



STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA TAMAN SATWA TARU JURUG KOTA SURAKARTA

Pulung Priyo Utomo¹ dan Maya Damayanti²

¹Mahasiswa Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro

²Dosen Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro

Email: pulung.priyo15@pwk.undip.ac.id

Abstrak: Kota Surakarta memiliki beragam daya tarik pariwisata, salah satunya Kebun Binatang Taman Satwa Taru Jurug. Obyek wisata ini merupakan salah satu ikon wisata di kota Surakarta yang sarat akan sejarah. Taman Satwa Taru Jurug yang terletak di Kelurahan Jebres, Kecamatan Jebres, Kota Surakarta, menjadi salah satu tujuan wisata yang memerlukan adanya penelitian mengenai penawaran dan permintaan wisata berdasarkan elemen pariwisata. Penelitian menghasilkan strategi pengembangan kawasan berdasar penawaran dan permintaan wisata Taman Satwa Taru Jurug yang dilihat berdasarkan elemen elemen pariwisata. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif atau campuran. Untuk teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner, observasi, wawancara dan telaah dokumen yang kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis BCG. Hasil dari penelitian ini TSTJ terdapat pada Kuadran III yaitu Problem Children. Pada Kuadran mengartikan bahwa penawaran yang ada tinggi, namun permintaan wisata yang ada rendah. Dalam upaya pengembangan mencapai ke posisi stars terdapat beberapa hal yang menjadi perhatian. Pertama adalah peningkatan frekuensi promosi dan informasi kegiatan yang ada di Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ). Kedua perlu adanya penambahan atraksi wisata baik secara bulanan, maupun mingguan. Yang ketiga adalah pemenuhan serta perbaikan sarana wisata yang ada di TSTJ. Hal tersebut bertujuan untuk mendukung kenyamanan wisatawan ketika berada di obyek wisata.

Kata Kunci: Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ), penawaran wisata, permintaan wisata, strategi pengembangan

Abstract: Surakarta city has a variety of tourist attraction, one of them was the the Taru Jurug zoo animal park. This tourism site is one of the tourism icon in Surakarta that full of history. Taru Jurug animal park located in the Village Jebres, District Jebres, Surakarta, became one of the destinations that require the study of supply and demand based on the elements of tourism. The result of this research is the development strategy of the region based on supply and demand in Taru Jurug zoo animal park (TSTJ), are viewed by elements of tourism. The method used was qualitative and quantitative methods, that called mixed methods. Data collection techniques used were questionnaires, observation, interviews and document analysis, were then analyzed using BCG. Results of this research is TSTJ categorized in Quadrant III, namely Problem Children. This is means that TSTJ has a high supply but the existing tourism demand is low. In an effort to escalate position of TSTJ from problem children into stars, there are several things that have to be concern. The first is an increase in frekuensi promotion and information activities at Taru Jurug Animal Park (TSTJ). Second is, there is need to add some tourist attractions either monthly, or weekly. The third is the fulfillment and improvement of tourism facilities in TSTJ. It aims to support the convenience of tourists when in tourism site.

Keywords: Taru Jurug Zoo, demand tourism, supply tourism, strategic tourism development

PENDAHULUAN

Kota Surakarta sebagai salah satu kota wisata dengan daya tarik yang dimiliki seperti wisata sejarah budaya, kehidupan masyarakat (etnik), dan lainnya. Lingkungan Kota Surakarta terkenal ramah dan banyak masyarakatnya yang masih memegang tradisi serta warisan budaya sehingga banyak atraksi wisata yang dapat disaksikan di kota ini. Beberapa atraksi wisata di Kota Surakarta misalnya Grebeg Syawalan di Taman Satwa Taru Jurug, Sekatenan di Alun-alun Lor Kraton Kasunanan, kirab pusaka malam 1 Suro. Selain atraksi yang diadakan, pengembangan obyek wisata di Kota Solo didukung oleh letak yang strategis serta akses mudah. Sehingga dari segi transferabilitas dan aksesibilitas transportasi dan komunikasi sampai akomodasi (banyak hotel berbintang dan melati di Kota Surakarta) sudah tidak menjadi masalah. Dengan kelengkapan penunjang pariwisata yang dimiliki Kota Solo tidak membuat seluruh obyek wisata berkembang seluruhnya.

Salah satu faktor yang menentukan cepat/ lambat nya perkembangan pariwisata dalam suatu daerah adalah jumlah kunjungan wisatawan. Berdasarkan data yang terdapat dalam Surakarta Dalam Angka 2009- 2013 Kota Surakarta mengalami kenaikan dalam jumlah kunjungan wisatawan. Namun masih tercatat beberapa kali mengalami penurunan kunjungan wisatawan. Penurunan jumlah wisatawan terbanyak pada tahun 2010 dimana jumlah wisatawan yang berkunjung 1.017.833 orang atau turun 5,8% dari tahun sebelumnya yang mencapai 1.017.833 wisatawan, dimana 29.218 adalah wisatawan asing. Bahkan di tahun 2013 terjadi penurunan lagi dari tahun sebelumnya sebanyak 58.902 wisatawan. Sedangkan untuk kenaikan jumlah wisatawan terbesar terjadi pada tahun 2011 sebanyak 716.318 wisatawan atau sekitar 70,4%. Berikut adalah tabel kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara per objek wisata secara *time series* dapat dilihat pada Tabel I.1 sebagai berikut:

Tabel I
Jumlah Kunjungan Wisatawan pada Obyek Wisata Di Kota Surakarta

Objek Wisata	2009		2010		2011		2012		2013	
	Wisnus	Wisman								
Keraton Kasunanan	123,867	5,205	30,767	3,516	30,882	1,201	47,331	810	66,652	1,504
Keraton Mangkunegaran	36,104	15,791	19,978	18,231	17,731	23,502	27,051	23,413	17,678	19,650
Museum Radya Pustaka	9,191	1,360	16,244	1,007	14,124	2,575	13,500	3,092	6,996	520
Museum Batik	30,238	801	8,824	1,026	15,094	1,826	12,601	1,177	109,417	1,220
Taman Balekambang	-	-	273,229	363	935,496	1,467	1,387,832	2,084	1,541,665	288
Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ)	451,776	-	292,546	-	327,114	-	272,197	-	326,338	-
THR Sriwedari	403,107	-	329,889	91	334,418	31	309,391	46	355,798	73

Sumber: Surakarta Dalam Angka 2009- 2013

Taman Satwa Taru Jurug merupakan salah satu destinasi wisata yang banyak dikunjungi wisatawan tiap tahunnya. Sebagai salah satu obyek wisata Taman Satwa Taru Jurug memiliki keunikan sebagai sarana edukasi masyarakat dengan pengenalan terhadap satwa. Namun dalam perkembangannya jumlah kunjungan

wisatawan yang datang tiap tahunnya masih fluktuatif. Padahal salah satu hal yang menjadi tolak ukur perkembangan pariwisata adalah pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan karena dengan peningkatan jumlah wisatawan yang datang secara langsung akan diikuti oleh perkembangan sarana dan prasarana pendukung pariwisata, pembangunan wilayah

yang sesuai dengan kebutuhan pelayanan bagi wisatawan (Ditjen Pariwisata, 1999). Beberapa upaya telah dilakukan guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Salah satu upaya dalam peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dengan menambah atraksi wisata seperti naik perahu, naik kereta mini, naik bendi, menunggang satwa seperti gajah, unta, berfoto dengan satwa serta penambahan aneka macam permainan anak. Selain itu di dalam objek wisata ini juga terdapat Sanggar Gesang yang merupakan tempat pertunjukan kesenian antara lain orkes keroncong. Di Taman Satwa Taru Jurug terdapat juga tempat pementasan kesenian tradisional yang berada dalam kompleks Taman Gesang. Selain itu, pada perayaan Idul Fitri diadakan upacara adat Pekan Syawalan, yaitu suatu acara tradisi awal bulan Syawal Idul Fitri. Acara ini diakhiri dengan pesta Ketupat dan Larung Gethek dengan menggunakan gethek atau sejenis kapal di danau yang terdapat di dalam Taman Satwa Taru Jurug ini.

Permasalahan lain yang saat ini terjadi di dalam TSTJ adalah kondisi kebun binatang yang sudah cukup mengkhawatirkan dan pengelolaan yang masih dilakukan dengan konsep lama. Pengembangan TSTJ sejak pertama kali dibangun pada tahun 1975 hanya melakukan pembenahan dengan penambahan dan pergantian kandang ataupun sarana lainnya. Konsep kandang yang masih berbentuk jeruji menjadi permasalahan bagi TSTJ pada masa sekarang karena tidak sesuai dengan kaidah konservasi hewan. Kandang satwa yang ada di TSTJ dirasa sudah tidak sesuai dengan kebutuhan hewan saat ini. Karena kondisi kandang satwa harus sesuai dengan kondisi lingkungan tempat hidup satwa dan kebutuhan setiap satwa. Tempat hidup satwa harus termasuk tempat berteduh dari basahnya hujan, dari panas matahari, dingin dan tempat bernaung yang cocok. Misalnya, untuk satwa yang kebiasaannya menggali lubang dit tanah, harus diberi fasilitas untuk membuat lubang.

Berdasarkan RUTRK 1993-2013 dan DTRK 2011- 2031, orientasi perkembangan untuk daerah Surakarta khususnya bagian pariwisata ada pada wisata budaya, alam, dan

buatan dengan tetap memperhatikan kelestarian objek-objek alam dan budaya Indonesia. Untuk itu Kota Surakarta perlu melakukan pengembangan pada obyek-obyek wisata yang dimiliki guna lebih menarik wisatawan domestik maupun mancanegara khususnya Taman Satwa Taru Jurug sebagai salah satu kota wisata tujuan Jawa Tengah. Dengan keadaan yang ada pada Taman Satwa Taru Jurug saat ini apabila tidak segera mendapat perhatian dalam pengembangannya maka dikhawatirkan potensi wisata ini akan stagnan bahkan akan cenderung memudar karena menurunnya jumlah wisatawan yang pada akhirnya akan sangat mempengaruhi dalam segi pengelolaannya seperti berkurangnya atraksi wisata, fasilitas yang terbatas dan tentunya akan semakin memprihatinkan kondisi dari obyek wisata ini.

METODE PENELITIAN

Menurut Ernest Nagel (1967) dalam Unaradjan (2000), metode penelitian merupakan perangkat aturan tetap yang dapat digunakan untuk menemukan jawaban dari permasalahan. Dalam penelitian ini metode penelitian yang akan digunakan adalah kualitatif dan kuantitatif atau campuran (*embedded design*). Metode *embedded* adalah metode yang memadukan (*mix*) seperangkat data yang berbeda yaitu kualitatif dan kuantitatif dalam satu level desain, dimana satu jenis data melekat pada jenis data yang lain dalam suatu kerangka metodologi. Metode *embedded* yang akan digunakan ini bersifat *concurrent* yaitu data kualitatif dan data kuantitatif dikumpulkan pada saat yang sama tetapi data tersebut independent dan terpisah.

Data kuantitatif nantinya akan mendukung data kualitatif, artinya bahwa metode *embedded* yang digunakan memberikan bobot yang lebih kepada data kuantitatif seperti ilustrasi diatas. Dalam penelitian kuantitatif dilaksanakan ketika penyebaran kuesioner kepada responden guna menentukan karakteristik dan posisi permintaan serta penawaran Taman Satwa Taru Jurug. Sedangkan untuk metode kualitatif

digunakan untuk menindaklanjuti metode kuantitatif. Metode kualitatif sendiri digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan Taman Satwa Taru Jurug kedepan. Sehingga dengan penggabungan kedua metode tersebut diharapkan hasil penelitian dapat lebih obyektif dan menyeluruh.

Sampel adalah bagian dari suatu populasi yang dianggap dapat mewakili populasi tersebut. Dalam teknik penarikan sampel penelitian ini ditujukan untuk wisatawan Taman Satwa Taru Jurug. Teknik yang digunakan adalah *non probability sampling* teknik ini akan memungkinkan peluang seseorang untuk menjadi responden tidak diketahui. Metode yang akan digunakan adalah *accidental sampling*, metode ini dipilih untuk memperoleh gambaran mengenai anggota populasi yang dapat dijadikan sampel, sehingga agar dapat memperoleh gambaran mengenai populasi dilakukan cara pemilihan sampel secara kebetulan dengan memilih siapa saja yang ditemui pada objek tempat dan memenuhi kriteria sebagai wisatawan yang telah ditentukan. Adapun untuk penentuan jumlah sampel wisatawan TSTJ dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot (e^2)}$$

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi (326.338 didapat dari data jumlah kunjungan Taman Satwa Taru Jurug tahun 2013 menurut Unit Pengelola TSTJ dalam Kota Surakarta Dalam Angka 2013)

e = Proporsi Sampel (10%)

n = 99,96 dibulatkan menjadi 100

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian berjudul strategi pengembangan obyek wisata Taman Satwa Taru Jurug Kota Surakarta berdasarkan penawaran dan permintaan wisata ini terdiri dari dua bagian yaitu aspek penawaran dan aspek permintaan wisata. faktor penawaran yang meliputi atraksi wisata, sarana, aksesibilitas, dan informasi-promosi dengan faktor permintaan terhadap suatu tempat tujuan wisata untuk meningkatkan dan

menggairahkan daya tarik wisata Taman Satwa Taru Jurug. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner dan wawancara. Sedangkan untuk analisis data menggunakan skoring dan matriks BCG. Skoring dilakukan dengan memberikan penilaian dan pemberian skor untuk menilai kondisi variabel pada setiap aspek. Selanjutnya nilai tersebut akan digambarkan dalam sebuah matriks BCG.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Penawaran Wisata

Obyek wisata Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ) dengan fasilitas yang ada memiliki daya tarik utama sebagai tempat konservasi satwa. Dengan daya tarik yang dimiliki sehingga menjadikan seseorang berkunjung ke tempat tersebut. Untuk mengetahui penawaran wisata tersebut dapat dilihat melalui komponen produk wisata yang ada di tempat tersebut. Atraksi wisata merupakan faktor utama dalam menarik wisatawan, namun tidak hanya atraksi wisata yang dibutuhkan sehingga memerlukan sarana wisata, aksesibilitas, informasi dan promosi.

➤ Atraksi Wisata

Potensi wisata yang ada di Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ) sangatlah beragam, selain kebun binatang sebagai daya tarik utama, di juga terdapat atraksi lainnya berupa taman, wahana permainan anak, grebeg Maulud, Jaka Tingkir dan lainnya. Taman Satwa Taru Jurug merupakan salah satu destinasi wisata yang banyak dikunjungi wisatawan tiap tahunnya. Sebagai salah satu obyek wisata Taman Satwa Taru Jurug memiliki keunikan sebagai sarana edukasi masyarakat dengan pengenalan terhadap satwa. Sehingga dengan keunikan tersebut diperlukan adanya pengembangan kedepannya guna melengkapi 3 fungsi yaitu edukasi, konservasi, dan rekreasi. Beberapa atraksi wisata yang ada di Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ) adalah sebagai berikut:

Grebeg Syawalan

Tradisi perayaan puncak Syawalan yang berada di kebun binatang mungkin

hanya satu-satunya terjadi di Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ). Dalam pelaksanaan kegiatan selama 10 hari pengunjung yang datang mencapai 83 ribu pengunjung. Jumlah pengunjung yang datang dalam acara ini jauh melebihi rata-rata pengunjung harian. Pada tahun 2013 jumlah pengunjung TSTJ mencapai 326,338 wisatawan. Apabila dirata-rata maka memiliki kunjungan harian sebesar 894 wisatawan. Selain itu berdasar hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa 70% responden pernah mengikuti kegiatan tersebut. Dengan kondisi tersebut tentu memberikan dukungan terhadap upaya pengembangan kegiatan wisata di Taman Satwa Taru Jurug.

Panggung hiburan

Sebagai salah satu tempat rekreasi keluarga, TSTJ dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk memanjakan pengunjung seperti masjid, arena bermain anak, kereta mini untuk mengelilingi Taman Jurug, dan menunggang gajah. Sebagai salah satu atraksi tambahan, panggung hiburan dapat mendatangkan cukup banyak wisatawan. Hal ini dikarenakan setiap *group* yang tampil sudah memiliki penggemar. Sehingga dengan tampilnya *group* tersebut memberikan motivasi penggemar untuk datang ke TSTJ. Berdasarkan hasil kuesioner lebih dari 50% responden sudah pernah menyaksikan kegiatan ini.

Kirab Jaka Tingkir

Kirab Jaka Tingkir adalah puncak dari pekan syawalan yang diadakan di Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ). Sebagai puncak acara syawalan acara kirab Jaka Tingkir dibuat seperti drama kolosal diawali dengan pengarakkan, sendratari Joko Tingkir, dan diakhiri dengan pesta ketupat. Dalam pelaksanaan kegiatan drama kolosal, Joko Tingkir diperankan oleh BRM. Suryo Triyono dapat memukau ribuan penonton yang hadir. Berdasarkan hasil kuesioner lebih dari 60% responden sudah pernah menyaksikan kegiatan ini.

Taman Gesang

Taman Gesang terletak di sebelah Timur dari TSTJ. Di dalamnya terdapat

pendapa serta *mini theater* untuk pementasan. Taman ini dibangun atas prakarsa Warga Indonesia yang berada di Jepang. Kondisi taman ini cukup memprihatinkan akibat kurangnya perawatan dan jarang untuk digunakan. Beberapa bagian pendopo yang ada di Taman Gesang juga sudah lapuk bahkan seperti kuda-kuda atap sudah ada yang patah dan hanya diberi penyangga saja. Selain itu dengan letaknya yang berada di pojokan membuat tempat ini kerap disalahgunakan pemakaiannya. Dengan kondisi yang ada sekarang banyak responden yang enggan masuk kedalam taman gesang.

Area Bermain Anak

Area bermain anak terletak di dekat pintu masuk Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ). Dalam arena bermain anak terdapat banyak wahana yang dapat digunakan sebagai hiburan untuk anak-anak. Wahana yang ada di TSTJ sebagian besar buka pada hari libur. Hal ini dikarenakan pengunjung ramai pada hari tersebut. Berdasarkan penuturan dengan operator wahana permainan, omset yang didapatkan dalam satu hari cukup besar. Seperti permainan *flying fox* dalam satu hari liburan bisa mendapatkan omset 750ribu. Berdasarkan penuturan responden sebagian besar yang datang bersama keluarga sudah pernah mencoba wahana permainan di arena bermain anak. Berdasar hasil kuesioner lebih dari 70% responden sudah pernah mengunjungi atraksi wisata tersebut.

Kebun Binatang

Area Kebun Binatang terletak pada bagian belakang Taman Satwa Taru Jurug. Pada Area ini terdapat berbagai koleksi satwa seperti Harimau, unta, banteng, kanguru, orang utan, dan lainnya. Koleksi yang dimiliki TSTJ terbilang cukup lengkap dan kondisi satwa cukup baik. Sebagai atraksi utama yang disuguhkan TSTJ, kebun binatang yang ada masih menarik minat wisatawan untuk berwisata. Namun berdasar hasil kuesioner terdapat beberapa keluhan responden seperti kondisi kandang satwa yang dinilai masih terlalu sempit.

Tabel II
ANALISIS PENAWARAN WISATA

No	Atraksi	Penjelasan	Rendah	Tinggi	Skor
1	Grebeg Syawalan	Grebeg syawalan yang diadakan di TSTJ dalam 10 hari mampu menarik wisatawan hingga 83 ribu pengunjung.		√	2
2	Kirab Jaka Tingkir	Sebagai salah satu puncak acara syawalan yang ada di TSTJ kirab Jaka Tingkir yang disajikan dengan tarian kolosal selalu dihadiri ribuan pengunjung.		√	2
3	Panggung Hiburan	Dengan adanya panggung hiburan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan karena kedatangan komunitas grup yang tampil.		√	2
4	Kebun Binatang	Kebun binatang menjadi daya tarik utama di TSTJ. Dengan kondisi saat ini banyak wisatawan yang sudah sering berwisata ke TSTJ.		√	2
5	Bermain Anak	Arena bermain anak menjadi salah satu tujuan rekreasi bagi wisatawan yang membawa keluarganya. Di arena bermain anak banyak wahana yang ditawarkan seperti rumah balon, atv, kamar bola, flying fox, balon air, dan lainnya.		√	2
6	Taman Gesang	Taman gesang dibangun atas prakarsa masyarakat Indonesia yang berada di Jepang untuk menghargai jasanya atas lagu Bengawan Solo.	√		1
Total					11

Sumber: Hasil Analisis (2015)

➤ **Sarana Wisata**

Secara umum sarana wisata yang ada di sekitar Kawasan Taman Satwa Taru Jurug terdiri dari penginapan, rumah makan dan toko souvenir. Keberadaan sarana wisata tersebut secara umum sangat mendukung aktifitas pariwisata di Taman Satwa Taru Jurug, hal ini dikarenakan apabila penyediaan

sarana wisata baik dapat menambah daya tarik wisata.

Semakin baik dan lengkap sarana wisata yang ada maka akan semakin banyak pula wisatawan yang dapat dilayani. Dengan banyaknya wisatawan yang dapat dilayani berdampak terhadap intensitas kunjungan wisatawan ke TSTJ. Kondisi penyediaan sarana wisata di TSTJ dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV
ANALISIS PENAWARAN SARANA WISATA

No	Sarana	Penjelasan	Rendah	Tinggi	Skor
1.	Toko Souvenir	Di depan dan bagian dalam TSTJ terdapat lapak pedagang yang menjual souvenir yang menjual berbagai barang.	√		1
2.	Warung Makan	Di dekat arena bermain dan kebun binatang terdapat banyak lapak warung makan.		√	2
3.	Tempat Ibadah	Di tepi danau TSTJ terdapat masjid yang dapat digunakan sebagai sarana peribadatan.		√	2
4.	WC Umum	WC umum tersebar di area TSTJ. Kondisinya pun cukup baik dan masih layak, namun terdapat beberapa bagian yang perlu diperbaiki.	√		1
5.	Parkir	Lahan parkir yang ada di TSTJ terletak di depan pintu masuk. Dengan kondisi yang ada saat ini dirasa lahan parkir masih terlalu sempit.	√		1
Total					7

Sumber: Hasil Analisis (2015)

➤ Aksesibilitas

Dalam melakukan suatu perjalanan wisata menggunakan sebuah moda angkutan. dengan semakin berkembangnya Kota Solo berbanding lurus terhadap perkembangan transportasi yang ada di kota ini. Kegiatan pariwisata dan aksesibilitas merupakan hal yang saling berkaitan. Dengan akses yang mudah dapat berdampak terhadap pesatnya perkembangan kegiatan pariwisata tersebut. Dengan aksesibilitas yang mudah dapat memberikan alternative kepada wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat. Untuk menuju Kota Surakarta selain menggunakan kendaraan pribadi banyak memiliki alternatif moda angkutan lain seperti bus, Kereta api, dan pesawat terbang.

Taman Satwa Taru Jurug terletak di sebelah timur Kota Solo yang berbatasan langsung dengan Sungai Bengawan Solo. Walaupun letaknya di perbatasan dengan Kabupaten Karanganyar, namun akses menuju obyek wisata ini tergolong mudah. Selain itu letaknya yang strategis berada di jalan arteri membuat obyek wisata ini semakin udah ditemukan. Untuk menjangkau TSTJ dapat menggunakan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Sehingga dengan banyaknya moda yang menjadi pilihan dapat menguntungkan wisatawan ketika berkunjung.

Tabel V
ANALISIS PENAWARAN AKSESIBILITAS WISATA

No	Aksesibilitas	Penjelasan	Rendah	Tinggi	Skor
1.	Akses ke TSTJ	Letak TSTJ yang strategis dan berada di jalan arteri membuat obyek wisata ini semakin udah ditemukan. Untuk menjangkau TSTJ dapat menggunakan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi.		√	2
Total					2

Sumber: Hasil Analisis (2015)

➤ Informasi dan Promosi

Untuk peningkatan daya tarik wisata kepada wisatawan diperlukan informasi dan promosi guna memberi daya tarik kepada calon pengunjung. Pemberian informasi ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan obyek wisata. Kota Surakarta sudah memiliki Pusat Informasi Pariwisata yang berada di Kantor Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya, namun demikian kegiatan promosi dan informasi ini juga perlu dilakukan melalui kerjasama dengan pihak- pihak swasta yang berhubungan dengan dunia pariwisata. Beberapa media dan sarana yang selama ini telah menjadi bagian dari kegiatan promosi-informasi ini adalah :

Brosur/ Leaflet

Brosur adalah selebaran yang berisi potongan iklan/ informasi dengan tujuan untuk memperkenalkan sebuah perusahaan atau organisasi, dan menginformasikan

tentang produk atau jasa kepada masyarakat luas. Di dalam brosur/ leaflet biasanya berisi informasi menarik dari suatu obyek wisata sederhana dalam bentuk selebaran kertas dibagikan pada calon wisatawan. Promosi dalam bentuk ini merupakan media yang paling lazim digunakan dalam rangka promosi. Beberapa upaya yang dilakukan oleh pemerintah Kota Surakarta maupun PD Jurug melalui penyebaran brosur informasi dan promosi pariwisata di lokasi- lokasi strategis dimana banyak wisatawan berada seperti hotel, bandara udara, biro wisata, Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, serta sekolah- sekolah yang berada di Karisidenan Surakarta.

b. Media Massa

Media massa merupakan salah satu cara yang efektif dalam penyampaian informasi kepada masyarakat luas. salah satu fungsi media massa adalah sarana penyampai pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat

luas misalnya radio, televisi, dan surat kabar. Dalam penyampaian informasi mengenai TSTJ, bentuk – bentuk promosi yang dilakukan melalui media massa tidak hanya berupa iklan melainkan dapat berupa artikel mengenai kondisi obyek wisata. Selain media cetak TSTJ bekerjasama pula dengan media elektronik lokal. Bentuk kerjasama TSTJ dengan media elektronik lokal (TATV) adalah dalam bentuk liputan kegiatan serta informasi promosi kegiatan yang ada di TSTJ.

c. Website

Website merupakan sekumpulan halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. Website merupakan salah satu media informasi yang baik dan biaya yang murah apabila dilihat dari jangkauan masyarakat

yang dapat menerima informasi. Saat ini sudah terdapat beberapa situs internet yang selalu mempromosikan aktifitas pariwisata di Kota Solo. Selain situs resmi Pemerintah Kota Surakarta (www.surakarta.go.id) terdapat situs lain yang memuat informasi pariwisata di TSTJ yaitu www.pariwisatasolo.com, www.eventsolo.com, dan www.agendakota.com. Keberadaan situs – situs ini sangat bermanfaat untuk menginformasikan potensi pariwisata di Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ). Selain website www.jurugbonbin.blogspot.com TSTJ juga menggunakan media sosial (*facebook*) sebagai salah satu portal informasi dan promosi kegiatan di Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ). Namun dengan portal informasi yang dimiliki kurang dapat dimanfaatkan dengan masih minimnya informasi yang diberitakan.

Tabel VI
ANALISIS PENAWARAN INFORMASI DAN PROMOSI WISATA

No	Informasi	Penjelasan	Rendah	Tinggi	Skor
1	Brosur/ Leaflet	Penyebaran brosur informasi dan promosi telah dilakukan di lokasi– lokasi strategis dimana banyak wisatawan berada seperti hotel, bandara udara, biro wisata, Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, serta sekolah- sekolah yang berada di Karisidenan Surakarta		√	2
2	Media Massa	Penyampaian informasi mengenai TSTJ, bentuk – bentuk promosi yang dilakukan melalui media massa tidak hanya berupa iklan melainkan dapat berupa artikel mengenai kondisi obyek wisata		√	2
3	Teman/ Saudara	Dengan keberadaan Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ) yang sudah lebih 30 tahun banyak wisatawan yang sudah mengunjungi obyek ini. Dengan wisatawan yang pernah berkunjung pasti akan bercerita baik kepada keluarga ataupun temannya.		√	2
4	Website	Sudah terdapat beberapa situs yang dapat menjadi sarana promosi dan penyampaian informasi seperti: www.surakarta.go.id www.pariwisatasolo.com , www.eventsolo.com , dan www.agendakota.com .		√	2
Total					8

Sumber: Hasil Analisis (2015)

➤ Kesimpulan Analisis Penawaran

Dalam analisis penawaran wisata terdapat 4 jenis komponen wisata dengan jumlah variabel sebanyak 16 variabel. Setiap variabel dalam analisis ini diberi nilai dimana nilai 2 untuk skor tinggi (T) dan nilai 1 untuk skor

rendah (R). Penentuan range dalam analisis ini adalah 16 untuk skor rendah (R), 32 untuk skor tinggi (T) dan untuk nilai tengahnya sebesar 24. Sehingga apabila nilai pada analisis penawaran kurang dari sama dengan

24 akan diberi nilai rendah sedangkan apabila lebih dari 24 akan diberi nilai tinggi.

Tabel VII
ANALISIS PENAWARAN WISATA

No	Jenis Komponen Wisata	Variabel	Skor
1	Atraksi Wisata	6	11
2	Sarana Wisata	5	9
3	Aksesibilitas	1	2
4	Informasi dan Promosi	4	8
Jumlah		16	28

Sumber: Hasil Analisis (2015)

Berdasarkan Tabel diatas, skor yang didapat adalah 29. Hasil analisis penawaran wisata pada TSTJ berada pada range 24 sampai 32 yang berarti mendapatkan nilai tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keberadaan komponen penawaran wisata di Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ) mendukung terhadap kegiatan pariwisata yang ada.

Analisis Permintaan Wisata

Komponen permintaan wisata merupakan pemberian nilai terhadap produk wisata yang ada di Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ) berdasarkan karakteristik wisatawan serta pola permintaan. Kondisi yang dihasilkan oleh analisis permintaan nantinya

akan dibandingkan dengan analisis penawaran. Berikut adalah analisis permintaan wisata di Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ):

➤ **Atraksi Wisata**

Atraksi wisata yang ada di Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ) sangat beragam. Atraksi utama yang ada di obyek wisata ini adalah kebun binatangnya. Selain kebun binatang terdapat 5 atraksi lain yang ada di TSTJ yaitu Grebeg Syawalan, Kirab Jaka Tingkir, Panggung Hiburan, Arena Bermain, dan Taman Gesang. Wisatawan yang datang ke TSTJ seluruhnya adalah wisatawan lokal dan tidak ada wisatawan mancanegara. Berikut adalah perhitungan analisis atraksi permintaan wisata:

Tabel VIII
ANALISIS PERMINTAAN ATRAKSI WISATA

No	Atraksi	Penjelasan	Rendah	Tinggi	Skor
1	Grebeg Syawalan	Sebanyak 57% responden menganggap acara ini menarik, sehingga mendapatkan nilai tinggi.		√	2
2	Kirab Jaka Tingkir	61% responden menganggap acara ini menarik sehingga mendapatkan nilai tinggi.		√	2
3	Panggung Hiburan	68% responden menganggap acara ini menarik sehingga mendapatkan nilai tinggi.		√	2
4	Kebun Binatang	Sebagai atraksi utama, hanya 36% responden yang menganggap atraksi ini menarik sehingga mendapat nilai rendah.	√		1
5	Bermain Anak	Hanya 35% responden yang menganggap atraksi ini menarik sehingga mendapat nilai rendah.	√		1
6	Taman Gesang	Hanya 33% responden yang menganggap atraksi ini menarik sehingga mendapat nilai rendah.	√		1
Total					9

Sumber: Hasil Analisis (2015)

Berdasarkan analisis atraksi wisata di Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ) terdapat 6 variabel yang diteliti. Dengan adanya 6 variabel yang diteliti berarti skor maksimal 12, skor minimal 6, dan nilai skor tengah 9. Untuk analisis permintaan atraksi wisata memperoleh skor 6, yang berarti memperoleh nilai rendah. Dari keenam variabel hanya terdapat satu atraksi yang mendapatkan nilai rendah. Walaupun atraksi wisata mendapatkan nilai tinggi, kedepan diperlukan inovasi dari pengelola

guna mengembangkan serta mengemas atraksi yang akan ditampilkan supaya lebih menarik dan berkesan.

➤ **Sarana Wisata**

Sarana wisata adalah satu aspek penunjang yang mempengaruhi kenyamanan wisatawan. Apabila pelayanan sarana wisata baik dapat memberikan kepuasan lebih kepada wisatawan. Dari hasil survey yang dilaksanakan

Tabel IX
ANALISIS PERMINTAAN SARANA WISATA

No	Sarana	Penjelasan	Rendah	Tinggi	Skor
1	Toko Souvenir	Tercatat 51% responden pernah berbelanja di toko penjualan souvenir.	√		1
2	Warung Makan	Berdasarkan hasil kuesioner pada responden 49% responden merasa kurang puas dengan kondisi warung makan yang ada.	√		1
3	Tempat Ibadah	51% wisatawan memanfaatkan sarana ini untuk beribadah.		√	2
4	WC Umum	Hanya terdapat 35% wisatawan yang menganggap kondisi toilet yang ada di TSTJ baik, dan 65% sisanya menganggap kurang baik.	√		1
5	Parkir	54% responden menganggap kondisi parkir yang ada di TSTJ masih cukup baik.		√	2
Total					7

Sumber: Hasil Analisis (2015)

Dari hasil analisis permintaan sarana wisata terdapat 5 variabel yang diteliti. Skor maksimal yang dapat diperoleh 10, skor minimal 5, dan nilai tengah 7,5. Skor yang diperoleh untuk sarana wisata adalah 7 yang berarti mendapatkan nilai rendah.

➤ **Aksesibilitas**

Pada umumnya fasilitas transportasi yang ada di Kota Solo sudah tergolong baik. Hal ini

dikarenakan sudah adanya angkutan-angkutan yang mendukung aksesibilitas baik di internal kota solo maupun ke kota lainnya. Namun dengan kemudahan transportasi yang ada tidak menjamin sesuai dengan persepsi wisatawan atas pelayanan transportasi yang diterima. Berikut adalah tabel analisis permintaan aksesibilitas wisata:

Tabel X
ANALISIS PERMINTAAN AKSESIBILITAS WISATA

No	Moda Angkutan	Penjelasan	Rendah	Tinggi	Skor
1	Akses ke TSTJ	82% responden menganggap akses dari dan ke TSTJ mudah, sehingga mendapatkan nilai tinggi.		√	2
Total					2

Sumber: Hasil Analisis (2015)

Dari hasil analisis permintaan aksesibilitas terdiri atas 1 variabel yang diteliti. Skor maksimal yang dapat diperoleh 2, skor minimal 1. Skor yang diperoleh untuk aksesibilitas wisata di TSTJ adalah 2 yang berarti mendapat nilai tinggi.

➤ **Informasi dan Promosi**

Pengelola Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ) sudah melakukan berbagai cara untuk melaksanakan promosi. Banyak cara yang telah ditempuh guna meningkatkan promosi

dan penyampaian informasi kepada calon wisatawan salah satunya adalah dengan membuat unit informasi dan promosi dalam struktur pengelolaan. Unit ini bertugas untuk memberikan informasi kepada calon pengunjung mengenai kegiatan yang akan diadakan di TSTJ. Pihak pengelola juga bekerjasama dengan media massa baik cetak maupun elektronik guna mempromosikan TSTJ. Berikut adalah analisis permintaan informasi dan promosi wisata:

Tabel XI
ANALISIS PERMINTAAN INFORMASI DAN PROMOSI WISATA

No	Informasi	Penjelasan	Rendah	Tinggi	Skor
1	Brosur/ Leaflet	Hanya 5% dari keseluruhan responden yang mengetahui TSTJ melakukan promosi dengan media ini.	√		1
2	Media Massa	Deskripsi atau gambaran mengenai obyek wisata kepada calon wisatawan masih sangat minim. Tercatat hanya terdapat 4% dari responden yang mengetahui promosi dan informasi melalui media massa.	√		1
3	Teman/ saudara	Penyebaran informasi antar wisatawan kepada wisatawan menjadi tumpuan utama dalam penyebaran informasi kegiatan di TSTJ. Tercatat 62% responden mengetahui kegiatan di TSTJ melalui teman/ saudara.		√	2
4	Website	Hanya terdapat 2% dari responden yang mengetahui promosi kegiatan di TSTJ melalui website.	√		1
Total					5

Sumber: Hasil Analisis (2015)

Berdasarkan analisis diatas permintaan atraksi wisata yang ada di TSTJ terdapat 4 variabel yang diteliti. Skor maksimal yang dapat diperoleh 8, skor minimal 4, dan nilai tengah adalah 6. Untuk nilai yang diperoleh informasi dan promosi wisata di TSTJ adalah 5 yang berarti mendapatkan nilai rendah.

➤ **Kesimpulan Analisis Permintaan**

Dalam analisis permintaan terdapat 4 komponen yang diteliti dengan jumlah variabel 23 variabel. Setiap variabel memiliki nilai tinggi diberi nilai 2 dan rendah diberi nilai 1. Untuk analisis permintaan wisata memiliki skor maksimal 46, skor minimal 23, dan nilai tengah sebesar 34,5. Berikut adalah rekapitulasi nilai analisis permintaan wisata:

Tabel XII
REKAPITULASI NILAI PERMINTAAN WISATA

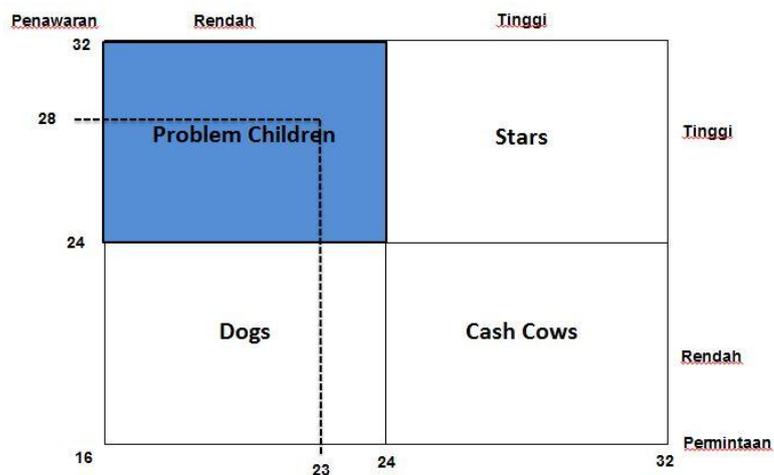
No	Jenis Komponen Wisata	Variabel	Skor
1	Atraksi Wisata	6	9
2	Sarana Wisata	5	7
3	Aksesibilitas	1	2
4	Informasi dan Promosi	4	5
Jumlah		16	23

Sumber: Analisis Pribadi (2015)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa skor permintaan wisata di TSTJ sebesar 23. Nilai analisis tersebut berada di bawah nilai tengah yaitu 24. Nilai yang dihasilkan rendah dikarenakan sarana serta informasi dan promosi yang dilakukan masih kurang memadai.

➤ **Analisis Boston Consulting Group (BCG)**

Setelah adanya perolehan data dari analisis penawaran dan permintaan wisata. Dimana produk kegiatan yang diteliti adalah atraksi wisata, sarana wisata, aksesibilitas, serta informasi dan promosi wisata. kedua hasil analisis tersebut kemudian dimasukkan kedalam matriks *Boston Consulting Group* (BCG). Berikut adalah hasil analisis yang



dimasukan kedalam mastriks:

Gambar I
POSISI MATRIKS ANALISIS BCG

Berdasarkan matriks tersebut posisi penawaran dan permintaan wisata TSTJ berada dalam kuadran *problem children*. Hal ini menunjukkan bahwa penawaran yang disediakan oleh TSTJ tinggi dan sudah cukup baik dalam mendukung kepariwisataan yang ada. Namun dengan nilai permintaan wisata yang rendah perlu mendapatkan perhatian pengelola guna mengatasi kekurangan tersebut.

Dalam pengembangan mencapai ke posisi *stars* dengan kondisi penawaran dan permintaan yang tinggi, terdapat hal yang menjadi perhatian. Pertama adalah peningkatan frekuensi promosi dan informasi kegiatan yang ada di Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ). Sehingga kegiatan yang dilaksanakan di TSTJ dapat menarik kunjungan wisatawan. Selain promosi perlu adanya penambahan atraksi wisata baik secara bulanan, maupun mingguan. Hal ini dikarenakan atraksi wisata merupakan faktor penarik utama untuk kedatangan wisatawan. Yang ketiga adalah pemenuhan serta perbaikan sarana wisata yang ada di TSTJ. Hal tersebut bertujuan untuk mendukung kenyamanan wisatawan ketika berada di obyek wisata. Dengan status Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ) sebagai Perusda memerlukan dukungan dari semua pihak guna pengembangan kedepannya. Sehingga diperlukannya sebuah kesinergisan dalam melakukan pengembangan dan tetap dapat eksis dalam perkembangan kedepannya.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

• Kesimpulan

Kegiatan pariwisata yang ada di Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ) terdiri atas 2 komponen yaitu penawaran dan permintaan wisata. Sehingga hal tersebut akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan serta jumlah kedatangan wisatawan. Kedua hal tersebut saling berkaitan, bila penawaran wisata memiliki masalah akan berpengaruh terhadap permintaan wisata demikian pula sebaliknya. Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Posisi penawaran dan permintaan wisata Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ) dalam matrik BCG pada kuadran Problem Children. Dalam posisi ini mengindikasikan bahwa penawaran yang ada tinggi namun permintaannya rendah. Sehingga untuk mengatasi permasalahan yang ada perlu segera dicarikan solusi guna memecahkan permasalahan yang ada. Sehingga dengan adanya solusi guna mengatasi permasalahan diatas dalam pengembangan Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ) dapat mencapai posisi Stars. Dalam mencapai posisi Stars terdapat beberapa komponen yang perlu untuk segera diperbaiki seperti sarana promosi informasi dan promosi untuk lebih ditingkatkan frekuensinya. Selain itu yang menjadi perhatian adalah peningkatan kualitas pelayanan guna peningkatan kepuasan pengunjung guna memberikan kesan yang baik terhadap wisatawan yang datang dan bersedia untuk berwisata kembali dilain waktu.
2. Wisatawan yang berkunjung di Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ) keseluruhan merupakan wisatawan lokal (berasal dari daerah sekitar), sehingga dampak yang ditimbulkan tidak besar terhadap komponen lainnya. Selain itu dengan banyaknya wisatawan lokal yang berkunjung Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ) telah memiliki pangsa pasar tersendiri.
3. Jenis atraksi yang ada di Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ) sudah lama belum ada perubahan yang signifikan. Sehingga daya tarik yang dimiliki menjadi berkurang dan belum ada alternatif wisata lain selain kebun binatang dan arena bermain anak pada tiap minggunya.
4. Dengan kondisi fasilitas yang ada di TSTJ sudah dapat mendukung untuk kegiatan pariwisata. Namun perlunya pembenahan fasilitas dan mengatur ulang letaknya agar dapat lebih menarik minat wisatawan yang datang.
5. Beberapa strategi yang dapat digunakan untuk pengembangan TSTJ antara lain:

- Memaksimalan 3 fungsi TSTJ yaitu sebagai Konservasi, Rekreasi dan Edukasi
- Pembuatan program kerja (perencanaan) dalam kerangka meningkatkan dan mengembangkan pariwisata TSTJ secara jelas dan konseptual, serta penambahan program rutin yang dapat dilakukan setiap minggu/ bulan/ tahun.
- Dalam melakukan promosi harus memiliki keragaman dengan penambahan kuantitas dalam penyampaian informasi. Kegiatan promosi perlu dilakukan dengan membentuk sistem informasi yang handal dan membangun kerjasama yang baik dengan pusat informasi.
- Pembenahan serta penambahan untuk atraksi wisata yang ada seperti arena bermain anak, Taman Gesang, serta kebun binatang.
- Pemenuhan serta perbaikan infrastruktur yang ada seperti toko souvenir, warung makan, toilet, parkir untuk menunjang kelancaran pariwisata
- Bekerja sama dengan pihak ke 3 (investor) baik secara parsial maupun keseluruhan untuk pengembangan TSTJ kedepan. Untuk kerjasama secara parsial dapat dilakukan dengan membuka atraksi baru seperti pembuatan kolam renang dan danau, sedangkan untuk investasi sepenuhnya mencakup seluruh obyek wisata TSTJ.
- Menambahkan prioritas untuk kesejahteraan satwa seperti kualitas pakan satwa, adanya hari libur bagi satwa, manajemen perawatan dan kesehatan satwa, serta memperbaiki fasilitas kandang satwa sama dengan habitat aslinya.

➤ Rekomendasi

Dengan perkembangan kunjungan wisata di Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ) yang masih fluktuatif maka perlu dilakukan terobosan guna pengembangan supaya menjadi obyek wisata yang menarik untuk dikunjungi wisatawan.

- Memaksimalan 3 fungsi TSTJ yaitu fungsi konservasi, rekreasi dan edukasi. Hal ini dipilih dikarenakan saat ini baru fungsi

rekreasi yang sudah cukup baik. Namun untuk fungsi konservasi dan edukasi masih belum berjalan secara optimal.

- Dengan jumlah kunjungan yang fluktuatif maka diperlukan terobosan baru guna memaksimalkan jumlah kunjungan yang ada. salah satu cara meningkatkan jumlah kunjungan di TSTJ adalah pembenahan atraksi wisata yang ada diantaranya. Penataan kembali arena bermain anak dan Taman Gesang serta penambahan atraksi wisata kebun binatang.
- Pemenuhan serta perbaikan infrastruktur yang ada seperti toko souvenir, warung makan, toilet, parkir untuk menunjang kelancaran pariwisata. Hal ini dikarenakan dengan kondisi fasilitas sudah memerlukan perbaikan serta penataan guna menunjang kegiatan pariwisata yang ada. Berdasar hasil pengamatan yang dilakukan, masih terdapat obyek wisata yang perlu dibenahi. Kekurangan fasilitas pendukung sangat berpengaruh terhadap kenyamanan wisatawan serta persepsi akan obyek wisata tersebut.
- Pembuatan program kerja (perencanaan) dalam kerangka meningkatkan dan mengembangkan pariwisata TSTJ secara jelas dan konseptual, serta penambahan program rutin yang dapat dilakukan setiap minggu/ bulan/ tahun.
- Kegiatan promosi yang akan dilakukan harus memiliki perencanaan sebelumnya. Hal ini dikarenakan dengan perencanaan yang matang diharapkan mampu memberikan dampak yang positif serta tepat sasaran. Dalam melakukan promosi harus memiliki keragaman dengan penambahan kuantitas dalam penyampaian informasi. Karena wisatawan yang mengetahui promosi melalui brosur/ leaflet dan media massa masih sangat minim dan kurang dari 10% wisatawan yang mengetahui adanya informasi kegiatan di TSTJ. Oleh karena itu diperlukan promosi yang konsisten dan berkesinambungan baik dari Perusda maupun Pemerintah Kota Surakarta.
- Bekerja sama dengan pihak ke 3 (investor) baik secara parsial maupun keseluruhan

untuk pengembangan TSTJ kedepan. Hal ini dikarenakan dengan keterbatasan dana yang ada, maka dibutuhkan pihak ketiga guna memberikan suntikan modal guna pengembangan kedepannya. Sehingga dengan adanya investor yang memberikan bantuan dana dapat mempercepat realisasi design baru TSTJ untuk mengakomodir kebutuhan satwa serta pelengkapan sarana untuk wisatawan ketika berwisata. Selain mengadakan dengan pihak investor diperlukan pula adanya kerjasama dengan partisipasi publik (sukarelawan, LSM, media, dan pihak lainnya) sesuai aturan, misalnya dengan adopsi flora dan fauna, pelatihan relawan, dan lainnya.

- Menambahkan prioritas untuk kesejahteraan satwa seperti kualitas pakan satwa, adanya hari libur bagi satwa, manajemen perawatan dan kesehatan satwa, serta memperbaiki fasilitas kandang satwa sama dengan habitat aslinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Suprpto, Aris. 2005. "Analisis Penawaran Dan Permintaan Wisata Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Di Keraton Surakarta Hadiningrat." Tesis Program Studi Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro, Semarang
- Badan Pusat Statistik Kota Surakarta. 2009. Surakarta Dalam Angka 2009. Surakarta: Badan Pusat Statistik.
- Farobi, Fikri. 2012. Persepsi dan Sikap Masyarakat Terhadap Kegiatan Pariwisata Di Kota Bandung (Studi Kasus : Kebun Binatang Bandung dan Trans Studio Bandung). Bandung. Institut Teknologi Bandung
- Gunn, Clare A. 2002. Tourism Planning Basic, Concepts, Cases. New York : Routledge
- Schiffman, L.G dan Kanuk, Lesley L, 2007. Consumer Behavior, New Jersey: Perason Prestice Hall.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Unaradjan, Dolet. 2000. Pengantar Metode Penelitian Ilmu Sosial. Jakarta: Grasindo.
- Yoeti, H.Oka. 2007. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta: Penerbit PT. Pradnya Paramita
- Yunus, Hadi Sabari. 2010. Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer. Yogyakarta: Pustaka Pelajar