

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah Penelitian**

Perkembangan pariwisata menyebabkan persaingan menjadi semakin kompetitif antara tempat wisata. Berbagai promosi dapat ditempuh oleh para pelaku bisnis di bidang wisata untuk dapat memenangkan persaingan. Untuk dapat bersaing dalam industri kepariwisataan, barang atau jasa-jasa perusahaan harus dapat dikenal dengan baik dan dipercaya citranya oleh masyarakat pada umumnya dan konsumen pada khususnya. Persaingan dalam bisnis hiburan khususnya pengadaan tempat wisata sangatlah ketat. Hal ini ditandai dengan banyaknya tempat-tempat wisata yang terdapat di setiap daerah dengan daya tarik yang beragam. Sehingga dalam hal ini para pebisnis harus mampu melakukan inovasi dan kreatifitas agar bisnis yang dijalankan tetap mendapat perhatian dari masyarakat.

Salah satu objek wisata nasional bertaraf internasional adalah Taman Mini Indonesia Indah, objek wisata yang berada di atas lahan seluas kurang lebih 150 hektar atau 1,5 kilometer persegi ini dilengkapi dengan 33 anjungan daerah propinsi, 16 museum, 12 taman dan berbagai

fasilitas rekreasi lainnya, dimana kesemuanya menampilkan gambaran Indonesia secara utuh dalam bentuk miniatur Indonesia.

Diantara taman rekreasi yang ada di Taman Mini Indonesia Indah adalah Istana Anak Anak Indonesia (IAAI) yang selanjutnya penulis singkat dan tulis dengan IAAI. Sesuai visi misinya, Graha Widya Tama, alias rumah belajar utama, maka isi istana ini serba bernuansa pendidikan. Di dalamnya antara lain ada peragaan wayang, alat musik tradisional dan peragaan iptek untuk anak-anak. Tidak hanya pada segmen pendidikan, IAAI juga boleh digunakan sebagai arena bermain dengan bebas diluar bangunan istana. Di halaman depan, terdapat rumah bola, telepon cerita, gua sigura-gura, kincir angin, giring ombak, roda tamasya, dan kereta api kelinci. Sedangkan di halaman belakang Istana terdapat teater terbuka "panggung kancil" yang mana biasa digunakan sebagai tempat pentas anak-anak yang mengikuti diklat kesenian dan kebudayaan yang ada di IAAI. Selain itu juga biasa digunakan sebagai panggung hiburan pengisi waktu libur anak dan keluarga. Tidak hanya itu dihalaman belakang juga terdapat arena bermain, berupa permainan terbuka, permainan jalanan, dan permainan alami yang jarang ditemukan dilingkungan sekitar. Adapula air terjun Sendang Sejodo berada diantara Gedung Graha Widya Tama IAAI dimana menggambarkan miniatur hutan

tropis yang melengkapi penataan lingkungan disekitar kolam renang Sendang Sejodo, menambah keasrian dan kesejukan lingkungan TMII.

Strategi pemasaran IAAI dilakukan melalui satu *website* yaitu [www.tamanmini.com](http://www.tamanmini.com), dimana dalam *website* tersebut masih terdapat banyak hal-hal yang belum terpublikasikan mengenai IAAI seperti wahana permainan yang ada di IAAI, fasilitas, jadwal pertunjukan, dan media komunikasi. Seharusnya dalam *website* tersebut harus menjelaskan secara detail mengenai wahana permainan yang ada di IAAI agar pengunjung tertarik datang ke IAAI.

Pengunjung mengetahui keberadaan IAAI melalui brosur terbatas di Pusat Informasi Taman Mini Indonesia Indah. Informasi mengenai IAAI secara keseluruhan belum terakomodasi informasinya, sehingga pengunjung mengetahui IAAI ketika berada di Taman Mini Indonesia Indah, selain itu melalui diklat-diklat yang dilaksanakan di IAAI.

Dalam strategi pemasaran IAAI masih bergantung pada pengelola Taman Mini Indonesia Indah (TMII), sehingga Pemasaran IAAI belum maksimal disebabkan oleh strategi pemasaran yang masih bergantung pada Pengelola Taman Mini Indonesia Indah (TMII). Untuk itu IAAI harus mempunyai strategi pemasaran sendiri agar meningkatkan jumlah pengunjung dari dalam maupun dari luar negeri. walaupun nantinya IAAI mempunyai strategi pemasaran tersendiri, IAAI tetap tidak terlepas dari

pemasaran yang dilakukan oleh pengelolaan keseluruhan Taman Mini Indonesia Indah, agar jumlah pengunjung terus meningkat dan IAAI di TMII semakin dikenal diseluruh Negara, baik di Indonesia maupun di Negara luar.

Jumlah pengunjung IAAI cukup besar, hal ini terlihat dari jumlah pengunjung pada setiap hari libur. Minat pengunjung ke IAAI dipengaruhi oleh bentuk bangunan istana yang sangat megah dan menawan namun ketika pengunjung tiba dan masuk ke IAAI, mereka kurang berkenan dengan tiket yang harus dibeli di setiap wahana yang mereka kunjungi karena kurang efisien dan efektif. Ketersedian atribut istana yang mencerminkan nuansa kerajaan negeri dongeng juga tidak tersedia, sehingga bagi pengunjung yang ingin mengetahui, melihat, mengenakan atau menyewa atribut istana kerajaan tidak terpenuhi. Padahal keinginan pengunjung akan penggunaan atribut istana kerajaan sangat diminati. Hal lain yang sering diminati oleh pengunjung langsung namun tidak dapat dinikmati penggunaannya adalah area rekreasi yang sudah terpesan oleh pihak perusahaan, instansi ataupun perorangan sehingga pengunjung langsung merasa tidak diperhatikan dan berkurang hak-hak nya untuk dapat menikmati fasilitas IAAI.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Istana Anak Anak Indonesia di Taman Mini Indonesia Indah

Jakarta dengan judul : **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH PENGUNJUNG DI ISTANA ANAK ANAK INDONESIA (IAAI), TAMAN MINI INDONESIA INDAH”**.

## **B. Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang ada di IAAI antara lain sebagai berikut :

1. Belum memiliki website tersendiri
2. Brosur IAAI terbatas
3. Informasi IAAI belum banyak diketahui
4. Pengunjung tidak setuju dengan tiket yang harus dibeli di setiap wahana
5. Belum tersedia atribut yang mencerminkan nuansa Kerajaan Negeri Dongeng

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian dan identifikasi masalah di atas penulis tidak akan meneliti semua permasalahan yang ada sehubungan dengan keterbatasan waktu, biaya, tenaga, teori-teori dan

agar penelitian dapat dilakukan secara lebih mendalam, untuk itu penulis memberi batasan hanya pada variabel-variabel yang berkaitan dengan masalah utama yaitu mengenai:

1. Strategi Pemasaran
2. Kualitas Pelayanan
3. Peningkatan Jumlah Pengunjung

#### **D. Rumusan Masalah**

Setelah penulis mengidentifikasi dan membatasi masalah penelitian, maka perumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap peningkatan Jumlah Pengunjung Di Istana Anak Anak Indonesia (IAAI), Taman Mini Indonesia Indah ?”

#### **E. Tujuan Penelitian**

Dari hasil penelitian ini penulis berharap kiranya dapat menjadikan kontribusi positif untuk peningkatan wawasan keilmuan dan bermanfaat bagi siapa pun yang membutuhkan informasi ini, tentunya :

1. Bagi penulis, hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan yang dapat mengembangkan wawasan berfikir terutama berkaitan dengan teori-teori yang didapat di akademik dengan kenyataan di lapangan

2. Bagi Manajemen (perusahaan), dapat menjadi sebuah kontribusi positif untuk mengambil suatu kebijakan dalam hal aktivitas promosi dan pengembangan usahanya.
3. Bagi masyarakat, dapat memperkaya hasanah pustaka ilmu untuk dijadikan referensi dalam berbagai kegiatan penelitian berikutnya.
4. Bagi kampus URINDO dapat dijadikan bahan referensi dan bacaan yang bermanfaat bagi kalangan akademisi

#### **F. Kegunaan Penelitian**

##### 1. Secara Umum :

- a. Untuk mengetahui Analisis Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, dan Peningkatan Jumlah Pengunjung Istana Anak Anak Indonesia (IAAI).
- b. Untuk menganalisis Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Peningkatan Jumlah Pengunjung di Istana Anak Anak Indonesia (IAAI).

##### 2. Secara Khusus :

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

##### a. Penulis

- 1) Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Niaga pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Respati Indonesia.

2) Menerapkan ilmu pengetahuan peneliti selama belajar di Fakultas Ilmu Administrasi.

b. Istana Anak Anak Indonesia

Bagi Istana Anak Anak Indonesia dapat dipergunakan sebagai dasar untuk meningkatkan Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung di Istana Anak Anak Indonesia.

c. Pembaca

Bagi Pembaca untuk meningkatkan Perkembangan Ilmu Pengetahuan, diharapkan dapat menambah kekayaan penelitian ilmiah dan juga merupakan langkah awal dalam pengembangan penelitian yang lebih mendalam dan sempurna.