



Vol. 7 - No. 3, September 2010  
ISSN 1829-8079

# INOVASI

## JURNAL POLITIK DAN KEBIJAKAN

Media Litbang Provinsi Sumatera Utara  
Terakreditasi No.142/Akred-LIPI/P2MBI/03/2009

**Kajian Model Pendidikan Dasar Untuk Anak Masyarakat Nelayan Di Sumatera Utara**  
(Muhammad Badiran & R. Lusia Simamora)

**Kajian Ketersediaan Infrastruktur dan Sarana Produksi Di Dalam Mendukung Ketahanan Pangan Di Sumatera Utara**  
(Sugih Prihatin)

**Kajian Kelayakan Pembentukan Sentra Peternakan Sapi Terpadu di Sumatera Utara (Studi Kasus di Kabupaten Langkat)**  
(Hasmudi & M. Ilyas)

**Evaluasi Kebijakan Mutu Pelayanan Puskesmas (Studi Kasus di Puskesmas Berhol Kota Tebing Tinggi, Sumatera Utara)**  
(Fotarisman Zaluchu)

**Pengaruh Pelayanan Kesehatan Bagi Penduduk Miskin Terhadap Pengembangan Manusia dan Dalam Pengembangan Wilayah Di Kota Medan**  
(H. Paul Sirait)

**Memunculkan Isu Gender Dalam Kebijakan Kesehatan Reproduksi Remaja Di Indonesia**  
(Fitrilailah Mokui)

**Reformasi Sistem Pelayanan Angkutan Umum Melalui Pengoperasian Angkutan Umum Massal Berbasis Jalan (Bus Rapid Transit) Diwilayah Medan-Binjai-Deli Serdang (Mebidang)**  
(Naruddin Dalimunthe & Agustinus Panjaitan)

**Pengelolaan Pariwisata Kebun Binatang Medan (KBM) Ditinjau Dari Persepsi Para Wisatawan Pengunjung**  
(Fauzia Agustini)

**Kajian Peluang Bisnis Rumah Tangga Dalam Pengelolaan Sampah Perkotaan Melalui Keterlibatan Masyarakat dan Swasta Di Sumatera Utara (Studi Kasus Di Kota Medan)**  
(Ferdinan Susilo)

**Prospek Pengembangan Iles-Iles (*Amorphopallus* spp.) Di Hutan Rakyat**  
(Eva Fauziyah)

**Geografi, Geopolitik dan Geostrategi (Belajar dari Kegagalan Kekaisaran Ming dan Kekaisaran Ottoman serta Keberhasilan Amerika Serikat)**  
(Junjungan SBP Simanjuntak)

**Resensi Buku :**  
**The End of Poverty**

Diterbitkan oleh :  
**Badan Penelitian dan Pengembangan  
Provinsi Sumatera Utara**

INOVASI	Vol. 7	No. 3	Hal. 162 - 250	Medan September 2010	ISSN 1829 - 8079
---------	--------	-------	----------------	-------------------------	---------------------



# INOVASI

JURNAL POLITIK DAN KEBIJAKAN

Volume 7, Nomor. 3

ISSN 1829-8079

September 2010

Jurnal ini telah terakreditasi sebagai jurnal ilmiah bidang ilmu politik dan kebijakan dengan nomor : 142/Akred-LIPI/P2MBI/03/2009 berdasarkan Surat Keputusan Kepala Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia nomor : 346/D/2009, tanggal 19 Maret 2009.

Jurnal INOVASI sebagai media litbang Provinsi Sumatera Utara memuat karya tulis ilmiah hasil penelitian atau tinjauan kepustakaan dilengkapi dengan resensi buku dalam bidang pemerintahan dan kemasyarakatan, sosial budaya, ekonomi dan pembangunan, sumberdaya alam dan maritim sebagai bahan kebijakan dan wawasan berpolitik.

Jurnal INOVASI terbit empat kali dalam setahun setiap bulan Maret, Juni, September dan Desember.

<b>Penasehat</b>	Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara
<b>Penanggung Jawab</b>	Sekretaris Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara
<b>Pemimpin Redaksi</b>	Prof. Dr. Marlon Sihombing, MA. (Sosial Politik dan Pemerintahan)
<b>Dewan Redaksi</b>	Drs. H. Alisuman Gultom, M.Si. (Sosial Ekonomi) Ir. E. Harso Kardhinata, M.Sc. (Biologi dan Pertanian) Drs. Kariono, M.Si. (Administrasi Negara dan Kependudukan) M. Ishak, SE, M.Si. Ak. (Ekonomi dan Akuntansi Keuangan) Ir. Sugih Prihatin, M.Si. (Pertanian) Ir. Abdurrozzaq Hasibuan, MT (Teknik Industri) Fotarisman Zaluchu, SKM (Kesehatan)
<b>Redaksi Pelaksana</b>	Azizul Kholis, SE, M.Si. Drs. Darwin Lubis, MM Sumiarti, SH
<b>Tata Usaha dan Sirkulasi</b>	Makrum Rambe, SE, MM Dwi Endah Purwanti, SS, M.Si. Rismawaty Sibarani, S.Sos. Irwan Purnama Putra, SE

Penerbit :

**BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN PROVINSI SUMATERA UTARA**

Jl. Sisingamangaraja No. 198 Medan 20126

Tel. (061) 7866225; 7883016 - Fax. (061) 7866248

Website : <http://balitbang.sumutprov.go.id>

Email : [balitbang@sumutprov.go.id](mailto:balitbang@sumutprov.go.id)

# INOVASI

JURNAL POLITIK DAN KEBIJAKAN

Terakreditasi Nomor. 142/Akred-LIPI/P2MBI/03/2009

Volume 7, Nomor. 2

ISSN 1829-8079

September 2010

	<i>Halaman</i>
✎ <b>Kajian Model Pendidikan Dasar Untuk Anak Masyarakat Nelayan Di Sumatera Utara</b> <i>(Muhammad Badiran &amp; R. Lusia Simamora)</i>	162-170
✎ <b>Kajian Ketersediaan Infrastruktur dan Sarana Produksi Di Dalam Mendukung Ketahanan Pangan Di Sumatera Utara</b> <i>(Sugih Prihatin)</i>	171-179
✎ <b>Kajian Kelayakan Pembentukan Sentra Peternakan Sapi Terpadu di Sumatera Utara (Studi Kasus di Kabupaten Langkat)</b> <i>(Hasmudi &amp; M. Ilyas)</i>	180-190
✎ <b>Evaluasi Kebijakan Mutu Pelayanan Puskesmas (Studi Kasus di Puskesmas Berohol Kota Tebing Tinggi, Sumatera Utara)</b> <i>(Fotarisman Zaluchu)</i>	191-196
✎ <b>Pengaruh Pelayanan Kesehatan Bagi Penduduk Miskin Terhadap Pengembangan Manusia dan Dalam Pengembangan Wilayah Di Kota Medan</b> <i>(H. Paul Sirait)</i>	197-202
✎ <b>Memunculkan Isu Gender Dalam Kebijakan Kesehatan Reproduksi Remaja Di Indonesia</b> <i>(Fitrilailah Mokui)</i>	203-211
✎ <b>Reformasi Sistem Pelayanan Angkutan Umum Melalui Pengoperasian Angkutan Umum Massal Berbasis Jalan (Bus Rapid Transit) Diwilayah Medan-Binjai-Deli Serdang (Mebidang)</b> <i>(Naruddin Dalimunthe &amp; Agustinus Panjaitan)</i>	212-222
✎ <b>Pengelolaan Pariwisata Kebun Binatang Medan (KBM) Ditinjau Dari Persepsi Para Wisatawan Pengunjung</b> <i>(Fauzia Agustini)</i>	223-228
✎ <b>Kajian Peluang Bisnis Rumah Tangga Dalam Pengelolaan Sampah Perkotaan Melalui Keterlibatan Masyarakat dan Swasta Di Sumatera Utara (Studi Kasus Di Kota Medan)</b> <i>(Ferdinan Susilo)</i>	229-238
✎ <b>Prospek Pengembangan Iles-Iles (<i>Amorphopallus</i> spp.) Di Hutan Rakyat</b> <i>(Eva Fauziyah)</i>	239-245
✎ <b>Geografi, Geopolitik dan Geostrategi (Belajar dari Kegagalan Kekaisaran Ming dan Kekaisaran Ottoman serta Keberhasilan Amerika Serikat)</b> <i>(Junjungan SBP Simanjuntak)</i>	246-248
<b>Resensi Buku :</b> 📖 <b>The End of Poverty</b>	249-250

## Pengelolaan Pariwisata Kebun Binatang Medan (KBM) Ditinjau Dari Persepsi Para Wisatawan Pengunjung

Fauzia Agustini<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Dosen FE-Universitas Negeri Medan

### Abstraksi

Peranan pariwisata yang berasal dari penerimaan negara diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Kota Medan sebagai kota ketiga terbesar di Indonesia terus berupaya mengembangkan kepariwisataan dengan menggali potensi wisata yang berada di wilayah di kota Medan. Kebun Binatang Medan (KBM) yang merupakan salah satu objek wisata di kota Medan kurang mendapat penanganan yang serius dari Pemerintah Kota Medan untuk dapat menjadi potensi wisata unggulan di Kota Medan. Sebagai upaya mengembangkan Kebun Binatang Medan ini perlu diketahui dengan jelas bagaimana sikap pengunjung terhadap KBM tersebut. Sikap pengunjung ini tentu saja merupakan perilaku mereka sehingga agar dapat lebih menarik minat para wisatawan perlu dikenal lebih pasti tentang sikap para pengunjung yang selama ini kebanyakan merupakan wisatawan lokal yang berasal dari wilayah Sumatera Utara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengunjung mempunyai sikap yang positif terhadap harga karcis masuk pada Kebun Binatang Medan ini dimana harga karcis masuk tersebut relatif tidak mahal. Namun demikian, mereka mempunyai sikap yang negatif terhadap pengelolaan KBM. Hal ini menunjukkan bahwa mereka merasa tidak puas dengan keadaan KBM dan mengharapkan perlunya perhatian yang khusus dari Pemerintah Kota Medan.

*Kata kunci : pariwisata, kebun binatang, sikap pengunjung.*

### PENDAHULUAN

Dalam perekonomian nasional, pariwisata merupakan salah satu sektor yang diharapkan mampu memberikan peningkatan pendapatan melalui penerimaan devisa. Sektor pariwisata memberi dampak yang sangat besar bagi masyarakat, terutama masyarakat yang berada di kawasan atau lokasi yang menjadi tujuan wisatawan. Berdasarkan data BPS untuk tahun 2009, hasil kunjungan wisatawan asing atau mancanegara menghasilkan pendapatan 70 triliun. Sementara itu, untuk pergerakan wisatawan nusantara di seluruh Indonesia, terutama Jakarta dan Bali, tercatat pendapatan dari pariwisata sebesar Rp 120 triliun lebih.

Sehubungan dengan pelaksanaan ASEAN-China AFTA yang dimulai pada tahun ini, maka sudah selayaknya, Sumut mengambil kesempatan dalam bidang pariwisata sebagai daerah wisata yang diminati oleh para wisatawan. Mengingat potensi Sumut sebagai daerah yang mempunyai objek-objek wisata yang terkenal maka pemerintah kota Medan telah menetapkan strategi dan arah kebijakan pembangunan kota Medan sehubungan dengan pengembangan kepariwisataan yaitu antara lain menyangkut :

1. Mengembangkan pemenuhan kebutuhan kepariwisataan sebagai daya tarik kota

sekaligus sebagai bagian penting peningkatan perekonomian kota.

2. Meningkatkan dan mengembangkan kualitas dan kuantitas promosi serta penyuluh di bidang kebudayaan dan pariwisata.
3. Meningkatkan penggalan potensi kebudayaan dan pariwisata lokal.
4. Penyediaan sarana dan prasarana wisata kota yang handal.
5. Meningkatkan pengelolaan serta pelestarian objek kebudayaan dan pariwisata secara terkoordinasi, dan partisipatif.

Dalam menunjang strategi tersebut maka telah ditetapkan anggaran untuk promosi dan kegiatan pariwisata untuk Sumut pada tahun 2010 sebesar Rp 14,1 miliar. Sejalan bertambah besarnya anggaran promosi, Disbudpar berharap Sumut berupaya meningkatkan kunjungan wisman maupun wisatawan nusantara ke daerah Sumut. Adapun tahun ini, diramalkan kunjungan wisman ditargetkan bisa di sekitar 200.000 orang dari target tahun 2009 sebesar 175.000 orang setelah pada 2008 kunjungan wisatawan asing sejumlah 151.000 orang.

Terkait pada strategi dan kebijakan tersebut, Medan yang merupakan kota ketiga terbesar di Indonesia telah mengembangkan objek-objek wisata yang terkenal di kota Medan. Namun sayangnya,

Pemerintah Kota Medan terlihat kurang aktif dalam menjual kebun binatang sebagai salah satu objek wisata. Hal itu bisa jadi karena kurang jelinnya pemerintah menangkap peluang yang sebenarnya mengandung potensi sangat tinggi dan bernilai jual. Pengembangan wisata edukatif yang cukup potensial itu, tidak akan terlepas dari strategi dan cara pemasaran yang baik serta komitmen Pemko. Kebun binatang yang memiliki luas 40 hektare dan dibangun pada tahun 2004 itu, tampaknya benar-benar sangat menyedihkan dan bahkan kurang begitu diperhatikan oleh Pemerintah Kota (Pemko) Medan. Hal ini dapat dilihat dari bangunannya yang tidak terawat dan sudah banyak yang rusak. Bahkan, pagarnya sudah banyak yang bolong karena sudah tua, dan pintunya juga sudah ada yang terlepas.

Dalam rangka usaha meningkatkan peran Kebun Binatang Medan sebagai salah satu objek wisata yang diminati oleh wisatawan nusantara (wisnus) dan wisatawan asing (wisman) mana penulis mengadakan penelitian tentang sikap konsumen yang diadakan pada Kebun Binatang Medan (KBM) yang berlokasi di Kelurahan Simalingkar B, Medan Tuntungan, sekitar 10 kilometer dari pusat kota ke arah Brastagi. Kebun binatang ini merupakan kebun binatang yang diresmikan oleh Walikota Medan, Abdillah, pada 14 April 2005. Sebelumnya terletak di Jl. Brigjen Katamso, Kelurahan Kampung Baru, Medan Maimun.

Penulis tertarik meneliti tentang sikap konsumen atau pengunjung yang berkunjung di KBM ini sebab berdasarkan hasil penelitian Aryanti (2006) tentang pengaruh pemberitaan formalin di media televisi terhadap sikap dan pembelian makanan di Bandar Lampung ditemukan bahwa terdapat pengaruh sikap terhadap perilaku pembelian konsumen. Demikian pula dari hasil penelitian Edwaryah (2004) tentang analisis sikap dan perilaku konsumen terhadap produk mie instan ditemukan bahwa sikap konsumen mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Bersandar pada penelitian-penelitian ini maka agar menambah minat para pengunjung perlu kiranya diadakan penelitian tentang sikap konsumen terhadap Kebun Binatang Medan tersebut.

Kebun binatang merupakan tempat alternatif berlibur bagi warga Medan karena tidak membutuhkan biaya mahal. Kebun Binatang Medan (KBM) menjadi salah satu alternatif obyek wisata keluarga. Pada saat perayaan Lebaran 1429 H lalu, diperkirakan sebanyak 19.000 warga baik dari Medan dan daerah lain mengunjungi lokasi itu (Syahrizal, 07 Oktober 2008). Berdasarkan pernyataan Sucitrawan Pengelola Kebun Binatang Medan (Berita Pemko Medan, Selasa, 19 Agustus 2008) menyatakan, sekitar 1.000 orang

mengunjungi kebun binatang ini setiap akhir minggunya. Pada hari-hari biasa, jumlah pengunjung diperkirakan berjumlah 150 orang setiap harinya. Tingkat kunjungan warga Sumut juga mengalami peningkatan sebesar 30% dibanding tahun 2007.

Banyaknya pengunjung Kebun Binatang Medan (KBM) ini sayangnya tidak disertai dengan kepuasan para pengunjung. Kebun binatang di Simalingkar ini banyak dikritik karena dianggap tidak menyediakan fasilitas yang layak bagi menampung hewan-hewan yang dimilikinya. Suasana yang gersang serta pemberian makanan yang kurang bagi para hewan juga menjadi masalah yang dihadapi kebun binatang ini. Pengunjung banyak mengeluhkan tentang kondisi hewan di KBM yang sepertinya kurang mendapat perawatan yang baik sehingga terlihat tidak begitu menarik. Keluhan konsumen ini sebetulnya merupakan sikap dari konsumen itu sendiri, hal ini sesuai dengan hasil penelitian Samuel (2007) tentang pengaruh sikap, persepsi nilai dan persepsi peluang keberhasilan terhadap niat menyampaikan keluhan (studi kasus pada perusahaan Asuransi AIG Lippo Surabaya) yang menemukan bahwa sikap konsumen berpengaruh secara positif terhadap niat menyampaikan keluhan itu sendiri.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Peran dan Fungsi Kebun Binatang

Adapun peran dan fungsi sebuah kebun binatang adalah sebagai berikut :

1. Konservasi :
  - a. Sebagai lembaga konservasi Ex- Situ ( untuk menangkan satwa langka diluar habitatnya ) dan merupakan benteng terakhir penyelamatan satwa.
  - b. Menyelamatkan satwa yang terancam punah karena kerusakan habitatnya.
  - c. Tempat penitipan satwa-satwa langka milik negara. Menjaga kemurnian genetik.
2. Pendidikan :
  - a. Sebagai sarana pendidikan ilmu pengetahuan dan teknologi
  - b. Memberikan pendidikan dan pengetahuan kepada masyarakat luas mengenai pentingnya konservasi alam dan lingkungan melalui peragaan maupun pertunjukan satwa.
  - c. Menanamkan rasa cinta dan peduli terhadap satwa serta alam "flora & fauna" sejak dini kepada siswa sekolah dan berbagai kalangan masyarakat lainnya, melalui program pengenalan satwa liar & lingkungan.
  - d. Melaksanakan penyuluhan tentang konservasi sumber daya alam secara

- berkelanjutan kepada masyarakat luas di seluruh pelosok Indonesia.
3. Riset dan Penelitian :
    - a. Sarana penelitian bagi berbagai disiplin ilmu, Kedokteran Hewan, Biologi, Peternakan & Pariwisata dari berbagai tingkatan pendidikan.
    - b. Sarana penelitian para pakar konservasi dari lembaga konservasi nasional maupun internasional.
  4. Rekreasi :
 

Hiburan layak dan terjangkau bagi masyarakat dan sebagai tempat rekreasi yang sehat dan mendidik bagi berbagai kalangan serta dapat mengurangi ketegangan yang berdampak konflik dimana-mana.

### Sikap Konsumen

Sikap disebut juga sebagai konsep yang paling khusus dan sangat dibutuhkan dalam psikologis sosial kontemporer. Sikap juga merupakan salah satu konsep yang paling penting yang digunakan pemasar untuk memahami konsumen.

Definisi sikap menurut Allport dalam Setiadi (2000) adalah suatu mental dan syaraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan dan atau dinamis terhadap perilaku. Definisi yang dikemukakan oleh Allport tersebut mengandung makna bahwa sikap adalah mempelajari kecenderungan memberikan tanggapan terhadap suatu obyek baik disenangi ataupun tidak disenangi secara konsisten.

Engel (2003) membagi sikap menjadi tiga komponen sebagai berikut:

1. Kognitif
 

Kognitif berhubungan dengan pengenalan dan pengetahuan obyek beserta atributnya. Pada saat konsumen menerima rangsangan sebuah iklan maka proses psikologi internal akan bekerja yang dihubungkan dengan pengaktifan indera.
2. Afektif
 

Afektif memberikan tanggapan tentang perasaan terhadap obyek dan atributnya. Indra yang bekerja akan memberikan interpretasi terhadap sebuah obyek atau dalam sebuah iklan adalah produk / merek dan bagian-bagian dari penayangan iklan itu sendiri.
3. Konasi
 

Dalam konasi seorang memiliki minat dan tindakan dalam sebuah perilaku. Bila tahap ini bekerja maka konsumen telah memiliki keputusan akan suara obyek.

Selanjutnya Engel (2003) menjabarkan pula dimensi sikap sebagai berikut:

1. *Valance*, Mengaju pada sikap positif, sikap negatif, atau netral.
2. *Extermity*, Keekstriman merupakan intensitas kesukaan dan ketidak sukaan.
3. *Resistance*, Tingkat dimana sikap kebal terhadap perubahan.
4. *Persistence*, Merefleksikan bahwa sikap dapat berubah secara perlahan-lahan / gradual.
5. *Confidence*, Tidak semua sikap berada pada tingkat keyakinan yang sama.

Sikap merupakan salah satu konsep yang paling penting yang digunakan pemasar untuk memahami konsumen.

Assael H (1997) mengkombinasikan tiga jenis tanggapan (pikiran, perasaan, dan tindakan) ke dalam model tiga unsur dari sikap, yaitu sikap dipandang mengandung tiga komponen yang terkait yaitu kognisi (pengetahuan tentang objek), afeksi (evaluasi positif atau negatif terhadap suatu objek) dan perilaku aktual terhadap suatu objek.

Engel (2003) mengklasifikasikan empat sikap yaitu :

1. *Fungsi utilitarian*. Konsumen mengembangkan beberapa sikap terhadap produk atas dasar apakah suatu produk memberikan kepuasan atau kekecewaan
2. *Fungsi ekspresi nilai*. Konsumen mengembangkan sikap terhadap suatu merek produk bukan didasarkan atas manfaat produk itu, tetapi lebih didasarkan atas kemampuan merek produk itu mengekspresikan nilai-nilai yang ada pada dirinya
3. *Fungsi mempertahankan ego*. Sikap yang dikembangkan oleh konsumen cenderung untuk melindunginya dari tantangan eksternal maupun perasaan internal, sehingga membentuk fungsi mempertahankan ego
4. *Fungsi pengetahuan*. Sikap membantu konsumen mengorganisasikan informasi yang dipaparkan setiap hari pada dirinya. Fungsi pengetahuan dapat membantu konsumen mengurangi ketidakpastian dan kebingungan dalam memilih informasi yang relevan dan yang tidak relevan dengan kebutuhannya.

Menurut Mowen (1998) terdapat tiga komponen sikap yaitu kepercayaan merek, evaluasi merek dan maksud untuk membeli. Kepercayaan merek adalah komponen kognitif dari sikap, evaluasi merek adalah komponen afektif atau perasaan dan maksud untuk membeli adalah komponen konatif atau tindakan. Hubungan antara tiga komponen itu mengilustrasikan hirarki pengaruh keterlibatan tinggi (*high involvement*) yaitu kepercayaan merek mempengaruhi evaluasi merek dan evaluasi merek mempengaruhi maksud untuk membeli. Dan dari tiga komponen sikap ini, evaluasi merek adalah pusat dari telah sikap karena evaluasi merek

merupakan ringkasan dari kecenderungan konsumen untuk menyenangi atau tidak menyenangi merek tertentu. Evaluasi merek sesuai dengan definisi dari sikap terhadap merek yaitu kecenderungan untuk mengevaluasi merek.

## METODE PENELITIAN

### Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan survei ke lapangan pada Kebun Binatang Medan (KBM). Dalam menjalankan penelitian ini peneliti akan menggunakan sebuah angket yang digunakan untuk mengetahui sikap konsumen. Data yang diambil merupakan data primer yaitu data yang didapat dari sumber pertama, dalam hal ini pengunjung yang berada di Kebun Binatang Medan (KBM).

### Populasi dan Sampel

Penelitian ini dilakukan selama 1 bulan terhadap pengunjung yang terdapat pada Kebun Binatang Medan. Angket akan disebar pada pengunjung tersebut. Jenis sampel tidak dipilih secara acak yaitu dengan menggunakan convenience sampling atau sampel yang dipilih dengan pertimbangan kemudahan. Dari hasil wawancara pertama dikatakan bahwa jumlah pengunjung dalam 1 bulan apabila tidak hari libur maka dapat mencapai jumlah 500 pengunjung (populasi). Namun, peneliti menyediakan angket sebesar 100 lembar sebagai persiapan apabila ada responden yang tidak menjawab sebagaimana mestinya.

### Alat Ukur Penelitian

Untuk alat ukur penelitian, peneliti akan menggunakan model multi atribut *Multiattribute Attitude Model* (MAM) yang digunakan untuk mengukur sikap konsumen. Adapun instrumen penelitian yang akan digunakan berhubungan dengan atribut untuk pengukuran sikap konsumen pada Kebun Binatang Medan. Adapun atribut tersebut adalah : Lokasi, Pelayanan, Fasilitas, Harga, Variasi/jenis hewan, Kebersihan, Keadaan hewan, Transportasi, Kenyamanan, dan Pengelolaan. Model-model sikap yang berkembang akan mempunyai relevansi bagi pemasar jika model itu mampu memprediksi perilaku konsumen. Dengan perkataan lain, sejauh mana sikap konsumen mampu dijadikan dasar untuk memprediksi perilakunya.

Model Fishbein ini mengidentifikasi tiga faktor utama yang memprediksi sikap yaitu:

1. Kepercayaan utama yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek
2. Kekuatan kepercayaan dimana objek objek memiliki atribut yang dipertanyakan

3. Mengevaluasi setiap atribut utama.

Oleh karenanya, pemasar harus mengetahui atribut utama yang diharapkan konsumen atas sebuah produk dan bagaimana mereka menilai positif atau negatif atribut ini dalam rangka mengembangkan produk yang menarik dan mempromosikannya dengan sukses.

### Analisa Data

Peneliti menggunakan program SPSS (Statistical Package for the Social Science) untuk mempermudah penganalisaan data. Adapun ujian statistik yang akan digunakan adalah korelasi pearson, parsial. Korelasi pearson digunakan untuk melihat keeratan hubungan antara masing-masing variabel. Korelasi parsial mengukur korelasi antar dua variabel.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Subjek Penelitian

Penelitian telah dilakukan pada Kebun Binatang Medan (KBM) yang berlokasi di Kelurahan Simalingkar B, Medan Tuntungan. Jumlah angket yang terkumpul yaitu 100 lembar. Responden penelitian ini terdiri dari laki-laki 50 orang dan perempuan 50 orang. Sedangkan dari segi umur diperoleh 59 orang yang berumur di bawah 30 tahun dan 41 orang yang berumur di atas 30 tahun. Sebagian besar responden mempunyai latar belakang pendidikan SMU yaitu sebanyak 44 orang sedangkan diploma 17 orang, SD hanya 1 orang, SMP 15 orang dan Sarjana 23 orang. Dari data yang diterima kebanyakan responden mempunyai pekerjaan sebagai wiraswasta yaitu 35 orang, mahasiswa 14 orang, pelajar 4 orang sedangkan sebagai pegawai negeri hanya 9 orang, pegawai swasta 10 orang dan pegawai BUMN 12 orang sedangkan selebihnya 16 orang termasuk dalam kelompok bekerja yang lainnya, hal ini mungkin saja sebagai ibu rumah tangga. Penghasilan yang diterima responden yang kurang dari 2 juta rupiah sebanyak 20 orang, lebih dari 2 juta rupiah sebanyak 15 orang sedangkan 69 orang lainnya mempunyai penghasilan yang tidak diketahui. Dari segi suku bangsa kebanyakan responden mempunyai suku bangsa Batak yaitu sebesar 41 orang, Melayu 9 orang, Tionghoa 2 orang sedangkan 48 orang lainnya mempunyai suku bangsa beragam.

### Model Multi Atribut

Pada penelitian ini menggunakan model multi atribut untuk melihat sikap konsumen terhadap Kebun Binatang Medan ini. Adapun atribut yang

menjadi penilaian konsumen adalah lokasi, pelayanan, fasilitas, harga, variasi/jenis hewan, kebersihan, keadaan hewan, transportasi, kenyamanan, dan pengelolaan.

Berdasarkan model multi atribut ini konsumen memiliki kekuatan kepercayaan (*belief strength*, bi) dan evaluasi kepercayaan (*belief evaluation*, ei). Kekuatan kepercayaan adalah kemungkinan yang diyakini dari hubungan antara suatu objek dengan cirri-cirinya yang relevan. Evaluasi kepercayaan mencerminkan seberapa baik konsumen menilai suatu ciri. Dari hasil penelitian telah ditemukan nilai kekuatan kepercayaan dan evaluasi kepercayaan terhadap masing-masing atribut untuk 100 responden.

**Tabel 1. Kekuatan dan Evaluasi Kepercayaan**

No	Atribut	Kekuatan Kepercayaan (bi)	Evaluasi Kepercayaan (ei)
1	Pengelolaan kebun binatang	401	-116
2	Variasi hewan	533	-24
3	Kebersihan kebun binatang	504	-55
4	Keadaan hewan	586	10
5	Harga karcis	679	107
6	Pelayanan	611	96
7	Lokasi	644	83
8	Fasilitas	606	35
9	Transportasi	573	-4
10	Kenyamanan	619	82

Dari hasil perkalian antara kekuatan kepercayaan dan evaluasi kepercayaan untuk masing-masing atribut (model multi atribut), ditemukan hasilnya seperti pada table 2 di bawah ini yaitu merupakan sikap konsumen terhadap masing-masing atribut.

**Tabel 2. Hasil Sikap Konsumen**

Atribut	Total
Pengelolaan kebun binatang	-255
Variasi hewan	-82
Kebersihan kebun binatang	-195
Keadaan hewan	71
Harga karcis	812
Pelayanan	673
Lokasi	668
Fasilitas	356
Transportasi	74
Kenyamanan	647

### Pembahasan

Sikap biasanya memainkan peranan utama dalam membentuk perilaku. Peningkatan sikap dapat

menjadi sasaran pemasaran yang berguna. Sikap dapat pula membantu mengevaluasi tindakan pemasaran sebelum dilaksanakan di dalam pasar. Sikap juga sangat berhasil dalam membentuk pangsa pasar dan memilih pangsa target.

Model multi atribut dari Fishbein adalah alat yang sangat berguna dalam mempelajari proses pembentukan sikap dan memperkirakan sikap. Dalam model ini, sikap keseluruhan terhadap suatu objek adalah fungsi dari 2 faktor yaitu kekuatan kepercayaan jika dikaitkan dengan objek dan evaluasi dari kepercayaan tersebut.

Dengan menggunakan model multi atribut dari Fishbein, pada penelitian ini telah ditemukan hasil kekuatan kepercayaan (bi) dan evaluasi kepercayaan (ei) untuk masing-masing atribut (tabel 1). Hasil tersebut menunjukkan kekuatan kepercayaan mempengaruhi evaluasi konsumen terhadap objek seperti pada hasil penelitian ini bahwa konsumen mempunyai kepercayaan yang kuat terhadap harga karcis (679) dan ini mempengaruhi evaluasi mereka terhadap lokasi dengan hasil evaluasi yang paling baik terhadap Kebun Binatang Medan (107) berbanding atribut yang lainnya. Sedangkan hasil evaluasi yang kurang baik dijumpai pada atribut pengelolaan (-116).

Sikap konsumen secara keseluruhan yang terdapat pada tabel 2 menunjukkan bahwa para konsumen mempunyai sikap yang positif dan paling baik terhadap harga karcis pada Kebun Binatang Medan ini namun mereka mempunyai sikap yang kurang baik terhadap pengelolaan Kebun Binatang Medan ini yang saat ini dikelola oleh Pemerintah Kota Medan.

Kenyataan ini jelas menunjukkan bahwa harga karcis sangat menentukan konsumen yang berkunjung ke Kebun Binatang Medan ini. Selain itu pelayanan yang diberikan para petugas juga sudah memadai namun pengelolaan KBM oleh Pemko ini dinilai masih sangat kurang.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Kebijakan pemerintah kota Medan dalam mengembangkan kepariwisataan di kota Medan sudah menunjukkan hasil yang menggembirakan terbukti dengan meningkatnya kunjungan wisman maupun wisman untuk menikmati objek-objek wisata yang terdapat di wilayah kota Medan ini. Namun, Pemerintah Kota Medan kurang memperhatikan Kebun Binatang Medan dimana keberadaannya dapat menjadi salah satu potensi wisata di Kota Medan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen mempunyai sikap yang paling baik terhadap harga karcis masuk pada Kebun Binatang Medan ini namun mereka mempunyai sikap yang kurang baik terhadap pengelolaan KBM. Hal jelas menunjukkan bahwa masyarakat yang berkunjung ke Kebun Binatang Medan ini semata-mata karena kunjungan ke KBM ini merupakan rekreasi yang terjangkau namun sebenarnya mereka juga merasakan ketidakpuasan dengan kondisi KBM ini.

#### Saran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen mempunyai sikap yang kurang baik terhadap pengelolaan Kebun Binatang Medan ini yang dikelola oleh Pemerintah Kota Medan. Oleh karena itu, sebaiknya Pemko Medan memberikan perhatian yang lebih kepada KBM ini agar menjadi salah satu potensi wisata di Kota Medan. Hasil pantauan memang menunjukkan bahwa keadaan KBM ini memprihatinkan terlebih apabila dibandingkan dengan kebun binatang di daerah lainnya seperti Kebun Binatang Siantar.

Peneliti memberikan saran juga kepada Pemko Medan tentang pengelolaan KBM ini yang bila mungkin bekerja sama dengan pihak swasta sehingga KBM ini diharapkan juga dapat menjadi salah satu potensi pariwisata di kota Medan dan akhirnya jugag dapat menarik minat para turis lokal maupun mancanegara yang berkunjung ke kota Medan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa konsumen mempunyai sikap yang sangat baik terhadap harga tiket/karcis di Kebun Binatang Medan ini oleh karena itu sebaiknya apabila Pemko Medan berniat untuk menaikkan harga tiket ini janganlah terlalu tinggi sebab kebanyakan konsumen yang berkunjung di KBM ini merupakan konsumen kelas menengah ke bawah.

#### DAFTAR PUSTAKA

Aldi Nuzul. 2007. *Tesis : Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Konsumen Melakukan Belanja dengan Media Internet (Online Shopping)*. Jogjakarta : Universitas Gajah Mada.

Aryanti Yudha Nina. 2006. *Laporan Penelitian : Pengaruh Agenda Media Massa Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pengaruh Pemberitaan Formalin di Media Televisi Terhadap Sikap dan Pembelian Makanan di Bandar Lampung)*. Lampung : Universitas Lampung.

Assael. 1997. *Consumer Behavior and Marketing Action*. New York: International Thomson Publishing Company.

Berita Pemko Medan. Selasa 19 Agustus 2008. [http://www.pemkomedan.go.id/news\\_arsip.php](http://www.pemkomedan.go.id/news_arsip.php).

Edwarsyah. 2004. *Tesis : Analisis Sikap Dan Perilaku Konsumen Terhadap Produk Mie Instan*. Jakarta : Universitas Budi Luhur.

Engel, F.J, Roger D. Blackwell. 2003. *Perilaku Konsumen ( Edisi keenam terjemahan )*. Jakarta : Binarupa Aksara.

Loudon, D. 1993. *Consumer Behavior: Concepts and Applications*. Chicago : McGraw-Hill.

Mowen, C.J. 1998. *Consumer Behavior*. New York : Prentice Hall.

Olson C. Jerry 1999. *ConsumerBehavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran ( Edisi keempat terjemahan )*. Jakarta : Erlangga.

Samuel Hatane, Foedjiawati. 2007. *Jurnal Pemasaran Vol.2, No 1, Pengaruh Sikap, Persepsi Nilai dan Persepsi Peluang Keberhasilan Terhadap Niat Menyampaikan Keluhan (Studi Kasus Pada Perusahaan Asuransi AIG Lippo Surabaya)*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Setiadi, J. Nugroho. 2000. *Perilaku Konsumen*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Syahrizal. 07 Oktober 2008. Artikel : Pengunjung KBM Meningkat. Waspada Online. <http://waspada.co.id>.

Umar, Husein. 1999. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.