

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang penting bagi suatu negara. Indonesia memiliki potensi pariwisata yang menjanjikan melalui keragaman sumber daya alam, kultur, kuliner, dan juga destinasi eksotis yang menarik atensi wisatawan (Rahma, 2020). Bank Indonesia (BI) menyatakan sektor pariwisata dapat memberikan devisa paling besar bagi Indonesia. Hal tersebut karena sumber daya penunjang dalam pengembangan pariwisata telah tersedia di Indonesia. Faktor pendukung lainnya yang membuat pariwisata dapat menyumbang devisa terbesar bagi Indonesia, yaitu karena sektor ini menarik atensi wisatawan asing untuk mengunjungi Indonesia (Fairuuz dkk., 2022). Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia berbanding lurus dengan pendapatan devisa dari sektor wisata (Walakula, 2020).

Pemerintah pusat telah melakukan berbagai upaya dalam mengembangkan pariwisata di Indonesia. Pembangunan citra (*branding*) pariwisata merupakan salah satu upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah pusat dalam pengembangan pariwisata Indonesia. Upaya *branding* pariwisata Indonesia diwujudkan dengan dibuatnya slogan “*Wonderful Indonesia*”. Slogan tersebut dipakai dalam mempromosikan destinasi wisata Indonesia di dalam maupun luar negeri. Pemilihan kata “*Wonderful*” pada *branding* pariwisata ditujukan untuk memberitahukan keindahan pariwisata Indonesia pada khalayak luas (Detik.com,

2019). Citra pariwisata berperan penting dalam membangun kesadaran dunia terhadap potensi Indonesia (Republika.co.id, 2018).

Sejalan dengan upaya pemerintah pusat dalam meningkatkan perekonomian melalui pariwisata, pemerintah daerah juga berusaha menggali potensi yang dimiliki daerahnya untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Pemerintah daerah perlu mengembangkan potensi pariwisata sesuai dengan kondisi geografis serta sarana penunjang pada destinasi wisata. Pemerintah daerah selaku pembuat dan pelaksana kebijakan pengembangan pariwisata, perlu membuat suatu strategi dengan pola pembangunan kepariwisataan yang direncanakan dan disusun dengan baik supaya potensi daerah dapat berkembang secara optimal (Lituhayu dan Djumiarti, 2022). Pemerintah daerah dapat melakukan berbagai upaya dalam meningkatkan kunjungan wisatawan, yaitu: 1) membenahi sarana prasarana di daerah wisata, 2) membuat aksesibilitas menuju objek wisata lebih terjangkau bagi wisatawan, dan 3) memanfaatkan media sosial dalam mempromosikan potensi wisata kepada khalayak luas (Pradikta, 2013). Hal penting lainnya yang perlu diperhatikan dalam pengembangan pariwisata, yakni terkait prinsip pembangunan yang berwawasan lingkungan. Prinsip tersebut memiliki implikasi bahwa pengembangan pariwisata perlu memiliki andil dalam meningkatkan tingkat ekonomi masyarakat setempat tanpa menghilangkan kelestarian lingkungan dan nilai budaya yang ada (Rosmiati, dkk., 2018).

Salah satu daerah yang menyadari pentingnya pengembangan potensi pariwisata bagi perekonomian daerah adalah Kota Bogor. Citra dari Kota Bogor masih dikenal oleh khalayak ramai sebagai “Kota Hujan”, bukan terkenal akan

pesona wisata yang ada di dalamnya. Padahal, Kota Bogor memiliki tempat-tempat wisata alam, unik, dan bersejarah, seperti Kebun Raya Bogor, Museum Zoologi, dan Istana Bogor. Potensi-potensi tersebut perlu dimanfaatkan dalam meningkatkan pendapatan daerah. Pemerintah Kota Bogor perlu inovatif, pandai dalam melihat perubahan, dan memiliki kompetensi untuk menciptakan hubungan kerja pada berbagai level agar bisa memanfaatkan potensi daerahnya (Susilowati dan Purnaweni, 2020). Pengembangan potensi wisata tersebut juga perlu disesuaikan dengan karakteristik alam, budaya, dan nilai-nilai di Kota Bogor.

Suatu pengembangan kepariwisataan memerlukan adanya penetapan sasaran yang akan dicapai. Sasaran pengembangan kepariwisataan Kota Bogor ditujukan untuk meningkatkan potensi pariwisata yang ada di Kota Bogor, meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan lokal maupun asing, meningkatkan kuantitas angkatan kerja yang diserap pada bidang pariwisata, membuat pariwisata dapat berkontribusi secara optimal pada PAD Kota Bogor, serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kepariwisataan (Pemerintah Kota Bogor, 2021). Pemerintah Kota Bogor mengupayakan ketercapaian sasaran pengembangan pariwisata dengan meningkatkan partisipasi kalangan pengusaha kepariwisataan Kota Bogor. Upaya yang dilakukan Kantor Pariwisata Seni dan Budaya, yaitu dengan melakukan koordinasi bersama Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), *Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies* (ASITA), dan Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) dalam pencapaian sasaran pengembangan kepariwisataan di Kota Bogor.

Pengembangan kepariwisataan Kota Bogor juga didukung dengan dikeluarkannya Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 9 Tahun 2016 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2016-2025. Perda tersebut selaras dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, yang menjadi landasan hukum pembangunan kepariwisataan nasional. Adanya Perda tersebut menjadi panduan fundamental dalam pembangunan kepariwisataan Kota Bogor yang berguna bagi implementasi kebijakan, strategi, dan program yang dilakukan oleh para *stakeholder* agar selaras dengan visi, misi, dan tujuan pembangunan kepariwisataan. Salah satu program yang dilakukan Disparbud Kota Bogor seiring dengan dikeluarkan regulasi tersebut, yaitu dengan mengumumkan Pesona Wisata Unggulan Kota Bogor tahun 2019. Beberapa objek wisata yang dikategorikan sebagai Pesona Wisata Unggulan Kota Bogor tahun 2019, antara lain Kebun Raya Bogor, Pusat Penangkaran Rusa Puslitbang Hutan Cifor, dan Situ Gede. Objek-objek wisata tersebut dipilih karena sudah menjadi destinasi yang sering dikunjungi oleh wisatawan, khususnya wisatawan lokal (Disparbud Kota Bogor, 2019).

Akan tetapi, munculnya pandemi Covid-19 pada awal tahun 2020 membuat pengembangan kepariwisataan Indonesia mengalami hambatan, termasuk Kota Bogor. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Kota Bogor mencatat jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Bogor hanya berkisar 2 juta orang selama tahun 2020 (Beritasatu.com, 2021). Jumlah tersebut menurun drastis dibandingkan tahun 2019 yang mencapai 9,1 juta wisatawan. Hal tersebut disebabkan adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar di tempat umum termasuk

di objek wisata. Kebijakan tersebut bertujuan untuk mengurangi penularan Covid-19, yang berdampak terhadap kunjungan wisatawan yang mengalami penurunan signifikan. Keadaan pariwisata di Kota Bogor tahun 2021 juga semakin memburuk, ditandai adanya penurunan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bogor menjadi hanya sebesar 1.302.719 orang (BPS Jawa Barat, 2022).

Salah satu objek wisata yang masuk dalam Pesona Wisata Unggulan Kota Bogor, yaitu Kebun Raya Bogor, turut terkena dampak pandemi Covid-19. Pembatasan Sosial Berskala Besar yang dicanangkan pemerintah pusat dalam mengurangi penularan Virus Corona berimplikasi terhadap pembatasan jumlah pengunjung di Kebun Raya Bogor. Kebijakan pembatasan kunjungan di Kebun Raya Bogor membuat jumlah wisatawan menurun drastis. Menurunnya jumlah wisatawan berdampak pada pendapatan Kebun Raya Bogor yang juga turun hingga 50 persen sejak pandemi Covid-19 (Bisnis.com, 2022).

Akan tetapi, terdapat permasalahan lain mengenai jumlah wisatawan ke Kebun Raya Bogor, yaitu terkait jumlah kunjungan wisatawan ke Kebun Raya Bogor yang cenderung stagnan. Data jumlah kunjungan wisatawan ke Kebun Raya Bogor adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kebun Raya Bogor Tahun 2017-2021

Tahun	Wisatawan	Persentase Pertumbuhan
2017	876.987	
2018	898.267	2,42%
2019	858.000	-4,48%
2020	585.980	-31,70%
2021	645.021	10,07%

Sumber: Pusat Data dan Informasi Kebun Raya Bogor (KRB), 2021

Berdasarkan Tabel 1.1, jumlah wisatawan yang mengunjungi Kebun Raya Bogor pada tahun 2017-2021 tergolong fluktuatif. Selama tahun 2017-2019, jumlah kunjungan wisatawan cenderung stagnan di kisaran 850.000 sampai hampir menyentuh 900.000 pengunjung. Penurunan paling signifikan terjadi pada tahun 2020, yakni hanya sebesar 585.980 wisatawan yang berkunjung ke Kebun Raya Bogor. Sangat jauh berbeda dibanding tahun sebelumnya, yaitu tahun 2019 yang mencapai 858.000 pengunjung. Berselang satu tahun, tepatnya pada tahun 2021, jumlah pengunjung kembali naik sebesar 10,07% dari tahun 2020, menjadi 645.021 pengunjung. Penurunan jumlah wisatawan terjadi karena pada tahun 2020 terdapat wabah pandemi Covid-19 yang menyebabkan Kebun Raya Bogor terpaksa melakukan pembatasan jumlah pengunjung.

Kondisi pada Kebun Raya Bogor terkait jumlah pengunjung yang cenderung stagnan menimbulkan berbagai pertanyaan. Penetapan sebagai salah satu Pesona Wisata Unggulan Kota Bogor tampaknya belum dapat membuat Kebun Raya Bogor menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Kebun Raya Bogor sebenarnya memiliki potensi yang besar untuk menarik atensi wisatawan. Status Kebun Raya Bogor sebagai Kebun Raya tertua di Asia Tenggara mempunyai nilai historis

tersendiri bagi eksistensinya, selain itu dengan luasnya yang mencapai 87 hektar menjadikannya sebagai kebun raya terbesar di Asia Tenggara (Bakti dan Oktafiani, 2019). Pohon dan tumbuhan koleksi yang ada di Kebun Raya Bogor mencapai 15.000 jenis, yang dapat menjadi potensi besar dalam menarik atensi wisatawan untuk berkunjung (Kemdikbud.go.id, 2018).

Kebun raya pada dasarnya merupakan sebuah taman yang didedikasikan untuk koleksi, budidaya, pelestarian, dan tampilan berbagai tanaman, yang biasanya diberi label dengan nama botaninya masing-masing (Spencer dan Cross, 2017). Kebun Raya Bogor merupakan tempat konservasi yang dibuka untuk umum. Kebun Raya Bogor memiliki lima pilar yang saling berkesinambungan, yaitu konservasi, wisata alam, edukasi, penelitian, dan jasa lingkungan (Kebunraya.id, n.d.). Salah satu pilarnya, yaitu wisata alam, menjadi potensi yang menarik untuk dikembangkan dalam dunia kepariwisataan. Akhir-akhir ini, jenis wisata tersebut menjadi tren karena menawarkan keasrian alam bagi wisatawan yang berkunjung (Susilo dan Erawati, 2016). Jenis wisata yang berkonsep pemandangan alam perlu menerapkan manajemen pariwisata yang baik agar tujuan dapat tercapai secara optimal dan keberlanjutan dari objek wisata tersebut dapat tetap terjaga (Gabur dan Sukana, 2020).

Manajemen pariwisata didefinisikan oleh Keyser (dalam Inkson dan Minnaert, 2018: 266) sebagai suatu kegiatan, program, dan proses yang diterapkan pada semua industri pariwisata untuk menciptakan kondisi yang memungkinkan dalam mencapai tujuan dan keberhasilan jangka panjang objek wisata. Pendapat tersebut mengindikasikan bahwa manajemen pariwisata penting

diterapkan dengan baik di tiap objek wisata. Manajemen yang baik dalam industri pariwisata berpotensi menaikkan pemasukan daerah dan meningkatkan lapangan kerja masyarakat (Ardiansyah dkk., 2023). Berdasarkan pemaparan dari ahli dan juga penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa penerapan manajemen pariwisata yang baik perlu diterapkan di tiap objek wisata, tidak terkecuali di Kebun Raya Bogor.

Pentingnya kajian mengenai manajemen pariwisata Kebun Raya Bogor perlu berkaca dari pengelolaan-pengelolaan kebun raya yang lainnya. Titus (2015) memaparkan bahwa pengelolaan Kebun Raya Kirstenbosch (*Kirstenbosch National Botanical Garden*) di Afrika Selatan menerapkan konsep *slow tourism*. Konsep tersebut merupakan pengelolaan wisata dengan melibatkan aktivitas yang santai dan tidak terburu-buru. Aktivitas yang dijalankan wisatawan di Kebun Raya Kirstenbosch meliputi jalan-jalan harian, piknik, dan mendaki. Berbeda dengan penelitian tersebut, Zheng, dkk. (2022) menemukan hal yang berbeda pada pengelolaan Kebun Raya Zhongshan, Tiongkok. Perbedaan yang terdapat antara Kebun Raya Zhongshan dan Kebun Raya Kirstenbosch, yaitu terletak pada aktivitas yang dilakukan pengunjung di kebun raya. Pada Kebun Raya Zhongshan, pengunjung melakukan aktivitas rekreasi, mengamati burung dan fotografi, serta belajar, sedangkan di Kebun Raya Kirstenbosch, pengunjung melakukan aktivitas jalan-jalan harian, piknik, dan mendaki.

Penelitian terkait Kebun Raya Zhongshan tersebut juga mengindikasikan perlunya pengelola kebun raya untuk memperhatikan pola perilaku para turis yang berkunjung. Turis-turis pada dasarnya memiliki tujuan yang berbeda saat

mengunjungi kebun raya. Pola perilaku turis tersebut diperlukan sebagai dasar dalam meningkatkan layanan bagi wisatawan yang berkunjung ke kebun raya. Berdasarkan beberapa penelitian yang terkait dengan kebun raya lainnya, terdapat suatu kesimpulan, yaitu dalam pengelolaan kebun raya perlu dilaksanakan secara khusus dan berbeda dengan pengelolaan objek wisata lainnya.

Penelitian-penelitian terdahulu yang membahas mengenai pengelolaan Kebun Raya Bogor sebagai objek wisata, umumnya lebih berfokus pada faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam berkunjung ke Kebun Raya Bogor. Salah satunya, yaitu penelitian dari Sumartini (2018) yang membahas pengaruh promosi dan layanan pengunjung terhadap penjualan tiket di Kebun Raya Bogor. Penelitian tersebut memiliki kesimpulan bahwa promosi dan layanan pengunjung berpengaruh dalam penjualan tiket. Khansa dan Farida (2016) mengkaji aspek lain dalam meneliti faktor yang mempengaruhi wisatawan ke Kebun Raya Bogor, yaitu dengan mengkaji hubungan antara harga dan citra destinasi terhadap niat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Kebun Raya Bogor. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah harga dan citra destinasi memiliki pengaruh tidak langsung sebagai faktor yang berpengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung kembali ke Kebun Raya Bogor.

Penelitian lainnya yang lebih spesifik membahas pengelolaan Kebun Raya Bogor, dikemukakan oleh Susilowati dan Rosento (2022). Penelitian tersebut membahas tentang pengembangan bisnis pariwisata Kebun Raya Bogor pada masa pandemi Covid-19 melalui program *Cleanliness, Health, Safety* dan *Environmental Sustainable* (CHSE). Penelitian tersebut bertujuan untuk mencari

faktor internal dan eksternal dalam pengembangan usaha pariwisata berdasarkan daya dukung pariwisata dan CHSE di Kebun Raya Bogor. Strategi dalam pengembangan bisnis pariwisata Kebun Raya Bogor di masa pandemi dikaji menggunakan matriks SWOT.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu mengenai Kebun Raya Bogor, terdapat suatu kesimpulan, yaitu belum terdapat penelitian yang spesifik mengkaji dari sisi manajemen pariwisata Kebun Raya Bogor. Penelitian mengenai manajemen pariwisata berfokus pada penerapan fungsi-fungsi manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor. Penelitian mengenai manajemen pariwisata Kebun Raya Bogor penting dikaji lebih dalam karena merupakan objek wisata berbasis konservasi pohon dan tumbuhan, yang pengelolaannya berbeda dengan objek wisata lainnya. Pentingnya kajian mengenai manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor juga tidak terlepas dari fungsi kebun raya sebagai hutan kota (LIPI.go.id, 2017). Fungsi tersebut perlu diperhatikan oleh *stakeholder* dalam mengelola Kebun Raya Bogor sebagai objek wisata sehingga tidak mengganggu fungsi asli dari Kebun Raya Bogor yang merupakan tempat konservasi *ex situ* bagi pohon dan tumbuhan.

Urgensi mengenai penelitian terkait manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor juga didasarkan pada status Kebun Raya Bogor yang kepemilikan sepenuhnya ada di negara. Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) merupakan lembaga negara yang bertanggung jawab dalam mengelola Kebun Raya Bogor. Pihak lainnya yang turut mengelola Kebun Raya Bogor, yaitu PT. Mitra Natura Raya (PT MNR). BRIN bertugas dalam mengelola fungsi konservasi dan

penelitian dari Kebun Raya Bogor, sedangkan PT. Mitra Natura Raya bertugas dalam manajemen wisatanya (Kemenkeu.go.id, 2022).

Pembagian tugas dan tanggung jawab antara BRIN selaku lembaga negara dan PT. Mitra Natura Raya selaku pihak swasta dalam pengelolaan Kebun Raya Bogor merupakan salah satu implementasi *good governance*. Nasution (dalam Nugraheni, dkk., 2021) menjelaskan konsep *good governance* sebagai penyelenggaraan pemerintahan yang efektif, efisien, dan bertanggung jawab dengan melibatkan pihak lainnya di luar lembaga negara, seperti pihak swasta atau masyarakat. Pelibatan pihak lain dalam penyelenggaraan urusan negara terjadi karena pemerintah menyadari keterbatasan mereka dalam menangani masalah-masalah publik lainnya (Hikmah, dkk., 2021). BRIN selaku lembaga negara menyadari terdapat berbagai aspek yang perlu dikelola dalam Kebun Raya Bogor sehingga mereka fokus pada fungsi konservasi dan penelitian, sedangkan urusan manajemen wisata diserahkan kepada pihak swasta, yaitu PT. Mitra Natura Raya.

Akan tetapi, manajemen wisata yang dilakukan oleh PT. Mitra Natura Raya pernah mengalami permasalahan terkait atraksi lampu *LED* di Kebun Raya Bogor, yaitu *GLOW* Kebun Raya. Atraksi *GLOW* Kebun Raya merupakan pertunjukan wisata edukasi dengan menggunakan cahaya yang disinari ke tanaman di beberapa rute Kebun Raya Bogor, yaitu di Taman Pandan, Taman Meksiko, Taman Akuatik, Lorong Waktu, Taman Astrid, dan *Ecodome* (Kompas.com, 2021). Atraksi ini menyuguhkan pertunjukan lampu dan proyeksi visual bagi pengunjung dalam memahami informasi-informasi tentang kebun raya (Republika.co.id,

2022). Inovasi atraksi *GLOW* Kebun Raya merupakan inovasi yang dilakukan pengelola dalam menghadirkan sensasi edukasi wisata yang baru bagi wisatawan dalam menelusuri Kebun Raya Bogor pada malam hari.

Inovasi atraksi *GLOW* Kebun Raya Bogor tidak berjalan dengan baik. Terdapat berbagai protes yang dilakukan masyarakat, baik dari mantan Kepala Kebun Raya Bogor, ahli lingkungan, dan budayawan. Protes tersebut berlangsung dari bulan Oktober 2021 hingga membuat atraksi tersebut dihentikan (Detik.com, 2022). Atraksi wisata *GLOW* menuai protes dari masyarakat karena berpotensi mengganggu ekosistem malam di Kebun Raya Bogor melalui pertunjukan lampu dan proyeksi visual yang ditampilkan (CNN Indonesia, 2021). Atraksi tersebut tidak hanya mengganggu tumbuhan, melainkan juga satwa, serta serangga penyerbuk yang ada di Kebun Raya Bogor.

Adanya pertentangan dari berbagai pihak mengenai pengembangan atraksi *GLOW* Kebun Raya menunjukkan terdapat permasalahan pada pelaksanaan manajemen pariwisata Kebun Raya Bogor. Pengembangan atraksi wisata merupakan salah satu sub kriteria yang dikemukakan Damanik dan Teguh (2013: 26) pada fungsi pelaksanaan manajemen pariwisata. Permasalahan pada fungsi pelaksanaan di Kebun Raya Bogor menunjukkan manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor sebagai objek wisata berbasis konservasi perlu dikaji secara mendalam, terutama dalam penerapan fungsi manajemen pariwisata.

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan, pengelolaan yang khusus di Kebun Raya Bogor perlu diperhatikan, mengingat pada dasarnya tempat ini

merupakan tempat konservasi *ex situ* bagi pohon dan tumbuhan sehingga pengelolaan wisatanya tidak boleh mengganggu fungsi utamanya sebagai tempat konservasi. Adanya manajemen pariwisata yang baik di Kebun Raya Bogor diperlukan agar pengembangan wisatanya tetap selaras dan tidak mengganggu ekosistem yang ada di sana. Atas dasar itulah, penelitian ini mengambil judul **“Manajemen Pariwisata Kebun Raya Bogor sebagai Objek Wisata Berbasis Konservasi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan fungsi manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor sebagai objek wisata berbasis konservasi?
2. Apa faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor sebagai objek wisata berbasis konservasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian adalah:

1. Menganalisis penerapan fungsi manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor sebagai objek wisata berbasis konservasi.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor sebagai objek wisata berbasis konservasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain, yaitu:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai teori-teori administrasi publik beserta penerapannya terutama dalam penerapan fungsi manajemen pada pengelolaan objek wisata.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang dapat diperoleh, yaitu sebagai masukan atau saran kepada pemerintah dan pengelola Kebun Raya Bogor dalam melaksanakan pengelolaan objek wisata Kebun Raya Bogor.

1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Pemaparan penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan serta rujukan peneliti dalam melakukan penelitian. Berdasarkan penelitian terdahulu yang ditemukan, peneliti tidak menemukan judul penelitian terdahulu yang sama dengan judul yang dilakukan oleh peneliti. Penentuan referensi penelitian terdahulu ditujukan untuk memberi batasan pada penelitian yang dilakukan. Referensi penelitian terdahulu yang dipilih, yaitu difokuskan pada penelitian yang berkaitan dengan manajemen pariwisata kebun raya. Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti:

Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Judul Artikel, Tahun	Tujuan	Hasil
Topik: Pengelolaan kebun raya di tempat lain			
1.	Titus, N. <i>A Model for the Development of Slow tourism in South Africa Using the Economic Resources of the Kirstenbosch National Botanical Gardens</i> (2015)	Mengembangkan model wisata <i>slow tourism</i> di Kebun Raya Kirstenbosch.	Pengelolaan dengan konsep <i>slow tourism</i> memberikan daya tarik tersendiri bagi pengunjung yang datang ke Kebun Raya Kirstenbosch, Afrika Selatan. Melalui konsep tersebut, pengunjung mendapatkan pengalaman wisata melalui berjalan-jalan, melihat pemandangan flora yang ada, dan piknik bersama keluarga. Mayoritas pengunjung di Kebun Raya Kirstenbosch menegaskan bahwa mereka merasa lebih rileks dan segar kembali setelah menghabiskan waktu di taman.
2.	Aziz, I. S. A., Kozlowski, M., & Othman, M. S. <i>Valuing Visitor's Willingness to Pay to Generate Revenues for Managing Putrajaya Botanical Garden</i> (2019)	Memahami respons pengunjung terhadap perubahan biaya masuk Kebun Raya Putrajaya.	Perlu adanya penetapan biaya tiket pengunjung dalam pengelolaan Kebun Raya Putrajaya, Malaysia. Penetapan biaya perlu dikaji dari berbagai faktor, seperti biaya pemeliharaan kebun raya, perbedaan pendapatan, dan juga biaya administratif lainnya.. Perubahan struktur penetapan biaya perlu dilakukan secara bertahap dan dengan persetujuan <i>stakeholder</i> terkait.
3.	Zheng, J., Bai, X., Na, L., & Wang, H. <i>Tourists' Spatial–Temporal Behaviour Patterns Analysis Based on Multi-Source Data for Smart Scenic Spots: Case Study</i>	Mengetahui pola perilaku turis yang berkunjung di Kebun Raya Zhongshan.	Penting bagi pengelola untuk memperhatikan pola perilaku pengunjung selama beraktivitas di kebun raya. Berdasarkan pelacakan <i>GPS</i> dan data kuesioner, terdapat tiga jenis pola perilaku pengunjung di kebun raya, yaitu: rekreasi, mengamati burung dan fotografi, serta belajar. Analisis dari informasi pola perilaku pengunjung dapat menjadi dasar untuk perencanaan

	<i>of Zhongshan Botanical Garden, China (2022)</i>		dan peningkatan layanan bagi pengunjung di kebun raya.
4.	Krajangkantamatr, S., Srijuntrapun, P., & Rawang, W. <i>A Framework for Promoting Botanical Gardens as Informal Learning Centers: A Case Study of Thailand (2021)</i>	Mengatasi tantangan yang dialami pengelola kebun raya di Thailand terkait kurangnya atensi wisatawan dalam berkunjung.	Kebun raya di Thailand mengalami masalah, yaitu potensi yang terdapat dalam kebun raya tidak dapat dimaksimalkan dengan baik. Upaya dalam mengatasi tantangan tersebut, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan 16 pengurus kebun raya dan 60 tokoh masyarakat. Hasil diskusi tersebut menghasilkan kerangka kerja yang perlu ditingkatkan dalam memaksimalkan potensi kebun raya di Thailand. Terdapat empat aspek yang perlu ditingkatkan dalam pengelolaan kebun raya, yaitu: sumber daya manusia, media pembelajaran di lokasi kebun raya, kemudahan dalam mengakses kunjungan, dan promosi yang terintegrasi.
Topik: Faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke Kebun Raya Bogor			
5.	Kusumawardhani, Y., & Alviana, A. Peran Faktor Pendorong pada Keputusan Berkunjung ke Kebun Raya Bogor (2021).	Mengetahui pengaruh faktor pendorong motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung di Kebun Raya Bogor.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek <i>relaxation</i> menempati posisi tertinggi sebagai faktor pendorong wisatawan untuk berkunjung ke Kebun Raya Bogor. Faktor pendorong kedua tertinggi bagi wisatawan untuk berkunjung ke Kebun Raya Bogor, yaitu <i>family and friend togetherness</i> , sedangkan faktor pendorong lainnya, yaitu <i>knowledge</i> dan <i>enjoying natural resources</i> . Hal tersebut dapat menjadi acuan bagi pengelola Kebun Raya Bogor untuk mempertahankan kualitas produk dan pelayanan yang sudah baik, serta meningkatkan pelayanan yang masih kurang baik.

6.	<p>Khansa, V. R., & Farida, N.</p> <p>Pengaruh harga dan Citra Destinasi terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan (Studi pada Wisatawan Domestik Kebun Raya Bogor) (2016).</p>	<p>Mengetahui pengaruh antara harga dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali melalui kepuasan pada Kebun Raya Bogor.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan terdapat dua faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan untuk berkunjung kembali, yaitu variabel harga dan variabel citra destinasi. Harga dan citra destinasi berpengaruh positif pada kepuasan wisatawan domestik Kebun Raya Bogor. Adanya kepuasan dari wisatawan berpengaruh positif bagi wisatawan untuk berkunjung kembali ke Kebun Raya Bogor. Dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan citra destinasi memiliki pengaruh tidak langsung sebagai faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung kembali ke Kebun Raya Bogor.</p>
7.	<p>Bakti, R., & Oktafiani, N.</p> <p>Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Suasana Lingkungan terhadap Kepuasan Pengunjung Kebun Raya Bogor (2019).</p>	<p>Mengetahui pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan suasana lingkungan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh sebesar 75,1% dari aspek lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan suasana lingkungan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor. Secara serempak, lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas, dan suasana lingkungan mempengaruhi kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor. Variabel yang paling berpengaruh bagi kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor, yaitu variabel suasana lingkungan dengan nilai <i>Unstandardized Coefficients Beta</i> sebesar 0,295.</p>
8.	<p>Andriani, R., & Rahmansyah, M. E.</p> <p>Pengaruh <i>Guide Performance</i> dan <i>Quality Tourism Service</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> di Kebun Raya</p>	<p>Mengetahui gambaran <i>guide performance</i> dan <i>quality tourism service</i> pada Kebun Raya Bogor serta untuk mengetahui pengaruh <i>guide performance</i> dan</p>	<p>Faktor yang dikaji dalam penelitian ini yaitu terkait <i>guide performance</i> dan <i>quality tourism service</i>. Hasil menunjukkan bahwa <i>guide performance</i> di Kebun Raya Bogor ditanggapi “Baik” oleh responden. Kemudian, dalam variabel <i>quality tourism service</i> di Kebun Raya Bogor juga ditanggapi “Baik”</p>

	Bogor (2015).	<i>quality tourism service</i> terhadap <i>revisit intention</i> Pada Kebun Raya Bogor.	oleh responden. Kedua variabel tersebut berpengaruh positif bagi <i>revisit intention</i> (niat mengunjungi kembali) dari pengunjung di Kebun Raya Bogor. Faktor <i>guide performance</i> dan <i>quality tourism service</i> berpengaruh sebesar 33,2% terhadap <i>revisit intention</i> pada Kebun Raya Bogor.
9.	Sumartini, I. C. Pengaruh Promosi dan Layanan Pengunjung terhadap Penjualan Tiket di Kawasan Wisata Kebun Raya Bogor (2018).	Mengukur seberapa besar pengaruh promosi dan layanan konsumen terhadap penjualan tiket di Kebun Raya Bogor.	Hasil penelitian menjelaskan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan tiket. Adapun layanan juga berpengaruh signifikan terhadap penjualan tiket. Pengaruh promosi dan layanan pengunjung secara bersama-sama berpengaruh sebesar 23,5% terhadap penjualan tiket.
Topik: Pengelolaan Kebun Raya Bogor			
10.	Musthofa, B. M., Priyanto, M., & Putri, E. N. Optimalisasi Peran Pusat Informasi dan Pemanduan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kebun Raya Bogor (2017).	Mengetahui optimalisasi peran Pusat Informasi dan Pemanduan dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Kebun Raya Bogor.	Terdapat lima kriteria yang dilihat pada penelitian ini, yaitu: <i>reliability, assurance, tangibles, empathy, dan responsiveness</i> . Secara umum, kelima kriteria pelayanan yang dilakukan oleh pegawai pusat informasi Kebun Raya Bogor telah menunjukkan hasil yang prima. Akan tetapi, kualitas pelayanan masih dapat ditingkatkan lebih maksimal, terutama dalam peningkatan kualitas dan kuantitas SDM yang ada.
11.	Rusli, M. Metode Pengelolaan Kebun Raya Melalui Pendekatan <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam Upaya Penerapan	Menganalisis pengelolaan Kebun Raya Bogor sebagai tempat wisata dengan menggunakan konsep Tri Hita Karana dan prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i> .	Konsep Tri Hita Karana menekankan pentingnya pengelolaan destinasi sesuai prinsip hidup berdampingan dengan lingkungan agar tidak timbul konflik dalam keberlangsungannya. Pengelolaan objek wisata sesuai Tri Hita Karana merupakan bagian penting dalam pengelolaan Kebun Raya Bogor dan harus dilakukan

	Pariwisata Berbasis Tri Hita Karana (2014).		dengan tetap menghormati peraturan hukum dan adat yang berlaku. Kebun Raya Bogor juga berupaya meningkatkan kualitas sosial dan lingkungan melalui pendekatan tanggung jawab sosial perusahaan, termasuk kegiatan pengajian, ceramah agama, dan pemberian sumbangan bagi masyarakat yang kurang beruntung.
12.	Hera, A., Fathan, F., Aranda, R., Wahyu, S., Safa, T., Rachma, W., & Sulistiyorini, D. Inspeksi Sanitasi Obyek Wisata Kebun Raya Bogor (2022).	Mengkaji aspek kesehatan lingkungan di Kebun Raya Bogor.	Pengelolaan Kebun Raya Bogor dikaji melalui aspek kebersihan lingkungannya. Objek wisata Kebun Raya Bogor berpotensi menjadi sarang penyakit apabila kondisi lingkungannya tidak terjaga dengan baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kebun Raya Bogor sudah memenuhi seluruh kriteria penilaian aspek sanitasi dengan total skor 94,4%.
13.	Danaparamita, E. D., Nadiroh, N., Safitri, D., & Safarinanugraha, D. <i>The Role of Environmental Management on Visitor Satisfaction of Bogor Botanical Gardens</i> (2021).	Mengetahui implikasi manajemen lingkungan terhadap kepuasan pengunjung di Kebun Raya Bogor.	Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa pengelolaan lingkungan hidup merupakan salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan untuk menjamin kualitas destinasi wisata. Kegiatan manajemen lingkungan hidup Kebun Raya Bogor meliputi pengelolaan dan pemanfaatan kawasan kebun raya, koleksi tumbuhan, serta prasarana di dalamnya. Terdapat hubungan positif antara manajemen lingkungan yang baik terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor.
14.	Susilowati, I. H., & Rosento. Pengembangan Bisnis Pariwisata Kebun Raya Bogor Pada Masa	Menggali faktor internal dan eksternal dalam pengembangan usaha sektor pariwisata berdasarkan daya	Pengelolaan Kebun Raya Bogor pada masa pandemi disiapkan melalui program <i>Cleanliness, Health, Safety</i> dan <i>Enviromental Sustainable</i> (CHSE). Strategi pengembangan pariwisata dengan konsep CHSE dikaji dengan

	Pandemik Covid 19 Berdasarkan Daya Dukung Wisata dan CHSE (2022).	dukung pariwisata dan CHSE di Kebun Raya Bogor, serta merumuskan strategi alternatif dan strategi prioritas dengan menggunakan analisis SWOT.	matriks analisa SWOT. Strategi pengelolaan tersebut dilakukan dengan menambah sarana dan prasarana pendukung CHSE, serta aktif mem- <i>posting</i> kegiatan di media sosial Kebun Raya Bogor.
15.	Kusumawardhani, Y. Analisis Kendala pada Destinasi Wisata Kebun Raya Bogor Menggunakan <i>Fishbone Analysis</i> (2019).	Menganalisis kendala-kendala yang terjadi di Kebun Raya Bogor, dan implikasi manajerial dalam mengatasi kendala yang muncul.	Pengelolaan Kebun Raya Bogor dikaji dengan menggunakan metode <i>Fishbone Analysis</i> . Metode tersebut merupakan salah satu alat dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Hasil penelitian dengan menggunakan <i>Fishbone Analysis</i> menunjukkan masih terdapat kendala yang ada di Kebun Raya Bogor. Kendala yang ada dilihat dari segi fasilitas dan kualitas pelayanan. Adapun beberapa kendala di Kebun Raya Bogor, yaitu: lahan parkir yang terbatas, minimnya kuantitas tempat sampah, dan pengelolaan <i>website</i> yang belum optimal.

Sumber: Olahan Penulis dari Berbagai Sumber, 2023

Berdasarkan Tabel 1.2 terdapat berbagai penelitian terdahulu yang membahas mengenai pengelolaan kebun raya. Berikut ini merupakan uraian mengenai penelitian terdahulu tersebut:

Pengelolaan pariwisata di Kebun Raya Bogor perlu berkaca pada pengelolaan pariwisata di kebun raya lainnya. Penelitian yang dilakukan Titus (2015) di Kebun Raya Kirstenbosch menghasilkan temuan terkait perlu adanya pengelolaan dengan melibatkan aktivitas santai, seperti berjalan-jalan, piknik, dan menikmati pemandangan di kebun raya. Pengelolaan tersebut biasa disebut

sebagai konsep *slow tourism*. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Zheng, dkk. (2022) di Kebun Raya Zhongshan menegaskan bahwa pengelolaan kebun raya perlu memperhatikan pola perilaku pengunjung selama beraktivitas di sana. Pola perilaku pengunjung diperlukan sebagai acuan bagi pengelola dalam mengembangkan sumber daya yang ada di kebun raya.

Penelitian terkait pengelolaan pariwisata di kebun raya juga penting untuk memikirkan biaya tiket bagi pengunjung. Penelitian yang dilakukan Aziz, dkk. (2019) di Kebun Raya Putrajaya menghasilkan temuan terkait penetapan biaya tiket perlu melihat berbagai faktor, seperti biaya pemeliharaan kebun raya, perbedaan pendapatan, dan biaya administratif lainnya. Berbeda dari penelitian tersebut, temuan dari Krajangkamtatr, dkk. (2021) di Kebun Raya Thailand menyatakan terdapat hal penting lainnya yang perlu dipikirkan dalam pengelolaan pariwisata di kebun raya, yaitu terkait upaya promosinya. Perlu adanya suatu kerangka potensial untuk mempromosikan kebun raya dalam menarik atensi wisatawan.

Pengelolaan pariwisata di Kebun Raya Bogor juga perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam berkunjung. Penelitian dari Sumartini (2018) mengkaji pengaruh antara promosi dan layanan konsumen terhadap penjualan tiket di Kebun Raya Bogor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan promosi dan layanan konsumen perlu ditingkatkan lebih baik agar penjualan tiket dapat bertambah. Penelitian tersebut juga selaras dengan temuan dari Khansa dan Farida (2018). Penelitian yang dilakukan Khansa dan Farida (2018) di Kebun Raya Bogor menghasilkan temuan bahwa harga dan citra

destinasi berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan Kebun Raya Bogor. Semakin baik harga dan citra destinasi akan berimplikasi pada niat berkunjung kembali wisatawan ke Kebun Raya Bogor.

Penelitian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke Kebun Raya Bogor juga dilakukan oleh Bakti dan Oktafiani (2019) yang menghasilkan temuan bahwa terdapat pengaruh sebesar 75,1% dari aspek lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan suasana lingkungan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor. Selaras dengan penelitian tersebut, faktor kualitas pelayanan (*quality tourism service*) di Kebun Raya Bogor juga dikaji oleh Andriani dan Rahmansyah (2015). Penelitian tersebut mengkaji faktor *guide performance* dan *quality tourism service* dalam mempengaruhi *revisit intention* (niat mengunjungi kembali) dari pengunjung di Kebun Raya Bogor. Kedua faktor tersebut (*guide performance* dan *quality tourism service*) telah dikategorikan baik dan berpengaruh positif bagi *revisit intention* (niat mengunjungi kembali) pengunjung di Kebun Raya Bogor.

Pengelolaan pariwisata Kebun Raya Bogor tidak terlepas dari aspek-aspek pengelolaan lainnya. Penelitian Hera, dkk. (2022) di Kebun Raya Bogor mengkaji pengelolaan Kebun Raya Bogor melalui aspek kebersihan lingkungannya. Penelitian tersebut dilakukan karena Kebun Raya Bogor sebagai tempat wisata dapat menjadi sarang penyakit apabila kondisi lingkungannya tidak terjaga dengan baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sanitasi Kebun Raya Bogor sudah memenuhi kategori layak sehat bagi sebuah tempat wisata. Penelitian tersebut juga memiliki kesamaan dengan penelitian dari Danaparamita, dkk.

(2021) yang mengkaji pengaruh manajemen lingkungan terhadap kepuasan pengunjung di Kebun Raya Bogor. Hasil penelitian menunjukkan manajemen lingkungan merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan untuk menjamin kualitas suatu kawasan wisata. Terdapat pengaruh positif antara manajemen lingkungan yang baik dengan kepuasan pengunjung di Kebun Raya Bogor.

Penelitian dari Musthofa, dkk. (2017) mengkaji salah satu aspek dalam pengelolaan Kebun Raya Bogor, yaitu terkait peran Pusat Informasi dan Pemanduan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan di Kebun Raya Bogor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan yang dilakukan oleh pegawai Pusat Informasi dan Pemanduan Kebun Raya Bogor telah berjalan optimal. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian dari Rusli (2014) mengkaji aspek pengelolaan Kebun Raya Bogor berdasarkan konsep Tri Hita Karana. Konsep ini menekankan pentingnya pengelolaan objek wisata selaras dengan prinsip kebersamaan agar tidak terjadi konflik. Salah satu pendekatan berbasis konsep Tri Hita Karana dalam pengelolaan Kebun Raya Bogor, yaitu dengan tidak lupa meningkatkan kualitas sosial masyarakat sekitar Kebun Raya Bogor melalui pengajian, ceramah keagamaan, dan pemberian bantuan terhadap masyarakat yang kurang mampu.

Penelitian mengenai pengelolaan kebun raya perlu juga dikaji pada saat peristiwa khusus, contohnya pandemi. Susilowati dan Rosento (2022) melakukan penelitian terkait pengelolaan Kebun Raya Bogor pada masa pandemi Covid-19. Pengelolaan Kebun Raya Bogor pada masa pandemi disiapkan melalui program

Cleanliness, Health, Safety dan *Enviromental Sustainable* (CHSE). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan pariwisata dengan konsep CHSE dapat dilakukan dengan penambahan fasilitas toilet dan aktif mempromosikan kegiatan di media sosial Kebun Raya Bogor. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian dari Kusumawardhani (2019) menyatakan bahwa perlu adanya pengidentifikasian kendala-kendala di Kebun Raya Bogor melalui metode *Fishbone Analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa kendala di Kebun Raya Bogor, seperti lahan parkir yang terbatas, fasilitas klinik yang masih kurang lengkap, dan kurang terawatnya mushola. Kendala-kendala tersebut perlu diperbaiki oleh pengelola Kebun Raya Bogor agar kualitas pelayanan meningkat.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, dapat diketahui bahwa manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor perlu melihat pengelolaan pariwisata di kebun raya lainnya, faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke Kebun Raya Bogor, dan aspek lain dalam pengelolaan Kebun Raya Bogor. Penelitian-penelitian terdahulu yang telah dikaji juga belum membahas mengenai penerapan fungsi-fungsi manajemen pariwisata. Fungsi-fungsi manajemen pariwisata penting dikaji pada Kebun Raya Bogor agar perencanaan hingga pengawasannya dapat berjalan optimal. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil fokus penerapan fungsi manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor.

1.5.2 Administrasi Publik

Chandler dan Plano (dalam Keban, 2004: 3), mendefinisikan administrasi publik sebagai proses bagi sumber daya dan tenaga kerja diorganisir dan dikoordinasikan untuk merancang, menerapkan, dan mengelola keputusan-keputusan dalam kebijakan publik. Chandler dan Plano juga menyatakan administrasi publik sebagai suatu seni dan ilmu yang bertujuan untuk mengatur “urusan publik” dan melaksanakan berbagai pekerjaan yang telah ditentukan. Administrasi publik sebagai bidang keilmuan bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan publik melalui perbaikan di berbagai bidang, seperti organisasi, sumber daya manusia, dan keuangan.

Menurut Edward H. Litchfield (dalam Syafiie, 2010: 25), administrasi publik didefinisikan sebagai suatu ilmu tentang cara mengorganisasikan, memperlengkapi, menggerakkan, dan memimpin bermacam-macam lembaga pemerintahan. Sementara itu, menurut Ali Mufiz (dalam Darmadi dan Sukidin, 2011: 81), secara ringkas, studi administrasi publik tidak hanya menyangkut teknik, prosedur, dan mekanik, tetapi juga berkenaan dengan pengetahuan administrasi publik, dapat dilakukan sesuai spesialisasi dalam bidang kegiatan tertentu tentang metode dalam mengatur dan melakukan *monitoring* dalam pencapaian tujuan yang telah ditentukan melalui aktivitas orang lain.

Definisi terkait administrasi publik dikemukakan oleh ahli lainnya. Menurut Gerald Caiden (dalam Thoha, 2008: 7), ilmu administrasi publik pada dasarnya berfokus untuk menangani permasalahan terkait persoalan yang dialami

masyarakat dan manajemen dari usaha-usaha masyarakat. Hal ini mencakup semua hal yang dianggap sebagai tanggapan masyarakat terkait permasalahan yang memerlukan solusi kolektif bukan individu melalui intervensi pemerintah dalam bentuk yang berbeda dari intervensi swasta dan intervensi sosial.

Berdasarkan definisi administrasi publik yang telah diuraikan oleh beberapa ahli, dapat disimpulkan bahwa administrasi publik merupakan cara-cara yang dilakukan oleh pemerintah untuk memecahkan persoalan-persoalan yang terjadi di dalam masyarakat. Hubungan administrasi publik dengan penelitian ini, yaitu manajemen pariwisata merupakan bagian dari administrasi publik yang menjelaskan bagaimana pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen yang ada dalam pengelolaan objek wisata. Lebih lanjut, objek wisata yang dijadikan lokus pada penelitian ini, yaitu Kebun Raya Bogor, merupakan objek wisata milik instansi publik.

1.5.3 Manajemen Publik

Manajemen merupakan salah satu aspek dalam administrasi publik. Manajemen publik merupakan dasar yang digunakan dalam menjalankan organisasi publik. Dasar dari keilmuan manajemen publik berasal dari pernyataan Frederick W. Taylor (dalam Suprihanto, 2018: 3) yang mendefinisikan manajemen sebagai upaya yang ingin dilakukan seorang manajer dengan mempertimbangkan cara terbaik dan harga yang paling murah.

Pendapat lainnya terkait manajemen publik dikemukakan oleh Overman. Manajemen publik didefinisikan oleh Overman (dalam Keban, 2004: 85) sebagai

suatu studi interdisipliner yang mempelajari hal-hal umum terkait organisasi, serta merupakan gabungan dari fungsi manajemen, yakni *planning, organizing, dan controlling* yang berkaitan dengan sumber daya manusia, keuangan, fisik, informasi, dan politik. Definisi yang disampaikan Overman juga selaras dengan pengertian manajemen publik dari Satibi. Berdasarkan pendapat Satibi (2012: 13), manajemen publik diartikan sebagai pengelolaan sektor publik yang dikerjakan oleh instansi publik dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan melalui perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, strategi, dan evaluasi sumber daya manusia, anggaran, sarana dan prasarana, teknologi, dan sumber daya lainnya.

Pendapat lain dikemukakan Laurence Lynn (dalam Wijaya & Damar, 2014: 2) yang mendefinisikan manajemen publik menjadi tiga gambaran kemungkinan, yaitu sebagai seni, bidang keilmuan, dan pekerjaan. Manajemen publik sebagai seni memiliki makna bahwa aktivitas kreatif yang dilakukan oleh para akademisi tidak dapat dipelajari dengan cara “dihitung”. Manajemen publik dimaknai sebagai bidang keilmuan karena dalam pemahamannya diperlukan sebuah analisis secara terstruktur dengan menggunakan pemahaman dan eksplanasi. Kemudian, manajemen publik dimaknai sebagai pekerjaan karena mengacu pada orang-orang yang mendedikasikan hidupnya dalam mengkaji ilmu ini.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat sebuah kesimpulan yang dapat ditarik dari konsep manajemen publik berdasarkan definisi para ahli. Manajemen publik adalah upaya yang dilakukan manajer publik untuk mengelola aspek-aspek di dalamnya melalui penerapan fungsi manajemen dari perencanaan hingga pengawasan. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan terkait manajemen

pariwisata Kebun Raya Bogor, yang dalam penerapan fungsi manajemennya perlu melihat upaya dari pengelola (manajer) dalam mengelola aspek-aspek yang terdapat di Kebun Raya Bogor.

1.5.4 Fungsi-fungsi Manajemen

Fungsi-fungsi manajemen dirumuskan oleh George R. Terry sebagai POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*). Fungsi manajemen POAC adalah fungsi manajemen yang bersifat umum dan meliputi keseluruhan proses manajerial. Dasar dari fungsi manajemen ini, yaitu pencapaian terhadap apa yang telah direncanakan. Adapun fungsi manajemen tersebut dijabarkan sebagai berikut (Terry, 2013: 9-12):

1) Perencanaan (*planning*)

Fungsi ini berupaya untuk menentukan tujuan yang hendak dicapai dan juga cara-cara yang perlu dilakukan agar tujuan tersebut tercapai. Tindakan-tindakan yang dilakukan dalam perencanaan, yaitu melakukan survei lingkungan, menentukan tujuan, mempertimbangkan hal-hal yang ingin dilakukan, dan berhubungan dengan personel selama proses perencanaan.

2) Pengorganisasian (*organizing*)

Fungsi ini digunakan dalam mengklasifikasikan berbagai kegiatan penting dan memberikan kekuasaan dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan tersebut. Tindakan-tindakan yang dilakukan dalam pengorganisasian, yaitu menentukan pekerjaan yang akan dilaksanakan, bagi-bagi pekerjaan

menjadi tugas setiap orang, menentukan persyaratan yang perlu dimiliki di setiap posisi, dan berhubungan selama proses pengorganisasian.

3) Penggerakan (*actuating*)

Fungsi ini bertujuan untuk mengarahkan perilaku sumber daya manusia kearah tujuan-tujuan yang ingin dicapai. Tindakan-tindakan yang dilakukan dalam penggerakan, yaitu memberikan penjelasan terkait tujuan-tujuan yang ingin dicapai kepada bawahan, melatih kemampuan bawahan dalam melaksanakan tugas, memberikan pujian dan teguran dengan jujur, dan berhubungan selalu selama proses penggerakan.

4) Pengawasan (*controlling*)

Fungsi ini bertujuan untuk mengukur pelaksanaan dengan tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Tindakan-tindakan yang dilakukan dalam pengawasan, yaitu menetapkan ukuran-ukuran keberhasilan tujuan, monitor hasil yang telah dicapai dengan tujuan yang ditentukan, memperbaiki penyimpangan yang ada, dan berhubungan selama proses pengawasan.

Pendekatan lain terkait fungsi-fungsi manajemen dikemukakan oleh Siagian. Menurut Siagian, fungsi manajemen terdiri dari *planning*, *organizing*, *motivating*, *controlling*, dan *evaluating*. Adapun fungsi-fungsi tersebut dijabarkan lebih lanjut sebagai berikut:

1) Perencanaan (*planning*)

Perencanaan didefinisikan oleh Siagian (2003:88) sebagai proses penalaran dan penentuan secara umum terkait sesuatu yang perlu

dilakukan di masa depan untuk mencapai suatu tujuan. Perencanaan merupakan sebuah keputusan yang kegunaannya baru akan dapat dirasakan setelah adanya pelaksanaan.

2) Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian merupakan seluruh proses pengklasifikasian sumber daya manusia, peralatan, serta tugas dan tanggung jawab sehingga tercipta organisasi yang dapat dijalankan menjadi suatu kesatuan untuk pencapaian tujuan yang direncanakan sebelumnya (Siagian, 2003: 95).

3) Penggerakan (*motivating*)

Siagian (2003: 106) mendefinisikan penggerakan sebagai suatu proses pemberian dorongan bekerja kepada sumber daya manusia melalui berbagai cara sehingga mereka dapat bekerja secara optimal dalam pencapaian tujuan organisasi.

4) Pengawasan (*controlling*)

Pengawasan dijabarkan menjadi sebuah mekanisme pengamatan bagi keseluruhan kegiatan pelaksanaan yang bertujuan menjamin setiap pekerjaan yang dilakukan terlaksana sesuai dengan rencana awal (Siagian, 2003: 112).

5) Penilaian (*evaluating*)

Penilaian diartikan sebagai proses mengukur hasil kerja yang sebenarnya dan membandingkannya dengan hasil yang ingin dicapai. (Siagian, 2003: 117). Penilaian merupakan kegiatan yang perlu dilakukan terus-menerus selama suatu organisasi masih berjalan.

Berdasarkan fungsi-fungsi manajemen yang telah dipaparkan beberapa ahli, terdapat fungsi-fungsi dasar yang digunakan oleh manajer dalam mengelola organisasi. Fungsi-fungsi dasar tersebut, yaitu fungsi POAC yang dipaparkan George R. Terry. Fungsi POAC yang dipaparkan George R. Terry merupakan teori dasar dalam pendekatan fungsi manajemen pariwisata yang disampaikan oleh Damanik dan Teguh. Fungsi manajemen pariwisata dari Damanik dan Teguh dipakai peneliti dalam mengkaji fenomena manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor.

1.5.5 Pariwisata

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, disebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah pusat, dan pemerintah daerah. Definisi lainnya mengenai pariwisata dikemukakan oleh A.J. Burkart dan S. Medik (dalam Marpaung, 2016: 12) yang menyatakan bahwa pariwisata merupakan arena bagi individu atau kelompok untuk melakukan kegiatan berpindah dari sebuah tempat ke tempat lainnya di luar tempat tinggalnya, dalam tempo waktu yang singkat.

Yoeti (2016: 8) mendefinisikan pariwisata sebagai perjalanan untuk mencari kesenangan. Yoeti juga menambahkan bahwa apabila sebuah perjalanan yang dilakukan tidak ditujukan untuk mencari kesenangan maka hal itu tidak dikategorikan sebagai perjalanan wisata. Yoeti juga memberikan penjabaran terkait empat unsur yang perlu terpenuhi agar kegiatan perjalanan yang

dilaksanakan oleh individu atau kelompok dapat dikategorikan sebagai perjalanan wisata, yaitu:

1. Perjalanan yang dilakukan murni untuk mencari kesenangan,
2. Perjalanan itu harus dilaksanakan dari suatu tempat menuju tempat lain yang bukan merupakan tempat tinggal dari pelaku perjalanan tersebut,
3. Perjalanan yang dilakukan minimal menghabiskan waktu selama 24 jam,
4. Kegiatan perjalanan tidak memiliki korelasi dengan aktivitas pekerjaan atau mencari nafkah.

Definisi lainnya mengenai pariwisata dikemukakan oleh Suwanto (2004:

3). Menurut Suwanto, pariwisata adalah proses perjalanan sementara yang dilakukan oleh individu atau kelompok ke tempat lain selain tempat tinggalnya. Motivasi melakukan perjalanan dipengaruhi oleh berbagai kepentingan, antara lain kepentingan ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, kesehatan, dan pendidikan.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat ditarik sebuah kesimpulan terkait pariwisata. Adapun pariwisata dapat didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan yang dilaksanakan oleh seseorang atau sekelompok orang ke tempat lainnya dengan tujuan bersenang-senang. Kebun Raya Bogor merupakan salah satu tempat yang menjadi tujuan suatu kelompok atau orang dalam melakukan kegiatan pariwisata.

1.5.6 Manajemen Pariwisata

Manajemen pariwisata didefinisikan oleh Keyser (dalam Inkson dan Minnaert, 2018: 266) sebagai suatu kegiatan, program, dan proses yang diterapkan pada semua industri pariwisata untuk menciptakan kondisi yang memungkinkan dalam mencapai tujuan dan keberhasilan jangka panjang objek wisata. Pendapat lainnya tentang definisi manajemen pariwisata dikemukakan oleh Srisusilawati, dkk., (2022) yang menyatakan bahwa manajemen pariwisata merupakan bagian dari pengelolaan industri yang perlu dipikirkan perencanaannya secara matang sekaligus sebagai alat pengambilan keputusan pemerintah dalam pengembangan pariwisata daerah melalui sumber daya yang dimiliki.

Pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan memerlukan interaksi harmonis antara industri pariwisata dengan konsumen. Interaksi yang harmonis tersebut dapat tercapai dengan adanya penerapan fungsi manajemen pariwisata. Berdasarkan pernyataan Organisasi Pariwisata Dunia, terdapat beberapa fungsi manajemen pariwisata, yaitu (Putri, dkk., 2023: 7):

1. Perencanaan strategis,
2. Perumusan dan implementasi kebijakan pariwisata,
3. Intelejen pasar, yakni pengumpulan dan analisis data, riset pasar, dan lain-lain,
4. Pengembangan produk dan bisnis pariwisata,
5. Digitalisasi dan inovasi,

6. Pemantauan,
7. Manajemen Krisis,
8. Pelatihan dan peningkatan kapasitas, yang tidak hanya berfokus pada sumber daya manusianya, melainkan juga pengembangan kapasitas bagi para profesional pariwisata lokal,
9. Promosi, pemasaran, dan, *branding*,
10. Mendanai investasi.

Pendekatan lain mengenai fungsi-fungsi manajemen pariwisata dikemukakan oleh Damanik dan Teguh (2013: 25-29), yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan atau implementasi program, serta *monitoring* dan evaluasi. Adapun penjabaran dari fungsi-fungsi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan

Fungsi perencanaan dalam manajemen pariwisata perlu mengandung kegiatan: a) penentuan tujuan utama dan tujuan pendukung dalam manajemen pariwisata; b) perumusan model kegiatan sehingga tindakan-tindakan pengelola pariwisata dapat lebih terstruktur; c) memastikan faktor-faktor pendukung dan penghambat yang muncul; dan d) penyusunan prosedur yang paling strategis dalam melaksanakan pengelolaan destinasi (Damanik dan Teguh, 2013: 26).

2. Pengorganisasian

Fungsi pengorganisasi penting untuk menggerakkan seluruh sumber daya. Unsur penting dalam fungsi ini, yaitu penentuan alokasi sumber daya, dan

pengaturan fungsi-fungsi para pengelola di dalamnya (Damanik dan Teguh, 2013: 26).

3. Pelaksanaan

Fungsi ini menyangkut beberapa tindakan untuk mengerjakan pengembangan wisata. Terdapat beberapa unsur yang penting dalam fungsi ini, yaitu; a) pengembangan atraksi, aksesibilitas, dan amenitas; b) pengembangan kompetensi sumber daya manusia; c) penguatan kapasitas kelembagaan pariwisata; dan d) perluasan promosi pariwisata (Damanik dan Teguh, 2013: 27-28).

4. *Monitoring* dan evaluasi

Fungsi ini ditujukan untuk memberikan bukti apakah pelaksanaan berjalan sesuai perencanaan awal atau tidak. Kegiatan utama dalam *monitoring* mencakup pengontrolan pelaksanaan manajemen pariwisata dan mengidentifikasi hambatan pelaksanaan manajemen pariwisata agar ditemukan solusi yang sesuai. Kemudian, evaluasi diperlukan dalam menentukan tingkat efektivitas dari manajemen pariwisata (Damanik dan Teguh, 2013: 28-29).

Berdasarkan beberapa fungsi manajemen pariwisata yang telah dipaparkan di atas, fungsi manajemen pariwisata dari Damanik dan Teguh dipilih untuk menganalisis fenomena penelitian terkait manajemen pariwisata Kebun Raya Bogor. Fungsi yang dipilih, yaitu fungsi perencanaan, fungsi pelaksanaan, serta fungsi *monitoring* dan evaluasi. Fungsi perencanaan dipilih karena dalam perencanaan memuat hal-hal fundamental yang mempengaruhi fungsi lainnya

dalam manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor. Kemudian, fungsi pelaksanaan dipilih karena merupakan implementasi dari perencanaan yang telah ditetapkan sebelumnya, sedangkan fungsi *monitoring* dan evaluasi dipilih untuk melihat kesesuaian pelaksanaan yang dilakukan dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Fungsi lainnya dari Damanik dan Teguh, yaitu fungsi pengorganisasian, tidak dipakai dalam mengkaji fenomena penerapan fungsi manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor karena fungsi tersebut memiliki kemiripan dengan fungsi pelaksanaan.

1.5.7 Komponen Produk Wisata

Middleton, dkk. (2009: 122) mendefinisikan produk wisata sebagai keterpaduan antara berbagai komponen yang nyata maupun tidak nyata yang berdasarkan aktivitas yang umum dilaksanakan dalam objek wisata. Komponen-komponen produk wisata yang dimaksud oleh Middleton, dkk. (2009: 123-125) terdiri atas:

1) Atraksi wisata

Aspek yang berpengaruh terhadap pilihan dan motivasi wisatawan dalam atraksi wisata, yaitu atraksi alami, atraksi buatan, atraksi budaya, dan atraksi sosial.

2) Fasilitas di daerah tujuan wisata

Komponen fasilitas mengacu pada macam-macam elemen pada suatu destinasi yang menyebabkan wisatawan ingin tinggal, menikmati dan berperan serta dalam atraksi tersebut, yaitu:

- a. Unit akomodasi;
- b. Restoran, bar dan kafe;
- c. Transportasi pada destinasi;
- d. Olahraga/minat/penjelajahan/aktivitas;
- e. Fasilitas lainnya;
- f. *Retail outlets*, meliputi tempat belanja, agen perjalanan, dan toko *souvenir*;
- g. Pelayanan lainnya, meliputi pelayanan informasi dan penyewaan perlengkapan.

3) Aksesibilitas

Aksesibilitas diartikan sebagai aspek yang berpengaruh terhadap biaya, kecepatan dan kenyamanan wisatawan, serta dorongan bagi wisatawan untuk pergi ke tempat tujuan wisata dari tempat tinggalnya. Adapun aspek tersebut, yaitu:

- a. Infrastruktur, meliputi jalan, lahan parkir, bandara, stasiun, dan pelabuhan;
- b. Perlengkapan, meliputi ukuran, kecepatan, dan jumlah dari ketersediaan transportasi umum;
- c. Faktor operasional, meliputi rute yang dijalankan, frekuensi pelayanan, harga yang harus dibayarkan, dan jalan tol;
- d. Peraturan pemerintah, meliputi jangkauan dari kontrol peraturan terhadap pengoperasian transportasi yang mempengaruhi rute dan harga yang dikenakan.

4) Citra destinasi

Citra destinasi berpengaruh dalam pengambilan keputusan wisatawan untuk berkunjung. Citra destinasi tidak selalu melibatkan pengalaman langsung dari wisatawan atau sebuah fakta, melainkan aspek yang bisa mendorong calon wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata dan akhirnya memenuhi ekspektasi pengalaman perjalanan wisatawan itu.

5) Harga untuk wisatawan

Setiap kegiatan wisata mempunyai besaran harga yang harus dibayarkan. Biasanya, setiap objek wisata memiliki rentang harga yang berbeda-beda berdasarkan segmentasi dan permintaan pasar. Perbedaan tersebut menyangkut jenis akomodasi, fasilitas, transportasi, pelayanan yang didapat oleh pengunjung, dan lain-lain.

Pendapat lainnya dikemukakan oleh Cooper, dkk. (dalam Machya, dkk., 2021), yang menyatakan bahwa terdapat 4 (empat) komponen yang harus dimiliki oleh sebuah objek wisata, yaitu *attraction*, *amenity*, *accessibility* dan *ancillary*.

1) *Attraction* (Atraksi)

Atraksi adalah komponen yang penting untuk memikat atensi wisatawan. Suatu daerah bisa dijadikan sebagai tujuan wisata apabila kondisinya mendukung untuk dikembangkan menjadi sebuah atraksi wisata. Modal kepariwisataan merupakan aset yang diperhatikan dalam pengembangan daerah menjadi atraksi wisata. Terdapat tiga jenis modal atraksi yang dapat mendorong keinginan berwisata dari wisatawan, yaitu 1) atraksi alami, 2) atraksi wisata budaya, dan 3) atraksi buatan manusia.

2) *Amenity* (Fasilitas)

Amenity atau amenitas didefinisikan sebagai seluruh kebutuhan wisatawan akan sarana dan prasarana selama berada di kawasan objek wisata. Adapun prasarana yang umum dibutuhkan dalam pembangunan sarana-sarana pariwisata adalah jalan raya, tempat sampah, bandara, pelabuhan, telepon, dan lain sebagainya. Apabila prasarana yang dibangun sudah sesuai kebutuhan maka sarana-sarana pariwisata seperti hotel, atraksi wisata, gedung pertunjukan, dan sebagainya dapat dibangun.

3) *Accessibility* (Aksesibilitas)

Accessibility atau aksesibilitas adalah hal yang fundamental dalam pelaksanaan pariwisata. Seluruh transportasi dan juga jasa transportasi merupakan aspek penting untuk keberlangsungan pariwisata. Akses ini juga dihubungkan dengan transferabilitas, yaitu kemudahan yang dirasakan wisatawan dalam melakukan perpindahan daerah yang satu ke daerah yang lain. Potensi pariwisata di suatu daerah harus didukung juga dengan kondisi aksesibilitas yang memadai. Hal tersebut berguna agar daerah tersebut dapat dikunjungi.

4) *Ancillary* (Pelayanan Tambahan)

Ancillary atau pelayanan tambahan merupakan dukungan yang tersedia dalam kegiatan pariwisata. *Stakeholder* yang menyediakan pelayanan tambahan dalam pelaksanaan kegiatan wisata, antara lain organisasi, pemerintah daerah, dan pengelola objek wisata. Pelayanan yang tersedia meliputi pemasaran, pembangunan fisik (jalan raya, rel kereta, air minum,

listrik, telepon, dan lain-lain), serta pengoordinasian berbagai aktivitas dengan segala peraturan perundang-undangan.

Komponen produk wisata mencakup berbagai faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor. Penelitian ini akan menggunakan dua komponen produk wisata yang dikemukakan oleh Cooper, dkk., yaitu atraksi (*attraction*) dan fasilitas (*amenity*), serta peneliti juga menambahkan satu komponen produk wisata yang dikemukakan oleh Middleton, dkk., yaitu komponen harga untuk wisatawan. Komponen atraksi dipilih karena dalam penelitian ini melihat kondisi atraksi wisata yang ada di Kebun Raya Bogor. Komponen fasilitas dalam penelitian ini dipilih untuk mengkaji pemeliharaan fasilitas di Kebun Raya Bogor, sedangkan komponen harga untuk wisatawan dipilih untuk melihat kesesuaian harga yang telah dibayarkan pengunjung dengan pengalaman yang dirasakan selama berwisata di Kebun Raya Bogor.

1.6 Operasionalisasi Konsep

1.6.1 Penerapan Fungsi Manajemen Pariwisata

Manajemen pariwisata merupakan upaya yang dilakukan oleh pengelola dalam mengatur keberlangsungan objek wisata. Kebun Raya Bogor sebagai salah satu objek wisata alam berbasis konservasi harus dikelola secara khusus sehingga perlu adanya manajemen pariwisata untuk menjaga keberlangsungan objek wisata dan juga menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke objek tersebut. Analisis dalam mengkaji manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor menggunakan teori

fungsi manajemen pariwisata yang dipaparkan Damanik dan Teguh, yaitu fungsi perencanaan, pelaksanaan, serta fungsi *monitoring* dan evaluasi. Kriteria dan sub kriteria untuk mengetahui manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor adalah sebagai berikut:

a) Perencanaan

Perencanaan merupakan tahap yang paling dasar dalam manajemen pariwisata. Sub kriteria yang diamati dalam menganalisis fungsi perencanaan pada manajemen pariwisata Kebun Raya Bogor adalah sebagai berikut:

- 1) Penetapan prosedur pengelolaan pariwisata
- 2) Model pengelolaan pariwisata

b) Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengimplementasikan program pengelolaan pariwisata. Sub kriteria yang diamati dalam menganalisis fungsi pelaksanaan pada manajemen pariwisata Kebun Raya Bogor adalah sebagai berikut:

- 1) Pengembangan atraksi wisata dan fasilitas pariwisata
- 2) Promosi pariwisata

c) *Monitoring* dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi merupakan kegiatan untuk mengawasi dan mengevaluasi kesesuaian manajemen pariwisata yang telah dilaksanakan dengan tujuan yang direncanakan sebelumnya. Sub kriteria yang diamati

dalam menganalisis fungsi *monitoring* dan evaluasi pada manajemen pariwisata Kebun Raya Bogor adalah sebagai berikut:

- 1) Mengidentifikasi hambatan pelaksanaan
- 2) Evaluasi kinerja pegawai

1.6.2 Faktor yang Perlu Diperhatikan dalam Manajemen Pariwisata

Proses manajemen pariwisata dari mulai tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga *monitoring* dan evaluasi perlu memperhatikan berbagai faktor. Analisis dalam mengkaji faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor menggunakan sintesa teori komponen produk wisata dari Cooper, dkk., dan teori komponen produk wisata dari Middleton, dkk. Adapun komponen produk wisata dari Cooper, dkk. yang dipakai dalam penelitian ini, yaitu *attraction* dan *amenity*, sedangkan komponen produk wisata dari teori Middleton, dkk. yang dipakai dalam penelitian ini, yaitu komponen harga untuk wisatawan. Kriteria untuk mengetahui faktor yang perlu diperhatikan dalam manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor adalah sebagai berikut:

- a) *Attraction* (atraksi)
- b) *Amenity* (fasilitas)
- c) Harga untuk wisatawan

1.7 Argumen Penelitian

Kebun raya merupakan tempat konservasi *ex situ* bagi pohon dan tumbuhan yang pada dasarnya dibuka untuk umum sebagai objek wisata. Salah satu kebun

raya yang ada di Indonesia, yaitu Kebun Raya Bogor. Kebun raya tersebut merupakan kebun raya tertua di Asia Tenggara. Kebun Raya Bogor tidak hanya berfungsi sebagai destinasi wisata, melainkan terdapat beberapa fungsi/pilar lainnya, seperti konservasi, penelitian, jasa lingkungan, dan edukasi. Adanya pilar-pilar lain yang perlu diperhatikan, menyebabkan Kebun Raya Bogor perlu dikelola dengan baik dan khusus.

Pengelolaan Kebun Raya Bogor perlu memperhatikan manajemen pariwisata di dalam pelaksanaannya. Manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor dikaji dengan teori fungsi-fungsi manajemen pariwisata dari Damanik dan Teguh, yaitu fungsi perencanaan, pelaksanaan, serta *monitoring* dan evaluasi. Penerapan manajemen pariwisata juga perlu memperhatikan berbagai faktor yang ada. Pengelolaan melalui manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor penting diperhatikan karena pengembangan pariwisata yang dilakukan pengelola Kebun Raya Bogor tidak hanya memikirkan keuntungan dari sisi ekonomi saja, melainkan perlu juga melihat implikasi dari pengembangan wisata tersebut bagi keberlangsungan konservasi pohon dan tumbuhan di sana.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Bogdan dan Taylor (dalam Prastowo, 2011: 22) berpendapat bahwa metodologi kualitatif merupakan sebuah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif kualitatif berupa tulisan atau lisan dari orang-orang dan perilaku

yang diteliti. Salim (dalam Prastowo, 2011: 23) menyatakan bahwa penggunaan dan pengumpulan beragam data empiris dilibatkan dalam penelitian kualitatif untuk menceritakan fenomena rutin dan problematis, serta bermakna dalam kehidupan individual dan kolektif. Metode penelitian kualitatif dipilih karena penelitian ini berusaha menggambarkan fenomena secara mendalam mengenai manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor.

1.8.2 Situs Penelitian

Situs penelitian merupakan lokasi penelitian dilaksanakan. Fokus dari penelitian ini adalah **Manajemen Pariwisata Kebun Raya Bogor sebagai Objek Wisata Berbasis Konservasi** sehingga lokus/tempat penelitian yang diambil adalah Kebun Raya Bogor. Lokasi penelitian yang berada di Kebun Raya Bogor dipilih karena kebun raya tersebut merupakan kebun raya terbesar dan tertua di Asia Tenggara, serta terdapat permasalahan mengenai penerapan fungsi manajemen pariwisata di kebun raya tersebut.

1.8.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian atau informan merupakan individu atau kelompok yang diharapkan peneliti bisa menjelaskan pengetahuan mereka terkait segala sesuatu yang berkaitan dengan fenomena atau kasus yang diteliti. Proses penentuan subjek penelitian, mengharuskan peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan mengelompokkan informan menurut kriteria yang telah dipilih sebelumnya yang relevan dengan pertanyaan penelitian tertentu (Mack, dkk., 2005). Kemudian, terdapat juga subjek penelitian yang dipilih

menggunakan teknik *accidental sampling*. Sugiyono (2012: 85) menjelaskan teknik *accidental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Pada penelitian ini, subjek penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. *General Manager* Kebun Raya Bogor (*purposive sampling*)
2. Humas Kebun Raya Bogor (*purposive sampling*)
3. Ahli Pengelolaan Sumber daya Alam dan Lingkungan (*purposive sampling*)
4. Pengunjung Kebun Raya Bogor (*accidental sampling*)

Pihak-pihak yang menjadi informan dalam penelitian ini berjumlah 6 informan yang terdiri dari 3 unsur, yaitu pengelola Kebun Raya Bogor, akademisi/ahli lingkungan, dan pengunjung Kebun Raya Bogor. Informan yang dipilih dari pengelola Kebun Raya Bogor sejumlah 2 informan, yaitu *General Manager* Kebun Raya Bogor dan Humas Kebun Raya Bogor. Informan yang dipilih dari ahli lingkungan sejumlah 1 informan, yaitu ahli lingkungan yang memiliki kompetensi dalam Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan. Informan yang dipilih dari pengunjung Kebun Raya Bogor sejumlah 3 informan.

Pihak pengelola Kebun Raya Bogor dipilih menjadi informan dalam penelitian ini karena mereka yang menjadi pelaksana manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor. Ahli lingkungan dipilih menjadi informan karena memiliki kompetensi dalam pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan, dalam hal ini

Kebun Raya Bogor merupakan objek wisata alam yang perlu dikelola secara khusus. Informan lainnya dalam penelitian ini, yaitu pengunjung Kebun Raya Bogor. Informan ini dipilih karena pengunjung merupakan sasaran dari hasil manajemen pariwisata yang dilakukan oleh pengelola Kebun Raya Bogor.

1.8.4 Jenis Data

Jenis data penelitian kualitatif yang dilakukan di Kebun Raya Bogor ini adalah data yang bukan berupa angka-angka, melainkan berupa kata atau frasa-frasa atau pernyataan yang dapat menjelaskan situasi atau fenomena yang ditemui dalam penelitian. Data kualitatif pada penelitian ini berupa penjabaran wawancara dari para informan, penjelasan dengan kata-kata terkait hasil observasi di lapangan, dan penambahan deskripsi dan analisis berupa dokumentasi yang relevan dengan fenomena penelitian. Data yang ditemukan juga diberikan penjelasan mengenai waktu yang melatarbelakangi peristiwa.

1.8.5 Sumber Data

Berdasarkan pernyataan dari Lofland dan Lofland (dalam Moeloeng, 2012: 157) sumber data pada penelitian kualitatif biasanya berasal dari kata-kata verbal maupun aktivitas yang ditemukan di lapangan, selain itu data-data juga dapat berasal dari naskah tertulis lainnya. Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil

wawancara terhadap para informan, yaitu *General Manager* Kebun Raya Bogor, Humas Kebun Raya Bogor, Ahli Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan, serta pengunjung Kebun Raya Bogor. Data primer juga diperoleh melalui hasil observasi di Kebun Raya Bogor.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak diperoleh secara langsung dari sumber lain sebagai data penunjang bagi data primer. Data sekunder dalam penelitian ini, yaitu buku, jurnal penelitian terdahulu, artikel berita, regulasi, dokumen resmi, dan situs dari internet yang berkaitan dengan penelitian manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor.

1.8.6 Teknik Pengumpulan Data

Proses mendapatkan data penelitian memerlukan beberapa teknik pengumpulan data agar data yang didapatkan dapat sesuai dengan fenomena yang diteliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan untuk mencari jawaban atas permasalahan yang diteliti secara lebih mendalam dari informan yang terpercaya (Sugiyono, 2012: 137). Wawancara pada penelitian ini dilakukan terhadap para informan yang telah ditentukan melalui teknik *purposive sampling* dan juga informan yang dipilih secara kebetulan atau biasa disebut sebagai teknik *accidental sampling*. Wawancara terhadap informan yang telah ditentukan (secara

purposive sampling), yaitu dilakukan terhadap *General Manager* Kebun Raya Bogor, Humas Kebun Raya Bogor, dan juga Ahli Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan. Informan lainnya, yaitu pengunjung Kebun Raya Bogor diwawancara melalui pemilihan *accidental sampling*. Cara dalam memilih pengunjung yang menjadi informan penelitian, yaitu pengunjung Kebun Raya Bogor yang secara kebetulan berpapasan dengan peneliti ditanyakan kesediaan waktu mereka untuk menjadi informan dalam penelitian manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor.

2. Observasi

Sutrisno Hadi (dalam Sugiyono, 2012: 145) mendefinisikan observasi sebagai proses kompleks yang terdiri dari kegiatan pengamatan dan ingatan. Observasi dalam penelitian ini, yaitu observasi non-partisipan karena peneliti hanya sebagai pengamat yang tidak secara langsung terlibat dalam aktivitas subjek yang diamati. Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara langsung di Kebun Raya Bogor. Observasi dalam penelitian ini meliputi pengamatan terhadap kondisi pohon dan tumbuhan, kondisi atraksi wisata, serta kondisi fasilitas yang ada di Kebun Raya Bogor.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data melalui hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, dan sebagainya (Arikunto, 2014: 274). Penelitian ini menggunakan dokumentasi berupa buku, jurnal penelitian terdahulu, artikel berita,

regulasi, dokumen resmi, dan situs dari internet yang berkaitan dengan penelitian manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor.

1.8.7 Analisis dan Interpretasi Data

Bogdan (dalam Sugiyono, 2016: 88) mengemukakan bahwa analisis data kualitatif merupakan proses mencari dan menyusun data yang didapatkan dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya secara sistematis sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya mampu diinformasikan pada orang lain. Terdapat tiga tahapan analisis data berdasarkan pendapat Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2016: 92), yaitu sebagai berikut:

- 1. Reduksi data**, didefinisikan sebagai proses menyederhanakan data mentah/kasar yang didapat dari catatan-catatan hasil pengumpulan data di lapangan.
- 2. Penyajian data**, data yang telah dikumpulkan dari lapangan, disajikan secara tertulis berdasarkan kondisi aktual yang berkaitan.
- 3. Penarikan kesimpulan**, merupakan langkah terakhir dalam analisis data kualitatif.

Langkah awal analisis data dalam penelitian ini, yaitu dengan mengumpulkan data melalui wawancara dengan para informan (pengelola Kebun Raya Bogor, ahli lingkungan, dan pengunjung Kebun Raya Bogor), observasi di Kebun Raya Bogor, dan pengkajian dokumen-dokumen yang relevan dengan fenomena penelitian (jurnal penelitian terdahulu, artikel berita, dan dokumen resmi dari *website* instansi pemerintahan). Data yang telah didapatkan tersebut

kemudian dianalisis menggunakan teori yang ada di dalam kerangka teori penelitian sehingga dapat diperoleh hasil dan pembahasan terkait permasalahan yang diteliti, kemudian dapat ditarik kesimpulan dari seluruh hasil dan pembahasan penelitian.

1.8.8 Kualitas Data

Salah satu teknik yang digunakan untuk menentukan kebenaran data dalam penelitian di lapangan, yaitu dengan teknik triangulasi. Teknik tersebut meninjau hal dari berbagai sudut pandang menggunakan berbagai sumber data dan berbagai metode pengumpulan data. Terdapat tiga jenis teknik triangulasi meliputi triangulasi sumber, teknis, dan waktu (Sugiyono, 2012: 274):

- 1. Triangulasi sumber**, digunakan dalam menguji kebenaran data yang diujikan melalui pemeriksaan data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.
- 2. Triangulasi teknik**, digunakan untuk menguji kebenaran data melalui pemeriksaan data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.
- 3. Triangulasi waktu**, digunakan untuk menguji keabsahan data yang diperoleh dalam waktu yang berbeda. Hal ini dilakukan karena waktu dapat mempengaruhi kredibilitas data.

Berdasarkan uraian tersebut, teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber digunakan melalui pengajuan pertanyaan yang sama kepada informan yang berbeda, yaitu *General Manager* Kebun Raya Bogor, *Humas* Kebun Raya Bogor,

Ahli Pengelolaan Sumber daya Alam dan Lingkungan, serta pengunjung Kebun Raya Bogor. Triangulasi teknik digunakan melalui pengecekan data dengan teknik yang berbeda, yaitu melalui wawancara dengan para informan, observasi di Kebun Raya Bogor, dan penelusuran dokumentasi yang relevan dengan penelitian manajemen pariwisata di Kebun Raya Bogor.