
ANALISA ABILITY TO PAY (ATP) DAN WILLINGNESS TO PAY (WTP) PENGUNJUNG DI MONUMEN NASIONAL JAKARTA

Analysis Ability To Pay (ATP) And Willingness To Pay (WTP) of Visitors In National Monument Jakarta

Nicko Gana Saputra¹⁾, Asep Parantika²⁾

Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid

Jakarta, Indonesia

ABSTRAK

Monumen Nasional Jakarta yang lebih dikenal dengan nama Tugu Monas merupakan salah satu dari monument peringatan yang didirikan untuk mengenang perlawanan dan perjuangan rakyat Indonesia melawan penjajah Belanda. Jumlah kunjungan sebanyak 274.286 wisatawan pada tahun 2016 atau naik 13,4% dari tahun 2015. Namun seiring berkembangnya objek wisata di Jakarta, menyebabkan semakin banyak alternatif pilihan berwisata, sehingga Monumen Nasional Jakarta harus memperbanyak jumlah pengunjung dengan kondisi fasilitas dan kualitas pelayanan yang masih kurang baik. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan keamanan di lingkungan objek wisata, maka Monumen Nasional Jakarta perlu menetapkan harga tiket masuk dengan mengetahui kemampuan membayar (Ability To Pay) dan kemauan membayar (Willingness To Pay) pengunjung demi pelayanan jasa dan keamanan yang diberikan. Metode pengumpulan data dengan melakukan observasi dan penyebaran kuesioner kepada pengunjung lokal. Pengukuran Ability To Pay menggunakan metode household budget dan Willingness To Pay menggunakan metode state preference. Hasil penelitian yaitu estimasi nilai rata - rata ATP sebesar Rp. 73.750 dan nilai rata - rata WTP sebesar Rp. 17.620, dengan 85% responden bersedia membayar lebih untuk peningkatan keamanan.

Kata kunci : Monumen Peringatan, Kemampuan Membayar, Kemauan Membayar

ABSTRACT

Monumen Nasional Jakarta known as Monas is one of the memorial monument was honor in memory of the resistance and Indonesian people's struggle against Dutch colonialists. In 2016 the number of visits was 274.286 travelers, up 13,4% from previous year 2015. With a growing new attraction in Jakarta, more alternative attraction was influence the traveler, it so Monumen Nasional Jakarta should increase the number of visitors to the condition of minimum facilities and low quality of service. To improve its quality of service and security, Monumen Nasional Jakarta have to assign the entrance ticket relating to Ability To Pay and Willingness To Pay of visitors. Survey to the local visitors is conducted as the research method for this study. The writer employs household budget method to measure ATP and state preference method to measure WTP. The research finds that

estimate of average value for ATP is IDR. 73.750 and estimate of average value for WTP is IDR. 17.620, in which 85% respondents are willing to pay more for security improvement.

Key words : Memorial Monument, Ability To Pay, Willingness To Pay

Riwayat Artikel:

Diajukan 16 Februari 2017
 Direvisi 06 April 2017
 Diterima 12 Mei 2017

P E N D A H U L U A N

Indonesia sebagai negara agraris memiliki kekayaan alam yang dapat dimanfaatkan oleh berbagai sektor, diantaranya adalah sektor pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang menjadi tumpuan bagi pemerintah untuk meningkatkan kondisi perekonomian negara. Timbulnya kegiatan berwisata sebagai bagian terpenting dari kebutuhan masyarakat negara maju dan masyarakat perkotaan pada negara berkembang seperti Indonesia juga disebabkan oleh rutinitas pekerjaan dan kehidupan yang cenderung monoton.

Seiring dengan perkembangan dalam era globalisasi dan peningkatan taraf serta gaya hidup masyarakat, mengakibatkan munculnya fenomena bergesernya kebutuhan masyarakat dari pemenuhan kebutuhan primer ke pemenuhan kebutuhan sekunder dan tersier. Saat ini, masyarakat sebagai konsumen membutuhkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan mereka akan hiburan dan kesenangan. Peningkatan kebutuhan konsumen akan jasa wisata berakibat pada semakin meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan.

Salah satu daerah tujuan wisata yang menjadi andalan pariwisata Indonesia adalah DKI Jakarta. DKI Jakarta merupakan salah satu provinsi dengan sektor pariwisata yang berkembang. Mulai dari wisata bahari, wisata pendidikan, wisata sejarah, wisata budaya, wisata belanja sampai wisata kuliner. Perkembangan pariwisata DKI Jakarta ini ditunjang dengan keberadaan fasilitas, infrastruktur, dan aksesibilitas yang mudah menuju Jakarta, sehingga menyebabkan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Provinsi DKI Jakarta Tahun 2010-2016



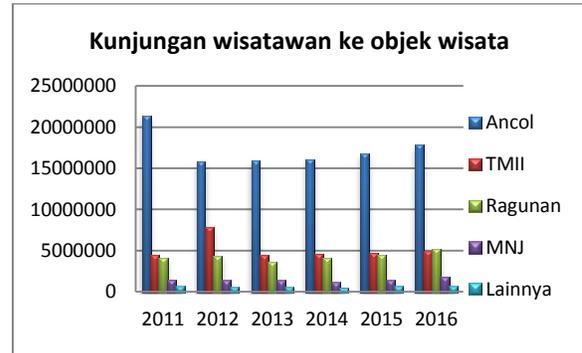
Sumber :Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, 2017

Provinsi DKI Jakarta sebagai Ibukota Negara Republik Indonesia dan kota metropolitan harus mampu tampil terdepan dan mandiri dalam mengemban kualitas kesejahteraan seluruh warga kotanya melalui kegiatan kepariwisataan. Oleh karena itu Pemerintah Provinsi DKI Jakarta menetapkan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2004 tentang Kepariwisataan yang

ditujukan untuk mengembangkan pariwisata yang sistemik, multi-sektoral, multi-disiplin, dinamis dan terintegrasi dengan pembangunan Jakarta secara keseluruhan. Penetapan Perda ini dapat menjadi acuan dalam mewujudkan Provinsi DKI Jakarta menjadi destinasi pariwisata yang memiliki keunikan dan daya saing yang baik dalam tataran nasional, regional maupun global, sehingga sektor kepariwisataan dapat memberi kontribusi dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah, memperluas dan melakukan pemerataan kesempatan usahadan lapangan pekerjaan serta mendorong laju pertumbuhan pembangunan Provinsi DKI Jakarta.

Pada tahun 2015, DKI Jakarta tercatat memiliki 440 usaha di bidang akomodasi, 2.913 usaha perjalanan wisata (travel), 5.704 usaha penyediaan pelayanan makanan dan minuman, 1.802 usaha hiburan dan rekreasi, serta 765 usaha jasa konvensi dan impresariat bidang pariwisata. DKI Jakarta juga memiliki 65 objek wisata yang tersebar di 5 wilayah kotamadya. Objek wisata yang dimiliki DKI Jakarta tersebut diantaranya pantai, museum, istana, balai seni, gedung kesenian, bangunan bersejarah, planetarium, monumen nasional, rumah ibadah, kebun binatang, wisata air, wisata budaya, bumi perkemahan, dan lainnya. DKI Jakarta juga memiliki 8 objek wisata unggulan, dengan jumlah pengunjung yang terus meningkat setiap tahunnya. Kedelapan objek wisata tersebut beserta jumlah kunjungan wisatawan dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut :

Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Unggulan Menurut Lokasi, Tahun 2011-2016



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi DKI Jakarta, 2017

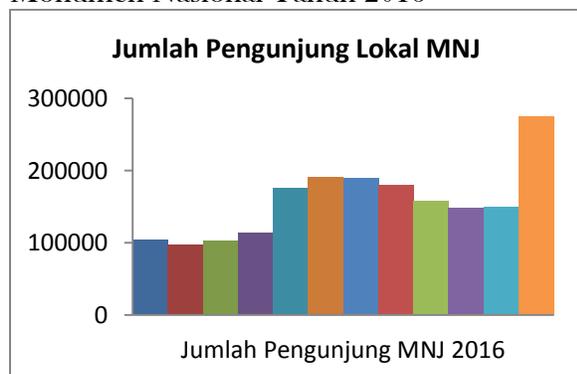
Tabel 1.2 di atas, menunjukkan bahwa Taman Impian Jaya Ancol, Taman Mini Indonesia Indah, Taman Margasatwa Ragunan, dan Monumen Nasional adalah Empat objek wisata yang paling unggul di Jakarta. Keempat objek wisata ini memiliki keunikan yang berbeda, salah satunya adalah Monumen Nasional Jakarta (MNJ). Monumen Nasional Jakarta atau yang lebih dikenal dengan nama Tugu Monas menjadi "icon" Jakarta karena merupakan salah satu dari monumen peringatan yang didirikan untuk mengenang perlawanan dan perjuangan rakyat Indonesia melawan penjajah Belanda. Selain bentuknya yang unik, monumen ini juga terletak di pusat kota Jakarta. Monas selalu ramai dikunjungi wisatawan terutama pada hari libur untuk melihat keindahan kota Jakarta dari puncak Monas yang dilapisi emas.

Objek wisata MNJ juga merupakan wisata edukasi mengenai sejarah perjuangan bangsa dalam mempertahankan kemerdekaan. Monumen Nasional Jakarta adalah monumen peringatan setinggi 132 meter (433 kaki) yang didirikan untuk mengenang perlawanan dan perjuangan rakyat Indonesia untuk merebut kemerdekaan dari pemerintahan kolonial Hindia Belanda. Pembangunan monumen ini dimulai pada tanggal 17 Agustus 1961 di

bawah perintah Presiden Soekarno, dan dibuka untuk umum pada tanggal 12 Juli 1975. Tugu ini dimahkotai lidah api yang dilapisi lembaran emas yang melambangkan semangat perjuangan yang menyala - nyala. Monumen Nasional Jakarta Terletak tepat ditengah Lapangan Merdeka, Jakarta Pusat. Monumen dan Museum ini dibuka setiap hari mulai pukul 08.00 - 15.00 Waktu Indonesia Barat.Namun jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke MNJ cenderung mengalami penurunan, Tabel 1.2 menunjukkan bahwa MNJ hanya mendapat kunjungan wisatawan dibawah 3juta bahkan tidak pernah mencapai 3juta pengunjung.Sangat disayangkan bahwa MNJ yang menjadi icon Jakarta dibanding Taman Impian Jaya Ancol namun belum mendapat perhatian dan kesadaran lebih dari wisatawan untuk mengunjunginya.

Pada hari Senin pekan terakhir setiap bulannya ditutup untuk umum.Pengunjung tempat ini cenderung tidak stabil karena memiliki perbedaan yang jauh pada periode tertentu.Berdasarkan data jumlah pengunjung Tahun 2016 pada Tabel 1.3, pengunjung MNJ lebih banyak pada saat peak season di bulan Agustus dan Desember.

Tabel 1.3 Jumlah Pengunjung Monumen Nasional Tahun 2016



Sumber :BLUD Monumen Nasional Jakarta, 2016

Seiring dengan berkembangnya objek wisata yang ada di Jakarta, menyebabkan semakin banyak alternatif pilihan untuk berwisata, maka akan semakin banyak pula peluang wisatawan untuk berpindah dari satu objek wisata ke objek wisata lain. Tantangan bagi MNJ saat ini adalah mempertahankan dan memperbanyak jumlah pengunjung dengan kenaikan yang signifikan tiap tahunnya.Dalam menarik wisatawan, objek wisata harus senantiasa melihat kualitas guna meningkatkan pendapatandari kunjungan wisatawan ke objek wisata tersebut.Kualitas pelayanan dan harga yang bersaing di MNJdiharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung. Karena dengan kepuasan yang tinggi, maka jumlah pengunjung akan cenderung bertambah dikarenakan ada minat untuk datang kembali.

Kondisi saat ini di MNJ, kurang terpeliharanya objek wisata, terlihat banyak sampah dan fasilitas pendukung yang kurang terawat.Toilet umum yang tersedia, banyak yang tidak berfungsi dengan baik.Selain itu, ketiadaan brosur yang dilengkapi dengan denah amat dirasakan pengunjung yang baru pernah datang ke MNJ.Seharusnya MNJ menyediakan brosur lengkap dengan denah atau tata letak lokasi dan brosur diberikan pada saat pengunjung membeli karcis masuk.

Monumen Nasional Jakarta memiliki harga tiket masuk yang relatif murah, yaitu hanya Rp. 20.000 untuk dewasa dan Rp. 10.000 untuk anak-anak.Dalam usaha untuk menambah pendapatan demi menutupi biaya operasional serta peningkatan kualitas, harga tiket masuk objek wisata maupun tiket atraksi lainnya merupakan sumber yang signifikan.Harga tiket yang optimal akan sangat membantu MNJ dalam mengembangkan objek wisatanya menjadi lebih baik, dan mampu meningkatkan kualitasnya.Dalam menetapkan harga tiket

perlu dibandingkan dengan kemampuan dan kemauan pengunjung untuk membayar sejumlah uang demi pelayanan jasa yang diberikan. Karena besarnya *Ability To Pay (ATP)* dan *Willingness To Pay (WTP)* mempengaruhi tingkat konsumtif pengunjung.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan gambaran latar belakang dan identifikasi permasalahan di atas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Berapa besar nilai Ability To Pay (ATP) dan Willingness To Pay (WTP) pengunjung Monumen Nasional Jakarta?
2. Bagaimana ATP dan WTP pengunjung Monumen Nasional Jakarta terhadap harga tiket?
3. Berapa persen (%) pengunjung bersedia mengeluarkan biaya lebih untuk peningkatan keamanan di Monumen Nasional Jakarta?

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata

Spillane (2002:21), pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai suatu usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

Swarbrooke and Horner (2007:4) menjelaskan bahwa, "Tourism as a short-

term movement of people to places some distance away from their normal place of residence to indulge in pleasurable activities."

Menurut Marpaung (2002:13), pariwisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin, keluar dari tempat kediaman. Aktivitas dilakukan selama mereka tinggal di tempat yang dituju dan fasilitas dibuat untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Damanik dan Weber (2006:1), pariwisata dalam arti luas adalah suatu kegiatan rekreasi di luar domisili untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana yang lain. Sebagai suatu aktifitas, pariwisata telah menjadi bagian terpenting dari kebutuhan dasar masyarakat negara maju dan sebagian kecil masyarakat negara berkembang. Pariwisata semakin berkembang sejalan dengan perubahan-perubahan sosial, budaya, ekonomi, dan teknologi.

Berdasarkan penjelasan yang dikutip dari para ahli tentang pariwisata, penulis menyimpulkan bahwa pariwisata adalah kegiatan atau aktifitas perjalanan yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok dari suatu tempat ke tempat lainnya, dengan tujuan liburan atau rekreasi.

Perkembangan pariwisata merupakan suatu dampak yang diakibatkan oleh rutinitas pekerjaan dan pola hidup yang cenderung monoton. Sehingga pariwisata menjadi suatu solusi untuk membebaskan masyarakat dari masalah tersebut. Pariwisata juga merupakan suatu fenomena pergerakan manusia, barang, dan jasa yang sangat kompleks. Hal ini juga terkait erat dengan organisasi, hubungan kelembagaan dan individu, kebutuhan layanan, penyediaan kebutuhan layanan, dan sebagainya.

Berdasarkan undang-undang No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan Bab 1

Pasal 1, disebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Ada beberapa pengertian dasar tentang kepariwisataan yang terdapat didalam undang-undang ini antara lain :

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
2. Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
3. Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

H a r g a

Menurut Alma (2007:169), harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Sedangkan menurut Kotler (2002:107), mengemukakan bahwa harga adalah jumlah uang yang ditetapkan oleh produk untuk dibayar oleh konsumen atau pelanggan guna menutupi biaya produksi, distribusi dan penjualan pokok termasuk pengembalian yang menandai atas usaha dan resikonya.

Menurut Tjiptono (2007:151), harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Menurut

Husein (2003), harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk barang atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk suatu harga yang sama terhadap seorang pembeli.

Menurut Swarbrooke dan Horner (2007:182), *Pricing is often used as a competitive advantage tool in tourism in a number of ways to try and influence consumers in their purchasing patterns.*

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:99), bila suatu produk mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya yang lebih besar dibanding manfaat yang diterima, maka yang terjadi adalah bahwa produk tersebut memiliki nilai negatif. Konsumen mungkin akan menganggap sebagai nilai yang buruk kemudian akan mengurangi konsumsi terhadap produk tersebut. Bila manfaat yang diterima lebih besar, maka yang akan terjadi adalah produk tersebut memiliki nilai positif.

Menurut Petrovic (2007:192), *The price in tourism economy is an extremely important element which determines consumer preferences and represents the means for competition on the tourism market.*

Menurut Schiffman & Kanuk (2000:51), persepsi adalah suatu proses dari seseorang individu dalam menyeleksi, mengorganisasikan, dan menterjemahkan stimulus-stimulus atau informasi yang datang menjadi suatu gambaran yang menyeluruh. Dengan demikian penilaian terhadap harga suatu produk wisata dikatakan mahal, murah atau biasa saja dari setiap individu yang dilatarbelakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi individu. Dalam kenyataannya pengunjung dalam menilai harga produk wisata, sangat tergantung bukan hanya dari nilai nominal secara absolut tetapi melalui persepsi mereka pada harga. Menurut

Rangkuti (2006:32), harga yang rendah menimbulkan persepsi produk tidak berkualitas, sebaliknya harga yang tinggi menimbulkan persepsi produk tersebut berkualitas.

Harga dalam bidang wisata tidak selalu harga yang lebih tinggi akan mempengaruhi jumlah permintaan, karena ada pengunjung yang mempertimbangkan aspek lain selain harga. Oleh karena itu, pengelola wisata harus mengetahui karakteristik pengunjung dan selanjutnya pemasar produk wisata berupaya menyajikan wisata yang sesuai karakteristik pengunjung. Berdasarkan pendapat Hermawan (2002:22), bahwa indikator dari harga dapat dinyatakan dalam penilaian konsumen terhadap besarnya pengorbanan finansial yang diberikan dalam kaitannya dengan spesifikasi yang berupa kualitas produk. Oleh karena itu dalam penelitian ini harga diukur dengan menggunakan indikator yaitu keterjangkauan harga tiket, kekompetan harga tiket, dan kesesuaian harga tiket.

Wisatawan / Pengunjung

Dalam Undang-Undang RI No.10 Tahun 2009, disebutkan Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Menurut Yoeti (1996:143-145), wisatawan diklasifikasikan sebagai berikut:

- 1) Wisatawan asing (*foreign tourist*), adalah orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan merupakan negara dimana ia biasanya tinggal.
- 2) Wisatawan domestik asing (*domestic foreign tourist*), adalah orang asing yang berdiam atau bertempat tinggal pada suatu negara, yang melakukan

perjalanan wisata di wilayah negara dimana ia tinggal.

- 3) Wisatawan domestik (*domestic tourist*), adalah wisatawan dalam negeri, yaitu warga negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya tanpa melewati batas negaranya.
- 4) Wisatawan pribumi (*indigeneous foreign tourist*), adalah warga negara suatu negara tertentu, yang karena tugas atau jabatannya di luar negeri, pulang ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri.
- 5) Wisatawan transit (*transit tourist*), adalah wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata ke suatu negara tertentu, yang menumpang kapal udara atau kapal laut ataupun kereta api, yang terpaksa mampir atau singgah pada suatu bandara/pelabuhan/stasiun bukan atas kemauannya sendiri.
- 6) Wisatawan bisnis (*business tourist*), adalah orang yang melakukan perjalanan yang mengadakan perjalanan untuk tujuan lain bukan wisata, tetapi perjalanan wisata akan dilakukannya setelah tujuan utamanya selesai.

Smith (1997:124-125), mengelompokkan wisatawan atas dasar pengaruh sosial dan ekonomi yang ditimbulkan terhadap masyarakat lokal, daerah tujuan wisata, norma-norma yang berlaku menjadi tujuh kategori, sebagai berikut:

- 1) *Explorer-type tourist*, wisatawan yang bertujuan untuk menemukan sesuatu yang terkait dengan ilmu pengetahuan. Jumlah wisatawan yang tergolong dalam tipe ini sangat sedikit dan mereka melakukan kontak yang intensif dengan masyarakat setempat.

- 2) *Elite tourist*, kelompok wisatawan kaya yang banyak melakukan kegiatan berbelanja. Mereka biasanya menggunakan jasa biro perjalanan dan ditemani oleh seorang pemandu. Wisatawan jenis ini mempunyai lama tinggal yang relatif singkat.
- 3) *Off-beat tourist*, wisatawan petualang yang bertujuan untuk mencari tempat-tempat yang sepi dan jauh dari pusat keramaian, misalnya mengikuti acara hunting safari.
- 4) *Unusual tourist*, wisatawan yang melakukan perjalanan sehari (*one day package tour*) untuk mengunjungi tempat-tempat yang primitif dan mengamati budaya-budaya yang masih asli.
- 5) *Incipient mass tourist*, wisatawan yang melakukan perjalanan dalam kelompok (*group*) kecil dengan menggunakan bus-bus wisata dan menginap pada hotel-hotel berbintang, Mereka sering melakukan keluhan (*complaint*) apabila pelayanan yang diberikan kurang memuaskan.
- 6) *Mass tourist*, wisatawan yang tergolong dalam tipe ini melakukan perjalanan wisata secara kontiyu sepanjang tahun. Mereka tergolong orang kelas menengah dan biasanya menginap pada hotel kecil. Jumlah wisatawan jenis ini sangat banyak dengan tinggal di daerah tujuan wisata beberapa minggu.
- 7) *Charter tourist*, Kelompok wisatawan ini menginginkan kawasan yang maju dan kosmopolitan dengan berbagai fasilitas yang lengkap sesuai dengan kebutuhannya. Biasanya mereka menggunakan hari liburnya pada akhir pekan untuk menikmati

keyamanan dan keindahan lingkungan.

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Monumen Nasional Jakarta yang berlokasi di Kota Jakarta Pusat. Waktu Penelitian dilaksanakan selama 5 bulan, dimulai 27 Agustus 2016 hingga 27 Januari 2017

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Survey State Preference*. Survei dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang berfungsi untuk mengumpulkan data dari pengunjung berupa kemampuan membayar dan keinginan membayar. Perancangan kuesioner dibagi menjadi empat bagian yaitu karakteristik responden, ATP, WTP dan harapan responden.

1. **Kuesioner Karakteristik Pengunjung**
Kuesioner ini dirancang untuk mengetahui karakteristik dari responden pengunjung Monumen Nasional Jakarta, dengan menanyakan umur, jenis kelamin, jumlah kunjungan, frekuensi kunjungan, alat transportasi yang paling sering digunakan, alternatif alat transportasi yang biasa dipilih, waktu tempuh menuju Monumen nasional, posisi tempat tinggal/asal, maksud perjalanan, jumlah keluarga yang

ditanggung dan biaya satu kali perjalanan ke Monumen Nasional.

2. Kuesioner *Ability To Pay* (ATP)
ATP adalah kemampuan membayar dari masyarakat atas imbalan terhadap barang atau jasa yang dinikmati berdasarkan pendapatan yang dianggap ideal. Faktor - faktor yang digunakan untuk menentukan ATP adalah total pendapatan responden, alokasi pendapatan untuk berwisata, dan alokasi biaya ke Monumen Nasional.
3. Kuesioner *Willingness To Pay* (WTP)
WTP dapat didefinisikan sebagai besaran rata - rata rupiah yang bersedia dikeluarkan oleh pengunjung sebagai pembayaran objek wisata yang dinikmatinya. Pendekatan yang digunakan dalam analisis WTP didasarkan atas harga tiket Monumen Nasional Jakarta yang diharapkan. Variabel - variabel yang digunakan untuk menentukan WTP terhadap pelayanan Monumen Nasional Jakarta adalah harga tiket yang diharapkan, prioritas pelayanan yang diharapkan, dan kemauan membayar lebih untuk peningkatan keamanan.
4. Kuesioner Harapan Responden
Kuesioner ini dirancang untuk mengetahui penilaian pengunjung terhadap pelayanan yang diharapkan. Kuesioner ini digunakan untuk pemilihan prioritas kualitas pelayanan.

Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu yaitu wisatawan domestik yang berkunjung ke Monumen Nasional Jakarta, sedang Unit observasi dalam penelitian ini adalah Monumen Nasional Jakarta.

Variabel Penelitian

Penentuan variabel penelitian pada Ability To Pay (ATP) yaitu penghasilan keluarga per bulan, alokasi biaya berwisata, intensitas berwisata, dan jumlah anggota keluarga. Sedangkan variabel penelitian untuk Willingness To Pay (WTP) yaitu terdiri dari produk yang ditawarkan, kualitas dan kuantitas pelayanan yang disediakan, utilitas atau maksud pengunjung terhadap objek wisata dan penghasilan pengunjung perbulan. Variabel - variabel ini selanjutnya akan digunakan untuk membentuk kuesioner.

Sampel

MNJ mempunyai populasi bervariasi, berbeda karakter dan bersifat heterogen, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan pertimbangan bahwa jumlah sampel tersebut dapat mewakili populasi.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling metode. Syarat-syarat yang ditentukan untuk responden adalah sebagai berikut :

- 1) Orang yang sedang berkunjung ke MNJ dan pernah berkunjung minimal 1 kali sebelumnya. Hal ini didasarkan atas asumsi bahwa

pengunjung yang sedang berkunjung dapat memberikan jawaban atas penilaian secara langsung.

- 2) Berusia minimal 17 tahun. Hal ini didasarkan bahwa responden sudah mandiri dan mampu dalam memberikan jawaban karena dianggap telah dewasa.
- 3) Responden bukan karyawan dari MNJ

Data Primer

Dalam penelitian ini, data primer didapat dari hasil wawancara dan juga hasil pengisian kuesioner oleh pengunjung Monumen Nasional Jakarta. Data yang harus diisi oleh pengunjung MNJ berupa karakteristik pengunjung, kemampuan membayar, keinginan membayar, dan harapan pengunjung. Kuesioner terlebih dahulu di desain sedemikian rupa, sehingga data dapat dikumpulkan dan diolah serta dianalisis.

Data Sekunder

Data internal dalam penelitian adalah data yang berasal dari MNJ, seperti data jumlah pengunjung, profil MNJ, data jumlah pegawai. Sedangkan data eksternal dapat berupa data yang dipublikasikan secara umum seperti buku, majalah, internet, koran dan lain-lain.

Metode Analisis Data

Analisis masalah berdasarkan hasil - hasil yang didapat dari pengolahan data yang terdiri dari analisis karakteristik responden, analisis ATP, analisis WTP. Pengolahan data ATP dan WTP akan diolah dengan menggunakan alat bantu Excel dan alat bantu Statistical Package for Social Science (SPSS) untuk perhitungan validitas dan reliabilitas, digunakan SPSS untuk membantu proses pengolahan data yang berasal dari kuesioner.

1. Analisis Karakteristik Responden

Data karakteristik responden diperoleh dari kuesioner kemudian dianalisis dan ditampilkan dalam bentuk tabel, kurva, dan diagram karakteristik responden.

2. Analisis ATP

Data ATP responden diperoleh dari kuesioner kemudian dimasukkan ke dalam tabel. Data tersebut dianalisis dan ditampilkan dalam bentuk diagram ATP responden. Nilai besaran ATP responden dihitung dengan menggunakan rumus ATP pada bab II.

3. Analisis WTP

Data WTP responden yang diperoleh dari kuesioner kemudian dimasukkan kedalam tabel. Data tersebut dianalisis dan ditampilkan dalam bentuk diagram WTP responden. Nilai besaran WTP responden dihitung dengan menggunakan rumus WTP pada bab II.

4. Analisis Data Harapan Responden

Data harapan responden yang diperoleh dari kuesioner dimasukkan kedalam tabel. Data tersebut dianalisis dan menghasilkan tingkatan prioritas atribut kualitas jasa harapan responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Monumen Nasional Jakarta

Monumen Nasional atau yang populer disingkat dengan Monas atau Tugu Monas adalah monumen peringatan setinggi 132 meter (433 kaki) yang didirikan untuk mengenang perlawanan dan perjuangan rakyat Indonesia dalam merebut kemerdekaan dari pemerintahan kolonial Hindia Belanda. Pembangunan monumen ini dimulai pada tanggal 17 Agustus 1961 di bawah perintah presiden Soekarno, dan dibuka untuk umum pada tanggal 12 Juli 1975. Tugu ini dimahkotai lidah api yang dilapisi lembaran emas yang melambangkan semangat perjuangan yang menyala-nyala. Monumen Nasional terletak tepat di tengah Lapangan Medan Merdeka, Jakarta Pusat. Monumen dan museum ini dibuka setiap hari mulai pukul 08.00 - 15.00 WIB. Pada hari Senin pekan terakhir setiap bulannya ditutup untuk umum.

Pembangunan MNJ terdiri atas tiga tahap. Tahap pertama, kurun 1961/1962 - 1964/1965 dengan dimulainya secara resmi pembangunan pada tanggal 17 Agustus 1961 oleh Presiden Soekarno secara seremonial menancapkan pasak beton pertama. Total 284 pasak beton digunakan sebagai fondasi bangunan. Sebanyak 360 pasak bumi ditanamkan untuk fondasi museum sejarah nasional. Keseluruhan pemancangan fondasi rampung pada bulan Maret 1962. Dinding museum di dasar bangunan selesai pada bulan Oktober. Pembangunan obelisk kemudian dimulai dan akhirnya rampung pada bulan Agustus 1963.

Pembangunan tahap kedua berlangsung pada kurun 1966 hingga 1968 akibat terjadinya Gerakan 30 September sehingga tahap ini sempat tertunda. Tahap akhir

berlangsung pada tahun 1969-1976 dengan menambahkan diorama pada museum sejarah. Meskipun pembangunan telah rampung, masalah masih saja terjadi, antara lain kebocoran air yang menggenangi museum. Monumen secara resmi dibuka untuk umum dan diresmikan pada tanggal 12 Juli 1975 oleh Presiden Soeharto. Lokasi pembangunan monumen ini dikenal dengan nama Medan Merdeka. Lapangan Monas mengalami lima kali penggantian nama yaitu Lapangan Gambir, Lapangan Ikada, Lapangan Merdeka, Lapangan Monas, dan Taman Monas. Di sekeliling tugu terdapat taman, dua buah kolam dan beberapa lapangan terbuka tempat berolahraga. Pada hari-hari libur Medan Merdeka dipenuhi pengunjung yang berekreasi menikmati pemandangan Tugu Monas dan melakukan berbagai aktivitas dalam taman.

Visi dan Misi Monumen Nasional Jakarta

Visi Monumen Nasional Jakarta adalah terwujudnya tata pemerintahan yang baik sebagai jasa dan pusat pemerintahan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kenyamanan. Misi yang dijalankan adalah mengoptimalkan kapasitas kelembagaan masyarakat dalam penyelenggaraan pembangunan dan pelayanan publik.

Manfaat Bagi Pengunjung

1. Menghayati sejarah perjuangan bangsa Indonesia, melalui sajian visual dari adegan diorama di ruang Monumen Nasional.
2. Memelihara kelestarian taman Medan Merdeka dan jalur MNJ yang berfungsi

sebagai unsur penunjang terhadap keaguan MNJ

3. Meningkatkan penanganan kebersihan dan keasrian taman Medan Merdeka sebagai paru - paru Ibu Kota Jakarta
4. Pemanfaatan taman sebagai tempat rekreasi, kegiatan senam kesegaran jasmani, kesenian, kebudayaan, dan kegiatan nasional.

MNJ, dan frekuensi ke MNJ. Pendapatan responden paling banyak yaitu 17% antara Rp. 5.000.000 - Rp. 5.999.000, kemudian 16% antara Rp.4.000.000 - Rp. 4.999.000 dan 11% dengan pendapatan Rp.7.000.000 - Rp. 7.999.000. Rata - rata pendapatan responden adalah sebesar Rp. 6.026.000. Hasil lebih lengkap dapat dilihat pada gambar 4.14

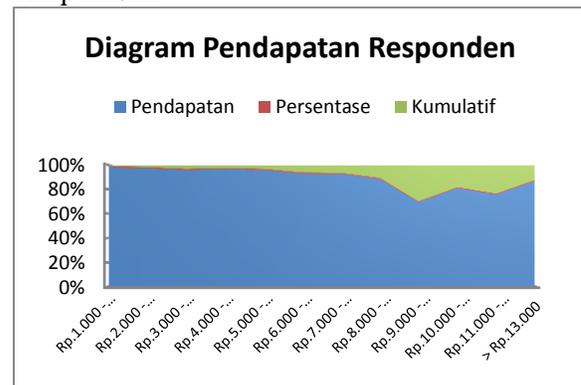
Pengelolaan dan Struktur Organisasi

Berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan nomor 48 tahun 2012, tentang organisasi dan tata kerja Museum Nasional, pengelolaan wisata MNJ dibawah kewenangan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan, DKI Jakarta. Unit pengelola MNJ dipimpin oleh seorang Kepala Museum dimana pengangkatannya ditunjuk langsung oleh Gubernur. Kepala Museum MNJ membawahi enam bidang, yaitu: Bagian Tata Usaha, Bidang Pengkajian dan Pengumpulan, Bidang Perawatan dan Pengawetan, Bidang Penyajian dan Publikasi, Bidang Kemitraan dan Promosi, Bidang Registrasi dan Dokumentasi. Kepala Museum MNJ dalam melaksanakan tugas dan fungsinya berada dibawah naungan dan bertanggungjawab kepada Kepala Dinas Pendidikan dan Kebudayaan.

Analisis Ability To Pay (ATP)

Dalam analisis ATP pengujung Monumen Nasional Jakarta, besarnya nilai ATP dibuat berdasarkan pendapatan responden, alokasi pendapatan terhadap kegiatan wisata, alokasi biaya perjalanan ke

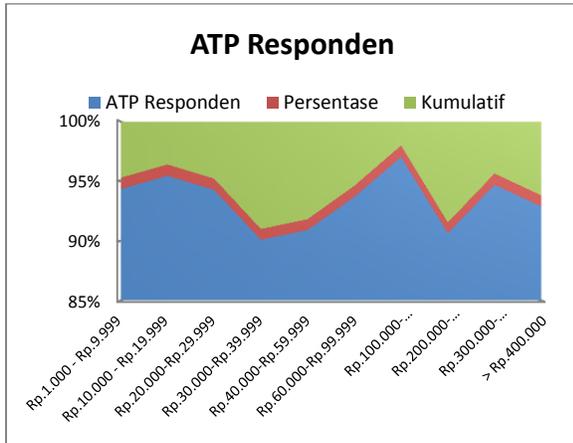
Gambar 4.14 Diagram Pendapatan Responden



Sumber : Data yang diolah Th. 2017

ATP minimum responden sebesar Rp.1.184 dan maksimum sebesar Rp.416.667. Range ATP responden yang terbesar yaitu 21% pada Rp.10.000 - Rp.19.999, kemudian 20% pada Rp.1.000 - Rp.9.999, dan 15% pada Rp.100.000 - Rp.199.999. Jika harga tiket Monumen Nasional Jakarta ditetapkan antara Rp.10.000 - Rp.19.999 maka kemampuan membayar responden adalah sebesar 79%. Hasil lebih lengkap dapat dilihat pada gambar 4.15

Gambar 4.15. Diagram ATP Responden

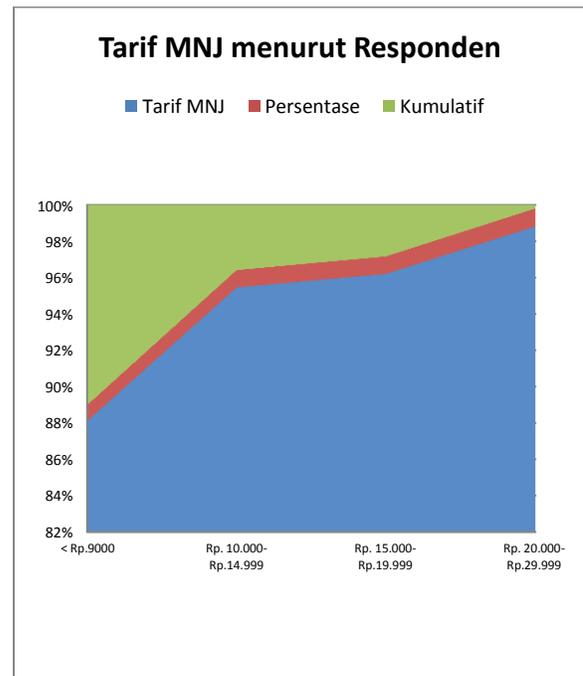


Sumber : Data yang diolah Th.2017

Analisis Willingness To Pay (WTP)

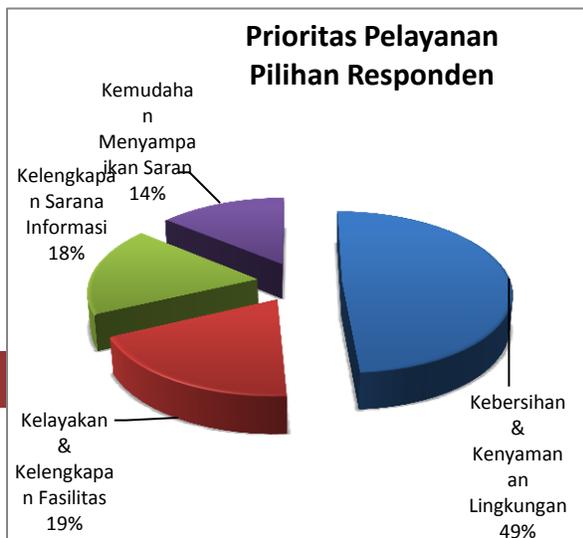
Analisis WTP adalah rata - rata harga / tarif yang diharapkan, prioritas pelayanan yang diharapkan, dan kemauan membayar lebih untuk peningkatan keamanan. Harga / tarif minimum responden sebesar Rp.5.000 dan harga/tarif maksimum sebesar Rp.20.000. Harga/ tarif yang diharapkan responden paling banyak pada range Rp.20.000 sebesar 46%, kemudian Rp.10.000 sebesar 27%, dan Rp.15.000 sebesar 18%. Hasil dari harga/tarif yang diharapkan dapat dilihat pada gambar 4.16. Rata- rata harga/tarif yang diharapkan responden adalah sebesar Rp.15.050.

Gambar 4.17 Diagram Harga/Tarif yang diharapkan Responden



Sumber : Data yang diolah Th. 2017

Gambar 4.16. Diagram Prioritas Pelayanan Pilihan Responden



Harga/Tarif yang diharapkan responden merupakan WTP awal sebelum adanya tambahan yang dikeluarkan responden untuk peningkatan keamanan. Jika harga/tarif MNJ ditetapkan antara Rp.10.000 - Rp.14.999

maka kemauan membayar responden adalah sebesar 79%. Dan jika harga/tarif MNJ ditetapkan Rp. 15.000 - Rp.19.999 maka kemauan membayar responden menjadi 59%.

Kemudian hasil dari kuesioner WTP yang kedua yaitu prioritas pelayanan yang diharapkan oleh responden dalam memilih MNJ sebagai tujuan wisata. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, reponden memprioritaskan pelayanan di MNJ adalah 49% memilih kebersihan dan kenyamanan lingkungan, 19% kelayakan dan kelengkapan fasilitas, 18% kelengkapan sarana informasi, dan 14% kemudahan menyampaikan saran.

Dalam rangka meningkatkan keamanan, 85% responden bersedia membayar lebih dari harga/tarif yang berlaku dan sisanya 15% tidak bersedia membayar lebih untuk peningkatan program keamanan.

Gambar 4.18 Diagram Responden yang bersedia membayar lebih untuk peningkatan keamanan

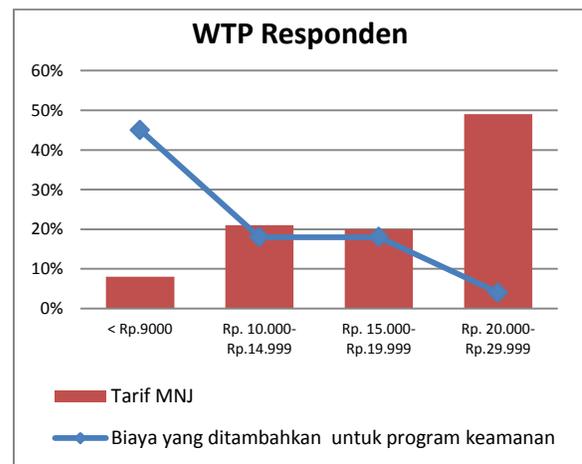


Sumber : Data yang diolah Th. 2017

Besarnya nilai kemauan membayar lebih dari responden untuk peningkatan keamanan

yaitu minimum Rp. 0 dan maksimum sebesar Rp. 10.000. Besarnya nilai kemauan membayar lebih dari responden untuk peningkatan keamanan paling banyak pada range Rp.1.000 - Rp.2.999 sebesar 45%, kemudian range Rp.3.000 - Rp.4.999 dan Rp.5.000 - Rp.5.999 sama - sama sebesar 18%, dan range diatas Rp.6000 - Rp.10.000 sebesar 4%. Rata- rata besarnya nilai kemauan untuk membayar lebih dari responden untuk peningkatan keamanan adalah sebesar Rp.2.570. Besarnya nilai kemauan membayar lebih dari responden untuk peningkatan keamanan merupakan nilai WTP.

Gambar 4.19 Diagram WTP Responden



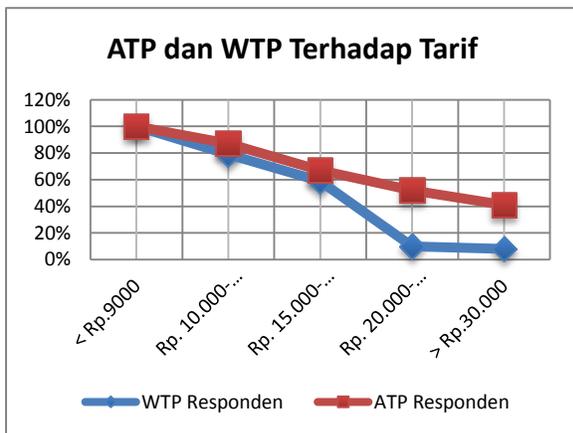
Sumber : Data yang diolah Th. 2017

Berdasarkan gambar 4.19 diketahui bahwa range Harga/Tarif yang realistis bagi responden untuk harga tiket masuk MNJ adalah sekitar Rp.20.000 - Rp.29.999. Semakin tinggi harga/tarif yang akan diberlakukan, maka semakin rendah kemauan responden membayar lebih untuk peningkatan program keamanan MNJ. Dengan adanya kemauan membayar lebih dari responden untuk peningkatan keamanan maka nilai WTP responden menjadi naik dengan nilai WTP minimum sebesar <

Rp.9.000 dan maksimum menjadi Rp.29.999.

Analisa dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh ATP dan WTP terhadap harga/tarif yang ditetapkan. Dari gambar 4.20 dapat dilihat bahwa semakin tinggi harga/tarif yang ditetapkan maka semakin rendah persentase ATP dan WTP responden. Persentase WTP responden lebih cepat menurun daripada ATP responden. Pada saat harga/tarif yang ditetapkan diatas Rp.30.000, maka persentase WTP responden menjadi 8% atau dengan kata lain kemauan responden membayar lebih untuk peningkatan keamanan MNJ berkurang. Namun persentase ATP masih sebesar 41%, artinya bahwa masih ada 41% responden mempunyai kemampuan membayar terhadap harga/tarif MNJ.

Gambar 4.20 Diagram ATP dan WTP terhadap Harga/Tarif MNJ



Sumber : Data yang diolah Th. 2017

Jika harga/tarif yang ditetapkan sebesar Rp.20.000 - Rp.29.999 maka ATP responden 52% dan WTP responden 10%. Ini berarti bahwa presentase pengunjung MNJ yang akan mengunjungi MNJ jika berdasarkan presentase terkecil dari ATP dan WTP sebesar 10%.

Jika harga/tarif yang ditetapkan sebesar Rp.15.000 - Rp.19.999 maka ATP responden 67% dan WTP responden 59%. Ini berarti bahwa presentase pengunjung MNJ yang akan mengunjungi MNJ jika berdasarkan presentase terkecil dari ATP dan WTP sebesar 59%.

Jika harga/tarif yang ditetapkan sebesar Rp.10.000 - Rp.14.999 maka ATP responden 87% dan WTP responden 79%. Ini berarti bahwa presentase pengunjung MNJ yang akan mengunjungi MNJ jika berdasarkan presentase terkecil dari ATP dan WTP sebesar 79%.

KESIMPULAN DAN SARAN

K e s i m p u l a n

Berdasarkan analisis hasil penelitian pada Bab IV, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Estimasi nilai Ability To Pay (ATP) pengunjung Monumen Nasional Jakarta adalah rata - rata Rp. 73.750 dengan median Rp. 27.619 dan Willingness To Pay (WTP) pengunjung Monumen Nasional Jakarta adalah rata - rata Rp.17.620 dengan median Rp. 20.000.
2. Skenario penetapan harga/tarif Monumen Nasional Jakarta berdasarkan nilai ATP dan WTP :
 - a) Jika ditetapkan harga/ tarif pada tiket Monumen Nasional Jakarta sebesar Rp.20.000 s/d 29.999, maka kemampuan membayar pengunjung MNJ sebesar 52% mempengaruhi kemauan untuk membayar lebih untuk peningkatan keamanan MNJ sebesar 10%.

- b) Jika ditetapkan harga/ tarif pada tiket Monumen Nasional Jakarta sebesar Rp.15.000 s/d 19.999, maka kemampuan membayar pengunjung MNJ sebesar 67% mempengaruhi kemauan untuk membayar lebih untuk peningkatan keamanan MNJ sebesar 59%.
- c) Jika ditetapkan harga/ tarif pada tiket Monumen Nasional Jakarta sebesar Rp.10.000 s/d 14.999, maka kemampuan membayar pengunjung MNJ sebesar 87% mempengaruhi kemauan untuk membayar lebih untuk peningkatan keamanan MNJ sebesar 79%.
3. Persentase responden bersedia membayar lebih dari harga/tarif tiket untuk peningkatan keamanan sebesar 85%
4. Prioritas dimensi kualitas pelayanan yang diharapkan oleh responden yaitu kebersihan dan kenyamanan lingkungan Monumen Nasional Jakarta, kondisi kelayakan dan kelengkapan fasilitas pendukung, kelengkapan sarana informasi dan brosur.

S A R A N

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka peneliti merekomendasikan untuk manajemen Monumen Nasional Jakarta sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dapat memenuhi harapan pengunjung. Untuk dapat meningkatkan kepuasan pengunjung maka pihak manajemen MNJ harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan. Untuk dapat meningkatkan

kualitas pelayanan, maka pihak manajemen harus dapat memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- a) Perlu adanya peningkatan fasilitas MNJ, seperti ditambahnya musholla, diperbanyak jumlah tempat sampah dan tempat berteduh.
- b) Perlu adanya peningkatan dari segi keamanan MNJ, seperti perlu penambahan pos satpam di beberapa titik tertentu, dan disetiap titik lokasi disediakan petugas penjaga, serta menambah armada patroli. Keamanan MNJ harus lebih diperketat terutama saat hari libur atau hari besar lainnya dimana jumlah pengunjung melonjak. Selain itu, menurut responden keberadaan pedagang asongan harus ditertibkan, karena mengganggu rekreasi mereka.
- c) MNJ juga perlu memperbaiki papan penunjuk lokasi yang kurang jelas terlihat dan harus diperbaharui agar meminimalisasi pengunjung tersesat. Selain itu, diharapkan juga terdapat peta wisata atau denah objek wisata di MNJ yang diberikan kepada pengunjung.
- d) Dari segi pelayanan petugas MNJ perlu diperbanyak lagi. Kesadaran, ketanggapan, pemahaman serta perhatian khusus dari para petugas terhadap masalah atau keluhan dari para pengunjung juga menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan dalam usaha meningkatkan kepuasan pengunjung.
2. MNJ harus melakukan penelitian secara bertahap dan mendalam mengenai kondisi pendapatan mereka. Jika dibandingkan dengan musim sejarah lainnya yang berada di DKI Jakarta, MNJ perlu merancang sebuah harga tiket yang

sesuai dengan biaya operasionalnya. Fungsinya adalah untuk membantu mereka dalam mencapai keuntungan. Untuk meningkatkan jumlah pendapatannya, MNJ perlu menaikkan harga, menurunkan biaya operasional atau dengan melakukan kerjasama *sponsorship*.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS Pusat). (2016) :Statistik Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara 2011-2016 dan Pengeluaran Wisatawan, Jakarta : BPS Pusat.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi DKI Jakarta. (2016) :Jakarta Dalam Angka, Jakarta : BPS.
- BLUD Monumen Nasional. (2016) :Data Pengunjung dan Realisasi Pendapatan, Jakarta : MNJ.
- Briggs, Susan. (2009) :Marketing for The Tourism and Leisure, Sydney, Australia.
- Cooper, et al. (1998) :Tourism Principles and Practice, 2nd ed, New York : Prentice Hall.
- Cronin, J.J. & Taylor S.A.(1994) : SERVPERF Versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perception-Minus-Expectations Measurement of Service Quality, Journal of Marketing. 58 (January), hal.125-131.
- Damanik, J dan Weber, H. (2006) :Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi, Yogyakarta :Andi.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi DKI Jakarta. (2016) :Data Kepariwisata, Jakarta : BPS.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi DKI Jakarta. (2016) :Data Kunjungan Obyek Wisata di Jakarta, Jakarta : BPS.
- Ismayanti. (2010) :Pengantar Pariwisata, Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Muljadi. (2009): Kepariwisata dan Perjalanan, Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Sekaran, Uma. (2006) :Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Jakarta : Salemba Empat.
- Spillane, J. (2002) :Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya, Yogyakarta : Kanisus.
- Sugiyono, (2012) :Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, cetakan 16 Bandung : Alfabeta.
- Wahab, S. (1992) :Manajemen Kepariwisata, Jakarta : PT Pradnya Paramita.
- Warpani, Suwardjoko, P. (2007) :Pariwisata dalam Tata Ruang Wilayah, Bandung : ITB
- Yoeti, Oka A. (1990) : Pengantar Ilmu Pariwisata, Bandung : Angkasa.