

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata telah menjadi sektor strategis dalam pembangunan ekonomi global dengan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi berbagai negara. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2023 mencapai 3,9 persen, meningkat dari tahun sebelumnya yang sebesar 3,6 persen. Kontribusi ini terus menunjukkan tren positif dimana sepanjang tahun 2024, sektor pariwisata diestimasi berkontribusi sebesar 4,01-4,5 persen terhadap PDB nasional dengan devisa mencapai USD16,7 miliar. Kinerja sektor pariwisata yang terus meningkat ini mendorong berbagai negara untuk terus berinovasi dalam mengembangkan produk wisata yang mampu menarik wisatawan dan mendorong kunjungan ulang mereka.

Sejalan dengan perkembangan pariwisata nasional, Indonesia terus berupaya meningkatkan kualitas dan keberagaman produk wisatanya. Pengembangan pariwisata di Indonesia diarahkan untuk mewujudkan *quality tourism experience* sebagaimana tertuang dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2020 tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020-2024. Salah satu strategi yang dikembangkan untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan mengoptimalkan ekonomi malam melalui pengembangan atraksi wisata malam yang mampu memunculkan produk pariwisata baru dan pasar baru yang belum pernah digarap (Wijayanti, 2022).

Merespons kebijakan tersebut, tren wisata malam di Indonesia mulai berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berbagai destinasi wisata mulai mengembangkan program wisata malam untuk memperpanjang waktu kunjungan wisatawan dan meningkatkan konsumsi ekonomi lokal. Pemerintah DKI Jakarta, misalnya, telah meluncurkan program wisata malam di Taman Margasatwa Ragunan pada Oktober 2025 sebagai bagian dari komitmen mengembangkan ekonomi malam di ibu kota.

Wisata malam didefinisikan sebagai kegiatan wisata yang dilakukan pada waktu malam hari, umumnya dimulai setelah matahari terbenam hingga larut malam, yang menawarkan pengalaman berbeda dari kunjungan siang hari. Konsep wisata malam berkembang menjadi fenomena global yang memberikan kontribusi penting bagi ekonomi malam melalui perluasan permintaan domestik, peningkatan konsumsi, dan penciptaan lapangan kerja. (Awaloedin *et al.*, 2023).

Zhu & Li (2025) mengidentifikasi bahwa wisata malam tidak hanya memperpanjang durasi kunjungan wisatawan tetapi juga secara substansial meningkatkan pendapatan ekonomi malam di destinasi perkotaan. Data menunjukkan pertumbuhan penjualan tiket atraksi wisata malam meningkat 469% pada semester pertama 2021, dengan konsumsi malam hari mencapai sekitar 60% dari total penjualan ritel (Runhua & Jing, 2023).

Meskipun potensi ekonomi wisata malam sangat besar, pengembangannya menghadapi berbagai tantangan yang kompleks. Permasalahan keamanan dan infrastruktur menjadi tantangan paling krusial, meliputi penggunaan pencahayaan yang tidak memadai, kemacetan ruang dan lalu lintas, serta kualitas layanan yang buruk (Awaloedin *et al.*, 2023; Zhu & Li, 2025). Homogenisasi produk wisata juga menjadi masalah serius yang menyebabkan pengunjung merasa bosan, sementara komersialisasi berlebihan dapat merusak daya tarik autentik destinasi wisata (Runhua & Jing, 2023).

Dalam konteks Indonesia, hambatan pengembangan wisata malam semakin kompleks karena promosi yang kurang memadai, fasilitas pendukung yang minim, serta koordinasi antar pemangku kepentingan pariwisata yang belum optimal (Wijayanti, 2022). Kualitas pelayanan menjadi faktor krusial yang menentukan kepuasan pengunjung dan minat berkunjung kembali. (Lapotulo *et al.*, 2025) di Tiban *Global Night Market* Batam menemukan bahwa dimensi kualitas pelayanan seperti responsivitas, jaminan, dan keandalan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang wisatawan. Sandra *et al.* (2024) mengidentifikasi bahwa program revitalisasi di Taman Mini Indonesia Indah (TMII) belum berhasil meningkatkan jumlah pengunjung karena sistem informasi tidak jelas, kurangnya transportasi internal, tidak adanya petugas

pemandu, minimnya atraksi dan pertunjukan, serta kualitas sumber daya manusia yang tidak responsif. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang rendah dapat menghambat minat pengunjung untuk datang kembali, bahkan ketika program baru telah diluncurkan.

Khusus untuk kebun binatang, pengembangan wisata malam memiliki karakteristik unik yang berbeda dengan destinasi wisata lainnya. Simalango & Sihombing (2025) di Medan Zoo menemukan bahwa daya tarik wisata dan kualitas pelayanan secara simultan memberikan pengaruh sebesar 56,2% terhadap jumlah kunjungan wisatawan, dengan permasalahan meliputi kondisi kandang satwa yang tidak memenuhi standar, kerusakan fasilitas, infrastruktur yang kurang memadai, serta tidak adanya tour guide.

Kebun binatang dapat menawarkan pengalaman melalui pengamatan satwa nokturnal yang aktif di malam hari, program *sleepover* yang memberikan dimensi edukasi dan petualangan, serta tur satwa nokturnal. Namun, pengembangannya menghadapi tantangan khusus meliputi kesejahteraan satwa yang harus dijaga, pencahayaan yang tidak boleh mengganggu habitat alami hewan, keamanan pengunjung di area luas dengan visibilitas terbatas, serta kebutuhan akan pemandu wisata yang dapat memberikan informasi edukatif. Christianto & Gunawan (2025) menekankan bahwa wisata malam dapat berfungsi sebagai alat pelestarian budaya setempat serta pendorong ekonomi masyarakat sekitar, asalkan didukung oleh layanan berkualitas dan partisipasi aktif masyarakat.

Minat berkunjung kembali (*revisit intention*) berperan penting dalam memastikan keberlanjutan sebuah tujuan wisata. Dengan demikian, penting untuk memastikan pelanggan menerima layanan yang berkualitas (Nugrohanto *et al.*, 2024). Minat berkunjung kembali menunjukkan tingkat kepuasan dan loyalitas pengunjung terhadap destinasi wisata, yang akan berdampak pada stabilitas jumlah pengunjung dan pendapatan jangka panjang. Oleh karena itu, strategi peningkatan kualitas pelayanan menjadi kunci dalam membangun minat berkunjung kembali yang berkelanjutan.

Penelitian tentang wisata malam telah berkembang di berbagai konteks seperti pasar malam, destinasi budaya, dan danau urban. Namun, penelitian

yang secara khusus mengkaji strategi peningkatan kualitas pelayanan untuk mendorong minat berkunjung kembali di destinasi wisata malam kebun binatang masih terbatas. Penelitian terdahulu di Medan Zoo belum fokus pada strategi peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan minat berkunjung kembali wisata malam secara spesifik. Oleh karena itu, dengan peluncuran program wisata malam Ragunan pada Oktober 2025, terdapat kebutuhan untuk mengidentifikasi kondisi kualitas pelayanan saat ini, menganalisis peran kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali, serta merumuskan strategi peningkatan kualitas pelayanan yang efektif agar dapat mendorong minat berkunjung kembali secara berkelanjutan.

Berdasarkan *gap research* tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan mengenai dimensi kualitas pelayanan yang diterapkan, pentingnya kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat berkunjung kembali, dan strategi peningkatan yang tepat untuk destinasi wisata malam Ragunan. Penelitian dengan judul "Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Minat Berkunjung Kembali Pada Program *Night at Ragunan Zoo* Jakarta" dianggap penting karena dapat memberikan kontribusi teoritis dalam memperluas kajian tentang kualitas pelayanan di wisata malam kebun binatang yang masih terbatas dalam literatur akademik, sekaligus memberikan rekomendasi strategis bagi pengelola dalam mengoptimalkan pelayanan dan meningkatkan minat berkunjung kembali sekaligus mendukung pengembangan ekonomi malam di Indonesia.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja dimensi kualitas pelayanan yang saat ini diterapkan pada program *Night at Ragunan Zoo*?
2. Mengapa kualitas pelayanan penting dalam meningkatkan minat berkunjung kembali pada program *Night at Ragunan Zoo*?
3. Bagaimana strategi peningkatan kualitas pelayanan yang tepat untuk meningkatkan minat berkunjung kembali pada program *Night at Ragunan Zoo*?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi dimensi kualitas pelayanan yang saat ini diterapkan pada program *Night at Ragunan Zoo*.
2. Menganalisis pentingnya kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat berkunjung kembali pada program *Night at Ragunan Zoo*.
3. Merumuskan strategi peningkatan kualitas pelayanan yang tepat untuk meningkatkan minat berkunjung kembali pada program *Night at Ragunan Zoo*.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan penulis mengenai manajemen kualitas pelayanan pada program wisata malam, khususnya dalam konteks *Night at Ragunan Zoo*, yang dapat memberikan perspektif baru tentang bagaimana strategi peningkatan pelayanan dapat diterapkan untuk meningkatkan minat berkunjung kembali.

2. Bagi Pengelola Taman Margasatwa Ragunan

Penelitian ini memberikan informasi dan rekomendasi yang bermanfaat terkait kondisi kualitas pelayanan saat ini dan strategi peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan minat berkunjung kembali pada program *Night at Ragunan Zoo* secara berkelanjutan.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, rekomendasi, dan ide yang bermanfaat terkait pengembangan strategi peningkatan kualitas pelayanan dan minat berkunjung kembali pada program wisata malam di kebun binatang, yang masih terbatas dalam literatur akademik.

4. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi peneliti di bidang sejenis yang berkaitan dengan manajemen kualitas pelayanan dan minat berkunjung kembali pada destinasi wisata malam, khususnya program *Night at Ragunan Zoo*.