran akan kebutuhan pendidikan bagi generasi muda, dapat menguntungkan bagi pihak Kebun Binatang Surabaya, dimana Kebun Binatang Surabaya selain sebagai sarana konservasi, juga merupakan sebuah sarana pendidikan bagi masyarakat terutama bagi generasi muda mengenai lingkungan alam terutama mengenai hewan, terutama hewan langka yang tidak dapat sering dijumpai di kehidupan sehari-hari. Letak yang berada di tengah kota dapat menghemat waktu, dan dapat dilakukan bukan di hari libur.

Hal itu juga didukung oleh besarnya keingintahuan terutama pada anak – anak terhadap hewan. Hal itu didukung dengan munculnya berbagai obyek wisata yang berada di luar kota Surabaya yang mengandalkan hewan sebagai salah satu daya tarik wisatanya.

Ada Beberapa sifat kunjungan yang dilakukan wisatawan pada saat melakukan perjalanan ke suatu tempat wisata, Menurut Drs. Oka Yoeti A sifat – sifat tersebut adalah sebagai berikut :

a. *Pleasure Tourism*

Tujuan dari wisatawan adalah untuk berlibur, mencari udara segar, untuk mengetahui hal- hal baru, menikmati keindahan alam, bersantai, mencari hiburan di kota.

b. *Cultural Tourism*

Kunjungan wisatawan ditujukan untuk memenuhi keingintahuan mereka dengan belajar di pusat – pusat pengajaran dan riset, mempelajari adat istiadat penduduk setempat, kelembagaan dan cara hidup, penemuan, pusat kesenian, mengunjungi monumen, festival dan hal - hal yang dapat memberikan mereka pengetahuan yang baru.

c. *Recuperasional Tourism*

Tujuan utama wisatawan melakukan perjalanan adalah untuk menyembuhkan penyakit, misalnya perjalanan ke Beijing, Cina. Selain berwisata mereka juga melaksanakan kegiatan pengobatan.

d. *Sport Tourism*

Ada dua macam *sport tourism*, yaitu :

1. *Big Sport Tourism*

Kunjungan dilakukan apabila terjadi suatu peristiwa olah raga secara besar - besaran, yang dapat menarik sejumlah besar penonton yang tidak hanya berasal dari dalam negeri tetapi juga berasal dari luar negeri yang bertujuan untuk menonton peristiwa tersebut dan memberikan dukungan. Misalnya : Olimpiade, F1, Piala Dunia, dan lain – lain.

2. *Sporting Tourism*

Kunjungan dilakukan dengan tujuan untuk berolah raga dan juga melakukan pelatihan dalam bidang olah raga.

e. *Religion Tourism*

Kunjungan dilakukan berhubungan dengan kegiatan kerohanian, upacara keagamaan, wisata sejarah, misalnya : perjalanan ke Mekkah, perjalanan ke India, perjalanan ke Sendangsono dan lain – lain yang berhubungan dengan kerohanian.

f. *Recreational Tourism*

Wisatawan melakukan kunjungan dengan tujuan untuk berekreasi, beristirahat, dan mencari suasana yang berbeda dari rutinitas sehari – hari.

g. *Commercial Tourism*

Kunjungan bertujuan untuk melaksanakan kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan perdagangan , baik secara nasional maupun internasional, misalnya ke luar negeri untuk membeli baju kemudian dijual lagi di dalam negeri.

Berdasar fungsi yang dimiliki oleh Kebun Binatang Surabaya sebagai sarana Konservasi alam, penelitian, pendidikan dan tempat rekreasi dan apresiasi terhadap alam maka sifat kunjungan tidak jauh dari hal tersebut. Sebagian besar wisatawan yang datang ke Kebun Binatang Surabaya memiliki sifat kunjungan

Recreational Tourism , dimana biasanya dilakukan pada hari akhir pekan dan hari libur.

Kebun Binatang Surabaya dikunjungi oleh baik oleh wisatawan domestik maupun wisatawan asing. Ada tiga jenis pengunjung yang datang di Kebun Binatang Surabaya, yaitu wisatawan domestik terutama berasal dari wilayah Surabaya dan sekitarnya, mereka terutama datang bersama keluarga, walaupun target pengunjung untuk semua kalangan tetapi pengunjung didominasi oleh kalangan menengah, menengah ke bawah, motifasi utama mereka adalah berekreasi, Sebagian besar wisatawan berkunjung pada hari Sabtu dan Minggu. Jenis kedua adalah para pelajar dan mahasiswa , mereka biasanya datang pada hari – hari kerja, tujuan utama mereka adalah pendidikan dan penelitian (biasanya datang dalam rombongan sekolah). Jenis ketiga adalah wisatawan asing, mereka biasanya ikut dalam program *city tour* dimana Kebun Binatang masuk dalam program tersebut, tujuan lain juga adalah untuk penelitian.

Tabel 2.1. Total Pengunjung

Wisatawan	1998	1999	2000	2001
Domestik	1.989.825	2.200.143	2.781.095	2.729.042
Mancanegara	3.511	1.995	2.514	1.989
Jumlah	1.993.336	2.202.138	2.783.408	2.731.031

(sumber : Badan Penelitian dan Pengembangan Kebun Binatang Surabaya,2002)

Tabel 2.2. Total Wisatawan Asing

Bln	Tahun						
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
1	994	1564	2025	343	37	66	64
2	3026	2333	2197	674	54	121	71
3	776	1298	4921	404	99	132	177
4	658	2327	4150	417	68	168	61
5	1031	2041	3886	179	45	255	97
6	1331	1290	1508	2	81	129	156

7	1652	1675	4682	144	334	368	277
8	2566	4806	4424	637	552	558	446
9	1254	3333	3304	130	319	224	256
10	1514	3244	914	131	135	276	80
11	1841	4409	604	196	182	154	38
12	1538	3711	471	189	89	33	33
jml	18.179	32.031	33.080	3.446	1.995	2.514	1.726

(sumber : Badan Penelitian dan Pengembangan Kebun Binatang Surabaya,2002)

Tabel 2.3. Total Wisatawan Domestik

Bln	Tahun						
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
1	262.314	207.238	166.635	134.567	188.006	408.926	301.606
2	42.256	243.782	338.140	244.922	193.822	149.079	165.310
3	325.139	220.365	223.042	198.889	115.391	254.783	267.018
4	216.710	174.100	171.529	155.272	230.151	210.765	189.159
5	240.358	468.584	134.740	126.974	240.084	188.276	217.014
6	364.737	205.516	440.534	248.962	345.310	340.715	300.592
7	242.110	138.288	305.874	226.118	218.532	360.803	308.300
8	138.464	138.299	169.530	131.706	103.800	137.575	164.787
9	112.787	136.423	130.595	112.587	121.119	130.939	151.570
10	209.747	196.257	172.883	154.838	166.844	220.777	203.297
11	127.006	136.228	193.978	155.046	126.484	137.388	110.544
12	201.555	180.453	156.745	103.455	203.535	237.482	351.839
Jml	2.487.243	2.473.674	2.604.225	1.993.336	2.203.138	2.783.408	2.731.031

(sumber : Badan Penelitian dan Pengembangan Kebun Binatang Surabaya,2002)

Tabel 2.4. Total Pengunjung Siswa Dan Mahasiswa

Jenjang Pendidikan	Tahun						
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
SLB	275	335	150	4.245	97	420	218
TK	100.970	115.871	142.627	87.458	135.495	162.072	111.847
SD	115.176	130.676	118.618	50.435	66.362	121.794	104.416
SLTP	62.751	70.404	66.746	24.887	29.362	39.946	35.648
SMU	16.962	12.432	12.499	4984	4882	5.552	6859
Pramuka	3700	2.394	1906	1905	1438	1243	2527
Mahasiswa	3057	2.952	3050	1957	1576	1576	2943
Jumlah	302.891	335.064	345.596	175.871	239.688	332.603	264.458

(sumber : Badan Penelitian dan Pengembangan Kebun Binatang Surabaya,2002)

2.2.2. Produk yang dipasarkan

Fungsi utama dari Kebun Binatang Surabaya adalah sebagai sarana konservasi hewan, memiliki sebanyak 351 spesies hewan, dimana satwa-satwa yang ada dikembangkan dan ditangkarkan agar terhindar dari kepunahan, terutama bagi hewan langka. Fungsi lain dari Kebun Binatang Surabaya adalah sebagai sarana penelitian , yaitu penelitian hewan dan kehidupannya, misalnya : tingkah laku, sistematika, makanan, penyakit, dan sebagainya. Sebagai sarana pendidikan, yaitu melaksanakan peragaan, penerangan tentang ilmu hewan, tata lingkungan dan sejarah kehidupan, bagi pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum. Fungsi lainnya adalah sebagai sarana rekreasi dan apresiasi terhadap alam, dimana satwa yang dipelihara dalam kebun binatang merupakan suatu gambaran dari alam sebagai obyek rekreasi. Sebuah kebun binatang dengan penempatan koleksinya di tengah – tengah taman yang disesuaikan dengan habitat aslinya. Selain memiliki berbagai koleksi hewan kebun binatang juga memiliki berbagai koleksi tumbuhan, dan juga fasilitas hiburan.

Untuk menunjang fungsinya maka Kebun Binatang Surabaya memiliki fasilitas sebagai berikut :

A. Fasilitas Umum :

- a. Kantor Pusat Kebun Binatang
- b. Kantor satpam
- c. Kantin
- d. Toilet
- e. Mushola
- f. Koperasi Karyawan
- g. Gudang
- h. Telepon umum
- i. Stan foto kilat
- j. Stan *ice cream*
- k. Pusat Informasi
- l. Auditorium
- m. Parkir
- n. Posko siaran

B. Fasilitas Khusus :

- a. Kantor Pusat Kebun Binatang
- b. Kantor penelitian dan pengembangan
- c. Pemeliharaan satwa
- d. Permainan anak-anak
- e. Akuarium
- f. Gedung Nocturna
- g. Gedung Diorama
- h. Dapur makanan satwa
- i. Karantina hewan
- j. Toxidermi
- k. Klinik hewan
- l. Sangkar terbuka
- m. Jembatan pantau
- n. Arena tunggang perahu

- o. *Animal show*
- p. Arena tunggang gajah
- q. Arena tunggang onta
- r. Arena tunggang kuda
- s. Perpustakaan
- t. Kereta unta

Adapun koleksi satwa yang dimiliki , sebagai berikut :

Tabel 2.5. Jumlah Koleksi Hewan Kebun Binatang Surabaya

Kelas		1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
mamalia	species	71	73	74	73	74	77	77
	jumlah	602	641	631	678	589	632	655
Aves	species	142	140	139	133	134	134	142
	jumlah	1130	1002	972	959	957	942	937
Reptilia	species	25	27	26	26	23	21	23
	jumlah	150	138	142	132	132	165	165
pisces	species	198	192	121	105	110	114	109
	jumlah	1704	1173	787	685	838	195	1285
Jumlah	species	436	432	360	337	341	346	351
	jumlah	3586	2954	2532	2454	2516	2754	3042

(sumber : Badan Penelitian dan Pengembangan Kebun Binatang Surabaya)

Sebagai sebuah produk yang dapat dijual Kebun Binatang merupakan tempat rekreasi dan sekaligus tempat belajar mengenai hewan dengan koleksi sebanyak 351 spesies hewan , terutama hewan langka yang terancam penah yang tidak dapat mereka temui dalam kehidupan sehari-hari sebagai koleksi Kebun Binatang Surabaya dan lingkungannya . Selain itu juga tersedia sarana hiburan, permainan anak, dan *animal show*.

2.2.3. Posisi Produk

Mengutip dari pendapat Otto Klepner dalam buku *Advertising Procedures*, Dr. Phil Astrid Susanto menjelaskan mengenai positioning sebuah produk (dihubungkan dengan situasi pasar dan kondisi pesaing) yang dapat dibedakan menjadi tiga tingkat, yaitu :

a. *Pioneering Stage* (tahap Perintisan)

Berlaku mulai dari produk diperkenalkan di pasaran hingga produk dikenali konsumennya.

b. *Competitive Stage* (Tahap Persaingan)

Produk harus mampu bersaing dengan produk sejenisnya di pasaran.

c. *Retentive Stage* (Tahap Peningkatan)

Adalah tahapan untuk mempertahankan keadaan produk yang sudah memenangkan persaingan dalam perebutan pasar, juga untuk menghindari kemungkinan konsumen beralih pada produk pesaing.¹

Dari data produk yang diperoleh, situasi pasar, dan kekuatan pesaing, Kebun Binatang Surabaya berada dalam tahap *new pioneering stage* , walaupun telah lama berdiri , yaitu sejak tahun 1916. Hal itu karena walaupun Kebun Binatang Surabaya telah lama berdiri namun fungsi pendidikan belum pernah ditonjolkan sebagai penarik bagi masyarakat. Kebun Binatang Surabaya memiliki pengunjung paling banyak bagi tempat wisata di Jawa Timur.² Dari sekian banyak pengunjung 55% datang untuk berwisata ataupun hanya untuk melihat-lihat.

¹ Dr. Phil Astrid S, Susanto, Komunikasi dalam Teori dan Praktek I, Binacipta, Bandung, 1998, hal.250

² _____ Pariwisata Jawa Timur Tahun 2000 Dalam Angka, Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Timur, Surabaya,2000, hal 20 – 80.

2.2.4. Pesaing

Pemilihan pesaing Kebun Binatang Surabaya, berdasarkan potensi obyek wisata tersebut sebagai pilihan masyarakat untuk berekreasi bersama keluarga (terutama keluarga yang memiliki anak berusia 3 - 12 tahun), dimana obyek wisata tersebut dapat ditempuh dengan waktu yang tidak terlalu jauh (baik dalam maupun luar kota). Adapun obyek wisata tersebut adalah :

Obyek wisata yang berada di luar Surabaya

A. Taman Safari Prigen

Taman Safari Prigen merupakan perluasan dari Taman Safari Cisarua, Bogor. Terletak 50 km dari Bandara udara Juanda , satu jam perjalanan dan 45 km dari Malang , merupakan sebuah tempat wisata dan sebuah konservasi dengan konsep bersafari, dimana pengunjung berada dalam kendaraan dan hewan berada di alam bebas. Memiliki koleksi lebih dari 150 spesies hewan. Tiket Masuk seharga Rp. 15.000³. Jumlah pengunjung pertahun 2000, bagi wisatawan mancanegara sebanyak 1.377 orang dan sebanyak 297.151 bagi wisatawan nusantara, dan terus mengalami peningkatan.

B. Jawa Timur Park

Jawa Timur Park terletak di kotamadya Batu , dibuka bulan Desember 2001, memiliki konsep sebagai tempat wisata sambil belajar sehingga mampu memberikan informasi kepada masyarakat untuk dapat lebih mengenal budaya bangsa serta menambah khasanah ilmu pengetahuan dan teknologi., Merupakan gabungan antara Ancol dan TMII dan juga memiliki koleksi spesies burung yang terlengkap di Jawa Timur. Tiket masuk seharga Rp. 10.000,00 pada hari biasa dan Rp. 15.000,00 pada hari libur. Untuk menikmati permainan dan fasilitas taman burung ditarik biaya rata – rata sebesar Rp. 10.000,00 ,

Jumlah pengunjung pada bulan januari sebanyak 18.620 orang dan pada bulan Februari sebanyak 19.348 orang.

C. Wisata alam Bromo

Merupakan wisata alam yang berada di Jawa Timur , biasanya pengunjung bertujuan untuk menikmati kawah gunung Bromo dan juga menikmati pemandangan matahari terbit. Merupakan salah satu wisata alam yang terkenal

³ _____
www.tamansafariindonesia/locations/prigen.html (14 Maret 2002)

dan potensial yang sering dikunjungi baik oleh wisatawan dari dalam dan luar negeri. Jumlah pengunjung pertahun 2000 untuk wisatawan mancanegara sebanyak 33.229 orang, dan 701.605 orang untuk wisatawan nusantara.

D. Permandian Seleka

Terletak di kabupaten Malang. Merupakan salah satu tempat wisata paling banyak pngunjungnya di Jawa Timur. Pada tahun 2000 sebanyak 1.922 wisatawan mancanegara berkunjung dan 679.242 wisatawan nusantara. Terletak di Kabupaten Malang, memiliki pemandangan keindahan alam, permainan dan kolam renang.

B. Agro Wisata Wonosari

Merupakan obyek wisata perkebunan teh, terletak di kabupaten Malang, Tidak memerlukan biaya masuk yang besar, hanya membayar portal masuk, untuk menikmati keindahan alam perkebunan the, kecuali bila ada rencana menginap. Dikunjungi oleh semua kalangan masyarakat. Jumlah pengunjung per tahun 2000 untuk wisatawan asing sebanyak 1.280 dan wisatawan nusantara sebanyak 124.302 pengunjung.

C. Agrowisata Buah

Merupakan obyek wisata yang mengandalkan keindahan perkebunan buah dan sayur, Pengunjung bisa melakukan pemetikan buah sendiri. Biaya masuk cukup mahal, yaitu Rp. 15.000 per orang. Terletak di kotamadya Batu

Obyek wisata di dalam kota Surabaya

A. Plaza Tunjungan.

Merupakan tempat perbelanjaan terbesar di Surabaya, dimana Plasa Tunjungan terdiri dari Plasa Tunjungan HIV, merupakan tempat rekreasi yang berupa pertokoan, dimana biasanya pengunjung bertujuan untuk melakukan *shooping*, *window shopping*, jalan-jalan, dan lain-lain. Banyak dikunjungi terutama pada akhir pekan.

B. Monumen Kapal Selam

Merupakan obyek wisata berupa monumen sebuah kapal selam dan segala perlengkapannya. Terletak di tengah kota di tepi sungai Kalimas. Jumlah

pengunjung per tahun 2000 adalah sebanyak 59.956 wisatawan nusantara dan 573 wisatawan mancanegara.

C. Taman Remaja

Berada di jalan Kusuma Bangsa, memiliki banyak fasilitas permainan, biaya masuk cukup murah, dapat dijangkau oleh semua kalangan. Jumlah pengunjung pada tahun 2000 adalah sebanyak 1.149.186 wisatawan nusantara, dan 47 orang wisatawan mancanegara.

2.2.5. Sarana Komunikasi Visual Yang Telah Ada.

Kebun Binatang Surabaya hanya memiliki brosur sebagai sarana komunikasi visual mereka. Sarana promosi lain yang diusahakan oleh Kebun Binatang Surabaya adalah dengan melakukan kerja sama dengan Departemen Pariwisata Jawa Timur, ASITA (Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia), dan TIC (*Tourism Information Center*). Melakukan pemberitaan di radio-radio, dan melaksanakan *talkshow* di stasiun televisi, seperti TVRI dan JTV, dengan menginformasikan adanya perkembangan yang terjadi di Kebun Binatang Surabaya, misalnya datangnya koleksi baru, kelahiran dari koleksi langka yang dimiliki, dan sebagainya pada media cetak. Luas jangkauan publikasi diutamakan pada kota Surabaya dan sekitarnya.

2.3. Data Responden

Jumlah responden : 50 orang

Jenis kelamin : Laki-laki : 38% Perempuan : 62%

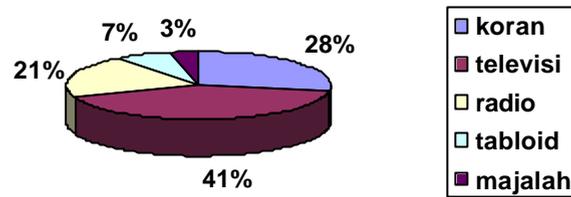
Usia : 9-54 tahun

Pendapatan :

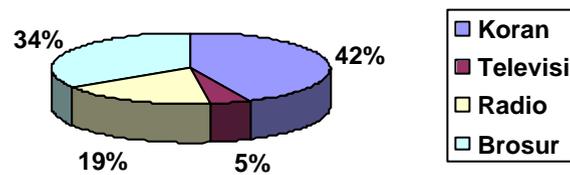
1. 0 – 750.000 : 36 %
2. 750.000 – 1.500.000 : 18%
3. 1.500.000 – 3.000.000 : 28 %
4. 3.000.000 – 4.500.000 : 16%

Hasil kuesioner :

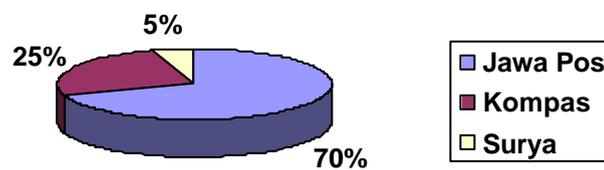
1. Media Apakah yang sering anda nikmati ?



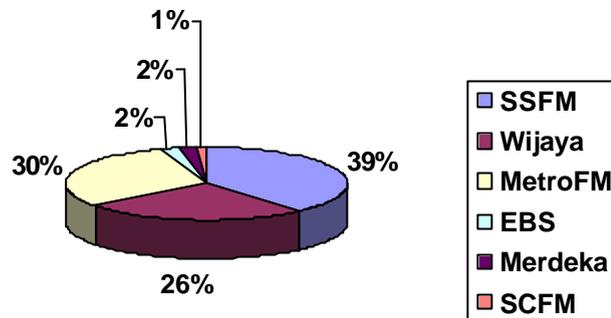
2. Apabila anda ingin mengunjungi obyek wisata media apakah yang menjadi acuan anda ?



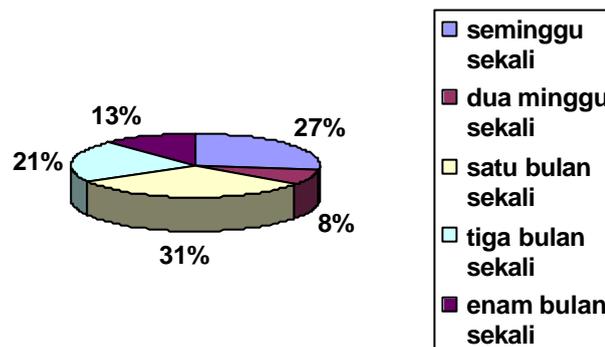
3. Koran apakah yang sering anda baca ?



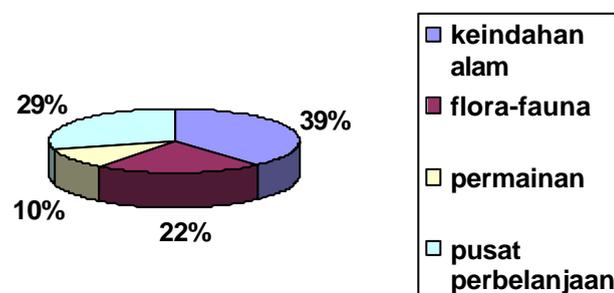
4. Radio apakah yang sering anda dengar ?



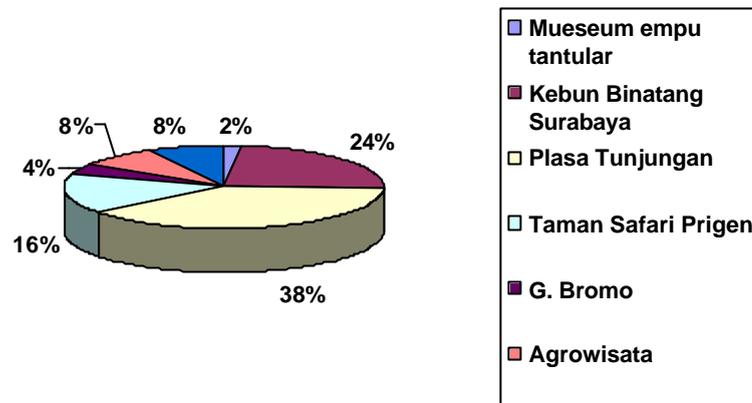
5. Berapa kali anda berekreasi dalam setahun ?



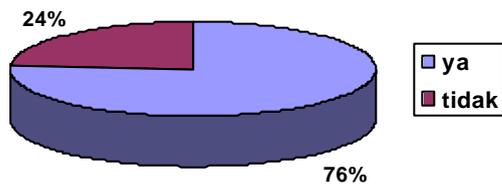
6. Obyek wisata apakah yang anda senangi ?



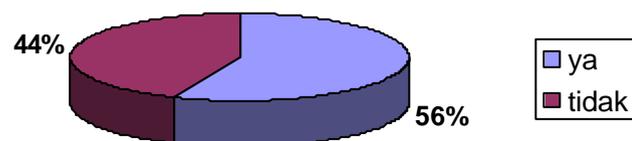
7. Obyek wisata manakah yang sering anda kunjungi ?



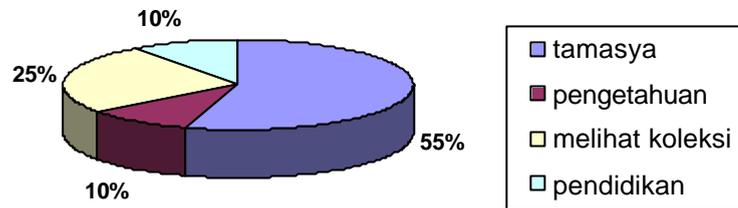
8. Apakah anda tertarik dengan tempat wisata yang berhubungan dengan fauna ?



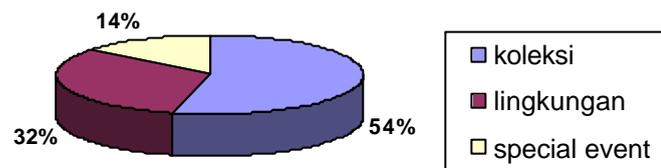
9. Apakah anda sering ke Kebun Binatang Surabaya ?



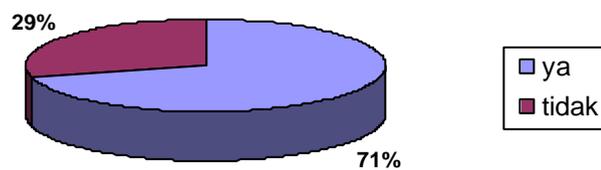
10. Apakah tujuan anda ke sana ?



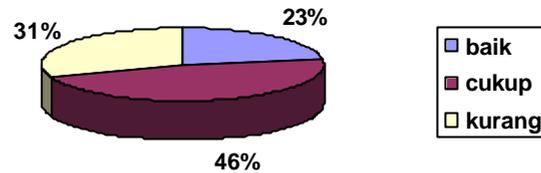
11. Apakah yang anda sukai dari Kebun Binatang Surabaya ?



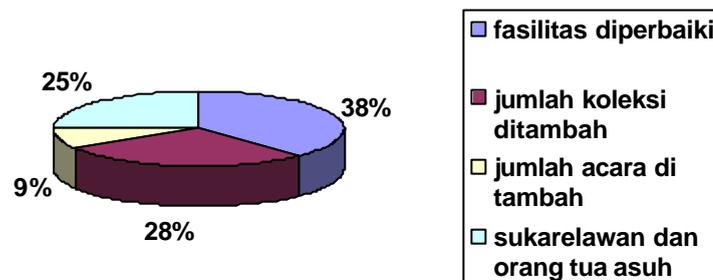
12. Apakah pemberitaan akhir-akhir ini mempengaruhi anda dan kunjungan anda ke Kebun Binatang Surabaya ?



13. Apakah pendapat anda mengenai Kebun Binatang Surabaya ?



14. Apakah saran anda untuk Kebun Binatang Surabaya ?



2.4. Analisis Data

Tinjauan Teoritis Analisis

Metode Analisis data yang digunakan adalah metode SWOT, yaitu studi analisa mengenai kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), Peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang akan berpengaruh pada kegiatan promosi. Dimana kekuatan dan kelemahan membahas perbandingan produk terhadap persaingan dan peluang dan ancaman membahas situasi produk dalam suatu kedudukan pasar.

*SWOT analysis is a study of strengths, weakness, opportunities, and threats that will impact upon the succesfull promotion of the product, the service, or the company.*⁴

⁴ William Wells, John Burnett, Sandra Moriarty, Advertising Principles and Practise, Prentice Hall Inc.,New Jersey, 1995, Hal.647

Adapun analisis SWOT dari Kebun Binatang Surabaya adalah :

A. Kekuatan :

- a. Kebun Binatang Surabaya didirikan sejak tahun 1916, hingga memiliki lingkungan yang telah terbentuk dan asri
- b. Memiliki 351 spesies satwa dan berbagai spesies koleksi tumbuhan, termasuk yang terlengkap di Indonesia dan Asia Tenggara.
- c. Kebun Binatang Surabaya memiliki lokasi strategis di tengah kota.
- d. Memiliki sarana yang memadai sebagai kebun binatang yang besar (Berdasarkan tinjauan dari SEAZA (*South East Asia Zoological Association*) pada bulan Juni 2001.
- e. Biaya masuk yang terjangkau.

B. Kelemahan :

- a. Kurangnya promosi yang dilakukan Kebun Binatang Surabaya.
- b. Kurang adanya variasi dari acara yang disediakan.
- c. Kurang seriusnya pengelolaan pengurus lama, berakibat pada pengelolaan kualitas fisik .
- d. Target market yang diharapkan adalah seluruh lapisan masyarakat, namun yang tercapai hanya menengah ke bawah.

C. Peluang :

- a. Surabaya sebagai kota kedua terbesar di Indonesia memiliki tuntutan yang sangat tinggi terhadap penduduknya, tingkat persaingan dan kesibukan yang tinggi menyebabkan masyarakat menjadi mudah stress, untuk mengurangi hal tersebut, maka masyarakat membutuhkan rekreasi.
- b. Meningkatnya kesadaran pentingnya pendidikan bagi generasi muda.
- c. Kurangnya obyek wisata di kota Surabaya bagi keluarga.
- d. Ketertarikan dan keingintahuan untuk mengenal fauna terutama pada anak-anak.
- e. Keseriusan dari pengelola baru untuk memperbaiki kualitas yang dimiliki oleh Kebun Binatang Surabaya, dan usaha dalam memperoleh sponsor dalam meningkatkan kualitas pemeliharaan bagi koleksi satwa yang dimilikinya.

D. Ancaman:

- a. Polusi yang cukup tinggi di dalam kawasan Kebun Binatang Surabaya.

- b. *Image* kurang baik sebagai kebun binatang yang kurang memperhatikan koleksinya.
- c. Makin banyaknya tempat rekreasi yang bermunculan memberikan banyak pilihan.

- *USP (Unique Selling Proposition)*

1. Lokasi strategis berada di tengah kota.
2. Memiliki 351 spesies hewan dan 204 spesies tumbuhan, termasuk terlengkap di Indonesia, dan terlengkap di Jawa Timur.
3. Tempat rekreasi bersama keluarga sekaligus belajar mengenai alam.

- Kesimpulan Analisis SWOT

Kebun Binatang Surabaya sebagai sebuah sarana wisata memiliki beberapa kelebihan yaitu memiliki lingkungan yang asri dengan koleksi sebanyak 204 jenis tumbuhan, koleksi yang terlengkap di Indonesia yaitu sebanyak 351 spesies hewan, biaya masuk yang terjangkau dan juga tempat strategis di tengah kota. Namun Kebun Binatang Surabaya memiliki beberapa kelemahan yaitu kurang seriusnya pengelolaan oleh pengurus lama dalam berbagai aspek termasuk dalam hal kurangnya perhatian pada kegiatan promosi, kualitas fisik Kebun Binatang Surabaya, dan acara yang diadakan. Sehingga hal itu dapat menghalangi keinginan masyarakat untuk berkunjung. Letak di tengah kota dapat juga menjadi kelemahan dimana letak ditengah kota dapat menimbulkan kesan bahwa ke Kebun Binatang sama saja tidak berekreasi, tetap berada di tengah kesibukan kota.

Keseriusan pengurus baru dapat berdampak baik dalam perbaikan-pebaikan yang diadakan secara bertahap. Ketertarikan terhadap dunia satwa terutama bagi anak-anak, juga meningkatnya kesadaran akan pentingnya pendidikan bagi generasi muda menanbah peluang bagi Kebun Binatang Surabaya. Hal itu juga didukung kebutuhan akan sebuah obyek rekreasi bagi keluarga di kota Surabaya. Namun hal yang penting diperhatikan adalah sudah tertanam *image* yang kurang baik dalam benak masyarakat bahwa Kebun Binatang Surabaya kurang memperhatikan koleksinya, dan dengan munculnya obyek wisata lain yang masih baru dan terawat dapat mengancam Kebun Binatang Surabaya, yang telah memiliki *image* sebagai tempat wisata dengan polusi yang cukup tinggi.

Untuk itu perlunya diadakan promosi. Tujuan dari pembuatan desain komunikasi visual adalah untuk menyampaikan pesan kepada sasaran melalui bahasa visual. Ciri utama komunikasi ini adalah bersifat non personal dan satu arah. Agar pesan mudah dimengerti maka bentuk dan isi pesan harus komunikatif, untuk itu perencanaan kreatif haruslah matang dan terencana.

- Kesimpulan Analisis Deduktif

Metode lain yang digunakan adalah metode deduktif, dimana data umum yang didapat dari proses pengumpulan data di simpulkan, sehingga mndapatkan suatu kesimpulan. Adapun kesimpulan yang didapat dari data – data yang telah didapat, adalah Kebun Binatang Surabaya sebagai salah satu obyek wisata memiliki potensi yang baik dimana Kebun Binatang Surabaya memiliki lingkungan yang tebentuk sejak tahun 1916, jumlah koleksi yang terlengkap di Indonesia yaitu sebanyak 351 spesies hewan, dimana hal itu kurang diketahui masyarakat, yang disebabkan adanya pemberitaan mengenai kematian beberapa ekor hewan koleksi, dan juga terjadinya pertukaran koleksi dengan kebun binatang yang lain. Berbagai macam pemberitaan juga dapat mengancam *image* Kebun Binatang Surabaya sebagai sarana konservasi dan juga sarana wisata bagi masyarakat, dimana hal itu dapat berpengaruh pada kunjungan masyarakat, padahal pendapatan terbesar dari Kebun Binatang Surabaya adalah berasal dari pengunjung. Hal itu ditambah dengan kurang seriusnya pengelola pendahulu dalam melakukan tugasnya hingga sektor fisik, lingkungan, koleksi, hiburan, promosi kurang diperhatikan, dan hal ini tidak luput dari perhatian masyarakat. Namun dengan terlaksananya pergantian pengurus, diharapkan dapat memberikan harapan baru,dimana dengan pengurus baru telah memiliki berbagai rencana baik dalam perbaikan fisik secara bertahap maupun dalam kegiatan hiburan dan promosi. Tujuan utama pengunjung ke Kebun Binatang Surabaya adalah berwisata untuk menikmati alam, melihat koleksi hewan dan menambah pengetahuan bagi anak-anak mereka. Munculnya berbagai sarana wisata yang baru menyebabkan makin banyaknya pilihan masyarakat. Untuk itulah diperlukan usaha promosi dengan memperhatikan hal-hal yang telah diperoleh melalui penelitian untuk mempertahankan ingatan masyarakat akan kebun binatang dan juga meningkatkan *image* yang dimiliki kebun binatang.