

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Gagasan Utama

Pariwisata adalah sektor industri besar yang sedang berkembang sangat pesat di seluruh dunia. Pariwisata menjadi sumber utama pemasukan devisa dari negara-negara yang berkembang. Adapun efek yang diperoleh karena perkembangan industri pariwisata adalah meningkatnya pemasukan ekonomi negara yang ditandai dengan besarnya persentase Produk Domestik Bruto (PDB) dan jumlah tenaga kerja yang jumlahnya semakin meningkat akibat efek dari meningkatnya industri pariwisata. Seperti pada Tabel 1, Jumlah Devisa Indonesia dari Sektor Pariwisata mencapai 16.426 Miliar Dollar pada tahun 2018. Angka tersebut mengalami pertumbuhan secara terus menerus hingga sekarang. (BPS BANTEN, 2020)

**TABEL 1**  
Jumlah Devisa pada Sektor Pariwisata Indonesia

Wilayah	Jumlah Devisa Sektor Pariwisata (Miliar US\$)			
	2015	2016	2017	2018
Indonesia	10.761	11.206	13.139	16.426

Sumber: BPS (2018)

Seperti yang dilansir Kompas (2019), Bank Indonesia menyatakan bahwa sektor pariwisata merupakan sektor yang paling berpengaruh untuk mendongkrak devisa Indonesia. Menurut *The World Travel & Tourism Council* (WTTC) yang dilansir di (Kompas, 2018), sektor pariwisata Indonesia tercatat mencapai pertumbuhan tertinggi peringkat ke sembilan di dunia. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, wisata adalah

kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Pariwisata di Kota Tangerang Selatan sedang berkembang pesat, pada 2016, jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Tangerang mencapai 554.299, pada 2017 angka tersebut naik kembali menjadi 1.008.737 jiwa. Pada pertengahan Juli 2018, angka kunjungan wisatawan sudah mencapai 883.089. Kenaikan yang cukup drastis tersebut diyakini oleh Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang, Rina Hernaningsih akan terus mengalami peningkatan dan melebihi tahun-tahun sebelumnya.

Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menyatakan bahwa terdapat empat komponen yang terkait dalam pariwisata, yakni daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang terkait maupun layanan yang mendukung pariwisata itu sendiri. Daya tarik wisata atau yang disebut juga sebagai atraksi wisata menurut Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia No. 3 Tahun 2018 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.

Kota Tangerang Selatan setiap tahunnya memiliki pertumbuhan penduduk yang besar, dapat dilihat pada Tabel 2 di bawah ini bahwa di tahun 2016-2019, tercatat pertumbuhan penduduk sebesar 154.094 jiwa. (BPS BANTEN, 2020) Dari Tabel 2, Kota Tangerang Selatan merupakan lokasi yang dipadati penduduk yang

cukup padat, ditambah dengan banyaknya wisatawan yang ikut meramaikan daerah tersebut maka, tempat rekreasi yang memadai dan menunjang segala aspek dalam memenuhi kebutuhan hiburan warga Tangerang Selatan sangatlah dibutuhkan. Dipadukan dengan pertumbuhan Pariwisata di wilayah Tangerang Selatan, penulis merasa bahwa Kota Tangerang Selatan merupakan lokasi yang cocok untuk dibangunnya bisnis Daya Tarik Wisata.

**TABEL 2**  
Jumlah Penduduk Kota Tangerang Selatan tahun 2016-2019

Keterangan	Jumlah Penduduk			
	2016	2017	2018	2019
Setu	83.777	86.783	89.825	92.890
Serpong	177.677	184.761	191.968	199.283
Pamulang	341.967	350.923	359.810	368.603
Ciputat	232.559	239.152	245.727	252.262
Ciputat Timur	206.729	211.003	215.186	219.261
Pondok Aren	379.354	392.284	405.316	418.420
Serpong Utara	171.749	179.993	188.476	197.187
Kota Tangerang Selatan	1.593.812	1.644.899	1.696.308	1.747.906

Sumber: BPS (2020)

Kota Tangerang merupakan Kota Metropolitan yang padat dan dipenuhi oleh manusia dengan rutinitas kerja sehari-hari. Daya Tarik Wisata merupakan sebuah cara bagi masyarakat untuk berekreasi menghilangkan stress. Hewan peliharaan juga merupakan media yang bagus untuk manusia menghilangkan stress. Menurut *website* dari *Centers of Disease Control and Prevention* (CDC, 2019), penelitian menunjukkan bahwa ikatan antara pemilik hewan peliharaan dan hewan dapat meningkatkan kebugaran, menurunkan stres, dan membawa kebahagiaan bagi pemiliknya. Terutama binatang anjing, berada didekat manusia atau hanya dengan membelai, terbukti secara medis dapat memberikan efek menenangkan pikiran manusia. Sentuhan dan gerakan adalah dua cara sehat untuk mengelola stres dengan cepat. Membelai binatang seperti anjing dapat menurunkan tekanan darah

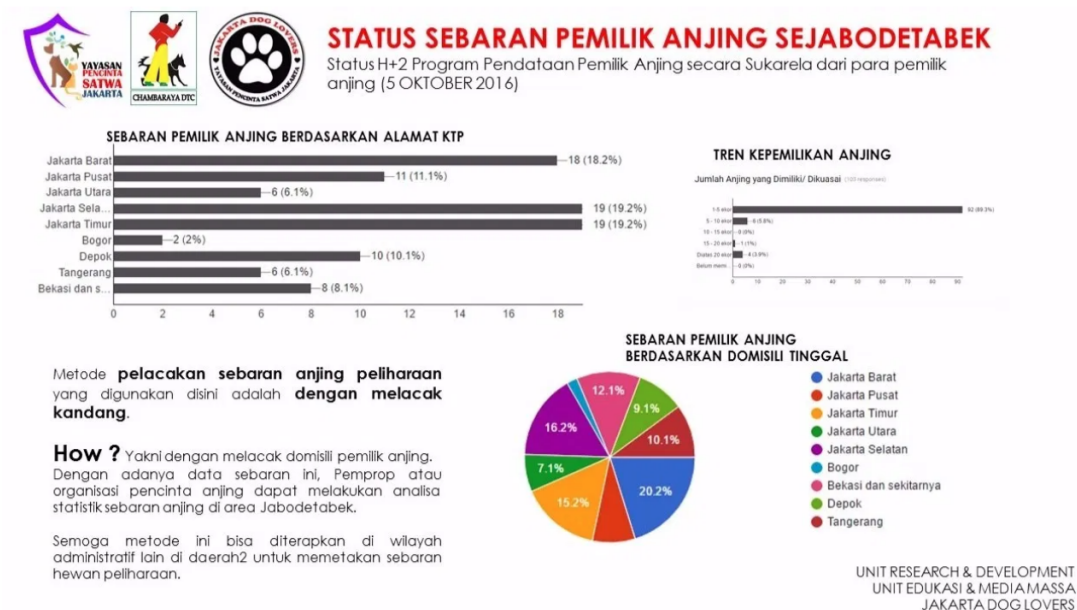
dan membantu manusia dengan cepat merasa lebih tenang dan mengurangi stress. Hewan dapat menawarkan kenyamanan, membantu meredakan kecemasan, dan membangun rasa percaya diri bagi orang-orang yang gelisah untuk keluar ke dunia (HelpGuide, 2020).

Tren kepemilikan hewan peliharaan sedang meningkat, hal tersebut dapat dilihat dari pertumbuhan pasar makanan hewan di Indonesia. Pasar makanan hewan Indonesia diproyeksikan tumbuh dengan CAGR 5,1% selama periode perkiraan (2020-2025). Indonesia adalah salah satu ekonomi Asia Selatan yang berkembang pesat, dan pertumbuhan tersebut didorong oleh laju urbanisasi dan industri yang meningkat pesat (Mordor Intelligence, 2020). Perubahan demografis ini sangat penting untuk pertumbuhan pasar makanan hewan di masa depan. Humanisasi hewan peliharaan telah menjadi tren baru di kalangan rumah tangga Indonesia. Hal ini selanjutnya didorong oleh peningkatan populasi yang lebih suka tinggal dengan hewan peliharaan bersama dengan pengunjung. Populasi kelompok berpenghasilan rendah dan menengah yang lebih besar di Indonesia mendukung pertumbuhan ekonomi makanan hewan peliharaan.

*Indonesia Pet Expo* adalah pameran hewan anual terbesar di Indonesia, pada pameran ini pengunjung dapat membawa hewan peliharaannya untuk berinteraksi disana, juga merupakan sarana bisnis hewan peliharaan dan layanan profesional terkait, pameran ini mempertemukan kepentingan dunia penghobi hewan peliharaan dengan penyedia kebutuhan hewan peliharaan. Jumlah pengunjung pada penyelenggaraan pertama *Indo Pet Expo* 2015 mencapai 15.000, sedangkan pada 2016 meningkat menjadi 27.000 pengunjung, dan pada event ketiga tahun 2017 tercatat sebanyak 35.668 pengunjung selama tiga hari. Angka yang begitu besar

didapat dari banyaknya pengunjung yang berasal bukan hanya dari daerah Tangerang Selatan melainkan daerah sekitarnya yang menunjukkan pertumbuhan tren kepemilikan hewan peliharaan di Indonesia (IIPe, 2020).

**GAMBAR 1**  
Status Sebaran Pemilik Anjing SEJABODETABEK



Sumber: Yayasan Pencinta Satwa Jakarta (2016)

Dari Gambar 1, terdapat 6.1% pemelihara anjing yang menunjukkan persebaran yang cukup banyak di daerah Tangerang. Daerah sekitar terdekat Tangerang seperti Jakarta dan Tangerang Selatan juga memiliki persentase yang besar yang dapat menjadi pasar bagi dibukanya Daya Tarik Wisata bagi para wisatawan nusantara, maupun pemilik anjing (*pet owners*) untuk berwisata ke Tangerang (Yayasan Pencinta Satwa Jakarta, 2020).

Dengan tren kepemilikan hewan peliharaan anjing yang besar dan sedang bertumbuh, sementara pada daerah Tangerang Selatan belum terdapat sebuah taman rekreasi khusus untuk hewan peliharaan anjing, dan dengan itu penulis melihat adanya peluang yang baik untuk membuka sebuah Daya Tarik Wisata (DTW) yang

bisa dijadikan sebagai sarana rekreasi bagi keluarga baik yang memiliki anjing peliharaan dan yang tidak, untuk memberikan pengalaman baru dan tak terlupakan. Penulis akan menganalisis sebuah ide daya tarik wisata yang tergolong sebagai daya tarik wisata buatan dengan mengambil konsep *Dog Park* yang bertema Taman Bermain Hewan Peliharaan Anjing. Dengan dibuatnya bisnis ini, penulis berharap agar menambah daya jual pariwisata Kota Tangerang Selatan.

Adanya Dog Park atau taman hewan peliharaan anjing sendiri memiliki banyak keuntungan bagi lingkungannya. Seperti yang di katakan Glasser di buku *Dog Park, Design and Development*(2013), adanya *Dog Park* memberikan keuntungan bagi lingkungan seperti memberikan kesempatan untuk hewan peliharaan berlatih (*exercise*) dan bergaul (*socialize*) di lingkungan yang aman, menjadi daya tarik wisata untuk sebuah lingkungan yang lebih spesifik, besar, dan berlegitimasi secara konstitusi, mendukung kampanye kesehatan mental di lingkungan sekitar, dan menjadi wadah bagi komunitas hewan peliharaan sekitar.

*Bark The Park* akan hadir dengan konsep daya tarik wisata yang berbentuk taman hiburan bagi para keluarga, baik yang memiliki anjing peliharaan dan yang tidak, maupun wisatawan nusantara. *Bark The Park* adalah sebuah atraksi wisata berbentuk taman bermain hewan peliharaan anjing yang menawarkan berbagai macam kegiatan seperti *Dog Playground*, *Dog Pool*, *Pet Shelter* dan *Mini Library*. Pengunjung dapat membawa anjing hewan peliharaannya untuk bermain bersama di *Dog Playground* dengan anjing masing-masing dan sekaligus bertemu dengan anjing milik *Bark The Park* atau milik pengunjung lain. *Dog Playrgound* juga dilengkapi dengan berbagai permainan untuk anjing dan *Dog Pool* (kolam renang khusus anjing) bagi pengunjung yang ingin beraktivitas bersama dengan binatang

peliharaannya. *Bark The Park* juga bekerjasama dengan *Pet Shelter* yang merupakan sebuah organisasi *non-profit pet rescuer* yang menyelamatkan hewan peliharaan anjing yang tidak memiliki rumah, ditelantarkan, dan ada *Pet Shelter* ini merupakan sebuah tempat penampungan hewan atau rumah bagi hewan-hewan tersebut. *Bark The Park* bersama dengan *Pet Shelter* menyediakan *Feeding Show* setiap hari bagi setiap pengunjung yang ingin melihat seluruh anjing dari *Bark The Park* untuk menyantap makan. Terdapat juga *Mini Library*, yakni perpustakaan kecil khusus mengenai binatang peliharaan anjing yang dapat diakses gratis bagi setiap pengunjung.

## **B. Tujuan Studi Kelayakan**

Penentuan tujuan dari pembuatan Studi Kelayakan Bisnis (SKB) merupakan hal yang penting. Berikut dua tujuan Studi Kelayakan Bisnis *Bark The Park*.

### **1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)**

Untuk meninjau berbagai aspek terkait dengan rencana bisnis *Bark The Park* sehingga dapat diketahui secara jelas apakah museum ini layak atau tidak untuk direalisasikan. Serta untuk meminimalisir risiko yang dapat terjadi. Aspek-aspek yang terkait adalah:

#### **a. Aspek Pemasaran**

Menganalisis kelayakan bisnis pada target pasar yang sudah ditetapkan, kesesuaian produk dengan target pasar/*trend*, penawaran yang diberikan pesaing, strategi pemasaran bila terjadinya kondisi politik, ekonomi, sosial maupun lingkungan dalam target pasar. Serta menganalisis baur pemasaran (8P) yang terdiri dari *product, packaging, price, promotion, place, people,*

*programming* dan *packaging*.

b. Aspek Operasional

Menganalisis kelayakan bisnis pada kegiatan, pemilihan lokasi, produk, fasilitas dan teknologi yang akan digunakan oleh *Bark The Park*.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Menganalisis kelayakan bisnis dibidang struktur organisasi, pencarian tenaga kerja, deskripsi pekerjaan (*job description*), serta program pelatihan dan pengembangan bagi karyawan.

d. Aspek Keuangan

Menganalisis kelayakan bisnis mengenai jumlah dana yang dibutuhkan untuk direalisasikannya ide bisnis, membuat proyeksi biaya operasional *budgeting* dan proyeksi pendapatan. Menganalisis laporan keuangan, *break-even point*, analisis investasi, dan juga manajemen kemungkinan risiko yang akan terjadi di *Bark The Park*.

2. Sub-Tujuan (*Minor Objectives*)

Studi Kelayakan Bisnis ini memiliki beberapa sub-tujuan, seperti:

- a. Sebagai pedoman kepada pihak investor dan pihak kreditor, sehingga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menanamkan modal di Daya Tarik Wisata *Bark The Park*.
- b. Mendirikan tempat rekreasi keluarga yang interaktif dan menyenangkan serta memberikan pengalaman menarik bagi pengunjungnya.
- c. Mengurangi *Stress Rate* pada masyarakat serta membantu mendukung kesehatan mental masyarakat.



- d. Menjadi Daya Tarik Wisata yang juga meningkatkan pariwisata di Tangerang.
- e. Menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.
- f. Meningkatkan pendapatan daerah melalui pembayaran pajak.

### C. Metodologi

Pada studi kelayakan bisnis *Bark The Park*, diperlukan data pendukung untuk menghasilkan suatu kesimpulan layak atau tidaknya bisnis ini untuk dijalankan. Adapun penyusunan studi kelayakan bisnis ini menggunakan beberapa metode, yaitu:

#### 1. Data Primer

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 38), data primer adalah:

*“Primary data is such data that researcher gathers first hand such as surveys, interviews, focus groups or observation for the specific purpose of the study.”*

Berdasarkan pengertian diatas, data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber pertama seperti melalui survei, *interviews*, *group focus* dan observasi. Adapun metode pengumpulan data primer pada studi kelayakan bisnis *Bark The Park*, yaitu:

##### a. Kuesioner

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 142), kuesioner adalah:

*“A questionnaire is preformulated written set of questions to which the respondent record their answers, usually within rather closely defined alternatives.”*

Berdasarkan pengertian di atas, kuesioner adalah sebuah kumpulan pertanyaan yang telah disusun terlebih dahulu secara tertulis yang kemudian dijawab oleh responden untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 142), *Mail and electronic questionnaires* adalah jenis kuesioner yang disebarakan secara tidak langsung untuk mencakup wilayah geografis yang luas dan penyebarannya dilakukan melalui berbagai media, seperti pos, email, dan lain-lain.

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 237), sampel adalah:

*“A sample is a subset of the population. It comprise some numbers selected from it. In the other wods, some, but not all, elements of the populations from the sample.”*

Menurut pengertian diatas, sample adalah bagian dari sebuah populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi tersebut, beberapa tetapi tidak menyeluruh, hanya elemen dari populasi yang terbentuk menjadi sampel.

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 241), terdapat beberapa cara pengumpulan sampel, yaitu:

1) *Probability Sampling*

*Probability Sampling* digunakan pada elemen dari sebuah populasi sudah diketahui, dan setiap anggota memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel Sekaran dan Bougie (2016, hal. 241).

Terdapat beberapa metode dalam teknik penentuan sampel ini, yaitu:

a) *Simple Random Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 242), penentuan sampel ini digunakan saat jumlah dari elemen dalam populasi telah diketahui dan setiap elemen memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel.

b) *Systematic Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 243), penentuan sampel

dengan metode *systematic sampling* dilakukan dengan memilih elemen dari populasi secara acak antara 1 dan  $n$ , selanjutnya dipilih elemen yang berikutnya dengan jarak yang sama.

c) *Stratified Random Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 243), penentuan sampel dengan metode *stratified random sampling* dilakukan dengan memiliki elemen dari populasi secara acak antara 1 dan  $n$ , kemudian akan dipilih elemen berikutnya dengan jarak yang sama.

d) *Cluster Random Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 246), penentuan sampel cluster random sampling ini dilakukan dengan membagi target populasi menjadi kelompok-kelompok sampel dengan setiap kelompok memiliki karakteristik yang homogen.

2) *Non-Probability Sampling*

*Non-Probability Sampling* digunakan saat jumlah elemen dalam sebuah populasi tidak diketahui jumlahnya secara pasti, sehingga setiap anggotanya tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Sekaran dan Bougie 2016, hal. 247). Terdapat dua metode dalam teknik penentuan sampel ini, yaitu:

a) *Convenience Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 247), metode *convenience sampling* meliputi pemilihan sampel secara bebas dalam sebuah populasi dengan mendapatkan data yang diinginkan dengan mudah dan cepat.

b) *Purposive Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 248), metode *purposive sampling* membatasi sampelnya untuk orang-orang tertentu dengan informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan dari penelitian tersebut.

Jenis kuesioner yang digunakan oleh *Bark The Park* adalah *mail and electronic questionnaires* dengan teknik pengumpulan sampel *Non-Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Menurut Hair et al (2014), pengukuran sampel adalah:

*"at least five times as many observations as the number of variables to be analyzed, and the more acceptable sample size would have 10:1 ratio"*

Berdasarkan pengertian diatas, aturan mengenai pengukuran sampel yang *valid* dan *reliable* adalah dengan mengalikan jumlah indikator dengan angka minimal lima untuk hasil yang akurat, dan sepuluh untuk lebih diterima Jadi, jumlah kuesioner yang harus disebar oleh *Bark The Park* dengan 46 indikator pertanyaan adalah 250 kuesioner.

b. Observasi

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 127), observasi adalah:

*"Observation is an activity which concerns the planned watching, analysis, and interpretation of behaviour, actions, or events."*

Menurut pengertian diatas, observasi ialah sebuah kegiatan mengawasi, merekam, menganalisis, dan menginterpretasi suatu perbuatan, aksi, atau *event*. Dalam penelitian untuk studi kelayakan bisnis *Bark The Park*, peneliti melakukan observasi untuk mendapatkan data mengenai lingkungan sekitar potensi *Bark the Park*

## 2. Data Sekunder

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 3), data sekunder adalah:

*“Secondary data means data that have been collected by others for another purpose than the purpose of the current study.”*

Menurut pengertian di atas, data sekunder adalah data yang sudah ada, dibuat orang lain dengan tujuan selain dari studi yang sedang dilaksanakan. Data sekunder dapat diperoleh dengan mudah karena sudah tersedia. Adapun data sekunder yang dapat diperoleh, yakni dari perpustakaan, badan pusat statistik, kantor-kantor pemerintah, dan lain-lain. Data sekunder yang dipakai dalam studi kelayakan bisnis ini diperoleh dari Badan Pusat Statistik(BPS) dan Kementerian Pariwisata. Selain itu, terdapat juga tambahan lain yang diperoleh dari buku referensi, jurnal ilmiah, website resmi dan sumber lainnya yang mendukung.

## 3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 220), validitas adalah:

*“Validity is a test of how well an instrument that is developed measures whatever concept it is intended to be measured.”*

Berdasarkan pengertian diatas, uji validitas adalah cara untuk menguji, melihat dan mengukur apakah bagian yang digunakan dapat digunakan dan sesuai dengan batas yang ada. Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 223), reliabilitas adalah:

*Reliability is a test of how consistently a measuring instrument measures whatever concept it is measuring. The reliability of a measure indicates the extent to which is without bias (error free) and hence ensures consistent measurement across time and across the various items in the instrument.*

Berdasarkan pengertian diatas, uji reliabilitas adalah sebuah pengukuran yang mengindikasikan tidak adanya bias dan memastikan pengukuran yang konsisten berdasarkan waktu dan instrumen.

## D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

### 1. Pariwisata

Pariwisata menurut Cook, Hsu, & Taylor (2019, hal. 5), Pariwisata adalah:

*“The temporary movement of people to destination outside their normal places of work and residence, the activities undertaken during their stay in those destinations and the facilities created to cater to their needs.”*

Berdasarkan pengertian diatas, pariwisata adalah perpindahan sementara manusia ke destinasi di luar tempat biasa bekerja dan tinggal, untuk melakukan suatu aktivitas di lokasi tersebut dengan fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan yang diperlukan. Sedangkan menurut Peraturan Daerah Khusus Kota Tangerang Nomor 7 Tahun 2016 tentang Kepariwisataaan, adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah Daerah dan pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Kedua pengertian pariwisata tersebut memiliki pengertian yang sama, yaitu perpindahan sementara manusia ke suatu tempat di luar wilayah tempat kerja dan tinggalnya untuk melakukan kegiatan wisata. Selama kegiatan berlangsung, kebutuhannya ditunjang oleh fasilitas dan layanan yang tersedia oleh pihak lain.

### 2. Wisata

Wisata menurut Cook, Hsu, & Taylor (2019, hal. 91) adalah

*“A product that includes at least one of the following elements: transportations, entertainment, attractions, accommodations, and sightseeing activities.”*

Berdasarkan pengertian diatas, wisata merupakan suatu produk yang terdiri

dari (minimal satu) elemen transportasi, hiburan, atraksi, akomodasi, dan kegiatan wisata. Sedangkan, menurut Peraturan Daerah Khusus Kota Tangerang Nomor 7 Tahun 2016 tentang 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.

3. Komponen Pariwisata Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan komponen yang terkait dalam pariwisata, yaitu daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang terkait maupun layanan yang mendukung pariwisata itu sendiri. Menurut Fletcher, Fyall, Gilbert, & Wanhill (2018), terdapat empat komponen penting dari pariwisata, yaitu:

- a. *Attraction*

Atraksi Menurut Cook, Hsu, & Taylor (2019, hal. 229), lokasi alam, benda, atau fasilitas yang dibangun yang memiliki daya tarik khusus baik bagi wisatawan maupun pengunjung lokal. Menurut Fletcher, Fyall, Gilbert, & Wanhill (2018), atraksi adalah sebuah komponen yang membuat wisatawan tertarik untuk mengunjungi tempat wisata tersebut. Menurut Fletcher, Fyall, Gilbert, & Wanhill (2018), atraksi dapat dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu:

- 1) Atraksi Alam (*nature-based*)

Atraksi Alam adalah daya tarik wisata yang menarik untuk dilihat dan dirasakan oleh wisatawan dan bersumber pada alam. Contoh atraksi alam di Indonesia adalah Gunung Merapi di Jawa Tengah.

- 2) Atraksi Budaya (*special event*)

Atraksi budaya merupakan daya tarik wisata dengan tujuan untuk menyaksikan atau menikmati situs purbakala, tempat bersejarah, museum, upacara adat tradisional, upacara keagamaan, pertunjukan kesenian, festival, dan lain sebagainya yang bersifat unik. Contoh atraksi budaya di Indonesia adalah Festival Cap Go Meh Singkawang di Kalimantan.

3) Atraksi Buatan Manusia (*man-made*).

Atraksi buatan manusia merupakan suatu daya tarik wisata buatan yang menarik untuk dilihat, dirasakan, dinikmati, dan dimiliki oleh wisatawan. Contoh atraksi buatan adalah, kasino, *theme parks*, *mall*, pameran dan *dog park*.

b. *Amenities*

Menurut Fletcher, Fyall, Gilbert, & Wanhill (2018), *Amenities* adalah sebuah fitur tambahan seperti tempat makan dan fasilitas lainnya yang dapat menambah daya tarik pengunjung agar pengunjung ingin datang. *Amenities* juga diartikan sebagai barang dan layanan yang disediakan bersamaan dengan akomodasi yang berkontribusi pada kenyamanan tamu menurut Cook, Hsu, & Taylor (2019).

c. *Accessibility*

*Accessibility* adalah kemudahan menuju suatu daya tarik wisata, baik transportasi maupun akses jalanan yang membantu untuk mencapai daya tarik wisata tersebut. Seperti adanya bis atau transportasi lainnya maupun jalan raya untuk pergi ke daya tarik wisata tersebut.

d. *Ancillary Services*



*Ancillary Services* adalah semua layanan yang mempermudah wisatawan serta membuat kenyataan bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata. Seperti *Tourist Information Board* atau papan informasi wisatawan.

#### 4. Pengertian Ruang Publik

Ruang publik adalah wadah yang dapat menampung aktivitas tertentu dari masyarakat, baik secara individu maupun kelompok (Hakim,1987). Sementara menurut Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional, ruang publik adalah ruang terbuka yang mampu menampung kebutuhan akan tempat pertemuan dan aktivitas bersama di udara terbuka. Ruang ini memungkinkan terjadinya pertemuan antar manusia untuk saling berinteraksi.

#### 5. Pengertian *Dog Park*

Menurut Gassler (2019), *Dog Park* adalah,

*“A dog park is a space, often in a public park and usually enclosed with fencing, where dogs can run and play, off leash, with their owners and other dogs.”*

Menurut pengertian di atas, taman anjing adalah ruang, seringkali di taman umum dan biasanya ditutup dengan pagar, di mana anjing dapat berlari dan bermain, tanpa tali, dengan pemiliknya dan anjing lain. Kata *space* yang digunakan mengacu pada sebuah properti yang biasanya bersih dan secara ideal memiliki alas rumput. Kata *often in public park* yang digunakan mengacu pada lokasi publik yang dapat diakses dengan mudah. Kata *fencing* mengacu pada pagar untuk menjaga lokasi tersebut dan *off-leash* mengacu pada tempat yang aman untuk melepas hewan peliharaan anjing tanpa tali pengikatnya. Menurut Gassler (2019), adanya Taman Hewan Peliharaan Anjing ini memiliki banyak manfaat, diantaranya:

- a. Taman hewan peliharaan anjing memberikan kesempatan untuk hewan peliharaan berlatih (*exercise*) dan bergaul (*socialize*) di lingkungan yang aman.
- b. Taman hewan peliharaan mendukung kepemilikan hewan yang bertanggung jawab
- c. Taman hewan peliharaan anjing dapat menjadi daya tarik wisata untuk sebuah lingkungan yang lebih spesifik, besar, dan berlegitimasi secara konstitusi
- d. Taman hewan peliharaan anjing menyediakan wadah untuk para pemilik hewan peliharaan bertemu dan bersosialisasi
- e. Taman Hewan Peliharaan anjing mendukung kampanye kesehatan dan keamanan
- f. Taman hewan peliharaan anjing memberikan keuntungan bagi komunitas hewan peliharaan.

*Dog Park* atau Taman Hewan Peliharaan Anjing juga memiliki manfaat untuk memotivasi pemilik hewan peliharaan anjing untuk keluar rumah dan berolahraga dengan anjingnya. Selain itu, akan mendorong orang-orang untuk saling berinteraksi dengan orang lainnya dengan minat yang sama, ditambah dengan adanya hewan peliharaan yang menjadi topik pembicaraan. Bagi hewan peliharaan, berkesempatan untuk bersosialisasi dengan hewan lainnya. Menurut Gassler (2013), hewan anjing adalah hewan sosial yang sangat memiliki sifat *needy* (membutuhkan) pada manusia (majikannya). Seperti yang dilansir pada *website Hill.com*, hewan peliharaan anjing sangat bergantung kehidupannya dengan manusia (pemiliknya), hewan peliharaan anjing senang

berinteraksi dengan pemiliknya karena dianggap sebagai ‘pemimpin’ baginya. Berbeda dengan hewan peliharaan kaki empat lainnya, anjing dikenal sebagai hewan yang atletis yang membutuhkan olahraga secara rutin sama seperti manusia. Menurut website PDSA (2020), kurangnya *exercise* pada anjing dapat menyebabkan obesitas dan masalah perilaku pada hewan. Latihan bergerak mendukung kesehatan pada anjing terutama pada otot (*joints*), juga membantu hewan tetap aktif dan senang. Kebaikan dari berlatih bersama hewan peliharaan anjing bukan hanya meningkatkan ikatan hubungan dengan pemiliknya, tetapi juga mendukung kesehatan dari pemiliknya. Kebutuhan hewan peliharaan anjing untuk berolahraga sangat bervariasi tergantung pada jenis ras dari anjing tersebut. Menurut (American Kennel Club, 2019), meskipun kadar olahraga pada anjing sangat bergantung pada jenis hewan anjing tersebut, sangat disarankan untuk hewan peliharaan melakukan olahraga rutin. Olahraga yang paling mudah dan sering dijalani untuk hewan peliharaan anjing ialah mengajaknya jalan keluar dari tempat tinggalnya. Olahraga lainnya yang dapat dilakukan untuk bergerak diantaranya bermain di Taman Hewan Peliharaan Anjing dan berenang di kolam renang khusus hewan anjing. Menurut Gassler (2013), hal-hal yang harus ada didalam taman hewan peliharaan anjing adalah:

1. *Fencing and Gates*

Karena sebuah taman bermain hewan anjing adalah lokasi yang bebas rantai, maka taman ini harus dilengkapi dengan pagar yang memadai.

2. *Benches*

Tempat duduk bagi para pemilik anjing harus disediakan untuk beristirahat.

### 3. *Waste -Bag Stations*

*Waste-Bag Stations* adalah suatu tempat khusus yang menyediakan kantong kecil untuk mengangkat kotoran dari hewan. Ini adalah hal yang penting untuk menjaga kebersihan dari taman tersebut.

### 4. *Covered Waste Can*

Tempat sampah tertutup sangat dibutuhkan untuk membuang sampah guna menjaga kebersihan taman.

### 5. *Water Fountains for dogs and people*

Setiap hewan peliharaan anjing yang bergerak dan berolahraga membutuhkan air untuk melepas dahaganya. Oleh karena itu dibutuhkan tempat minum khusus untuk hewan peliharaan anjing.

### 6. *Shade's structures*

Taman hewan peliharaan anjing akan menjadi lokasi yang sangat gersang dan panas bila tidak ada bagian teduh didalamnya. Tempat teduh ini bisa ada dari pepohonan yang ditanam atau bangunan yang diadakan untuk membuat keteduhan.

### 7. *Hardscape*

Tidak hanya terbuat dari rumput di ruang terbuka, taman hewan peliharaan anjing ini harus memiliki dasar yang tergolong keras(*hard surface*). Alas ini digunakan agar mempermudah peletakan barang-barang seperti tempat sampah, area duduk, dsb.

### 8. *Signage*

Palang rambu ini berisikan peraturan yang ada di dalam taman hewan peliharaan tersebut agar semua operasional dapat berjalan dengan baik.

Selain itu, juga ada hal-hal opsional yang dapat ditambahkan sebagai fitur tambahan dalam sebuah taman hewan peliharaan anjing, diantaranya:

1. *Aquatic facility*

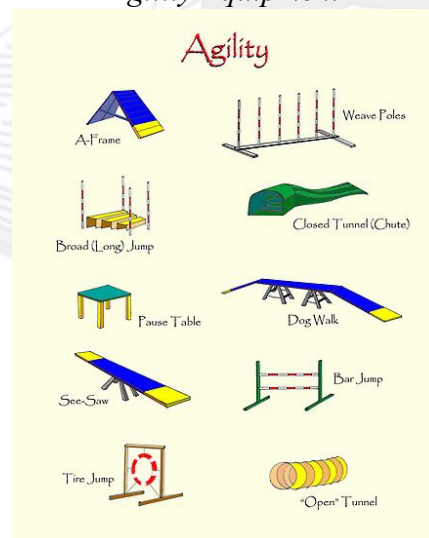
Fasilitas akuatik yang dimaksud adalah kolam renang, Kolam renang khusus untuk hewan peliharaan anjing memiliki kedalaman yang lebih pendek daripada kolam renang untuk manusia. Berenang untuk hewan peliharaan anjing memiliki manfaat terapis (*therapeutic benefits*) bagi hewan tersebut. Sama dengan manusia, selain merupakan aktifitas yang mengasyikan, berenang juga dapat melatih otot pada hewan peliharaan anjing.

2. *Playground Equipments*

Peralatan bermain untuk hewan peliharaan anjing seperti bola, tulang palsu, *squeaky rubber*, dsb akan menghibur anjing.

3. *Agility equipment*

**GAMBAR 2**  
*Agility Equipment*



Sumber : redbubble (2020)

Peralatan *Agility* merupakan sebuah permainan rintangan hewan peliharaan anjing dengan aktivitas menantang berfungsi untuk meningkatkan kelincihan dan melatih otot dari hewan tersebut.

*Bark The Park* merupakan sebuah daya tarik wisata berkonsep ruang publik terbuka yang mengkhususkan minatnya pada hewan peliharaan anjing. Taman bermain hewan peliharaan anjing ini memberikan kesempatan bagi para pecinta hewan peliharaan anjing membawa hewan kesayangannya bermain bersama di taman tersebut. Bagi para pecinta hewan peliharaan anjing yang tidak memiliki hewan peliharaan juga dapat menikmati aktivitas yang disediakan seperti bermain bersama hewan peliharaan dari *Pet Shelter* atau menonton aktivitas hewan peliharaan anjing milik orang lain yang sedang bermain di *Bark The Park*. *Bark The Park* menyediakan tempat bagi hewan peliharaan anjing untuk bermain dan berolahraga di *Playground* dan *Dog Pool* yang sudah disediakan. *Playground* khusus hewan peliharaan anjing dilengkapi dengan berbagai permainan khusus hewan anjing seperti *Dog Walk*, *Tire Jump*, *See-Saw*, *A-Frame*, dan lain sebagainya. *Dog Pool* juga disediakan bagi hewan peliharaan anjing untuk berolahraga renang dengan tujuan melatih kebugaran hewan.

Adapun jam operasional setiap hari dari pukul 08.00-20.00. Konsep bangunan *Bark The Park* akan dikemas dengan tema *modern* dan *fun* dengan dominan warna coklat untuk memberikan konsep kehangatan. Dengan diadakannya *Bark The Park* ini diharapkan, akan menjadi sebuah destinasi wisata yang menarik dan menyenangkan bagi seluruh kalangan, baik anak kecil hingga dewasa.

## 6. *Safety Standard of a Dog Park*

Menurut Gassler (2019) dibukunya yang berjudul *Dog Park, Design, Development, and Operation* menyebutkan bahwa sebuah keamanan dari sebuah taman bermain hewan peliharaan anjing adalah suatu hal yang sangat penting. Di dalam taman tersebut terdapat hal-hal yang harus ada didalam taman hewan peliharaan anjing adalah:

### a. *Fencing and Gates*

Karena sebuah taman bermain hewan anjing adalah lokasi yang bebas rantai, maka taman ini harus dilengkapi dengan pagar yang memadai.

### b. *Benches*

Tempat duduk bagi para pemilik anjing harus disediakan untuk beristirahat.

### c. *Waste -Bag Stations*

*Waste-Bag Stations* adalah suatu tempat khusus yang menyediakan kantong kecil untuk mengangkat kotoran dari hewan. Ini adalah hal yang penting untuk menjaga kebersihan dari taman tersebut.

### d. *Covered Waste Can*

Tempat sampah tertutup sangat dibutuhkan untuk membuang sampah guna menjaga kebersihan taman.

### e. *Water Fountains for dogs and people*

Setiap hewan peliharaan anjing yang bergerak dan berolahraga membutuhkan air untuk melepas dahaganya. Oleh karena itu dibutuhkan tempat minum khusus untuk hewan peliharaan anjing.

### f. *Shade's structures*

Taman hewan peliharaan anjing akan menjadi lokasi yang sangat gersang dan

panas bila tidak ada bagian teduh didalamnya. Tempat teduh ini bisa ada dari pepohonan yang ditanam atau bangunan yang diadakan untuk membuat keteduhan.

g. *Hardscape*

Tidak hanya terbuat dari rumput di ruang terbuka, taman hewan peliharaan anjing ini harus memiliki dasar yang tergolong keras (*hard surface*). Alas ini digunakan agar mempermudah peletakan barang-barang seperti tempat sampah, area duduk, dsb.

h. *Signage*

Palang rambu ini berisikan peraturan yang ada di dalam taman hewan peliharaan tersebut agar semua operasional dapat berjalan dengan baik

Dalam pengoperasiannya, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan, diantaranya:

a. Keamanan pada Taman

Antar hewan tidak menutup kemungkinan terjadi perkelahian atau gangguan satu dengan lainnya. Sehingga *Pet Guard* dari *Bark the Park* akan selalu siaga untuk menjaga keamanan dan siap untuk langsung meleraikan bila terjadi perkelahian tersebut.

b. Tata cara merawat Taman

Taman *Bark the Park* memiliki lahan rumput yang luas, sehingga setiap karyawan harus dapat menjaga kebersihan pada taman dan merawat Taman dengan menyiram tanaman di malam hari sebelum menutup operasional.

c. Tata cara merawat Kolam Renang

Kolam Renang merupakan tempat yang sangat rawan dengan bakteri. Oleh sebab



itu, Kolam Renang secara rutin akan diberihkan dan di rawat sehingga tidak akan membahayakan yang berenang didalamnya. Pernyedotan, pembersihan, dan pergantian air akan dilakukan secara rutin untuk menjaga dan merawat kolam tersebut.

d. Pengecekan berkala.

Perawatan berkala yang dilakukan oleh *Bark the Park* setiap hari senin setiap minggunya.

