

**STRATEGI PENGEMBANGAN SISTEM PEMASARAN
MELALUI *MARKETPLACE* *INSTAGRAM SHOPPING* SEBAGAI
ALTERNATIF MEDIA PROMOSI PADA
TOUR BANYUWANGI**

LAPORAN TUGAS AKHIR



**Oleh:
JAFNA KHAMALIA SEPTIANI
NIM. 361793301178**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA IV
MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BANYUWANGI
2021**

**STRATEGI PENGEMBANGAN SISTEM PEMASARAN
MELALUI *MARKETPLACE* *INSTAGRAM SHOPPING* SEBAGAI
ALTERNATIF MEDIA PROMOSI PADA
TOUR BANYUWANGI**

LAPORAN TUGAS AKHIR



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

Oleh:
JAFNA KHAMALIA SEPTIANI
NIM. 361793301178

**PROGRAM STUDI DIPLOMA IV
MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BANYUWANGI
2021**

--- *Halaman ini sengaja dikosongkan* ---

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penyelesaian Tugas Akhir tentunya tak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan penuh cinta dan luapan syukur serta terima kasih, kupersembahkan karya sederhana ini untuk mereka yang sangat berarti dalam hidup saya:

1. Ibunda Husnul Khotimah, Nenek Supkiyah dan Ayahanda Suharto tercinta untuk doa, semangat, dukungan, kerja keras, kasih sayang dan pengorbanan selama ini.
2. Kepada Mas Aldi, Adek Gilang dan keluarga tercinta yang turut serta memberikan semangat, dukungan, dan memotivasi saya untuk terus maju serta pantang menyerah dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
3. Almamater Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata Politeknik Negeri Banyuwangi
4. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata khususnya angkatan Tahun 2017 yang telah bersama-sama berjuang serta memberikan dukungan satu sama lain.
5. Rekan-rekan Manajemen Bisnis Pariwisata 4F yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu terima kasih untuk bantuan, dukungan dan motivasi kalian.
6. Ucapan khusus untuk Mbak Gres (Grashella Adenia Fatimah) yang telah menemani masa kuliah saya selama 4 tahun ini, membantu seluruh tugas selama masa bangku kuliah, selama MKI, dan juga selama penelitian, terimakasih atas dukungan serta motifasinya selama ini.

--- Halaman ini sengaja dikosongkan ---

MOTTO

“Balas dendam terbaik adalah, menjadikan dirimu lebih baik”

(*Ali bin Abi Thalib*)

“Ada dua tipe orang yang akan memberi tahumu bahwa kamu tidak dapat membuat perbedaan di dunia ini: mereka yang takut mencoba dan mereka yang takut kamu akan berhasil”

(Ray Goforth)

“Sukses tampaknya terkait dengan tindakan. Orang-orang sukses terus bergerak. Mereka membuat kesalahan, tetapi mereka tidak berhenti.”

(Conrad Hilton)

” Sukses sejati adalah orang yang menemukan dirinya sendiri”

(Al Goldstein)

--- Halaman ini sengaja dikosongkan ---

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Jafna Khamalia Septiani

NIM : 361793301178

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Sistem Pemasaran Melalui *Marketplace Instagram Shopping* Sebagai Alternatif Media Promosi Pada Tour Banyuwangi” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun serta bukan karya jiplakan atau plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Banyuwangi,

Yang menyatakan

Jafna Khamalia Septiai

NIM 361793301178

--- Halaman ini sengaja dikosongkan ---

**STRATEGI PENGEMBANGAN SISTEM PEMASARAN
MELALUI *MARKETPLACE* *INSTAGRAM SHOPPING* SEBAGAI
ALTERNATIF MEDIA PROMOSI PADA
TOUR BANYUWANGI**

Tugas Akhir Ini Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr. Par)
Politeknik Negeri Banyuwangi

Oleh :
JAFNA KHAMALIA SEPTIANI
NIM. 361793301178

Tanggal Ujian: 18 AUG 2021

Menyetujui,

Pembimbing 1 : Randhi Nanang Darmawan, S.Si., M.Si. (.....)

Pembimbing 2 : Masetya Mukti, S.ST., M.M. (.....)

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

Penguji 2 : Nurhalimah, S.Pd., M.Pd. (.....)

Mengesahkan,
Wakil Direktur I
Bidang Akademik



Dedy Hidayat Kusuma, S.T., M.Cs
NIPPPK. 197704042021211004

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Pariwisata,



Rudi Tri Handoko, S.ST.Par., M.Tr.Par
NIK.2016.36.169

--- *Halaman ini sengaja dikosongkan* ---

STRATEGI PENGEMBANGAN SISTEM PEMASARAN MELALUI MARKETPLACE INSTAGRAM SHOPPING SEBAGAI ALTERNATIF MEDIA PROMOSI PADA TOUR BANYUWANGI

Nama : Jafna Khamalia Septiani
NIM : 361793301178
Pembimbing : Randhi Nanang Darmawan, S.Si., M.Si.
Masetya Mukti, S.ST., M.M.

ABSTRAK

Strategi adalah siasat yang digunakan untuk mencapai suatu maksud dalam segala hal yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini menuntut perusahaan biro perjalanan wisata lebih kreatif dengan memanfaatkan berbagai media sosial dalam memasarkan paket wisata. Permasalahan dalam penelitian ini adalah strategi pengembangan sistem pemasaran melalui *marketplace instagram shopping* sebagai alternatif media promosi pada Tour banyuwangi. *Instagram shopping* sendiri dipilih karena salah satu fitur yang dikembangkan oleh instagram untuk mendukung bisnis dan *brand*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian dan pengembangan atau *Research and Development* (R&D) dimana uji coba produk dilakukan terhadap panelis yang terdiri dari konsumen yang aktif menggunakan instagram. Prosedur pengembangan mengikuti prosedur Borg and Gall yang dapat dilakukan dengan lebih sederhana dengan melibatkan sepuluh langkah utama, tetapi peneliti hanya membatasi tujuh tahapan saja pada penelitian ini. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan observasi, angket, wawancara dan dokumentasi. Pamflet paket wisata sebagai strategi pengembangan sistem pemasaran melalui *marketplace instagram shopping* dikategorikan sangat layak oleh beberapa ahli dengan presentase 98,5% oleh ahli media dan 86,6% oleh ahli materi sehingga dapat digunakan sebagai alternatif media promosi pada Tour Banyuwangi. Pada uji coba produk yang dilakukan kepada 30 responden mendapatkan presentase kelayakan rata-rata sebesar 83 % dengan kategori sangat layak.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, *Instagram shopping*, *Research and Development* (R&D)

--- *Halaman ini sengaja dikosongkan* ---

MARKETING SYSTEM DEVELOPING STRATEGY THROUGH INSTAGRAM SHOPPING MARKETPLACE AS AN ALTERNATIVE MEDIA PROMOTION AT TOUR BANYUWANGI TRAVEL AGENT

Name : Jafna Khamalia Septiani
Student Identity Number : 361793301178
Supervisors : Randhi Nanang Darmawan, S.Si., M.Si.
Masetya Mukti, S.ST., M.M.

ABSTRACT

Strategy is a tactic used to achieve a purpose in all things used to achieve the goals that have been set. This requires travel agency companies to be more creative by utilizing various social media in marketing tour packages. The problem in this research is the strategy of developing a marketing system through the Instagram shopping marketplace as an alternative media promotion at Tour Banyuwangi. Instagram shopping itself was chosen because it is one of the features developed by Instagram to support businesses and brands. This study uses research and development (R&D) methods where product trials are carried out on panelists consisting of consumers who actively use Instagram. The development procedure follows the Borg and Gall procedure which can be done more simply by involving ten main steps, but the researcher only limited seven stages in this study. Data collection techniques in this study were using observation, questionnaires, interviews and documentation. Tour package pamphlets as a strategy for developing a marketing system through the Instagram shopping marketplace were categorized as very feasible by some experts with a percentage of 98.5% by media experts and 86.6% by material experts so that they can be used as alternative promotional media on the Banyuwangi Tour. In product trials conducted on 30 respondents, the average feasibility percentage was 83% with a very feasible category.

Keywords: Marketing Strategy, Instagram shopping, research and development (R&D)

--- Halaman ini sengaja dikosongkan ---

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Strategi Pengembangan Sistem Pemasaran Melalui *Marketplace Instagram Shopping* Sebagai Alternatif Media Promosi Pada Tour Banyuwangi”**. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Diploma IV (D-IV) Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata Politeknik Negeri Banyuwangi.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Son Kuswadi, Dr.Eng. selaku Direktur Politeknik Negeri Banyuwangi.
2. Bapak Dedy Hidayat Kusuma, S.T.,M.Cs. selaku Wakil Direktur 1 Bidang Akademik Politeknik Negeri Banyuwangi.
3. Bapak Rudi Tri Handoko, S.ST.Par., M.Tr.Par. selaku Koordinator Program Studi D4 Manajemen Bisnis Pariwisata.
4. Bapak Randhi Nanang Darmawan, S.Si., M.Si. dan Bapak Masetya Mukti, S.ST., M.M. selaku dosen pembimbing selama pengerjaan Tugas Akhir.
5. Ibu Eka Afrida Ermawati, S.Pd., M.Pd. dan Ibu Nurhalimah, S.Pd., M.Pd. selaku dosen penguji dalam Tugas Akhir.
6. Terimakasih sebesar-besarnya kepada Niha, Miya, Nadia (teman dari SD hingga sekarang) dan Mas Ridwan yang selalu mendampingi dan memberikan dukungan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan cepat dan tepat waktu.
7. Tour Banyuwangi yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian dalam memenuhi tugas akhir.
8. Teman-teman tugas akhir Bella, Chelien, Komang, Tiara, Cinthya serta teman seperjuangan penulis Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata yang juga selalu mendukung dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
9. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Dalam penulisan Tugas Akhir, peneliti menyadari bahwa Tugas Akhir ini memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan laporan berikutnya. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun peneliti.

Banyuwangi,

Penulis,

Jafna Khamalia Septiani

NIM 361793301178

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
MOTTO	v
HALAMAN PERNYATAAN.....	vii
HALAMAN PENGESAHAN	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT.....	xiii
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	5
1.5 Batasan Masalah	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pariwisata	7
2.1.2 Industri Pariwisata.....	8
2.1.3 Biro Perjalanan Wisata.....	8
2.1.4 Strategi Pemasaran	9
2.1.5 Media Sosial.....	12
2.1.6 <i>Marketplace</i>	14
2.1.7 <i>Instagram Shopping</i>	15

DAFTAR ISI (LANJUTAN)

	Halaman
2.1.8 Desain	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
BAB 3 METODE PENELITIAN	29
3.1 Landasan Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
3.1.1 Lokasi penelitian.....	29
3.1.2 Waktu Penelitian.....	29
3.2 Pendekatan Penelitian.....	29
3.3 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	31
3.3.1 Jenis Data.....	31
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	31
3.4 Teknik Analisis Data	33
3.4.1 Analisis Data Validator.....	34
3.4.2 Analisis Data Panelis	35
3.5 Langkah-langkah Pengembangan Model	37
3.6 Rancangan Langkah-langkah Penelitian.....	41
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	43
4.1.1 Lokasi Perusahaan	45
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	46
4.1.3 Prinsip Dasar Kerja Perusahaan.....	47
4.1.4 Tampilan Web dan Sosial Media Perusahaan	47
4.2 Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 Potensi dan Masalah	49
4.2.2 Pengumpulan Data.....	50
4.2.3 Desain Produk.....	51
4.2.4 Validasi Desain	66
4.2.5 Revisi Desain	68

DAFTAR ISI (LANJUTAN)

	Halaman
4.2.6 Uji Coba produk.....	70
4.2.7 Evaluasi Uji Coba Produk.....	72
4.3 Pembahasan.....	74
BAB 5 PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
DAFTAR LAMPIRAN	85

--- Halaman ini sengaja dikosongkan ---

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Indikator Validitas Produk	19
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Kategori Kelayakan	35
Tabel 3.2 Pedoman Penskoran Sesuai Skala <i>Likert</i>	36
Tabel 3.3 Skala Kelayakan	37
Tabel 4.1 Paket Wisata Tour Banyuwangi	51
Tabel 4.2 Langkah-langkah Pembuatan <i>instagram shopping</i>	59
Tabel 4.3 Perolehan Penilaian Ahli Media.....	67
Tabel 4.4 Perolehan Penilaian Ahli Materi	68
Tabel 4.5 Hasil Revisi Desain Oleh Para Ahli	69
Tabel 4.6 Data Responden Uji Coba Produk.....	70
Tabel 4.7 Rekapitulasi Keseluruhan Rata-rata Responden dan Presentase Pada Kriteria Penilaian	71
Tabel 4.8 Rekapitulasi Keseluruhan Frekuensi Pada Kriteria Penilaian.....	71
Tabel 4.9 Munculnya Skor Penilaian 2 Pada Penyebaran Kuesioner	73

--- Halaman ini sengaja dikosongkan ---

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tampilan Produk pada <i>Instagram Shopping</i>	16
Gambar 2.2 Tampilan fitur <i>Shopping for Creators</i> pada <i>Instagram Shopping</i>	18
Gambar 3.1 Tingkatan Penelitian <i>Research and Development</i>	30
Gambar 3.2 Langkah-langkah Penggunaan Metode <i>Research and Development</i> (R&D)	37
Gambar 3.3 Rancangan Langkah-langkah Penelitian.....	41
Gambar 4.1 Tour Banyuwangi Tampak Depan.....	43
Gambar 4.2 Lokasi Tour Banyuwangi	46
Gambar 4.3 Tampilan Website Tour Banyuwangi.....	47
Gambar 4.4 (a) Tampilan Instagram Tour Banyuwangi.....	48
(b) Tampilan Facebook Tour Banyuwangi	48
Gambar 4.5 Tampilan Aplikasi Canva	55
Gambar 4.6 Pamflet Paket Wisata Slide 1.....	56
Gambar 4.7 Pamflet Paket Wisata Slide 2.....	57
Gambar 4.8 Pamflet Paket Wisata Slide 3.....	57
Gambar 4.9 Pamflet Paket Wisata Slide 4.....	58

--- *Halaman ini sengaja dikosongkan* ---

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Pedoman Wawancara (Owner Tour Banyuwangi)	85
Lampiran 2 Instrumen Validator Ahli Media.....	87
Lampiran 3 Instrumen Validator Ahli Materi <i>Tour and Travel</i>	91
Lampiran 4 Kuesioner Data Responden.....	95
Lampiran 5 Hasil Wawancara (Owner Tour Banyuwangi)	99
Lampiran 6 Hasil Validasi Ahli Media	103
Lampiran 7 Hasil Validasi Ahli Materi <i>Tour and Travel</i>	105
Lampiran 8 Sampel Hasil Pengisian Kuesioner Data Responden.....	107
Lampiran 9 Tabel Perhitungan Data 30 Responden Menggunakan Microsoft Excel 2010.....	111
Lampiran 10 Dokumentasi Kegiatan Penelitian.....	113
Lampiran 11 Biodata Penulis	115

--- *Halaman ini sengaja dikosongkan* ---