



Volume X, Nomor 2, Mei 2016

ISSN 1978-1474

ANALISIS EKONOMI UTAMA

UTAMA

JURNAL EKONOMI KEUANGAN DAN MANAJEMEN

**PENGARUH PENGALAMAN KERJA DAN DIKLAT TERHADAP KINERJA
DOSEN UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA**

M.Asbullah

**PENERAPAN ETIKA BISNIS TERHADAP KELAYAKAN DAN KEAMANAN
AIR MINUM ISI ULANG DI KABUPATEN BOGOR**

Imelda Barus

**PERAN PENTING ETIKA BISNIS BAGI PERUSAHAAN-PERUSAHAAN
INDONESIA DALAM BERSAING DI ERA MASYARAKAT EKONOMI ASEAN**

Jeffry H. Sinaulan

**PERAN AUDIT INTERNAL DALAM PENUNJANG EFEKTIVITAS FUNGSI
KEPEGAWAIAN PADA DINAS SOSIAL KOTA BEKASI**

Hj. Misrofingah

KOMPUTER DALAM LOGIKA MANUAL Mencari Hari

Mustaqim

**EFEKTIFITAS PENDIDIKAN DAN PELATIHAN UNTUK MENINGKATKAN
PRODUKTIVITAS KARYAWAN PT. INDOGRAVURE**

Sentosa Bangun

PENGLOLAHAN MODAL KERJA DALAM KEGIATAN BISNIS

Sri Sugiarti

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KERJA
TERHADAP KINERJA KARYAWAN PUSAT PENDIDIKAN KOMPUTER
AKUNTANSI FIRAGO COLLEGE CENTRE DI JAKARTA**

Yoga Fortuna

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN
WISATA DKI JAKARTA**

Nurlela Ginting

ALAMAT REDAKSI:

LPPM Universitas Tama Jagakarsa

Jl. Letjen T.B. Simatupang No. 152, Tanjung Barat, Jakarta Selatan 12530

Telp.(021) 7890965-66

Fx.(021) 7890966, Email : info@jagakarsa.ac.id

lppm_utama@yahoo.com

Website : <http://www.jagakarsa.ac.id>

Volume X, Nomor 2, Mei 2016

ISSN 1978-1474

ANALISIS EKONOMI UTAMA

Pelindung:

Rektor

Universitas Tama Jagakarsa (UTAMA)

Penanggung jawab:

Dekan Fakultas Ekonomi

DEWAN REDAKSI

Ketua Dewan Redaksi:

Ketua LPPM UTAMA

Wakil Ketua Dewan Redaksi:

Wakil Ketua LPPM UTAMA

Anggota Dewan Redaksi:

Dr. H.M. Noor Sembiring, S.E., M.M

Dr. H. Rahmat Sembiring, S.E, M.M

Dr. H. M. R. Ulung Sembiring S.E., M.M.

Budi Akhmad Tarigan, S.E., M.M (UTAMA)

Dr. F.X.Soewarto ,S.E, M.S (Univ. Atmajaya Yogyakarta)

Dr. Wilson Bangun, M.M (Univ. Maranatha Bandung)

Dr. Agus Zainul Arifin, M.Sc (UNTAR)

Prof. Dr. J.H. Sinaulan, S.E, S.H (UTAMA)

Prof. Drs. NFH Ginting, S.H, M.M

Dr. Firmanta Sebayang, S.E, M.M

Redaksi Pelaksana:

H. Hamidullah Mahmud, Lc, MA

Wati Rosmawati, S.E., M.M.

Budi Akhmad Tarigan, S.E., M.M

Yoga Fortuna, S.E, M.M

Swasta Bangun, S.E., M.M.

Penerbit:

Universitas Tama Jagakarsa (UTAMA)

Alamat Redaksi:

LPPM Universitas Tama Jagakarsa

Jl. Letjen T.B. Simatupang No. 152, Tanjung Barat, Jakarta Selatan 12530

Telp.(021) 7890965-66

Fx.(021) 7890966, Email : info@jagakarsa.ac.id

Website : <http://www.jagakarsa.ac.id>



Volume VII, Nomor 2, Mei 2016

ISSN 1978-1474

ANALISIS EKONOMI UTAMA

JURNAL EKONOMI KEUANGAN DAN MANAJEMEN

**PENGARUH PENGALAMAN KERJA DAN DIKLAT TERHADAP KINERJA DOSEN
UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA**

M.Asbullah.....1 - 8

**PENERAPAN ETIKA BISNIS TERHADAP KELAYAKAN DAN KEAMANAN
AIR MINUM ISI ULANG DI KABUPATEN BOGOR**

Imelda Baru 9 - 18

**PERAN PENTING ETIKA BISNIS BAGI PERUSAHAAN-PERUSAHAAN INDONESIA
DALAM BERSAING DI ERA MASYARAKAT EKONOMI ASEAN**

Jeffry H. Sinaulan..... 19 - 32

**PERAN AUDIT INTERNAL DALAM PENUNJANG EFEKTIVITAS FUNGSI
KEPEGAWAIAN PADA DINAS SOSIAL KOTA BEKASI**

Hj. Misrofingah..... 33 - 46

KOMPUTER DALAM LOGIKA MANUAL Mencari Hari

Mustaqim..... 47 - 56

**EFEKTIFITAS PENDIDIKAN DAN PELATIHAN UNTUK MENINGKATKAN
PRODUKTIVITAS KARYAWAN PT. INDOGRAVURE**

Sentosa Bangun..... 57 - 68

PENGLOLAHAN MODAL KERJA DALAM KEGIATAN BISNIS

Sri Sugiarti.....69 - 80

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KERJA TERHADAP
KINERJA KARYAWAN PUSAT PENDIDIKAN KOMPUTER AKUNTANSI FIRAGO
COLLEGE CENTRE DI JAKARTA**

Yoga Fortuna.....81 - 88

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATA
DKI JAKARTA**

Nurlela Ginting.....89- 98

ALAMAT REDAKSI:

LPPM Universitas Tama Jagakarsa
Jl. Letjen T.B. Simatupang No. 152, Tanjung Barat, Jakarta Selatan 12530
Telp.(021) 7890965-66
Fx.(021) 7890966, Email : info@jagakarsa.ac.id
Website : <http://www.jagakarsa.ac.id>

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATA DKI JAKARTA

Oleh :
Nurlela Ginting

Abstrak

Promotion Jakarta tourism must be improved, both promotion pattern and target market targeted as many pockets of tourists who visited Jakarta. Motivation tourists for a tour of history or other tourist activities higher as a result of the proliferation of travel information through print and electronic media.

Keywords : Promotion, tourism, travel information, and electronic media

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kota Jakarta membuka pintu seluas-luasnya untuk menyambut kedatangan wisman. Jakarta sebagai ibukota negara tentunya selalu merevitalisasi diri untuk kunjungan wisman karena kedatangan mereka membawa dampak ganda dan dampak bergulir. Pertumbuhan pariwisata di Jakarta pun berfluktuasi, paska tragedi Bom Kuningan tahun 2009, kunjungan wisatawan mancanegara menunjukkan penurunan tajam dari tahun sebelumnya. Pemerintah Provinsi DKI Jakarta beserta para pelaku usaha pariwisata Jakarta giat melakukan upaya untuk mengatasi hal ini. Pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Jakarta dari bulan Juni 2014 bila dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2013 mengalami minus 2,63%. Hal ini rupanya disebabkan karena pertumbuhan jumlah kunjungan wisman ke Jakarta pada bulan Maret, April dan Mei 2014 cukup meningkat. Sebagai destinasi wisata perkotaan, kegiatan pariwisata di Jakarta sudah dirasakan manfaat ekonomi bagi seluruh pemangku kepentingan masyarakat, swasta dan pemerintah menjadikan kepariwisataan sebagai tumpuan pendapatan sehingga

dibutuhkan satu kebijakan pengembangan pariwisata yang menyentuh seluruh aspek kepariwisataan Jakarta. Data kepariwisataan tahun 2015 diterbitkan sebagai bahan pertimbangan pembuatan keputusan dan analisis kebijakan pembangunan pariwisata di Jakarta. Validasi data kepariwisataan Jakarta tahun 2015 merupakan akumulasi data bulan Januari sampai dengan bulan Desember 2015. Melalui pengumpulan data ini dapat digambarkan kecenderungan perkembangan pariwisata Jakarta.

B. Rumusan Masalah

1. Diwujudkannya data dan informasi yang dibutuhkan oleh pelaku pariwisata (*stakeholders*), kalangan akademisi dan masyarakat umum lainnya yang memerlukan.
2. Disediaknya informasi tentang produk/pelayanan wisata dan pasar wisata Jakarta yang berguna untuk strategi pemasaran pariwisata Jakarta.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya kegiatan validasi data kepariwisataan ini adalah menyediakan data kepariwisataan Jakarta yang diolah dan disajikan

dalam data periode Januari sampai dengan bulan Desember 2015 sehingga posisi kepariwisataan Jakarta dapat dilihat sesuai dengan kondisi aktualnya.

D. Metode Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data primer yang telah dilakukan dengan mendatangi langsung Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta yang menjadi objek penelitian melalui dua cara yaitu :

1. Wawancara (*Interview*)
Yaitu wawancara yang dilakukan dengan Dinas dan Kebudayaan DKI Jakarta yang pelaksanaannya disesuaikan dengan pokok pembahasan penelitian ini.
2. Pengamatan (*Observasi*)
Meninjau secara langsung terhadap laporan di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta.

Pengumpulan data, pengolahan data, analisis data. Pengumpulan data B.

Daya Tarik Wisata di Jakarta
Sebagai ibukota negara, Jakarta memiliki nilai sejarah dan budaya yang sangat penting bagi perjalanan sejarah negara Indonesia. Daya tarik wisata di Jakarta memiliki beragam karakteristik dan keunikan tersendiri, yang terdiri dari daya tarik wisata bahari, sejarah, budaya, religi, rekreasi dan hiburan, kuliner, olahraga dan kebugaran.

1. Kota Administrasi Jakarta Selatan

Selain sebagai wilayah dengan jasa usaha pelayanan makanan dan minuman terbanyak, Jakarta Selatan juga merupakan wilayah dengan daya tarik wisata dan pusat belanja terbanyak di Provinsi DKI Jakarta yaitu terdapat 35 lokasi, di mana

74,28% (26 lokasi) merupakan pusat belanja dan kuliner (ITC dan Mall). Dengan banyaknya hotel yang tersedia baik bintang maupun non bintang yang berlokasi di Jakarta Selatan, maka wisatawan yang berwisata di Jakarta memiliki banyak motivasi dan kesempatan berwisata belanja dan menikmati kuliner di wilayah tempat mereka menginap. Taman Margasatwa Ragunan yang terdapat di wilayah Jakarta Selatan merupakan daya tarik wisata dengan jumlah pengunjung terbanyak ketiga di Provinsi DKI Jakarta yaitu 4.090.567 orang berdasarkan data tahun 2015 (Januari – Desember). Daya tarik wisata dengan produk unggulan Taman Rekreasi, Kebon Binatang (270 jenis satwa jumlah 3.500) dan Atraksi (pentas satwa) didirikan tahun 1864 di Cikini kemudian dipindah ke kawasan Ragunan Jakarta Selatan. kepariwisataan ini merupakan hasil kerjasama dengan Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia dan BPS Provinsi DKI Jakarta, Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, Kantor Imigrasi Bandara Internasional Soekarno-Hatta, Pelabuhan Tanjung Priok, dan Bandara Udara Halim Perdana Kusuma, asosiasi pelaku industri pariwisata, komunitas dan pemerhati budaya Jakarta (Betawi), instansi pemerintah lainnya serta pengelola daya tarik wisata yang berada di Provinsi DKI Jakarta.

II. Pembahasan

A. Kegiatan Pemasaran Pariwisata Jakarta

Kegiatan pemasaran pariwisata merupakan kegiatan penting dalam meningkatkan industri kepariwisataan

melalui peningkatan jumlah wisatawan dan peningkatan kualitas dan

kunjungan ke Daya Tarik Wisata (DTW) di Jakarta. Pada tahun sebelumnya dilakukan promosi aktif pada pameran pariwisata reguler baik tingkat nasional maupun internasional.

B. Daya Tarik Wisata di Jakarta

Sebagai ibukota negara, Jakarta memiliki nilai sejarah dan budaya yang sangat penting bagi perjalanan sejarah negara Indonesia. Daya tarik wisata di Jakarta memiliki beragam karakteristik dan keunikan tersendiri, yang terdiri dari daya tarik wisata bahari, sejarah, budaya, religi, rekreasi dan hiburan, kuliner, olahraga dan kebugaran.

1. Kota Administrasi Jakarta Selatan

Selain sebagai wilayah dengan jasa usaha pelayanan makanan dan minuman terbanyak, Jakarta Selatan juga merupakan wilayah dengan daya tarik wisata dan pusat belanja terbanyak di Provinsi DKI Jakarta yaitu terdapat 35 lokasi, di mana 74,28% (26 lokasi) merupakan pusat belanja dan kuliner (ITC dan Mall). Dengan banyaknya hotel yang tersedia baik bintang maupun non bintang yang berlokasi di Jakarta Selatan, maka wisatawan yang berwisata di Jakarta memiliki banyak motivasi dan kesempatan berwisata belanja dan menikmati kuliner di wilayah tempat mereka menginap. Taman Margasatwa Ragunan yang terdapat di wilayah Jakarta Selatan merupakan daya tarik wisata dengan jumlah pengunjung terbanyak ketiga di Provinsi DKI Jakarta yaitu 4.090.567 orang berdasarkan data tahun 2015 (Januari – Desember). Daya tarik wisata dengan produk unggulan Taman Rekreasi, Kebon Binatang (270 jenis satwa jumlah 3.500) dan Atraksi (pentas satwa) didirikan tahun 1864 di Cikini

Adapun kegiatan promosi yang dilakukan pada tahun 2015 terlihat pada Tabel 1, berikut :

kemudian dipindah ke kawasan Ragunan Jakarta Selatan.

2. Kota Administrasi Jakarta Timur

Wilayah Jakarta Timur memiliki 35 daya tarik wisata, di mana 8 lokasi merupakan pusat belanja, 8 daya tarik wisata pendidikan dan sejarah, serta memiliki 1 daya tarik wisata minat khusus yaitu Pacuan Kuda Pulomas. Pacuan kuda ini masih perlu ditingkatkan kualitasnya dan perlu untuk diadakan event-event pacuan kuda untuk meningkatkan minat generasi muda terhadap olahraga berkuda. Pada wilayah ini, daya tarik wisata yang paling memiliki daya tarik bagi wisatawan adalah daya tarik wisata Taman Mini Indonesia Indah (TMII) yang merupakan miniatur Indonesia (Indonesia Mini) dengan jumlah pengunjung sebanyak 5.186.465 orang, kondisi menurun dibandingkan tahun 2014 dengan kunjungan sebanyak 5.298.719 orang, namun demikian masih tetap menduduki posisi kedua daya tarik wisata terbanyak setelah Ancol. Di dalam kawasan wisata Taman Mini Indonesia Indah selain terdapat rumah adat dari 33 provinsi provinsi di Indonesia, berbagai museum juga melengkapi informasi tentang transportasi, keprajuritan, flora fauna dan lain-lain.

3. Kota Administrasi Jakarta Utara

Berdasarkan jenis daya tarik wisata, wilayah ini memiliki jenis daya tarik wisata yang paling variatif. Dari 20 daya tarik wisata yang ada terdiri dari

Wisata Pendidikan, Wisata Sejarah dan Budaya, Wisata Religi. Wisata Bahari, Wisata Rekreasi dan Hiburan, Wisata Alam, Wisata Belanja dan Kuliner. Keragaman ini tentu menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang datang ke Jakarta Utara baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Hal ini diperkuat dengan dipublikasikannya 12 jalur wisata pesisir utara yang terdiri dari daya tarik wisata, taman suaka margasatwa Muara Angke, pasar ikan Muara Angke, kawasan Sunda Kelapa, Jakarta Islamic Center, Sentra Belanja Mangga Dua, Taman Impian Jaya Ancol, Bantera Jaya Ancol, Kampung Tugu, Kampung Marunda, dan Rumah Si Pitung, Sentra Belanja dan Kuliner Kelapa Gading. Taman Impian Jaya Ancol (TIJA Ancol) sebagai Theme Park untuk rekreasi hiburan yang besar di daerah utara Jakarta, menjadi daya tarik wisata terfavorit bagi wisatawan nusantara. Jumlah pengunjung/wisata nusantara yang mengunjungi Ancol pada tahun 2015 yaitu 21.354.785 orang (Januari-Desember), dan merupakan pengunjung terbesar dibandingkan daya tarik wisata lain di DKI Jakarta.

4. Kota Administrasi Jakarta Barat Wilayah barat Jakarta ini memiliki 22 daya tarik wisata yang terdiri dari Wisata Religi (5), Wisata Belanja (7) dan sebanyak 10 lokasi yang merupakan daya tarik wisata sejarah dan pendidikan. Di wilayah Jakarta Barat memiliki daya tarik wisata Jembatan Kota Intan dan Museum Bahari yang memberikan gambaran Jakarta sebagai pelabuhan besar dan memiliki kanal-kanal yang menghubungkan laut dengan sungai di Jakarta. Dalam wilayah Jakarta Barat memiliki museum sejarah Jakarta dengan jumlah pengunjung terbanyak

keempat di Provinsi Jakarta sebanyak 437.040 orang. Kunjungan ke Museum Sejarah Jakarta mengalami penurunan dibandingkan tahun 2014 sebanyak 448.501 orang. Daya tarik wisata Museum Sejarah yang terletak di Jalan Taman Fatahilah, merupakan wisata sejarah budaya dan wisata pendidikan. Tingginya minat wisatawan untuk melakukan wisata baik dalam komunitas sejarah, Sahabat Museum yang sering melakukan kegiatan wisata hingga saat ini minat pengunjung ke kawasan Kota Tua semakin tinggi. Dalam perkembangannya kawasan wisata kota tua semakin ramai dikunjungi wisatawan dan masyarakat Jakarta, di satu sisi kondisi ini menggembirakan namun dampak dari banyaknya pengunjung juga mengakibatkan semrawutnya kawasan dengan pedagang kaki lima dan asongan.

5. Kota Administrasi Jakarta Pusat

Wilayah ini memiliki 42 daya tarik wisata (wilayah dengan daya tarik wisata terbanyak), salah satu andalan daya tarik wisata di Provinsi DKI Jakarta dan menjadi kebanggaan yaitu Monumen Nasional (MONAS). Daya tarik wisata dikunjungi sebanyak 1.156.153 orang meningkat 17,33% dibandingkan kunjungan tahun 2014 sebanyak 1.253.266 pengunjung. Jakarta Pusat merupakan saksi sejarah perjuangan Kemerdekaan Republik Indonesia, antara lain Museum Joang '45, Museum Kebangkitan Nasional, Museum Perumusan Naskah Proklamasi, Museum Sumpah Pemuda, Monumen Proklamasi. Keberadaan daya tarik wisata tersebut hendaknya lebih sering disosialisasikan pada generasi muda tidak saja melalui program Wajib Kunjung Museum tetapi juga melalui event yang

melibatkan generasi muda dan dengan media peliputan yang intensitas tinggi.

6. Kota Administrasi Kepulauan Seribu

Kepulauan seribu merupakan gugusan pulau terbentang di perairan Teluk Jakarta yang terdiri dari pulau besar dan kecil berjumlah sekitar 110 pulau. Pulau-pulau tersebut terbagi atas pulau wisata, konservasi sejarah dan pemukiman sesuai karakteristik. Kepulauan seribu merupakan wilayah Kabupaten Administrasi dengan luas wilayah mencapai 11,81 km² yang terbentang dari pantai utara Jakarta hingga 100 mil laut ke arah utara. Dibutuhkan waktu tempuh berkisar 20 menit ke pulau terdekat hingga 3 jam untuk mencapai pulau terjauh. Secara umum keadaan laut di wilayah Kepulauan Seribu memiliki kedalaman 0-40 m, dan ada dua tempat yang memiliki kedalaman lebih dari 40 m yaitu di sekitar Pulau Payung dan Pulau Pari. Cuaca baik di Kepulauan Seribu sekitar bulan-bulan Maret, April sampai Mei. Curah hujan tertinggi terjadi di bulan Januari, dan bulan kering di bulan Juni sampai September. Ada dua angin musim yang dominan di Kepulauan Seribu yaitu angin musim barat disertai hujan lebat dan angin musim timur yang kering. Data kunjungan wisatawan ke Kepulauan Seribu berikut data daya tarik wisata di beberapa pulau di Kepulauan Seribu, begitu pula dengan data daya tarik wisata di lima wilayah Kota Administrasi di Provinsi DKI Jakarta. Dengan perkembangan teknologi informasi dan gencarnya program televisi tentang kegiatan wisata maka semakin marak kegiatan wisata yang dilakukan oleh masyarakat Jakarta baik di dalam kota maupun hingga ke Kepulauan Seribu, begitu juga dengan kunjungan dari wisatawan

nusantara. Selain itu generasi muda saat ini mulai banyak yang tertarik untuk mengunjungi dan mempelajari sejarah kota Jakarta tidak saja di sekitar kawasan Kota Tua namun hingga potensi wisata sejarah di Kepulauan Seribu antara lain di Pulau Onrust, Kelor, Pula Cipir dan Pulau Bidadari. Pengaruh jejaring sosial seperti twitter, facebook, friendster juga memotivasi wisatawan untuk saling memberikan informasi mengenai layak tidaknya suatu daya tarik wisata dikunjungi, Trend pariwisata dunia yang lebih mengarah kepada “green tourism” dan “eco tourism” juga berdampak positif bagi wisatawan produktif/muda untuk wisata petualangan. Selain itu muncul pula trend wisata dalam kemasan paket wisata seperti “dark tourism” yang artinya wisata untuk mengunjungi daya tarik wisata atau daerah yang pernah mengalami kekelaman atau keharuan yang dalam seperti; penjara bawah tanah di Museum Sejarah Jakarta, Lubang Buaya dan sebagainya. Hal yang masih menjadi perdebatan baru untuk kemasan paket wisata di Jakarta adalah dengan munculnya istilah Jakarta Hidden Tour yang awalnya merupakan perjalanan yang dikemas oleh LSM Lingkungan dengan mengunjungi tempat kumuh di Jakarta dan kemudian peserta tour memberikan kontribusi kepada daerah yang dikunjungi untuk membantu perbaikan fasilitas dan sebagainya. Di satu sisi kemasan paket wisata ini memiliki nilai positif untuk membantu masyarakat miskin, namun hal ini bisa dikatakan bukan kegiatan wisata.

Motivasi wisatawan nusantara Indonesia untuk berwisata sejarah ataupun kegiatan wisata lain semakin tinggi sebagai dampak dari maraknya informasi wisata melalui media cetak

dan elektronik seperti program televisi jalan-jalan, petualangan si bolang, mincing mania, petualangan si panji, celebrity on vocation, wisata kuliner mak nyuss, dan lain-lain ikut mendongkrak keinginan tahanan masyarakat Indonesia untuk berwisata ke pulau Tidung, Pramuka dan Untung Jawa. Selain itu munculnya komunitas

baru baik yang secara langsung berhubungan dengan kegiatan wisata maupun tidak yang sering melakukan perjalanan wisata dalam group juga semakin menambah motivasi wisatawan berwisata. Hal ini juga dikarenakan semakin terjangkau biaya tiket perjalanan darat, laut dan bahkan tiket pesawat udara.

Tabel 1
Kegiatan Promosi DKI Jakarta Tahun 2015

No	Kegiatan	Waktu	Tempat
1.	<i>Internationale Tourismus Borse (ITB)</i>	9 – 13 Maret	Berlin, Jerman
2.	Pasar Malam Indonesia	30 Maret – 5 April	Den Haag, Belanda
3.	Jakarta <i>Tourism Expo</i> Semarang	38 April – 1 Mei	Semarang, Jateng
4.	<i>Incentive Meeting Exhibition (IMEX)</i>	22 – 26 Mei	Frankfurt, Jerman
5.	Jakarta <i>Tourism Expo</i> Surabaya	26 – 29 Mei	Surabaya
6.	Jakarta Berlin <i>Arts Festival</i>	24 Juni – 1 Juli	Berlin, Jerman
7.	Jakarta <i>Tourism Expo</i> Medan	21 – 24 Juli	Medan, Sumatera Utara
8.	The 5 th <i>Tourism Promotion Organization (TPO) General Assembly</i>	5-7 September	Dalian, China
9.	<i>Pacific Asia Tourism Association (PATA) Travel Mart</i>	6-9 September	New Delhi, India
10.	Festival Indonesia Melbourne	8-12 September	Melbourne, Australia
11.	<i>Roadshow</i> China	15-25 September	Guangzhou, Chongqing, Beijing, China
12.	<i>Event</i> The 2 nd Celebes Fair	28 September- 2 Oktober	Makassar, Sulawesi Selatan
13.	The 10 th <i>Council Promotion for Tourism in Asia (CPTA) Meeting</i>	13-15 Oktober	Jakarta, Indonesia
14.	<i>Event</i> The 7 th <i>International Sumatera Expo 2015</i>	21-24 Oktober	Kepulauan Riau Batam
15.	<i>The 50th International Congress and Convention Association (ICCA)</i>	21-26 Oktober	Leipzig, Jerman
16.	<i>Roadshow</i> Timur Tengah	16-26 Oktober	Kuwait, Jordania, Iran
17.	<i>Event</i> 3 rd <i>Nusantara Tourism and Craft Expo.</i>	11-13 November	Bali

18.	<i>International Golf Travel Market (IGTM)</i>	14-17 November	Belek, Antalya, Turki
19.	Program <i>Familiarization Trip</i>	Januari-Desember	Jakarta
20.	Penayangan Iklan Media Elektronik	Oktober-November	Asia Pasifik, Timur Tengah

Sumber : Bidang Promosi, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jakarta

C. Pusat Informasi Pariwisata Jakarta

Upaya untuk memberikan pelayanan informasi pariwisata Jakarta dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jakarta dengan membuka tiga kantor pelayanan informasi yaitu (tabel 2). Informasi tentang Jakarta juga dapat didapatkan melalui situs internet (*online marketing*) yang dapat diakses masyarakat luar negeri dan Indonesia dengan alamat website www.jakarta-tourism.go.id Situs pariwisata Jakarta memberikan informasi penting yang dibutuhkan oleh wisatawan mancanegara dan nusantara termasuk informasi valuta asing. Situs tersebut juga sudah terhubung dengan beragam situs yang dapat memberikan informasi seputar kepariwisataan Jakarta seperti :

- a. Informasi terkait dengan kebijakan kepariwisataan terbaru di Jakarta
- b. Informasi tentang instansi-instansi kepariwisataan terkait seperti kantor-kantor dinas pariwisata di daerah-daerah lain.
- c. Informasi tentang asosiasi pelaku industri pariwisata Jakarta dan organisasi pariwisata internasional.
- d. Informasi tentang penerbangan, destinasi dan event-event di Jakarta.

Selain informasi melalui internet ataupun dari tiga lokasi *Tourist Information Center*, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jakarta juga memberikan pelayanan informasi pariwisata dengan info box (*sistem touch screen information*) di beberapa lokasi antara lain (Tabel 3)

Tabel 2 Tiga Kantor Pelayanan Informasi

No	Nama	Lokasi	Telp.
1	Pusat Pelayanan Informasi Bandara Soekarno-Hatta	Terminal kedatangan terminal 2	021-5507088
2	Pusat Pelayanan Informasi Jakarta Teater	Gedung Jakarta Theatre Lantai Dasar MH. Thamrin No. 9	021-3161293 021-3142067
3	Tourist Information Center	Jl. Raya Kuta No. 2 Bali	0361-76658

Sumber : UPT. Pengembangan dan Pelayanan Informasi Pariwisata

Tabel 3. Tourist Information Center

No	Lokasi	Alamat
1.	Museum Sejarah Jakarta	Jl. Taman Fatahillah 1 Kota Jakarta
2.	Museum Tekstil	Jl. AIPDA KS. Tubun No. 4 Petamburan
3.	Museum Seni Rupa dan Keramik	Jl. Pos Kota No. 2 Kota Jakarta
4.	Museum Nasional	Jl. Merdeka Barat No. Jakarta
5.	Museum Wayang	Kota Tua
6.	Monumen Nasional	Monas
7.	Anjungan DKI Jakarta	Komplek Taman Mini Indonesia Indah
8.	Graha Wisata TMII	Komplek Taman Mini Indonesia Indah
9.	Graha Wisata Ragunan	Jl. Komplek Olahraga Ragunan
10.	Pos Polisi Terpadu	Bundaran HI
11.	Tourist Information Center Bali	Jl. Kuta Raya No. 2 Kuta, Bali
12.	TIC Bandara Soekarno Hatta	Terminal 2 Bandara Soekarno-Hatta
13.	TIC Skyline Building/Jakarta Theatre	Sky Building Jl. MH.Thamrin, Jakarta
14.	Dinas Pariwisata Kebudayaan Jakarta Gedung A	Jl. Kuningan Barat No.2
15.	Kantor Pengelola Ancol	Cordova Tower, Ancol
16.	Mal Kelapa Gading	Kelapa Gading
17.	Sea World Ancol	Kawasan Ancol
18.	Hotel Atlet Century	Jl. Jend. Sudirman
19.	Hotel Jayakarta	Jl. Hayam Wuruk No. 126 Jakarta
20.	Hotel Menara Peninsula	Jl. Gatot Subroto
21.	Hotel Century	Jl. Pintu Atlit Senayan
22.	Hotel Sultan	Jl. Gatot Subroto
23.	Hotel Sari Pan Pasific	Jl. MH. Thamrin
24.	Hotel Mercure Ancol	Jl. Lodan
25.	Hotel Indonesia Kempinski	Jl. MH.Thamrin
26.	Hotel Sheraton Media	Jl. Gunung Sahari
27.	Hotel Pullman	Jl. MH. Thamrin
28.	Hotel Lumere	Atrium Senen
29.	Hotel Nusantara Polo	Cimanggis

Sumber : UPT. Pengembangan dan Pelayanan Informasi Pariwisata

D. Kendala Pengolahan Data

Kepariwisataan sangat membutuhkan dukungan dengan seluruh stakeholders yaitu pemerintah, masyarakat dan

pelaku industri pariwisata. Koordinasi yang harmonis dan sinergis akan berpengaruh besar bagi pengembangan kepariwisataan daerah di Provinsi DKI

Jakarta. Ketersediaan data kepariwisataan yang lengkap dan akurat dengan validitas data yang tinggi sangat dibutuhkan untuk membuat setiap kebijakan, program dan langkah-langkah yang dilakukan oleh setiap pihak yang terkait dengan penyelenggaraan kepariwisataan. Seluruh pemangku kepentingan memiliki sasaran kepariwisataan yang sama yaitu mengoptimalkan seluruh potensi wisata di kota Jakarta dengan tujuan akhir dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap pembangunan wilayah Provinsi DKI Jakarta.

Dalam pengumpulan data pariwisata dan budaya Jakarta tahun 2015 ada beberapa kendala yang dihadapi yaitu :

1. Pengumpulan data masih mengalami kesulitan karena belum seluruh narasumber data memberikan akses terhadap data dan informasi sehingga beberapa asumsi harus dibuat guna melengkapi kebutuhan data dan informasi.
2. Data industri budaya Jakarta masih terbatas pada program acara pertunjukan seni budaya di beberapa lokasi saja, seperti Gedung Kesenian Jakarta dan Taman Ismail Marzuki yang selalu menerbitkan program event bulanan. Data mengenai jumlah penonton dan tontonan yang paling diminati masih dalam proses awal untuk mendapatkan data secara adil.
3. Data mengenai sanggar budaya baik budaya lokal/Betawi dan komunitas pariwisata serta komunitas budaya yang ada di Jakarta masih terbatas.
4. Sulitnya mendapatkan data pengunjung daya tarik wisata yang cepat dan sudah ada perbedaan antara wisatawan

mancanegara ataupun wisatawan nusantara, karena tidak semua daya tarik wisata melakukan perbedaan tiket masuk dan biaya masuk, ataupun pencatatan khusus.

III. Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

1. Promosi pariwisata Jakarta harus semakin ditingkatkan, baik pola promosi maupun sasaran pasar yang ditargetkan sebagai kantong wisatawan yang banyak berkunjung ke Provinsi DKI Jakarta.
2. Motivasi wisatawan nusantara untuk berwisata sejarah ataupun kegiatan wisata lain semakin tinggi sebagai dampak dari maraknya informasi wisata melalui media cetak dan elektronik.

B. Saran

1. Kurangnya potensi daya tarik wisata baru selain wisata kuliner, belanja dan hiburan di Jakarta, yang dapat menambah kualitas pengalaman berwisata bagi wisatawan.
2. Produk wisata Jakarta banyak yang sudah dalam tahap "mature", sehingga perlu revitalisasi atau inovasi pengembangan produk wisata agar wisatawan tidak bosan/jenuh.

DAFTAR PUSTAKA

Basu Swasta, Irwan Modren Marketing Managemen, Jakarta, Liberty, 1998.

Fandy Tjiptono Pemasaran, Edisi kedua, Penerbit Andi Yogyakarta, 1997.

J. Supranto, Metode Ramalan Kuantitatif : Untuk Peramcanaan Ekonomi dan Bisnis, Edisi Ke-4,

- Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 1993.
-, Teori dan Aplikasi Statistik, Badan Penerbit Erlangga Edisi Kelima Jakarta
- Keegan Warrant.J. Manajemen pemasaran Global, Jakarta Prenhallindo, 2000
- Kotler, Philip, Marketing Management, Analysis, Planning and Control, Edisi Keempat, Jilid Kesatu Penerbit Erlangga, Jakarta, 1994.
- , Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian, Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Edisi Ketujuh, Jakarta, 1993.
- , Dasar-Dasar Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian, Penerbit, Erlangga, Jakarta 2000.
- Nitisemito, Alex, Marketing, Penerbit Ghalia Indonesia, Cetakan Kedelapan, 1993.
- Sigit Soehardi, Marketing Praktis, Bagian Penerbit, Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, 1974.
- Siswanto, Sutojo, Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran, Seri Manajemen, Penerbit LPPM, Jakarta, 1984.
- Staton, J. Williams, Fundamentals of Marketing, Edisi Kedua, Cetakan Keempat Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1991.
- Staton, J. Williams, Fundamentals of Marketing, Edisi Ketujuh, Badan Penerbit Erlangga, Jakarta, 1990.
- Swasta, Basu, DH dan Irwan, Manajemen Pemasaran Modren, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1990.
- Winardi, Aspek-Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix), Penerbit Mandar Madju, Bandung, 1998.