

**STRATEGI PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN
KUNJUNGAN WISATAWAN DI KUSUMA AGROWISATA KOTA BATU**

LAPORAN TUGAS AKHIR



Oleh :

FADILA MEGA LAILIYA

NIM. 362093301055

**PROGRAM STUDI DIPLOMA IV
MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BANYUWANGI**

2024

~ Halaman ini sengaja dikosongkan ~

STRATEGI PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI KUSUMA AGROWISATA KOTA BATU

LAPORAN TUGAS AKHIR



Laporan Tugas Akhir Ini Dibuat dan Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Kelulusan
Program Studi Diploma IV Manajemen Bisnis Pariwisata dan Mencapai Gelar Sarjana
Terapan Pariwisata (S.Tr.Par.)

Oleh :

FADILA MEGA LAILIYA

NIM. 362093301055

**PROGRAM STUDI DIPLOMA IV
MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BANYUWANGI
2024**

~ Halaman ini sengaja dikosongkan ~

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allat SWT yang senantiasa melimpahkan Rahmat serta kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini sesuai dengan harapan. Dalam prosesnya, Tugas Akhir ini tentu tidak luput dari campur tangan beberapa pihak dengan rasa syukur dan terima kasih, penulis mempersembahkan karya ini kepada :

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Poniran dan Ibu Siti serta kedua kakak penulis yang senantiasa memberikan semangat dan doa-doa terbaik kepada penulis.
2. Jajaran dosen Politeknik Negeri Banyuwangi khususnya Program Studi D-IV Manajemen Bisnis Pariwisata atas segala ilmu dan bimbingannya sehingga penulis dapat meraih gelar S.Tr.Par.
3. Bapak Putu Ngurah Rusmawan, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing 1 dan Bapak Adetiya Prananda Putra S.ST., M.M., selaku Dosen Pembimbing 2, Ibu Eka Afrida Ermawati, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Penguji 1 dan Bapak Masetya Mukti, S.ST., M.M., selaku Dosen Penguji 2 yang telah banyak membantu penulis serta memberikan bimbingan dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik dan mengajarkan banyak ilmu yang dapat menjadikan pribadi penulis untuk lebih baik lagi.
4. Teman dan sahabat, Syaharani Nur Azizah yang selalu memberikan support kepada penulis.
5. Teman – teman seperjuangan kelas MBP B “Bobrok *Class*” dan anggota grup “Tugas Akhir MBP 2024” Angkatan 2020 dan teman-teman grup yang telah berjuang bersama untuk mendapatkan gelar S.Tr.Par.
6. Dmitriev Abraham Hariyanto atau yang biasa disebut “Abe cekut”, Ebrahim Narayana Wiratama, Ritsuki, 3 balita yang akhir-akhir ini viral di *platform* TikTok, penulis sering melihat VT nya Ketika membutuhkan disaat sedang penat dan kebetulan sedang mengerjakan skripsi, setiap VT ketiga anak kecil ini memberikan pengaruh yang baik untuk perasaan penulis dan menambah semangat penulis untuk melanjutkan tulisannya.
7. NDX AKA, Guyon waton, *Aftershine*, Massdho selaku penyanyi jawa yang lagu-lagunya viral di *platform* TikTok dan penulis selalu mendengarkan lagu-lagu nya di *platform Spotify* untuk menambahkan rasa semangat penulis saat mengerjakan skripsi.

~ Halaman ini sengaja dikosongkan ~

HALAMAN MOTTO

“Menuntut ilmu adalah takwa. Menyampaikan ilmu adalah ibadah. Mengulang-ulang ilmu adalah zikir. Mencari ilmu adalah jihad.”

(Imam Ghazali)

“Sesungguhnya Allah bersama dengan orang-orang yang sabar.”

(Q.S Al-Baqarah :153)

~ Halaman ini sengaja dikosongkan ~

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fadila Mega Lailiya

NIM : 362093301055

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul “**Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kusuma Agrowisata Kota Batu**” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan/plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Banyuwangi, 1 Juni 2024

Yang Menyatakan



Fadila Mega Lailiya

NIM. 362093301055

~ Halaman ini sengaja dikosongkan ~

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN
KUNJUNGAN WISATAWAN DI KUSUMA AGROWISA KOTA BATU**

**Tugas Akhir Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Terapan Pariwisata (S.Tr.Par)**

Oleh :

Fadila Mega Lailiya

NIM. 362093301055

Tanggal Ujian : **21 JUN 2024**

Menyetujui,

Pembimbing 1 : Putu Ngurah Rusmawan, S.Pd., M.Pd.

(.....)

Pembimbing 2 : Adetiya Prananda Putra, S.ST., M.M.

(.....)

Penguji 1 : Eka Afrida Ermawati, S.Pd., M.Pd.

(.....)

Penguji 2 : Masetya Mukti, S.ST., M.M.

(.....)

Mengesahkan,

Ketua Jurusan Pariwisata



Adetiya Prananda Putra, S.ST., M.M.
NIP. 198912262018031001

Mengetahui

Ketua Program Studi

Manajemen Bisnis Pariwisata



Ahmadintya Anggit Hanggraito, S.A.B., M.Sc
NIP. 199006142022031003

~ Halaman ini sengaja dikosongkan ~

STRATEGI PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI KUSUMA AGROWISATA KOTA BATU

Nama : Fadila Mega Lailiya
NIM : 362093301055
Dosen Pembimbing : 1. Putu Ngurah Rusmawan, S.Pd., M.Pd
2. Adetiya Prananda Putra, S.ST., M.M

ABSTRAK

Promosi merupakan sarana yang digunakan untuk memperkenalkan produknya dan membujuk konsumen untuk membelinya. Strategi promosi memudahkan destinasi wisata menarik wisatawan. Setiap destinasi biasanya menerapkan strategi promosi dengan menawarkan paket wisata andalan dan paket khusus dengan harga bersaing. Berdasarkan penjelasan tersebut, bisa dilihat fenomena yang ada agrowisata menjadi destinasi wisata favorit wisatawan untuk petik buah ketika berkunjung ke Kota Batu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang dihadapi *sport and recreation department* dalam menerapkan strategi promosi dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan di Kusuma Agrowisata dan untuk mengetahui strategi promosi yang tepat *sport and recreation department*. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian yaitu analisis SWOT. Hasil penelitian matriks IE menunjukkan bahwa posisi perusahaan berada pada sel 2 yaitu *Growth*. Dan analisis SWOT menghasilkan 9 strategi alternatif yaitu : (1) Memperkuat *image* Kusuma Agrowisata sebagai wisata petik buah dengan konsep yang menjadi satu dengan lingkungan hotel, (2) Mengoptimalkan kegiatan promosi dengan memaksimalkan iklan melalui media sosial, (3) Optimalisasi paket promosi *sport and recreation* Kusuma Agrowisata, (4) Meningkatkan inovasi produk dan perkembangan tren teknologi saat ini, (5) Menyediakan posko bencana alam dengan melengkapi fasilitas pendukung terkait dan pusat informasi, (6) Melakukan pelayanan yang ramah dan nyaman, (7) Mengoptimalkan loyalitas wisatawan dengan pemberian harga yang kompetitif serta kenyamanan tamu, (8) Menambah wahana permainan yang banyak diminati oleh anak kecil, dan (9) Bekerja sama dengan *influencer*.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Kunjungan Wisatawan, Kusuma Agrowisata Kota Batu

~ Halaman ini sengaja dikosongkan ~

**PROMOTION STRATEGY TO INCREASE TOURISTS VISIT IN KUSUMA
AGROWISATA BATU CITY**

Name : Fadila Mega Lailiya
Student's Identity Number :3620903301055
Supervisors : 1. Putu Ngurah Rusmawan, S.Pd., M.Pd
2. Adetiya Prananda Putra, S.ST., M.M

ABSTRACT

Promotions is a means used to introduce its products and persuade consumers to buy them. Promotion strategies make it easier for tourist destinations to attract tourists. Each destination usually implements a promotional strategy by offering flagship tour packages and special packages at competitive prices. Based on this explanation, it can be seen that the phenomenon of agronomists becoming a favorite tourist destination for tourists to pick fruit when visiting Batu City. The purpose of this study is to find out the internal factors and external factors faced by the sport and recreation department in implementing promotional strategies in an effort to increase tourist visits at Kusuma Agrotourism and to find out the right promotion strategy for the sport and recreation department. This study uses qualitative descriptive research. The analysis method used in the study is SWOT analysis. The results of the IE matrix research show that the Company's position is in cell 2, namely Growth. And the SWOT analysis produced 9 alternative strategies, namely: (1) Strengthening the image of Kusuma Agrotourism as a fruit picking tourism with a concept that becomes one with the hotel environment, (2) Optimizing promotional activities by maximizing advertising through social media, (3) Optimizing Kusuma Agrotourism sports and recreation promotion packages, (4) Increasing product innovation and the development of current technological trends, (5) Providing natural disaster posts by equipping related supporting facilities and information center, (6) Providing friendly and comfortable service, (7) Optimizing tourist loyalty by providing competitive prices and guest comfort, (8) Adding game rides that are in great demand by young children, and (9) Collaborating with influencers.

Key Items : Promotion Strategy, Tourist Visits, Kusuma Agrowisata Kota Batu

~ Halaman ini sengaja dikosongkan ~

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan baik dan tepat waktu. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana terapan pariwisata (S.Tr.Par) Program Studi D-IV Manajemen Bisnis Pariwisata Politeknik Negeri Banyuwangi. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak M. Shofi'ul Amin, S.T., M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Banyuwangi.
2. Bapak Abdul Rohman, S.T., M.T. selaku Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Banyuwangi.
3. Bapak Adetiya Prananda Putra., S.ST., M.M, selaku Ketua Jurusan Pariwisata dan Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan arahan dalam penelitian ini.
4. Bapak Ahmadintya Anggit Hanggraito, S.A.B., M.Sc., selaku Ketua Program Studi D-IV Manajemen Bisnis Pariwisata dan Koordinator Tugas Akhir Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata
5. Bapak Putu Ngurah Rusmawan, S.Pd., M.Pd, selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan arahan dalam penelitian ini
6. Ibu Eka Afrida Ermawati, S.Pd., M.Pd dan Bapak Masetya Mukti, S.ST., M.M, selaku Dosen Penguji yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
7. Bapak Kanom, S.Pd., M.Par, selaku narasumber yang telah memberikan waktunya untuk membantu penulis dalam pengambilan data.
8. Bapak/Ibu Dosen serta teknisi Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata Politeknik Negeri Banyuwangi yang telah memberikan ilmu serta bimbingan dengan sabar dan Ikhlas.
9. Bapak Yohanes Devid selaku *Operasional Manager* Kusuma Agrowisata, Ibu Linda selaku *Staf Marketing* Kusuma Agrowisata yang menyempatkan waktu serta tenaga dalam membantu penulis melakukan pengambilan data di Kusuma Agrowisata.
10. Dan seluruh pihak yang telah membantu menyelesaikan laporan ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

~ Halaman ini sengaja dikosongkan ~

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERNYATAAN.....	ix
HALAMAN PENGESAHAN.....	xi
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xv
KATA PENGANTAR.....	xvii
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan.....	3
1.4 Manfaat.....	3
1.5 Batasan Masalah.....	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Pariwisata.....	5
2.1.2 Agrowisata.....	5
2.1.3. Strategi.....	6
2.1.4 Promosi.....	9
2.1.5 Brand Awareness.....	11
2.1.6 Kunjungan Wisatawan.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	12
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	17
3.2 Pendekatan Penelitian.....	17
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	18
3.4 Teknik Analisis Data.....	19

3.5 Kerangka Pemikiran.....	26
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	29
4.2 Analisis Faktor Internal.....	30
4.2.1 Identifikasi Faktor Internal.....	30
4.2.2 Matriks IFAS.....	36
4.3 Analisis Faktor Eksternal	37
4.3.1 Identifikasi Faktor Eksternal.....	37
4.3.2 Matriks EFAS.....	40
4.4 Analisis Posisi Persaingan.....	41
4.5 Perumusan Alternatif Strategi	43
BAB 5 PENUTUP.....	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Statistik Kunjungan Wisatawan Destinasi Wisata Kota Batu Periode Tahun	1
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	17
Tabel 3.2 Internal Factor Analysis Summary (IFAS)	21
Tabel 3.3 External Factor Analysis Summary (EFAS)	22
Tabel 3.4 Paired Comparison.....	23
Tabel 3.5 Matriks SWOT.....	26
Tabel 4.1 Matriks IFAS Kusuma Agrowisata	36
Tabel 4.2 Matriks EFAS Kusuma Agrowisata	40
Tabel 4.3 Matriks IE Kusuma Agrowisata Kota Batu	42
Tabel 4.4 Matriks SWOT Kusuma Agrowisata Kota Batu.....	44

~ Halaman ini sengaja dikosongkan ~

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Lokasi Kusuma Agrowisata Batu	29
Gambar 4.2 Parkiran atas.....	31
Gambar 4.3 Area Waterpark	32
Gambar 4.4 Alamanda Hall	32
Gambar 4.5 Petunjuk jalan menuju Kusuma Agrowisata.....	33
Gambar 4.6 Area sepeda udara	34
Gambar 4.7 Area Ayunan.....	34
Gambar 4.8 Warung dan penjualan oleh-oleh warga sekitar	38
Gambar 4.9 Paket Strawberry Package	39

~ Halaman ini sengaja dikosongkan ~

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman wawancara.....	53
Lampiran 2 Lembar Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal	57
Lampiran 3 Lembar Penilaian Bobot dan Rating	61
Lampiran 4 Rekapitulasi Penilaian Bobot dan Rating seluruh narasumber	69
Lampiran 5 Bukti Wawancara dengan Narasumber	73
Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian	75
Lampiran 7 Biodata Penulis	77

~Halaman ini sengaja dikosongkan~