

**STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA DI WONOSALAM DALAM
MENINGKATKAN DAYA TARIK PENGUNJUNG**

(Studi Kasus Pada Agrowisata di Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang)

SKRIPSI



Oleh :

SEPTIAN ELLY SUSANTI

NPM.1542010069

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2019

STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA DI WONOSALAM DALAM
MENINGKATKAN DAYA TARIK PENGUNJUNG
(Studi Kasus Pada Agrowisata Di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang)

Disusun Oleh :

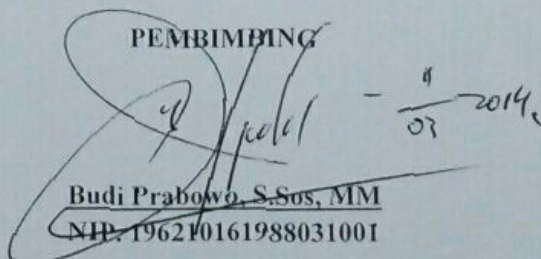
SEPTIAN ELLY SUSANTI

NPM. 1542010069

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING

 - 11/07/2014
Budi Prabowo, S.Sos, MM

NIP. 196210161988031001

Mengetahui,

DEKAN



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA

NIP. 195907011987031001

STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA DI WONOSALAM DALAM
MENINGKATKAN DAYA TARIK PENGUNJUNG
(Studi Kasus Pada Agrowisata Di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang)

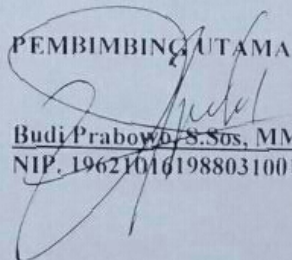
OLEH :

SEPTIAN ELLY SUSANTI
NPM. 1542010069

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 15 Maret 2019

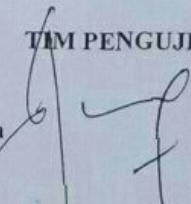
Menyetujui

PEMBIMBING UTAMA



Budi Prabowo, S.Sos, MM
NIP. 196210161988031001

TIM PENGUJI

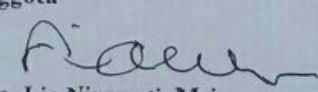
1. Ketua


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

2. Sekretaris


Budi Prabowo, S.Sos, MM
NIP. 196210161988031001


3. Anggota


Dra. Lia Nirawati, Msi
NIP.196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN FISIP

UPN "VETERAN" Jawa Timur


Dr. Drs. Ee. Gendut Sukarno, MS. CHRA
NIP. 195907011987031001

ABSTRAKSI

SEPTIAN ELLY SUSANTI, 1542010069, STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA DI WONOSALAM DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK PENGUNJUNG (Studi Kasus Pada Agrowisata di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang)

Kecamatan wonosalam merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Jombang, yang memiliki beragam kekayaan potensi wisata baik alami dan buatan, hal ini didukung oleh ketersediaannya potensi wisata alam yang sangat beragam. Dimana memiliki kenaikan jumlah pengunjung di tiap tahunnya secara signifikan. Yang berarti memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan oleh para pesaingnya

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman bagi wisata Wonosalam itu sendiri kemudian menganalisis strategi apa yang sesuai dengan kondisi wisata Wonosalam. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan tahapan formulasi strategi, yaitu matriks IFAS dan EFAS, dan analisis SWOT. Dan teknik yang digunakan menggunakan *in deep* interview, observasi partisipan dan wawancara.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal terdapat 6 kekuatan dan 5 kelemahan, dan faktor eksternal terdapat 7 peluang dan 5 ancaman. Berdasarkan matriks IFAS dan EFAS menghasilkan total skor kekuatan sebesar 1.88, kelemahan 1.5, peluang 1.58 dan ancaman 1.48. Hasil rumusan strategi matriks swot cenderung ke strategi SO karena menghasilkan nilai paling tinggi yaitu dengan nilai 3.46. strategi yang bisa diterapkan adalah Menjaga, meningkatkan serta melestarikan potensi alam yang ada kemudian mengembangkan program-program yang menarik dengan cara memberdayakan masyarakat lokal untuk saling membantu dan ikut berpartisipasi dalam menciptakan reputasi yang baik.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Strategi Pemasaran Pariwisata, Matrik IFAS dan Matrik EFAS, Agrowisata Kecamatan Wonosalam.

ABSTRACT

SEPTIAN ELLY SUSANTI, 1542010069, TOURISM MARKETING STRATEGY IN WONOSALAM IN IMPROVING VISITOR'S ATTRACTION (Case Study on Agro Tourism in Wonosalam District, Jombang Regency)

Wonosalam Subdistrict is one of the sub-districts located in Jombang Regency, which has a diverse wealth of tourism potential both natural and artificial, this is supported by the availability of a variety of natural tourism potential. Where it has a significant increase in the number of visitors in each year. Which means it has its own appeal compared to its competitors.

This research aims to identify internal factors that are strengths and weaknesses as well as external factors that become opportunities and threats for Wonosalam tourism itself and then analyze what strategies are in accordance with Wonosalam tourism conditions. This research uses descriptive analysis methods and stages of strategy formulation, namely IFAS and EFAS matrix, and SWOT analysis. And the technique used uses in deep interviews, participant observation and interviews.

The results of this research indicate that internal factors have 6 strengths and 5 weaknesses, and external factors have 7 opportunities and 5 threats. Based on the IFAS and EFAS matrix, the total score is strengths 1.88, weakness 1.5, opportunities 1.58 and threats 1.48. The results of the swot matrix strategy formulation tend to the SO strategy that can be applied is to maintain, enhance and preserve the existing natural potential then develop attractive programs by empowering local communities to help each other and participate in creating a good reputation.

Keywords: SWOT Analysis, Tourism Marketing Strategy, IFAS matrix and EFAS matrix, Agro Tourism District of Wonosalam.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Pariwisata di Wonosalam dalam Meningkatkan Daya Tarik Pengunjung (Studi Kasus pada Agrowisata di Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang)”**. Skripsi ini dibuat guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Surabaya. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada bapak Budi Prabowo, S.Sos, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahannya dan semangat yang tidak henti-hentinya sehingga terselesaikannya skripsi ini. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Ec Gendut Sukarno, MS. CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak/Ibu dosen dan staff dilingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah banyak membantu penulis untuk dapat melaksanakan dan menyelesaikan Skripsi ini.
4. Pemilik dan pengelola wisata di Kecamatan Wonosalam yang ikut membantu demi terselesainya Skripsi ini.

5. Kepada kedua orang tua yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada Sahabat tercinta *Ahjuma Squad* (Devi, Nikhma, Isye, Zahro, Diah, Hepy, Endang, Santi, Yena, Ahyan Giri) yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama menjalani masa perkuliahan.
7. Kepada teman-teman Se-Angkatan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis 2015.

Semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan tersebut dapat memberi limpahan berkat dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari dengan segala kerendahan hati bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Harapan penulis, semoga dengan terselesainya skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak. Amin

Surabaya, Maret 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR DIAGRAM	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Secara Praktis	13
1.4.2 Secara Teoritis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14

2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Pemasaran.....	16
2.2.1.1 Definisi Pemasaran	16
2.2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	19
2.2.1.3 Konsep Pemasaran.....	20
2.2.1.4 Strategi Pemasaran.....	22
2.2.2 Pemasaran Jasa	23
2.2.2.1 Pengertian Pemasaran Jasa.....	23
2.2.2.2 Klasifikasi Jasa	25
2.2.3 Pariwisata	26
2.2.3.1 Definisi Pariwisata.....	26
2.2.3.2 Jenis-jenis Pariwisata	31
2.2.3.3 Daya Tarik Pariwisata.....	35
2.2.3.4 Bauran Pemasaran Jasa Pariwisata	38
2.2.4 Analisis SWOT	42
2.2.4.1 Cara Membuat Analisis SWOT	45
2.3 Kerangka Berpikir	47

BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Jenis Penelitian	49
3.2 Lokasi Penelitian	50
3.3 Populasi dan Sampel.....	50
3.3.1 Populasi.....	50
3.3.2 Sampel dan Penarikan Sampel	51
3.4 Objek dan Informan Penelitian	52
3.4.1 Objek Penelitian	52
3.4.2 Informan Penelitian.....	52
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.5.1 <i>In Deept Interview</i>	53
3.5.2 Observasi Partisipan	54
3.5.3 Dokumentasi.....	54
3.6 Teknik Analisis Data	54
3.6.1 Analisis SWOT.....	55
3.6.2 Matriks IFAS	55
3.6.3 Matriks EFAS	57

3.6.4 Matriks SWOT	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
4.1.1 Profil Agrowisata Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang	63
4.1.2 Potensi Wonosalam.....	64
4.1.3 Struktur Organisasi	66
4.1.4 Pembagian Tugas.....	67
4.2 Hasil dan Pembahasan	69
4.2.1 Hasil	69
4.2.1.1 Penyajian Data.....	69
4.2.1.2 Identitas Informan.....	70
4.2.1.3 Strategi Bauran Pemasaran Pariwisata.....	71
4.2.1.4 Analisis SWOT	80
4.2.1.5 Tahap Analisis Faktor Internal dan Eksternal Menggunakan IFAS & EFAS	83
4.2.1.6 Tahap Analisis SWOT	87
4.2.2 Pembahasan	93
4.2.2.1 Strategi Pemasaran.....	93

4.2.2.2 Formulasi Strategi.....	100
4.3 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu Sebagai Dasar Penelitian	113
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	117
5.1 Kesimpulan	117
5.2 Saran	119
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Destinasi Pariwisata Kecamatan Wonosalam 2018	4
Tabel 1.2 Data Pengunjung Daya Tarik Wisata (DTW) Wonosalam Kab. Jombang 2018.....	7
Tabel 1.3 Data pesaing Agrowisata di Wonosalam Kabupaten Jombang 2018	10
Tabel 2.1 Lingkup <i>Service</i>	25
Tabel 3.1 IFAS	57
Tabel 3.2 EFAS	59
Tabel 3.3 Matriks SWOT	62
Tabel 4.1 Data Informan	71
Tabel 4.2 IFAS	83
Tabel 4.3 EFAS	85
Tabel 4.4 Rumusan Strategi Matrik SWOT	88
Tabel 4.5 Perencanaan Kombinasi Strategi SWOT	88
Tabel 4.6 Rumusan Alternatif Strategi SWOT.....	89
Tabel 4.7 Matriks Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	114

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.1 Analisis SWOT.....	45
Diagram 4.1 Hasil Analisis SWOT.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	47
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pariwisata di Kec. Wonosalam.....	67