

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia menjadi salah satu negara dengan kekayaan alam yang luar biasa. Kekayaan alam yang ada di Indonesia tentunya dapat dijadikan sebagai objek wisata yang menarik. Objek wisata yang ada di Indonesia pun sudah sangat dikenal oleh masyarakat lokal ataupun luar seperti Candi Borobudur, Danau Toba, Raja Ampat, dan lainnya. Banyak objek wisata di Indonesia yang belum diketahui oleh banyak orang, oleh karena itu perlu adanya pengembangan dan pengelolaan yang tepat agar objek wisata yang berada di daerah-daerah tersebut dapat dikunjungi oleh banyak wisatawan.

Parawisata merupakan industri yang dapat dijadikan penyumbang devisa bagi suatu negara. Di Indonesia sendiri sektor parawisata masih menjadi penyumbang devisa terbesar yang dapat dijadikan sebagai pendorong kemajuan perekonomian negara maupun daerah, sehingga berdampak pada peningkatan kualitas kehidupan masyarakat.

Kota Palembang ialah ibu kota dari Provinsi Sumatera Selatan. Kota Palembang memiliki banyak potensi objek wisata yang dapat dikembangkan agar dapat menarik wisatawan untuk berkunjung dan menikmati objek wisata yang ada. Objek wisata yang terkenal di Palembang ialah Pulau Kemaro, Jembatan Ampera, Masjid AI Islam Muhammad Cheng Ho, Museum Balaputra Dewa, Taman Purbakala Bukit Siguntang, Benteng Kuto Besak, Masjid Agung Sultan Mahmud Badaruddin dan masih banyak objek wisata lainnya.

Desa Kenten Laut merupakan desa yang terletak di Kecamatan Talang Kelapa, Kabupaten Banyuasin, Kota Palembang. Desa ini memiliki beberapa objek wisata salah satunya Taman Celosia Jokis Kenten Laut. Taman ini terletak di bagian desa yang masih dikelilingi oleh banyak pepohonan serta masih minimnya permukiman warga. Di Tanam Celosi Jokis Kenten Laut ini tersedia fasilitas yang dapat dinikmati oleh pengunjung yang datang, selain itu

banyak spot foto yang menarik serta berbagai jenis bunga ditanam sebagai penambah keindahan taman ini. Kondisi sekitar lingkungan yang masih di tumbuh oleh banyak pepohonan membuat suasana di taman ini nyaman dan cocok untuk dijadikan sebagai tempat rekreasi bersama keluarga atau teman.

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung Taman Celosia Jokis Kenten Tahun
2019-2023

Tahun	Jumlah Pengunjung
2019	15.000
2020	20.000
2021	12.000
2022	10.000
2023	8.000
Total	65.000

Sumber: Pemilik Taman Celosia Jokis Kenten, Tahun 2024

Berdasarkan Tabel 1.1 Jumlah pengunjung Taman Celosia Jokis Kenten mengalami penurunan. Menurut Pemilik Taman Celosia Jokis Kenten, penurunan jumlah pengunjung tiga tahun terakhir terjadi karena munculnya objek wisata baru yaitu Agrowisata Kebun Melon Kenten, Saung Bamboe Pelangi Kenten, dan Taman Samba yang berlokasi di Desa yang sama. Agrowisata Kebun Melon Kenten merupakan objek wisata yang menawarkan potensi pemandangan berupa perkebunan melon, Tempat wisata ini berdiri pada tahun 2021, pengunjung yang berkunjung dapat menikmati pemandangan kebun melon, memetik langsung, hingga membelinya.

Saung Bamboe Pelangi Kenten ialah tempat wisata yang berdiri pada tahun 2022. Tempat wisata ini menawarkan banyak wahana yang dapat dinikmati oleh pengunjung dewasa atau anak-anak seperti wahana perahu dayung, ATV, trampolin, skuter, kereta, becak-becak, dan tempat pemancingan. Saung Bamboe Pelangi Kenten juga menawarkan ruang privat

yang dapat disewa pengunjung untuk melakukan kegiatan seperti arisan, ulang tahun, dan pengajian. Sementara Taman Samba merupakan tempat wisata yang berdiri pada tahun 2023, taman ini menyediakan sumber daya buatan manusia seperti wahana perahu, *mini zoo*, kolam renang, labirin, dan spot foto. Munculnya objek-objek wisata baru ini menjadi kompetitor bagi Taman Celosia Jokis Kenten.

Taman Celosia Jokis Kenten memiliki peluang untuk diolah dan dikembangkan agar dapat dikenal oleh banyak orang dan dapat bersaing dengan para kompetitornya, sehingga dapat menambah jumlah kunjungan. Pengelolaan dan pengembangan objek wisata ini tentunya membutuhkan strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat menarik minat pengunjung baik dari masyarakat sekitar ataupun dari masyarakat yang berada di luar desa.

Strategi pemasaran merupakan cara yang dilakukan atau digunakan oleh pemilik usaha agar produk yang ditawarkan dapat dikenal oleh banyak orang. Menurut Kotler yang dikutip dalam (Aminah, 2020) Strategi pemasaran merupakan rencana yang dilakukan oleh pihak bisnis untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Salah satu aspek yang mendukung strategi pemasaran ialah bauran pemasaran.

Bauran pemasaran ialah aspek yang terdiri dari beberapa komponen yang saling berhubungan satu sama lain, digunakan oleh para pelaku bisnis untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehingga memunculkan rasa puas dalam diri konsumennya. Seperti yang diungkapkan Kotler dan Keller komponen dari bauran pemasaran saat ini ialah 7P yaitu terdiri dari *product, price, promotion, place, people process, physical evidence* (Giri Dwinanda & Yuswari Nur, 2020). Komponen ini saling berhubungan dan memberi dampak satu sama lain, oleh sebab itu perlu adanya kebijakan pemasaran yang didasari oleh komponen tersebut sehingga dapat memunculkan kepuasan dalam diri pengunjung. Dari permasalahan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Objek Wisata Di Taman Celosia Jokis Kenten.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah, Strategi Pemasaran apa saja yang dapat diterapkan oleh pihak Taman Celosia Jokis Kenten dalam meningkatkan jumlah pengunjung ditinjau dari analisis SWOT?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dari penelitian ini ialah strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Taman Celosia Jokis Kenten dalam meningkatkan jumlah pengunjung dengan fokus penelitian pada bauran pemasaran.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengidentifikasi strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh pihak Taman Celosia Jokis Kenten dalam meningkatkan jumlah pengunjung ditinjau dari analisis SWOT.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini ialah:

1. Bagi pemilik usaha, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam membuat strategi pemasaran agar objek wisata Taman Celosia Jokis Kenten dapat lebih berkembang.
2. Bagi peneliti selanjutnya, informasi pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi terkait tentang strategi pemasaran pada objek wisata.
3. Bagi Peneliti, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran untuk membuat strategi pemasaran yang baik dalam mengembangkan usaha di kemudian hari.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Pendekatan Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis data deskriptif serta analisis SWOT dan menggunakan teknik pengumpulan data secara gabungan (triangulasi). Peneliti menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman lalu membagikan kuesioner untuk memperoleh bobot dan rating pada variabel yang akan diuraikan dalam matriks IFAS dan EFAS kemudian membuat matriks SWOT untuk membuat 4 set strategi yaitu SO, WO, ST, dan WT.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Data Kualitatif adalah data yang menggambarkan karakteristik dan sifat dari suatu fenomena. Pengumpulan data yang digunakan dapat berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi.

b. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer ialah data yang didapat secara langsung dari pemberi informasi, data ini dapat melalui wawancara secara langsung dan penyebaran kuesioner. Sumber data primer pada penelitian ini peneliti dapatkan dengan cara melakukan wawancara bersama pemilik Taman Celosia Jokis Kenten yaitu Bapak Joko Ismael dan dua orang pengunjung Taman Celosia Jokis Kenten serta peneliti juga mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner kepada pengunjung Taman Celosia Jokis Kenten.

2. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang tidak secara langsung peneliti dapatkan. Data sekunder yang peneliti gunakan ialah berasal dari laporan akhir yang berada di Perpustakaan

Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya, jurnal, buku, dan sumber terpercaya yang peneliti dapatkan dari internet.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini ialah Wawancara, Kuesioner, dan Dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan tanya jawab antara narasumber dan pewawancara yang dilakukan secara lisan untuk mendapat informasi. Muri Yusuf (2019) berpendapat wawancara adalah proses interaksi antara pewawancara dan narasumber melalui komunikasi langsung atau wawancara merupakan kegiatan tatap muka antara pewawancara dan narasumber untuk memperoleh informasi.

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan pemilik Taman Celosia Jokis Kenten dan dua orang pengunjung secara tatap muka untuk menggali data atau informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.

2. Angket (Kuesioner)

Kuesioner atau angket ialah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan untuk mencari informasi dari responden. Biasanya angket berbentuk tulisan yang disebarkan kepada responden, responden dapat menjawab setiap pertanyaan dengan bebas berdasarkan sudut pandangnya sendiri. Kuesioner adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Bahri, 2018:92).

Peneliti menggunakan kuesioner tertutup, dimana setiap pertanyaan dan jawaban sudah tersedia dan responden tinggal memilih jawaban yang sesuai dengan pendapat mereka dan

juga kuesioner terbuka dimana berisi pertanyaan mengenai data responden. Kuesioner yang peneliti gunakan terdiri dari:

- a. Bagian I: Terdiri dari data responden seperti nama, jenis kelamin, usia, pekerjaan, tempat tinggal, dan frekuensi berkunjung.
- b. Bagian II: Terdiri dari daftar pertanyaan yang akan diisi oleh responden.

Peneliti juga menggunakan skala likert sebagai alat ukur yang digunakan untuk mengukur jawaban responden. Dalam skala likert ini akan berisi opsi jawaban yang dapat dipilih oleh responden yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Di bawah ini tampilan skala likert yang akan digunakan peneliti.

Tabel 1.2
Skala Likert Pada Pernyataan

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan bukti atau keterangan dalam bentuk tulisan, gambar, buku, yang dapat dijadikan keterangan pendukung dalam suatu penelitian. Dokumentasi adalah kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh informasi langsung dari tempat penelitian seperti buku, film dokumenter, dan informasi lain yang relevan (Sudaryono, 2018:219).

1.5.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah kumpulan elemen yang dapat dijadikan objek dalam penelitian (Anwar Sanusi, 2017:87). Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Taman Celosia Jokis Kenten yang berjumlah 8000 pengunjung pada tahun 2023, maka peneliti melakukan pengambilan sampel untuk penelitian ini.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang terpilih (Anwar Sanusi, 2017:87). Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Non-probability sampling dengan jenis purposive sampling. Non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi anggota populasi (Sugiyono, 2018:82). Kriteria responden yang peneliti gunakan ialah responden yang berumur 16-35 tahun ke atas dan pernah berkunjung ke Taman Celosia Jokis Kenten minimal satu kali dalam setahun.

Pada penelitian ini peneliti mengambil sampel dengan menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Total Populasi

Ne = Nilai kritis atau batas toleransi kesalahan sebesar 10% atau (0,1)

Dengan menggunakan rumus di atas maka didapatkan sampel sebesar:

$$n = \frac{8000}{1 + 8000(0,1)^2}$$

$$n = 98,76$$

Berdasarkan perhitungan rumus di atas, besar sampel yang didapatkan sekitar 98,76 namun untuk memudahkan penelitian dibulatkan menjadi 100 sehingga responden dalam penelitian ini ialah 100 orang.

1.5.5 Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Data yang digunakan oleh peneliti ialah metode kualitatif deskriptif, dengan memaparkan situasi objek penelitian dan hasil jawaban responden. Peneliti menghubungkan hasil wawancara dan jawaban responden berdasarkan teori yang ada. Peneliti juga menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada di Taman Celosia Jokis Kenten.

Adapun langkah-langkah analisis data pada penelitian ini ialah sebagai berikut.

a. Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Strategic)

Matriks IFAS digunakan untuk melihat besarnya pengaruh yang ditimbulkan dari faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Adapun caranya ialah sebagai berikut:

1. Masukkan faktor kekuatan dan kelemahan pada tabel IFAS kolom 1
2. Berikan bobot pada faktor pada kolom 2, skala 1,0 (sangat penting) dan 0,0 (tidak penting). Semua bobot jumlahnya tidak boleh lebih dari skor total 1,00.
3. Berikan rating pada kolom 3 untuk setiap factor mulai dari skala 4 (sangat kuat) sampai skala 1 (lemah), berdasarkan pengaruh faktor terhadap perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang positif (kategori kekuatan) diberi nilai +1 sampai +4, sedangkan variabel negatif (kategori kelemahan)

jika kelemahan perusahaan besar dibanding rata-rata industri diberi nilai 1, jika kelemahan perusahaan dibawah rata-rata industri diberi nilai 4.

4. Kalikan bobot dan rating untuk mendapatkan faktor pembobotan kolom 4. Nilai untuk setiap faktor bervariasi mulai dari 4,0 (kuat) dan 1,0 (lemah)
5. Jumlahkan skor bobot pada kolom 4 untuk mendapatkan total skor bobot bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan adanya reaksi antara perusahaan yang bersangkutan dengan faktor internalnya.

Tabel 1.3
Matriks IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary)

Faktor Strategi Internal (IFAS)	Bobot	Rating	Skor (BobotXRating)	Keterangan
Kekuatan				
1.				
Sub Total				
Kelemahan				
1.				
Sub Total				
Total				

Sumber: Rangkuti, Tahun 2016

b. Matriks EFAS (External Factors Analysis Strategic)

Matriks EFAS digunakan untuk melihat besarnya pengaruh yang ditimbulkan dari faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan. Adapun caranya ialah sebagai berikut:

1. Masukkan faktor peluang dan ancaman pada kolom 1

2. Berikan bobot pada faktor pada kolom 2, skala 1,0 (sangat penting) dan 0,0 (tidak penting). Semua bobot jumlahnya tidak boleh lebih dari skor total 1,00.
3. Berikan rating pada kolom 3 untuk setiap factor mulai dari skala 4 (sangat kuat) sampai skala 1 (lemah), berdasarkan pengaruh faktor terhadap perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang positif (kategori peluang) diberi nilai +1 (kecil) sampai +4 (besar), sedangkan variabel negatif (kategori ancaman) jika ancaman perusahaan besar dibanding rata-rata industri diberi nilai 1, jika ancaman perusahaan dibawah rata-rata industri diberi nilai 4.
4. Kalikan bobot dan rating untuk mendapatkan faktor pembobotan kolom 4. Nilai untuk setiap faktor bervariasi mulai dari 4,0 (kuat) dan 1,0 (lemah)
5. Jumlahkan skor bobot pada kolom 4 untuk mendapatkan total skor bobot bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan adanya reaksi antara perusahaan yang bersangkutan dengan faktor eksternalnya.

Tabel 1.4
Matriks EFAS (Eksternal Strategic Factor Analysis Summary)

Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	Bobot	Rating	Skor (BobotXRating)	Keterangan
Peluang				
1.				
Sub Total				
Ancaman				
1.				
Sub Total				
Total				

Sumber: Rangkuti, Tahun 2016

c. Matriks Grand Strategic

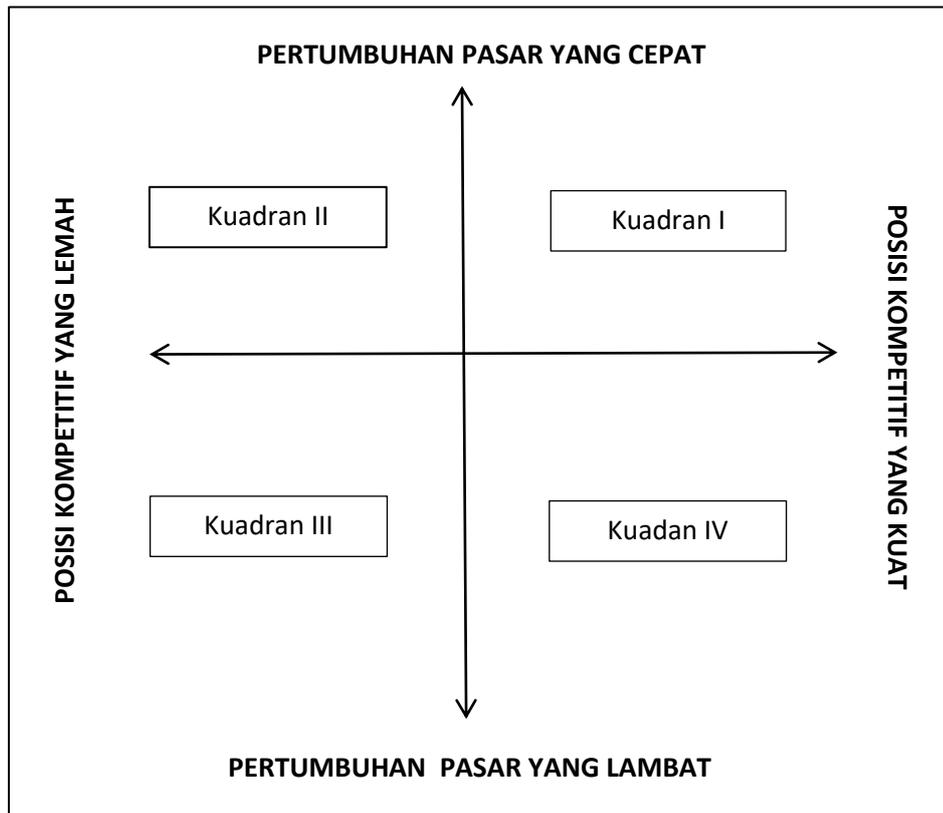
Matriks Grand strategic adalah tahapan pencocokan pada formulasi strategis. Matriks ini memberikan gambaran pertemuan titik singgung antara Matriks IFAS dan Matriks EFAS. Matriks Grand Strategic memiliki empat kuadran yaitu:

Kuadran 1: Perusahaan sedang berada di posisi kompetitif yang kuat dan pasar sedang berkembang. Kuadran ini menunjukkan perusahaan memiliki peluang tinggi dengan posisi yang kuat.

Kuadran 2: Perusahaan memiliki situasi persaingan yang lemah dan memiliki banyak peluang untuk sukses.

Kuadran 3: Perusahaan memiliki persaingan yang lemah dan pasar lambat. Kuadran 3 menunjukkan adanya posisi sulit dan tidak ada peluang besar.

Kuadran 4: Perusahaan memiliki persaingan yang kuat namun pasar tumbuh lambat.



Gambar 1.1 Matriks Grand Strategy

Sumber: Rangkuti, Tahun 2016

d. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat yang digunakan oleh pelaku bisnis untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam menjalankan usaha. Di bawah ini gambaran dari Matriks SWOT.

Tabel 1.5
Matriks SWOT

IFAS	Strengths (S) Faktor Internal Perusahaan	Weakness (W) Faktor Internal Perusahaan
EFAS		
Opportunities (O) Faktor Eksternal Perusahaan	(SO) Strategi yang mengandalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	(WO) Strategi yang meminimalisir kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Faktor Eksternal Perusahaan	(ST) Strategi yang mengandalkan kekuatan untuk mengatasi ancaman	(WT) Strategi yang meminimalisir kelemahan untuk menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, Tahun 2016

Langkah-Langkah matriks SWOT:

1. Membuat daftar peluang dan ancaman yang ada dalam perusahaan.
2. Membuat daftar kekuatan dan kelemahan yang ada dalam perusahaan.
3. Pasangkan faktor kekuatan dan peluang dan catat hasilnya dalam Strategi SO.
4. Pasangkan faktor kelemahan dan peluang dan catat hasilnya dalam Strategi WO.
5. Pasangkan faktor kekuatan dan ancaman dan catat hasilnya dalam Strategi ST.
6. Pasangkan faktor kelemahan dan ancaman dan catat hasilnya dalam Strategi WT.