

**ANALISIS KARAKTERISTIK, PERILAKU, DAN MOTIVASI PERJALANAN  
WISATAWAN ASAL SULAWESI UTARA KE JAKARTA****Ade Suherlan**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the characteristics, behaviors and motivations of tourists from North Sulawesi trip to Jakarta. The research methodology used is descriptive qualitative method. The data used is primary data and secondary data collection method through survey questionnaires, interviews, and focus group discussion. Data analysis used SPSS statistical analysis includes frequency and cross-tab analysis, and SWOT analysis. The results of this study of which are domestic tourists from North Sulawesi classified as "Upper Market" and prestigious tourist fond of, and impressed consumptive, hedonist, shopping, parties and meals. Travelers from North Sulawesi like to go to some of the famous tourist destinations. Travelers from North Sulawesi more confident when to travel alone in the country. The main obstacle is the lack of information about Jakarta especially for the people of North Sulawesi, unavailability of brochures about Jakarta in service, not available tourist maps. Information about the attractions that can be visited very minimal and should be provided free of charge such as tourist information facilities at the airport, in the center of the crowd, tourist destination, and so on. Packaging destination must be continuously improved; Jakarta is highly prestigious for the people of North Sulawesi.*

**Keywords:** *tourist characteristics, behavior, travel motivation*

**1. PENDAHULUAN**

Pasar Sulawesi Utara merupakan pasar domestik yang memiliki potensi yang sangat besar bagi pariwisata Indonesia. Wisatawan Domestik, pada saat ini kurang mendapat perhatian dari penentu kebijakan kepariwisataan di Indonesia, padahal pasar ini jika dikelola dengan serius dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi satu daerah tujuan wisata secara lebih aktif dan memutar roda perekonomian nasional secara lebih cepat. Pergerakan wisatawan dalam negeri jauh lebih banyak jika dibandingkan dengan jumlah kedatangan wisatawan asing ke negara kita dan devisa yang diperoleh pun belum maksimal.

Dengan melihat potensi yang demikian besar, maka perlu suatu strategi untuk menarik pergerakan orang melakukan perjalanan dalam negeri lebih banyak. Namun, untuk membuat suatu strategi dan kebijakan diperlukan data dan informasi yang akurat dan valid, sehingga strategi yang dibuat tepat sasaran. Data dan informasi yang akurat dapat diperoleh melalui suatu upaya penelitian salah satunya ialah penelitian pasar. Bentuk pengenalan pasar dalam kepariwisataan sangatlah beragam dan tekniknya pun bervariasi. Salah satu teknik yang digunakan dalam mengenal pasar wisatawan lebih mendalam ialah dengan penelitian perilaku dan motivasi perjalanan wisatawan.

Kota Jakarta sebagai Ibu kota Negara Republik Indonesia memiliki keragaman fenomena kegiatan bisnis, pusat pemerintahan dan sebagai salah satu destinasi wisata kota di Indonesia, yang memiliki ragam keunikan daya tarik wisata seperti budaya, wisata belanja,

wisata sejarah dan sebagainya. Jakarta juga merupakan pintu gerbang kedatangan dari mancanegara dan juga menjadi daerah tujuan wisata bagi wisatawan domestik. Wisatawan domestik yang berkunjung ke Jakarta sangat beragam. Jakarta dikunjungi setidaknya 80 juta wisatawan domestik dan 1,5 juta wisatawan asing sepanjang tahun 2008. Jumlah ini meningkat 26,8 persen dibandingkan tahun 2007 (Kompas, 25 Juni 2009). Tingginya kunjungan wisata ke Jakarta tidak terlepas dari keberadaan Jakarta sebagai pusat perdagangan, pusat bisnis, dan pusat pemerintahan.

Tahun 2009 Jakarta menargetkan 90 juta kunjungan wisatawan domestik, dengan jumlah yang demikian besar ini tentunya perlu dipersiapkan pelayanan sarana dan prasarana, kesiapan objek dan daya tarik wisata. Jakarta sebagai destinasi wisata kota secara menyeluruh harus mempersiapkan diri secara matang. Sebagai salah satu destinasi wisata bagi wisatawan domestik, Jakarta menjadi salah satu alternatif tujuan wisata karena keunikan khasanah kota yang sangat beragam sebagaimana disebutkan sebelumnya. Kondisi ini telah mendorong dan membangkitkan motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Jakarta, sehingga menjadi peluang yang sangat menjanjikan khususnya bagi pendapatan asli daerah dari sektor pariwisata dan perolehan pendapatan secara menyeluruh karena pariwisata memiliki efek berganda dalam kenyataannya.

Jumlah penduduk Provinsi Sulawesi Utara sampai tahun 2007 sebanyak 2.186.810 jiwa Dengan luas wilayah 15.273,60 km<sup>2</sup>, berarti kepadatan penduduknya mencapai 143,18 jiwa/ km<sup>2</sup>. Laju pertumbuhan ekonomi Propinsi Sulawesi Utara tahun 2007 dihitung dengan menggunakan tahun dasar 2008 meningkat bila dibandingkan dengan dua tahun sebelumnya. Berdasarkan perhitungan PDRB atas dasar harga konstan 2000, laju pertumbuhan ekonomi Sulawesi Utara tahun 2007 sebesar 6,48 persen. Nilai PDRB atas dasar harga konstan tahun 2006 sebesar 13,53 triliun rupiah meningkat menjadi 14,41 triliun rupiah di tahun 2007. Nilai PDRB atas dasar harga berlaku untuk tahun 2007 sebesar 23,45 triliun rupiah. Pertumbuhan ekonomi Sulawesi cukup baik sepanjang tahun 2007 yakni sebesar 6.47 persen Kondisi ekonomi yang baik ini akan mendorong kegiatan bisnis dan perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan Sulawesi Utara keluar dari provinsi ini yang salah satu tujuannya ialah Jakarta terutama untuk tujuan bisnis dan berekreasi.

Mengingat sektor jasa menempati urutan kedua dari pengeluaran masyarakat di tahun 2007, maka potensi masyarakat Sulawesi Utara untuk melakukan perjalanan wisata menunjukkan angka yang signifikan dan dapat dilihat dari meningkatkannya jumlah lalu lintas penumpang ke luar Sulawesi Utara. Masyarakat Sulawesi Utara memiliki beberapa alternatif moda transportasi untuk perjalanan keluar dari daerahnya yaitu melalui jalur darat, jalur laut dan jalur udara.

Tabel 1. Lalu lintas penumpang domestik melalui bandara udara Samratulangi Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara tahun 2008

Bulan	Penumpang di Bandara Samratulangi Manado (orang)					
	Datang	□□ %	Berangkat	Transit	Total	□□ %
1	44654		53018	0	53018	
2	40840	-8.541228	42624	232	42856	-19.16708
3	50084	22.634672	48865	606	49471	15.435412
4	44966	-10.21883	44904	754	45658	-7.707546
5	47793	6.2869724	48256	794	49050	7.4291471
6	45847	-4.071726	45916	870	46786	-4.615698
7	51036	11.31808	48820	573	49393	5.5721797
8	49079	-3.834548	50152	1380	51532	4.3305732
9	38726	-21.09456	39062	741	39803	-22.76061
10	45744	18.122192	45321	972	46293	16.305304
11	45151	-1.296345	43638	1070	44708	-3.423844
12	52252	15.727226	43886	603	44489	-0.489845
Jumlah	556172	25.031901	554462	8595	563057	-9.092008
Rata-rata	46347.66667	2.2756274	46205.16667	716.25	46921.417	-0.826546

Sumber: PT. Angkasa Pura I Manado, 2009

Tujuan studi ini ialah untuk menganalisis karakteristik, perilaku dan motivasi perjalanan wisatawan asal Sulawesi Utara ke Jakarta. Para ahli mendefinisikan perilaku wisatawan, menurut Morrison (2007:64) perilaku wisatawan adalah proses dan kegiatan yang terlibat ketika orang mencari, memilih, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Loudon dan Della Bitta (Buchari Alma, 2008:236) *“Tourist behavior may be defined as the decision process and physical activity individuals engage in when evaluating, acquiring, using, or disposing of goods and services”*. Menurut Kotler dan Keller (2009:189) mengemukakan tentang definisi perilaku wisatawan yaitu, *“Tourist behaviour is study of how individuals, groups, and organizations select, buy, use, and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants”*. Perilaku wisatawan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti yang dikemukakan Kotler dan Keller (2009:190) yaitu, faktor budaya, faktor sosial, faktor personal dan faktor psikologi.

Budaya, subbudaya dan kelas sosial merupakan faktor yang paling banyak mempengaruhi perilaku kunjungan pada wisatawan. Sub budaya terdiri dari kebangsaan, kepercayaan, ras, dan area geografi. Faktor sosial sebagai tambahan dari faktor budaya, faktor

sosial terdiri dari referensi keluarga, kelompok, dan aturan sosial dan status berdampak pada perilaku kunjungan. Keputusan berkunjung juga dipengaruhi oleh karakteristik personal, yang termasuk dalam kategori ini adalah umur dan daur hidup, pekerjaan dan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, dan gaya hidup dan nilai. Karena beberapa karakteristik ini memiliki dampak yang langsung dalam perilaku wisatawan, hal ini sangat penting untuk pemasar dalam mendekati wisatawan. Terdapat empat kunci proses psikologi yaitu, motivasi, persepsi, pembelajaran dan memori yang merupakan hal dasar untuk mempengaruhi tanggapan wisatawan.

Dari berbagai motivasi yang mendorong perjalanan, McIntosh (1977) dan Murphy (1985) mengatakan bahwa motivasi dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar yaitu sebagai berikut:

- a. *Physical or physiological motivation* (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olah raga, bersantai dan sebagainya.
- b. *Cultural motivation* (motivasi budaya), yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek tinggalan budaya (bangunan bersejarah).
- c. *Social motivation* atau *interpersonal motivation* (motivasi yang bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal yang dianggap mendatangkan gengsi (nilai prestise), melakukan ziarah, pelarian dari situasi-situasi yang membosankan dan sebagainya.
- d. *Fantasy motivation* (motivasi karena fantasi), yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang kan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan ego-enhancement yang memberikan kepuasan psikologis. Disebut juga sebagai status and prestige motivation.

Motivasi perjalanan seseorang dipengaruhi oleh faktor internal wisatawan itu sendiri dan faktor eksternal. Secara intrinsik, motivasi terbentuk karena adanya kebutuhan dan/atau keinginan manusia itu sendiri, sesuai dengan teori hirarki kebutuhan Maslow. Kebutuhan tersebut dimulai dari kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan prestise dan kebutuhan akan aktualisasi diri.

Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang terbentuknya dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal, seperti norma sosial, pengaruh atau tekanan keluarga dan situasi kerja yang terinternalisasi dan kemudian berkembang menjadi kebutuhan psikologis. Motivasi wisatawan untuk melepaskan diri sejenak dari kegiatan rutin berfungsi untuk melepaskan diri sejenak dari kegiatan rutin untuk mengembalikan harmoni di masyarakat, sehingga pariwisata dapat dipandang sebagai salah satu bentuk terapi sosial.

Gambaran mengenai wisatawan biasanya dibedakan berdasarkan karakteristik perjalanannya (*trip descriptor*) dan karakteristik wisatawannya (*tourist descriptor*) (Seaton dan Bennet, 1996). (1) Trip Descriptor; wisatawan dibagi ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan jenis perjalanan yang dilakukannya. Secara umum jenis perjalanan dibedakan menjadi : perjalanan rekreasi, mengunjungi teman/keluarga, perjalanan bisnis dan kelompok perjalanan lainnya (Seaton & Bennet, 1996).

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Data dan informasi yang dibutuhkan untuk riset dan intelegen pemasaran bersumber dari dua jenis yaitu internal (pemangku kepentingan dari dalam organisasi) dan eksternal (seluruh pihak di lingkungan pemasaran baik makro maupun mikro). Data dan informasi tersebut diolah dan dianalisis untuk menghasilkan sebuah rencana pemasaran. Rencana pemasaran memuat beragam bauran pemasaran yang akan digunakan dalam aktivitas pemasaran. Pelaksanaan aktivitas pemasaran tentunya perlu diawasi dan dikendalikan. Jika ditemukan hal-hal yang berbeda atau permasalahan, maka temuan tersebut dapat diolah dan dianalisis kembali dalam riset dan intelegen pasar. Proses ini berjalan secara berkesinambungan dan berkelanjutan. Apabila satu tahap dalam proses terhambat maka otomatis mengganggu sistem yang ada.

Langkah-langkah yang diambil dari intelegen pasar wisata Sulawesi Utara terdiri dari:

1. Mengumpulkan data dan informasi melalui observasi dan survey kepada wisatawan domestik asal Sulawesi Utara, mengkompilasi dan mengolah data menjadi bahan yang dapat didiskusikan.
2. Mengumpulkan pendapat dari narasumber yang berkecimpung di perjalanan wisata dengan pasar wisata Sulawesi Utara melalui *focus group discussion* (FGD).
3. Mengidentifikasi isu, kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan pasar domestik Sulawesi Utara secara nasional dan lokal dalam hal ini Kota Jakarta.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sulawesi Utara dengan Ibukota Provinsi Manado merupakan salah satu provinsi di Kawasan Timur Indonesia (KTI) yang sedang giat membangun. Dikenal dengan "*Land of Smiling People*" dan "*Spices Island*". Dilihat dari letak geografisnya Sulawesi Utara terletak pada 0030' – 5035' Lintang Utara (LU) dan 123070' – 127000' Bujur Timur (BT). Sulawesi Utara berbatasan dengan Filipina di Utara dan bentangan Samudera Pasifik di sisi Timur Laut. Provinsi Sulawesi utara terdiri dari 13 kabupaten/kota dengan luas wilayah keseluruhan 15.272,44 KM persegi. Penduduk Sulawesi Utara digolongkan ke dalam rumpun Melayu-Austronesia, terdiri dari tiga kelompok etnis utama, yaitu Suku Minahasa, Suku Sangihe dan

Talud dan Suku Bolaang Mongondow. Agama yang dianut oleh penduduk di Propinsi Sulawesi Utara adalah Protestan, Katolik, Islam, Hindu dan Budha.

**Tabel 2. Jadwal Penerbangan Dari dan Ke Manado Tahun 2009**

AIRLINES	DARI	TUJUAN	FREKUENSI	KET
1	2	3	4	7
LION AIR	MDC	CGK	4 KALI	Tiap hari
		UPG	2 KALI	Tiap hari
		DPS	1 KALI	Tiap hari
		BTH	2 KALI	Tiap hari
	CGK	MANADO ( MDC )	4 KALI	Tiap hari
	UPG		2 KALI	Tiap hari
	DPS		1 KALI	Tiap hari
WINGS	MANADO ( MDC )	Ternate ( TTE )	3 KALI	Tiap hari
		Sorong ( SOQ )	1 KALI	Tiap hari
		Surabaya ( SUB )	1 KALI	Tiap hari
	Ternate ( TTE )	MANADO ( MDC )	3 KALI	Tiap hari
	Sorong ( SOQ )		1 KALI	Tiap hari
	Surabaya ( SUB )		5 KALI	Tiap hari
BATAVIA	MANADO ( MDC )	Jakarta ( CGK )	2 KALI	Tiap hari
		Balikpapan ( BPN )	1 KALI	Tiap hari
	Jakarta ( CGK )	MANADO ( MDC )	2 KALI	Tiap hari
	Balikpapan ( BPN )		1 KALI	Tiap hari
SRIWIJAYA	MANADO ( MDC )	Jakarta ( CGK )	1 KALI	Tiap hari
		Surabaya ( SUB )	1 KALI	Tiap hari
	Jakarta ( CGK )	MANADO ( MDC )	1 KALI	Tiap hari
	Surabaya ( SUB )		1 KALI	Tiap hari
MERPATI	MANADO ( MDC )	Jayapura ( DJJ )	1 KALI	Senin & Jumat
		Makassar ( UPG )	1 KALI	dikonfirmasikan
		Jakarta ( CGK )	1 KALI	dikonfirmasikan

AIRLINES	DARI	TUJUAN	FREKUENSI	KET
GARUDA	MANADO ( MDC )	Jakarta ( JKT )	2 KALI	Tiap hari
		Makassar ( UPG )	1 KALI	Tiap hari
		Denpasar ( DPS )	5 KALI	Tiap hari
		Batam ( BTH )	4 KALI	Tiap hari
		Jogjakarta ( JOG )	2 KALI	Tiap hari
AIR ASIA	MANADO	KUALA LUMPUR	3X / MGG	Selasa,Kamis,
				Sabtu
SILK AIR	MANADO	SINGAPURA	4X / MGG	Senin,Rabu,
				Jumat, Sabtu

Sumber: ASITA Sulawesi Utara, 2009

#### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	202	100.0
	Exclude d(a)	0	.0
	Total	202	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.587	30

Sumber: Data diolah (2009)

Pengukuran validitas menggunakan uji *Spearman* dengan bantuan SPSS sampai diperoleh hasil yang valid. Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat dan benar. Proses pengujian *spearman* dilakukan berulang kali dengan menghilangkan satu persatu item pertanyaan yang memiliki nilai *sig. (2 tailed)* diatas 0.01, sampai diperoleh nilai yang valid yaitu *sig. (2-tailed)* dibawah 0.01.

Uji validitas kuisioner tahap awal ini mempergunakan metode koefisien korelasi *Pearson Product Moment*, dengan bantuan software SPSS 12.0. Pada hasil pengolahan software SPSS, *r* hasil untuk setiap indikator dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlation*. Setelah dilakukan pengolahan uji validitas dengan software SPSS, diperoleh hasil bahwa

terdapat 1 butir pertanyaan yang tidak valid yaitu pada butir pertanyaan nomor 5 (lima). Butir tersebut peneliti hilangkan karena pertanyaan lain sudah mewakili pertanyaan tersebut. Hasil pengolahan uji validitas yang kedua diperoleh bahwa keseluruhan butir-butir pertanyaan pada kuisioner valid.

### **Analisis Karakteristik psikografik wisatawan Asal Sulawesi Utara**

#### **Gaya Liburan Wisatawan Domestik Asal Sulawesi Utara**

Diketahui bahwa wisatawan asal Sulawesi Utara secara psikografik mereka lebih banyak memanfaatkan waktu. Lebih dari 52% responden menyatakan lebih banyak memanfaatkan waktu selama mereka berwisata. Selain itu mereka juga ada yang mengedepankan aspek nilai tambah yang mereka peroleh dari melakukan kegiatan perjalanan ke Jakarta, sehingga hal ini perlu mendapat respon positif dari stakeholders pariwisata Jakarta untuk menyediakan layanan yang memberikan benefit serta nilai tambah bagi wisatawan asal Sulawesi Utara selama mereka di Jakarta misalnya dengan menyediakan paket yang efisien dan kompetitif.

Apabila hasil uji ini kita masukan dalam sebuah diagram, maka hasilnya secara lebih jelas terlihat seperti pada gambar 17 di bawah ini. Jelas bahwa wisatawan asal Sulawesi Utara dalam berwisata lebih banyak memanfaatkan waktu dan mencari nilai tambah yang dapat mereka peroleh dari kegiatan wisata tersebut. Beberapa diantara responden memiliki gaya yang beragam dan memiliki.

#### **Pribadi Wisatawan Domestik Asal Sulawesi Utara**

Dapat diketahui dari hasil survey bahwa wisatawan asal Sulawesi Utara lebih banyak sebagai penjelajah, mereka yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi berada di posisi kedua. Kemudian mereka pula melakukan kegiatan wisata ke Jakarta untuk bersenang-senang. Ini juga perlu di respon oleh pelaku bisnis pariwisata Jakarta sebagai sebuah peluang dimana kita dapat memberikan kepada mereka informasi yang lengkap tentang Jakarta, promosi yang intensif, apalagi bagi mereka pengguna pertama perlu mendapat perhatian agar brand image Jakarta sebagai destinasi pilihan mendapat tempat di hati mereka. Bagi wisatawan tipe perencana ini pasar yang potensial bagi biro perjalanan untuk menawarkan paket-paket menarik kepada mereka.

### **Analisis Frekuensi Karakteristik Geografis dan Demografi wisatawan**

#### **Tempat Tinggal Wisatawan**

Karakteristik demografis tempat tinggal wisatawan Sulawesi Utara terlihat bahwa 99% responden berasal dari Sulawesi Utara, terbagi atas 87.6%-nya berasal dari kota Manado dan 11.3% luar kota Manado. Kalau kita gambarkan ke dalam grafik hasilnya sebagai berikut:



**Usia Wisatawan**

Wisatawan yang berkunjung ke Jakarta berusia rata-rata 15-55 tahun. Ini merupakan usia produktif. Mereka yang berada pada usia ini cenderung memiliki semangat dan keingintahuan yang tinggi. Persentase tertinggi didominasi oleh wisatawan yang berusia 15 – 25 tahun yaitu sebanyak 50.5% dan pada posisi kedua rentang usia 26 – 35 tahun 29.75 dan usia 46 – 55 tahun 14.9%. Ini menunjukkan bahwa pada rentang usia ini perlu suatu strategi pemasaran yang tepat dari pemasar pariwisata Jakarta untuk merebut hati mereka untuk datang ke Jakarta.

**Jenis kelamin**

Responden yang paling banyak ialah responden perempuan yaitu sebesar 51%, hal ini menunjukkan bahwa wisatawan asal Sulawesi Utara lebih banyak perempuan dibandingkan dengan laki-laki. Tetapi kondisi ini masih berimbang dimana perbedaan jumlah laki-laki dengan perempuan tidak terlalu besar.

**Siklus keluarga**

Wisatawan yang berstatus bujang/ lajang sebanyak 60% dari total responden. Pada posisi kedua ialah mereka yang telah menikah dan memiliki anak. Hal ini mengindikasikan bahwa potensi terbesar wisatawan asal Sulawesi Utara yang berstatus lajang dan hal ini sangat sejalan dengan kebiasaan wisatawan asal Sulawesi yang senang bepergian sendiri tanpa pasangan.

**Pendapatan/ penghasilan**

Pendapatan per bulan rata-rata wisatawan asal Sulawesi utara berkisar antara 1 juta rupiah sampai 5 juta rupiah menempati porsi terbesar (50%) hasil uji frekuensi pendapatan ini. Kecenderungan responden berpenghasilan di atas 5 juta rupiah per bulan. Rata-rata pekerjaan wisatawan ialah pegawai swasta dan usahawan sehingga hasil uji ini sangat rasional.

**Tingkat Pendidikan**

Dari hasil uji tampak bahwa lulusan SMU merupakan persentase terbesar (45%) wisatawan Sulawesi Utara ialah lulusan SMU dan 38% merupakan lulusan universitas. Berarti bahwa wisatawan asal Sulawesi Utara merupakan wisatawan yang “educated” sehingga jelas akalu mereka lebih mengutamakan manfaat perjalanan dan nilai tambah yang bisa mereka peroleh. Kemudian juga secara ekonomi mereka merupakan wisatawan kelas menengah ke atas yang sangat mampu secara finansial.

**Pekerjaan**

Jenis pekerjaan wisatawan domestik Sulawesi Utara juga sangat beragam terbukti dari hasil uji frekuensi terhadap pekerjaan wisatawan. Profesi terbesar wisatawan asal Sulawesi Utara adalah sebagai pegawai swasta dan wirausahawan, sehingga secara finansial mereka tergolong wisatawan yang berkemampuan yang tinggi. Proporsi pegawai swasta sebesar

49.5%, sementara wirausahawan sebanyak 18.3%, pegawai negeri 13.9% dan sisanya tidak memiliki pekerjaan tetap ini dimungkinkan para mahasiswa atau pelajar.

### **Pola Perjalanan wisatawan asal Sulawesi Utara**

#### **Tujuan Kunjungan**

Dapat kita lihat tujuan kunjungan wisatawan asal Sulawesi Utara ini proporsi terbesarnya (54.5%) bertujuan untuk liburan. Posisi kedua ditempati oleh tujuan kekeluargaan. Wisatawan asal Sulawesi Utara menghabiskan masa senggang mereka untuk berlibur dan tujuan VFR di Jakarta. Ini merupakan satu potensi besar untuk dibidik sebagai pasar potensial dengan menawarkan beragam produk wisata menarik di Jakarta sehingga mereka mau menghabiskan liburannya di destinasi Jakarta.

#### **Lama tinggal**

Berikutnya ialah pola perjalanan wisatawan ditinjau dari lama tinggal di destinasi. Dari hasil uji frekuensi dapat diketahui bahwa hampir 50% wisatawan asal Sulawesi Utara menghabiskan waktu rata-rata 4-7 hari di destinasi Jakarta, 16.3% menyatakan tinggal hanya 1-3 hari dan 17.8% mereka tinggal selama rentang 7-30 hari. Ini sangat beragam tergantung pada tujuan mereka melakukan perjalanan ke Jakarta, tetapi bagi mereka yang melakukan kegiatan wisata maksimum satu minggu tinggal di destinasi.

Hal ini mengindikasikan bahwa lama tinggal di Jakarta bisa memberikan keuntungan bagi usaha akomodasi, restoran maupun usaha wisata lainnya. Mereka yang memanfaatkan keluarga atau temannya di Jakarta diharapkan dapat memberikan pengeluaran pada komoditas selain akomodasi secara lebih besar seperti wisata belanja dan kuliner. Sementara itu 17.8% responden menyatakan lama tinggal mereka antar 7-30 hari mungkin ini mereka yang memiliki usaha atau kerjasama usaha di Jakarta atau mahasiswa yang belajar di Jakarta tinggal lebih dari 1 bulan dalam setahun.

#### **Intensitas/ Frekuensi perjalanan**

Berdasarkan hasil survey ini, 57.9% responden melakukan perjalanan ke Jakarta paling tidak satu kali dalam setahun. Frekuensi kunjungan ini harus ditingkatkan dengan lebih memberikan hal menarik bagi wisatawan asal Sulawesi Utara misalnya dengan promosi paket wisata murah dan menarik seperti pada rekomendasi hasil penelitian ini. Sehingga kalau dijumlahkan total 91.2% wisatawan yang berlibur ke Jakarta 1 – 3 kali dalam setahun. Sementara mereka yang melakukan kunjungan lebih dari 4 kali dalam setahun dimungkinkan usahawan dan pelaku bisnis.

#### **Pengaturan Wisata**

Wisatawan domestik yang berasal dari Sulawesi Utara memiliki karakter yang hampir sama dalam masyarakat Indonesia pada umumnya, dimana mereka lebih suka mengatur

perjalanannya sendiri jika berwisata di dalam negeri. Mereka lebih percaya diri dan nyaman jika mengatur perjalanannya sendiri. Demikian pula wisatawan asal Sulawesi Utara ini proporsi terbesar dari hasil uji frekuensi terlihat bahwa 46.5% mereka melakukan reservasi sendiri tanpa memanfaatkan jasa biro perjalanan.

#### **Motivasi Diri Wisatawan/Wisatawan Mencari**

Secara pribadi, wisatawan asal Sulawesi Utara melakukan kegiatan wisata terdorong oleh motivasi dan keinginan untuk mencari mengaktualisasikan diri, sebagaimana pada hasil analisis sebelumnya kebanyakan dari wisatawan ini berasal dari golongan menengah ke atas yang sudah berkecukupan secara finansial, mereka mengutamakan gengsi dalam melakukan perjalanan wisata. 66.8% wisatawan menyatakan bahwa mereka berwisata untuk mencari aktualisasi diri.

#### **Hal Utama Bagi Wisatawan**

Manfaat perjalanan bagi wisatawan Sulawesi Utara menjadi prioritas utama, iniditunjukkan dengan 37% hasil uji frekuensi. Sementara biaya bukan menjadi prioritas utama bagi mereka karena mungkin berdasarkan hasil analisis sebelumnya mereka tidak bermasalah dengan keuangan dan bahkan secara umum mereka mencari aktualisasi diri dan karakteristik wisatawan asal Manado lebih mengutamakan gengsi dan kemewahan perjalanan, ini prestise bagi mereka.

#### **Jumlah Dana rata-rata yang Dikeluarkan Wisatawan dalam satu kali Kunjungan**

Dihitung secara rata-rata, pengeluaran wisatawan asal Sulawesi utara per sekali kunjungan (14 hari) per orang menghabiskan minimal 5 juta rupiah. Jumlah ini dinilai jumlah yang cukup besar untuk pengeluaran wisatawan domestik di satu destinasi dengan durasi tinggal yang hanya sebentar. Sehingga sangat potensial untuk dikelola agar wisatawan asal Manado dan Sulawesi Utara pada umumnya mau menghabiskan belanja mereka di Jakarta dengan menyediakan layanan pada objek wisata, pusat belanja, transportasi yang memuaskan mereka. Ini menjadi tanggung jawab semua komponen masyarakat Jakarta sebagai tuan rumah, mulai dari masyarakat, pemerintah dan sektor swasta perlu bersinergi.

#### **Penggunaan/ Pemanfaatan Fasilitas dan layanan di Destinasi Jakarta**

##### *a. Hotel*

Diketahui bahwa hanya sekitar 7.9% dari wisatawan asal Sulawesi Utara yang selalu menggunakan fasilitas hotel ketika mereka berkunjung ke Jakarta. Kebanyakan (sekitar 34.7%) dari wisatawan jarang menggunakan fasilitas hotel ini selama mereka melakukan perjalanan ke Jakarta, hal ini dimungkinkan mereka memanfaatkan akomodasi di tempat keluarga/ famili, atau teman (VFR). Mereka yang kadang-kadang menggunakan fasilitas akomodasi hotel banyak yang menggunakan budget hotel selama di Jakarta, wisatawan ini

sangat peka terhadap harga dan mereka yang mengutamakan hemat biaya selama berkunjung. Juga tak kalah menariknya, sekitar 20% dari responden menyatakan tidak pernah menggunakan akomodasi hotel, ini tergolong jenis wisatawan yang berkunjung dengan tujuan mengunjungi keluarga, teman atau relativesnya dan sebagian dari mereka adalah mahasiswa yang sewa rumah atau kos di Jakarta.

*b. Restoran*

Wisatawan asal Sulawesi Utara secara umum menyukai wisata belanja, makan dan hiburan. Dari data diketahui bahwa 14.4% responden selalu menggunakan fasilitas restoran selama mereka berwisata di Jakarta. Persentase terbesar yaitu 32.2% mereka yang agak sering memanfaatkan restoran selama di Jakarta ini dimungkinkan mereka selain menggunakan restoran besar juga menggunakan fasilitas warung lesehan dan sejenisnya untuk memenuhi selera kuliner mereka. Kemudian 28.2% responden menyatakan jarang menggunakan restoran selama di Jakarta, kelompok wisatawan ini lebih banyak memanfaatkan jajanan kuliner lesehan, café tenda, dan sejenisnya. Tetapi yang jelas, wisatawan asal Sulawesi Utara harus selalu disediakan restoran Manado yang menyediakan menu khas kampung mereka.

*c. Pesawat*

Diketahui bahwa persentase terbesar (40.1%) wisatawan asal Sulawesi Utara selalu memanfaatkan transportasi udara untuk pergi ke Jakarta karena ini merupakan moda transportasi tercepat, relatif murah dan mudah dan sekarang ini frekuensi penerbangan Manado Jakarta dan sebaliknya semakin meningkat. Perusahaan penerbangan yang melayani rute ini pun terus bertambah, sehingga sarana transportasi udara menjadi alternatif utama bagi masyarakat Sulawesi Utara dalam berkunjung ke Jakarta. Moda transportasi udara dapat menghemat waktu lebih banyak jika dibandingkan moda transportasi lain seperti Kapal Laut yang dimana hanya terdapat satu perusahaan pelayaran yang melayani rute langsung Jakarta-Bitung dan sebaliknya. Waktu tempuh relatif lama jika dibandingkan dengan waktu tempuh moda transportasi udara yang hanya sekitar 3 jam. Biaya transportasi laut hampir sama bahkan relatif lebih mahal karena lamanya waktu tempuh sehingga memerlukan fasilitas makan dan minum selama dalam perjalanan.

*d. Biro Perjalanan*

Kebanyakan wisatawan asal Sulawesi Utara lebih banyak menyukai merencanakan sendiri perjalanan mereka atau karena ada hubungan keluarga atau pertemanan di Jakarta dan keluarga atau teman inilah yang membantu perjalanan mereka selama di Jakarta sehingga 32.2% responden menyatakan tidak pernah menggunakan biro perjalanan atau agen perjalanan dalam berwisata ke Jakarta, tetapi peluang bagi biro perjalanan sangat besar,

hal ini terlihat pada persentase responden yang menyatakan jarang menggunakan biro perjalanan sebanyak 29.2% dan kelompok yang kadang-kadang menggunakan jasa biro perjalanan sebanyak 23.3%. Ini merupakan pasar potensial yang dapat didekati oleh pelaku usaha biro perjalanan dan agen perjalanan di Jakarta untuk membuat paket-paket menarik dan promosi yang intensif. Semenara wisatawan yang tergolong Kelompok Allosentris lebih suka dan selalu menggunakan biro perjalanan untuk mengatur perjalanan wisata mereka di Jakarta, ini tergambar sebanyak 6.4%, ini memerlukan strategi pemeliharaan (*maintenance*) yang kontinue dari pelaku bisnis biro perjalanan untuk mempertahankan ceruk pasar ini dan bahkan harus melakukan upaya mendorong kelompok yang agak sering dan kadang-kadang menuju kelompok ini.

e. *Pemandu Wisata*

Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa wisatawan asal Sulawesi Utara banyak mengatur perjalanan mereka sendiri dan memanfaatkan hubungan keluarga atau teman yang mereka sangat kenal di Jakarta, sekaligus merekalah yang menjadi pemandu wisata mereka selama di Jakarta. Mahasiswa, pelajar dan keluarga asal Sulawesi Utara dapat dimanfaatkan untuk membantu promosi Jakarta di Sulawesi Utara. Dari hasil survey terlihat bahwa 70.3% responden menyatakan tidak pernah memanfaatkan jasa pemandu wisata. Mereka yang selalu menggunakan jasa pemandu wisata ialah wisatawan yang berkunjung dengan pengaturan biro perjalanan. Wisatawan yang kadang-kadang memanfaatkan jasa pemandu yaitu mereka yang mengunjungi objek tertentu seperti museum, sebagian atraksi wisata lain yang memang sudah menyediakan pemandu wisata seperti Taman Wisata Mekarsari, Kebun Ragunan, Taman Impian Jaya Ancol, Taman Mini Indonesia Indah. Sementara untuk objek wisata belanja dan kuliner sangat jarang menggunakan jasa pemandu wisata.

### **Analisis Frekuensi Pola Perjalanan Wisatawan Domestik Asal Sulawesi Utara ke Jakarta**

#### **Kunjungan ke Jakarta**

Sebanyak lebih dari 50% atau tepatnya 54.5% responden pernah ke Jakarta lebih dari satu kali. Sebagian lainnya sebanyak 33.2% pernah satu kali berkunjung ke Jakarta. Intinya hampir 90% responden sudah mengetahui Jakarta secara langsung. Hanya 12.4% saja responden yang belum pernah ke Jakarta tetapi mereka tergolong yang ingin dan akan berkunjung ke Jakarta. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa wisatawan domestik asal Sulawesi Utara sangat potensial untuk dikelola agar mereka berkunjung ke Jakarta dan secara sukarela "*Spend their money*" di Jakarta. Bagi pemangku kepentingan kepariwisataan Jakarta harus mengambil langkah kongkrit dalam menjaring wisatawan asal Sulawesi Utara dengan promosi yang intensif dan tepat sasaran, tepat cara, tepat waktu dan tepat lokasi. Kerjasama

pemerintah, biro perjalanan dan media perlu dijalin dengan kerjasama yang bersifat mutualisme.

### **Kedalaman Pengenalan Wisatawan Tentang Kota Jakarta**

Sudah sangat jelas wisatawan asal Sulawesi Utara mengenal Jakarta sebagai Ibu Kota negara yang sudah masuk kategori kota metropolitan yang hampir 24 jam tanpa tidur, Jakarta terkenal dengan kemacetannya apalagi pada jam-jam kantor. Sebagian besar wisatawan menjawab memiliki beragam persepsi tentang Jakarta sehingga jawaban terhadap kuesioner lebih dari satu jawaban yang mereka berikan.

### **Keingintahuan Wisatawan Tentang Jakarta**

Wisatawan asal Sulawesi Utara merasa sangat penasaran dengan Jakarta mereka ingin mengetahui tentang Jakarta lebih banyak, tercermin dari 44.1% responden menyatakan ingin mengetahui Jakarta lebih banyak. Ini menjadi kesempatan yang sangat baik bagi pelaku bisnis wisata dan pengambil kebijakan di Jakarta untuk “mencekoki” pasar ini dengan informasi yang lengkap tentang objek dan daya tarik wisata Jakarta dan informasi yang relevan lainnya melalui kegiatan “Promotional Mix” yang tepat sasaran, tepat media, tepat waktu, dan tepat lokasi. Demikian pula dengan wisatawan yang sangat tertarik dengan Jakarta (17.8%) merupakan pasar potensial yang tidak boleh disia-siakan dan 17.8% wisatawan sangat mengenal Jakarta secara lebih banyak. Untuk mereka yang sudah sangat mengenal Jakarta perlu terus dipupuk loyalitasnya agar tetap mau berkunjung ke Jakarta dan mengeluarkan uangnya untuk kegiatan wisata di Jakarta. Perbaikan dan peningkatan mutu berbagai infrastruktur harus terus dilakukan, keamanan, system transportasi dan pelayanan pada berbagai objek dan daya tarik wisata Jakarta harus ditingkatkan secara sinergi melalui kerjasama yang baik antar stakeholders pariwisata Jakarta. Bagi masyarakat Sulawesi Utara yang belum mengenal Jakarta perlu diberikan informasi yang menarik, lengkap dan tidak menyesatkan melalui kegiatan promosi tadi serta pemanfaatan teknologi informasi yang maksimal. Pendekatan dan kerjasama dengan lembaga pendidikan tinggi, menengah, stakeholder pariwisata Sulawesi Utara dan semua pihak perlu dipertimbangkan. Kerjasama dan kolaborasi promosi, promosi silang, pameran bersama dan kegiatan lain juga dapat dilakukan untuk memperkenalkan Jakarta pada wisatawan asal Sulawesi Utara.

### **Pengetahuan Wisatawan Tentang Kampanye “Enjoy Jakarta” di Televisi.**

Nampak jelas pada tabel hampir 50% atau tepatnya 47% responden menyatakan “tidak pernah” melihat atau mendengar tentang kampanye, iklan atau pengumuman tentang Enjoy Jakarta yang selama ini terus didengungkan oleh pemerintah daerah DKI Jakarta. Ini merupakan indikasi yang kurang baik, bahwa promosi selama ini kurang tepat sasaran, melalui kegiatan intelejensi pasar ini ditemukan bahwa masyarakat Sulawesi Utara sangat kekurangan informasi tentang Jakarta apalagi mengenai objek dan daya tarik wisata di

destinasi ini. Peneliti menganalisa bahwa selama ini kampanye enjoy Jakarta terutama di televisi intensitasnya sangat rendah, kurang menarik dari sisi konten dan promosi ini ditampilkan pada jaringan televisi nasional yang mungkin di Sulawesi Utara dirasa sangat kurang. Peneliti menyarankan promosi dengan memanfaatkan TV dan radio lokal yang intensitasnya dapat dimaksimalkan sehingga daya jangkauan informasi yang disampaikan di Wilayah tersebut lebih luas. Pemanfaatan sosok "Icon" local juga dapat ditampilkan untuk menarik perhatian wisatawan asal Sulawesi Utara. Responden yang menyatakan mungkin pernah mendengar kampanye enjoy Jakarta sekitar 32.7% dan pernah mendengar sekitar 20.3%, ini juga sangat potensial untuk terus diberikan informasi yang jelas tentang Jakarta dan responden yang pernah melihat kampanye ini perlu dipelihara melalui suatu kegiatan promosi yang berkelanjutan untuk mengingatkan mereka pada Jakarta sebagai destinasi wisata yang menarik. Selama ini promosi enjoy Jakarta memanfaatkan jaringan televisi nasional sehingga jangkauan informasi pada masyarakat Sulawesi Utara sangat kurang.

#### **Keinginan Wisatawan Berkunjung ke Jakarta**

Minat wisatawan asal Sulawesi Utara ke Jakarta juga sangat tinggi tercermin dari 38.1% responden menyatakan pasti ingin berkunjung ke Jakarta dan 60.4% menyatakan mungkin hanya saja mereka masih terkendala dengan berbagai hal dan kesempatan belum berpihak pada mereka. Keinginan pada wisatawan yang sangat potensial inilah harus terus dipupuk agar suatu saat mereka dapat mewujudkan keinginan tersebut dengan berkunjung ke Jakarta. Kondisi ini sejalan dengan keingintahuan lebih banyak dari wisatawan asal Sulawesi Utara terhadap destinasi Jakarta seperti pada hasil tabulasi sebelumnya. Perkembangan ini juga didorong oleh peningkatan PDRB Sulawesi Utara dan peningkatan kegiatan usaha masyarakat Sulawesi Utara di Jakarta, peningkatan pendapatan masyarakat Sulawesi Utara yang juga mendorong pertumbuhan pengeluaran oleh masyarakat Sulawesi Utara. Hal ini pulalah yang mendorong meningkatnya aktivitas transportasi udara dari dan ke Sulawesi Utara.

#### **Persepsi VS Kinerja/ Kenyataan di Jakarta**

Wisatawan asal Sulawesi Utara menilai destinasi Jakarta telah menyediakan layanan yang sesuai dengan harapan mereka (35.1%). Indikasi ini sudah baik perlu dipertahankan pada beberapa hal mungkin fasilitas belanja yang lengkap, harga relative murah. Tetapi juga persentasi besar sekitar 28.2% menyatakan bahwa Jakarta tidak memuaskan mereka ini terkait dengan masalah keamanan, transportasi, kemacetan dan informasi yang sangat kurang memadai. Hal lain yang perlu disikapi pada kelompok pasar yang peka terhadap harga sehingga informasi yang jelas mengenai harga pada objek wisata mesti jelas. Ketersediaan diskon juga bisa dipertimbangkan. Yang menggembirakan bagi pemangku kepentingan di DKI Jakarta ialah 24.3% responden mengaku bahwa Jakarta melebihi dari yang mereka

impikan dan bayangkan sebelumnya. Hal ini kalau kita teliti lebih mendalam ialah bahwa Jakarta adalah surga belanja dan hiburan termasuk hiburan malam, serta surga kuliner karena di Jakarta lah beragam jenis produk, makanan, dan berbagai jenis hiburan berkumpul sehingga wisatawan asal Sulawesi Utara ini dapat memilih sesuai selera dan keinginan mereka.

### **Sifat Perjalanan yang Dilakukan Wisatawan Asal Sulawesi Utara**

Wisatawan asal Sulawesi Utara kebanyakan melakukan perjalanan ke Jakarta bersama pasangan mereka mencapai 53.5% responden. Sekitar 16.3% pergi bersama keluarga dan hanya 8.4% yang pergi dalam grup tur. Kemungkinan grup tur ini adalah grup tur yang diatur oleh biro perjalanan atau grup tur yang dibuat secara swakelola misalnya grup tur kelompok arisan, komunitas gereja, dan anak-anak sekolah. Sementara sisinya ialah melakukan perjalanan sendiri, ini biasanya untuk kepentingan bisnis atau mereka yang berpetualang. Bagi wisatawan yang berpasangan mungkin dapat ditawarkan paket-paket khusus misalnya nightlife tur, dan sebagainya. Sementara untuk wisata keluarga dibuat lebih menarik lagi.

### **Pola Perilaku Berwisata**

Pola perilaku berwisata wisatawan asal Sulawesi Utara juga tercermin dari perilaku dengan siapa mereka berwisata. Persentase terbesar (43.6% dari wisatawan asal Sulawesi Utara akan berwisata dengan orang yang paling mereka kenal, ini sangat beralasan karena faktor "trust", kenyamanan mereka selama di Jakarta, seperti dikemukakan terdahulu mereka lebih menyukai berwisata dengan keluarga atau teman di Jakarta. Wisatawan yang tergolong alosentris merasa nyaman bepergian atas pengaturan biro perjalanan. Dan bagi mereka petualang lebih suka mengatur sendiri perjalanan mereka ke Jakarta. Ini mungkin kelompok usahawan seperti pedagang.

### **Minat Wisatawan pada Destinasi**

Dari hasil survey terlihat bahwa rata-rata (69.3%) wisatawan asal Sulawesi Utara menyukai pergi ke beberapa destinasi wisata dan semuanya terkenal. Ini peluang bagus untuk dibuatkan paket wisata ke objek-objek terkenal dan bergengsi bagi mereka. Dan kecenderungan lebih dari 80% menyatakan demikian jika ditambah dengan mereka paling tidak pergi ke satu destinasi terkenal dan destinasi ternama di Jakarta.



**Jenis Wisata yang disukai**

Tabel 3. Hasil Uji Frekuensi Jenis Wisata yang disukai

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid wisata alam	51	25.2	25.2	25.2
wisata budaya	8	4.0	4.0	29.2
wisata bisnis	12	5.9	5.9	35.1
wisata petualang	17	8.4	8.4	43.6
wisata edukasi	4	2.0	2.0	45.5
wisata belanja	15	7.4	7.4	53.0
wisata sehat	1	.5	.5	53.5
wisata OR	4	2.0	2.0	55.4
lain-lain	90	44.6	44.6	100.0
Total	202	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah (2009)

**Analisis Tabulasi Silang**

Hasil analisis tabulasi silang secara lengkap dapat di lihat pada lampiran 1 beserta grafiknya. Hasil analisis ini merupakan cross tabulation terhadap demografis dengan produk wisata, psikografis dengan produk wisata, psikografis dengan pola perilaku wisatawan, demografis dengan pola perilaku wisatawan. Secara umum hasil tabulasi silang ini menggambarkan ketertarikan dan keinginan wisatawan Sulawesi Utara terhadap destinasi Jakarta, mereka juga memiliki persepsi tentang Jakarta yang baik tentang Jakarta, kemudian Jakarta dianggap sebagai destinasi yang memiliki gengsi tersendiri di mata wisatawan asal Sulawesi Utara. Pola pengeluaran wisatawan mengindikasikan bahwa pola perilaku mereka adalah wisatawan kelas menengah ke atas dan menggambarkan karakteristik wisatawan Sulawesi utara secara umum yaitu hiburan, belanja, makanan, dan objek wisata terkenal dan bergengsi.

### Analisis SWOT

Berikut ini hasil analisis SWOT terhadap destinasi Jakarta yang didasarkan kepada hasil survey dan penelitian di Lapangan, serta sumber data sekunder dan wawancara dengan stakeholder kepariwisataan di DKI Jakarta terutama Dinas Pariwisata Daerah Provinsi DKI Jakarta serta Industri termasuk hasil Focus Group Discussion, yang disajikan pada tabel berikut ini :

**Tabel 4. Analisa Faktor Eksternal Kunci Destinasi Jakarta (Peluang dan Ancaman)**

Faktor Eksternal Kunci	
Peluang	Ancaman
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Trend gaya hidup masyarakat Sulut</li> <li>2. Pertumbuhan PDRB Sulut dan pendapatan perkapita yang meningkat dan pengeluaran per kapitanya yang terus meningkat</li> <li>3. Wisatawan asal Sulawesi Utara tergolong Upper Class/ High Class Tourist, menyenangi wisata belanja, hiburan, kuliner, nightlife</li> <li>4. Tumbuhnya destinasi wisata penyangga di sekitar Jakarta misalnya Bandung dan Bogor.</li> <li>5. Tumbuhnya pusat-pusat perbelanjaan di Jakarta</li> <li>6. Banyak keluarga asal Sulawesi Utara menetap di Jakarta dan Berhasil secara ekonomi sehingga mereka menjadi alat marketing Jakarta</li> <li>7. Kunjungan VFR meningkat</li> <li>8. Tumbuhnya media baik elektronik maupun cetak dapat menjadi sarana komunikasi provider-wisatawan</li> <li>9. Pertumbuhan ekonomi regional Jakarta</li> <li>10. Meningkatnya jumlah mahasiswa dan pemuda Sulawesi Utara yang belajar di Jakarta</li> <li>11. Profesional Muda dan Pelaku Bisnis dari Sulawesi Utara ke Jakarta Meningkat</li> <li>12. Wanita Muda dan Ibu Rumah Tangga yang Enerjik meningkat</li> <li>13. Pedagang/ Wirausahawan yang berkepentingan ke Jakarta tumbuh</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kompetitor/ pesaing destinasi lain seperti Bali, Batam, Singapore dan Malaysia</li> <li>2. Gangguan Keamanan di destinasi Jakarta: Preman, Kriminalitas, Terorisme</li> <li>3. Gangguan Musiman seperti Banjir</li> </ol>

Sumber: Data Olahan (2009)

Kemudian hasil penelitian ini juga menghasilkan data factor internal kunci dari destinasi Jakarta yang terdiri dari Kekuatan dan Kelemahan Jakarta sebagai destinasi wisata (Tabel ).

**Tabel 5. Faktor Internal Kunci Destinasi Jakarta (Kekuatan dan Kelemahan)**

Faktor Internal Kunci	
<b>Kekuatan :</b> 1. DKI Jakarta sebagai Ibu Kota Negara, Pusat Pemerintahan, Pusat Bisnis ini tidak dimiliki kota lain di Indonesia 2. Harga yang kompetitif 3. Variasi dan keragaman produk dan jasa wisata 4. Fasilitas wisata yang lengkap 5. Sektor bisnis yang berkembang dengan baik 6. Entertainment dan segala fasilitasnya berkembang dengan baik: Shopping, Nighlight activities 7. Aksesibilitas di dalam kota dan ke daerah penyangga seperti Jabtabek 8. Multikulturalisme Jakarta 9. Kemajuan daerah penyangga Jakarta seperti Bogor, Bandung dan sekitarnya	<b>Kelemahan :</b> 1. Biaya transportasi yang relatif mahal 2. Sarana transportasi yang masih relatif kurang aman terutama transportasi dalam kota 3. Faktor keamanan dan tingkat kriminalitas 4. Kurangnya informasi tentang destinasi, informasi objek, transportasi lokal dan produk wisata 5. Kebersihan kota Jakarta yang masih kurang 6. Tourist Information Center, Marka dan petunjuk jalan di dalam kota 7. Kegiatan pemasaran dan promosi yang tidak terintegrasi 8. Kurangnya paket wisata belanja dan wisata kota 9. Koordinasi antar pemangku kepentingan pariwisata di Jakarta kurang

Sumber: Data Olahan 2009)

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil pembahasan, analisis data dan hasil kegiatan "Focus Group Discussion" maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Rata-rata responden dalam penelitian ini pernah ke Jakarta lebih dari 90%. Kebanyakan wisatawan asal Sulut ingin tahu lebih banyak dan tertarik dengan kota Jakarta dan keinginan wisatawan asal Sulawesi Utara ke Jakarta sangat tinggi (>98%)
2. Secara geografis, diketahui bahwa 99% responden berasal dari Sulawesi Utara, terbagi atas 87.6%-nya berasal dari kota Manado dan 11.3% luar kota Manado. Secara demografis rata-rata usia berkisar antara 15-55 tahun (usia sangat produktif), trend wisatawan perempuan ke Jakarta meningkat. Jenis kelamin lebih didominasi oleh kaum perempuan, sementara siklus keluarga wisatawan asal Sulawesi Utara lebih banyak bujang/ lajang. Rata-rata penghasilan wisatawan ialah 1-5 juta rupiah dan di atasnya. Tingkat pendidikan didominasi lulusan SMU dan tamatan Universitas. Untuk pekerjaan, mereka rata-rata pegawai swasta dan wirausahawan.
3. Wisatawan domestik asal Sulawesi Utara merupakan pasar yang tergolong "Upper Market" atau *High Class Tourist* dan menggemari wisata bergengsi, dan terkesan konsumtif, hura-hura belanja, pesta, dan makan-makan. Dari hasil survey terlihat bahwa rata-rata wisatawan asal Sulawesi Utara menyukai pergi ke beberapa destinasi wisata dan semuanya terkenal. Ini peluang sangat baik untuk dibuatkan paket wisata ke objek-objek terkenal dan bergengsi bagi mereka.

4. Wisatawan nusantara termasuk wisatawan asal Sulawesi Utara lebih percaya diri atau "confidence" jika melakukan perjalanan wisata seorang diri di dalam negeri, tetapi apabila ke luar negeri mereka lebih banyak menggunakan biro perjalanan karena alasan tertentu misalnya bahasa. Tetapi walaupun demikian beberapa wisatawan menyatakan suka pergi bersama pasangannya ke Jakarta
5. Wisatawan asal Sulawesi Utara lebih memanfaatkan hubungan pertemanan, dan manage perjalanan wisata sendiri. Wisatawan asal Sulawesi Utara lebih banyak sebagai penjelajah, mereka yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi berada di posisi kedua. Kemudian mereka pula melakukan kegiatan wisata ke Jakarta untuk bersenang-senang.
6. Dari sisi perilaku wisatawan asal Sulawesi Utara secara umum dapat disimpulkan bahwa rata-rata pengeluaran dalam satu kali kunjungan (4 -7 hari) minimal 5 juta rupiah per orang. Gaya liburan wisatawan lebih banyak memanfaatkan waktu dan untuk hiburan. Secara umum wisatawan asal Sulut adalah sebagai penjelajah dan mencari pengalaman. Sementara itu, minimal mereka liburan satu kali dalam setahun. Wisatawan asal Sulawesi Utara jarang memanfaatkan fasilitas hotel ketika mereka berkunjung ke Jakarta, tetapi mereka selalu memanfaatkan restoran selama liburan untuk memenuhi kebutuhan makan dan minum mereka. Moda transportasi utama yang digunakan oleh wisatawan dari Sulawesi Utara adalah moda transportasi udara karena efisien dalam hal waktu dan harga yang rasional serta frekuensi penerbangan semakin meningkat antar kedua daerah (Jakarta-Manado). Wisatawan jarang memanfaatkan jasa Biro Perjalanan wisata dan sangat jarang memanfaatkan jasa pemandu wisata selama melakukan kegiatan wisata di Jakarta.
7. Kendala pada industri penerbangan salah satunya ialah persaingan, walaupun pada saat ini penerbangan ke Sulawesi Utara telah ada *Low Cost Carrier* (LCC). Kurangnya informasi tentang Jakarta khususnya untuk masyarakat Sulawesi Utara, misalnya tidak adanya brosur/ leflet tentang Jakarta di Bandara, tidak tersedia peta wisata. Informasi tentang objek-objek wisata yang dapat dikunjungi sangat minim dan harus disediakan sarana informasi wisata gratis seperti di Bandara, di pusat keramaian, di objek wisata, dan sebagainya.
8. *Packaging* destinasi harus diperbaiki terus menerus artinya Jakarta harus mempercantik diri, Jakarta sangat bergengsi bagi masyarakat Sulawesi Utara, bagaimana pun mereka akan sangat berkepentingan dengan ibu Kota negara ini. Jakarta juga menjadi hub dan tempat transit orang Sulawesi apabila mereka akan bepergian ke luar negeri. Jakarta harus lebih terfokus pada pembenahan wisata belanja dan MICE. Pada saat *high season* Jakarta masih menjadi "Second Choice" bagi wisatawan asal Sulawesi Utara atau pilihan kedua setelah destinasi lain misalnya Bali atau bahkan Luar Negeri.

9. Tentang kampanye enjoy Jakarta di televisi hampir 50% menyatakan tidak pernah mengetahui, hal ini disebabkan promosi dilakukan melalui media televisi nasional bukan televisi lokal atau radio lokal sehingga jangkauan informasinya sangat terbatas. Jakarta sudah sesuai harapan wisatawan bahkan 24% responden menyatakan melebihi dari yang mereka impikan, tetapi ada 28% yang tidak puas.

#### REFERENSI

- Buchari Alma. 2008. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- McIntosh. 1977. Karakteristik Wisatawan. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Morissan, 2007. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Ramdina Prakarsa
- Murphy. 1985. Pengembangan Potensi Pariwisata. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2009, Manajemen pemasaran, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2009, Manajemen pemasaran, Edisi 13 Jilid 2. Jakarta
- Seaton, A.V. & Bennet. 1996. The Marketing of Tourism Products: Concepts, Issues, and Cases. London: International Thomson Business Press.
- ASITA Sulawesi Utara
- Humas PT. Angkasa Pura I Manado
- Kompas, 25 Juni 2009
- [parbud.manadokota.go.id](http://parbud.manadokota.go.id)
- [sulut.bps.go.id](http://sulut.bps.go.id)
- [www.jakarta-tourism.go.id](http://www.jakarta-tourism.go.id)
- [www.budpardki.go.id](http://www.budpardki.go.id)
- [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id).