

MODEL BAURAN PROMOSI KUSUMA AGROWISATA BATU DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN

Laporan Tugas Akhir



**Oleh :
SAFRI AKMALUDIN
NIM. 362093301111**

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

- Halaman ini sengaja dikosongkan -

MODEL BAURAN PROMOSI KUSUMA AGROWISATA BATU DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN

Laporan Tugas Akhir



**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)**

**Disusun Oleh :
SAFRI AKMALUDIN
NIM. 362093301111**

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

- Halaman ini sengaja dikosongkan -

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat serta Ridho-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan tepat waktu. Sebuah perjuangan yang memerlukan bantuan berbagai dari pihak yang mendorong semangat peneliti untuk mencapai tujuan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini. Dengan penuh rasa terimakasih, Tugas Akhir ini peneliti persembahkan kepada:

1. Keluarga peneliti, kedua orang tua, Ibu Widiarti Nurajijah dan Alm. Ayah Fajarudin Ahmad, serta kakak dan adik-adik yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan peneliti.
2. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Politeknik Negeri Banyuwangi tempat peneliti menempuh Pendidikan dan mendapatkan beasiswa KIPK-Kuliah yang dapat membantu peneliti menyelesaikan Pendidikan.
3. Partner luar biasa, yang selalu menemani peneliti selama melaksanakan Pendidikan, dan senantiasa memberikan inspirasi, motivasi, dan dukungan terhadap langkah penyelesaian tugas akhir ini
4. Manajemen Kusuma Agrowisata Divisi Wisata atas kesempatan dan dukungan yang telah diberikan kepada peneliti selama proses penelitian.
5. Mahasiswa Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Banyuwangi sebagai referensi dan rujukan penelitian selanjutnya.

- Halaman ini sengaja dikosongkan -

MOTO

*“Barangsiapa yang tidak mampu menahan lelahnya belajar,
Maka ia harus mampu menahan perihnya kebodohan”*

*Uṣūl al-Fiqh
Imam Asy-Syafi'i*

*“Kesempatan tidak datang dua kali, tapi
Kesempatan akan datang kepada siapa yang terus berusaha dan mencoba”*

*Stand Up Komedian
Dzawin Nur Ikram*

“Usaha dan keberanian tidak cukup tanpa tujuan dan arah perencanaan”

*Presiden Amerika Serikat ke-35
John F. Kennedy*

*“Satu juta kata motivasi yang kau dengar setiap hari di internet, tidak akan berfungsi apabila
kau tidak melangkah dan memulai, terlalu lama berfilsafat sampai lupa mengambil tindakan,*

Mulai saja dulu, salah lalu perbaiki”

*Stand Up Komedian
Raim Laode*

“Impian hidup tidak perlu sempurna, tapi perlu dilakukan sebaik mungkin”

Peneliti

- Halaman ini sengaja dikosongkan -

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Safri Akmaludin

NIM : 362093301111

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul “**Model Bauran Promosi Kusuma Agrowisata Batu Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan**” adalah benar karya saya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya atau belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jipkalan/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 paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Banyuwangi, 20 Juni 2024
Yang menyatakan,



SAFRI AKMALUDIN
NIM. 362093301111

- Halaman ini sengaja dikosongkan -

MODEL BAURAN PROMOSI KUSUMA AGROWISATA BATU DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN

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

Oleh :
SAFRI AKMALUDIN
NIM. 362093301111

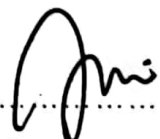
Tanggal Ujian : 20 JUN 2024

Menyetujui,

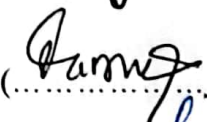
Pembimbing I : Putu Ngurah Rusmawan, S.Pd., M.Pd.

(.....)

Pembimbing II : Ahmadintya Anggit Hanggraito, S.A.B., M.Sc.

(.....)

Penguji I : Esa Riandy Cardias, S.Par., M.Sc.

(.....)

Penguji II : Adetiya Prananda Putra, S.ST., M.M.

(.....)

Mengesahkan,
Ketua Jurusan Pariwisata




Adetiya Prananda Putra, S.ST., M.M.
NIP. 1989122620180310001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata




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

- Halaman Ini Sengaja Dikosongkan -

Model Bauran Promosi Kusuma Agrowisata Batu Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan

Nama : Safri Akmaludin
Nomor Induk Mahasiswa : 362093301111
Program Studi : Diploma IV Manajemen Bisnis Pariwisata
Dosen Pembimbing : 1. Putu Ngurah Rusmawan, S.Pd., M.Pd.
2. Ahmadintya Hanggraito, S.A.B., M.Sc.

ABSTRAK

Penurunan kunjungan wisatawan menjadi fenomena penting yang berdampak pada industri pariwisata suatu perusahaan. Fenomena penurunan kunjungan wisatawan yang terjadi pada Kusuma Agrowisata pada tahun 2023 bisa disebabkan oleh berbagai faktor internal dan eksternal yang berdampak pada kinerja perusahaan. Salah satu faktor internal yang berpengaruh terhadap penurunan jumlah pengunjung adalah strategi promosi yang merupakan rancangan untuk mempengaruhi masyarakat agar mengetahui dan tertarik untuk berkunjung. Pendekatan metode kualitatif deskriptif telah digunakan dalam penelitian ini melalui sumber data primer wawancara, observasi, dokumen, dan data sekunder dokumentasi dan studi pustaka dengan teknik analisis Miles and Huberman. Hasil penelitian berdasarkan analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa Kusuma Agrowisata menggunakan lima model bauran promosi berdasarkan teori *Promotion Mix* Philip Kotler dan Gary Armstrong pada strategi promosi yang dilakukan dengan prioritas utama periklanan, diikuti penjualan personal, promosi penjualan, pemasaran langsung dan hubungan masyarakat. Namun, penelitian ini menemukan adanya kendala-kendala yang dihadapi Kusuma Agrowisata dalam melakukan kegiatan bauran promosi diantaranya, minimnya responsivitas dari tim penjualan terhadap pertanyaan yang masuk melalui *whatsapp* perusahaan, tidak adanya *content marketing plan* sehingga promosi yang dilakukan di media sosial tidak terstruktur, dan kurangnya sumber daya manusia. Hal tersebut menyebabkan strategi promosi yang dijalankan kurang maksimal dan membuat penjualan menurun, tentunya hal ini menjadi faktor yang perlu dikaji lagi lebih lanjut.

Kata Kunci : Pariwisata, Pemasaran, Strategi Promosi, Bauran Promosi.

- Halaman ini sengaja dikosongkan -

Promotion Mix Model of Kusuma Agrotourism Batu In Increasing Tourist Visits

Name : Safri Akmaludin
Student Identity Number : 362093301111
Study Program : Diploma IV Tourism Business Management
Supervising Lecturer : 1. Putu Ngurah Rusmawan, S.Pd., M.Pd.
2. Ahmadintya Anggit Hanggraito, S.A.B., M.Sc.

ABSTRACT

The decline in tourist visits is an important phenomenon that has an impact on the tourism industry of a company. The phenomenon of declining tourist visits that occurred at Kusuma Agrotourism in 2023 can be caused by various internal and external factors that have an impact on company performance. One of the internal factors that influence the decline in the number of visitors is a promotional strategy which is a design to influence the public to know and be interested in visiting. The descriptive qualitative method approach has been used in this research through primary data sources of interviews, observations, document, and secondary data documentation and literature studies with Miles and Huberman analysis techniques. The results of the research based on the analysis conducted show that Kusuma Agrowisata uses five promotion mix models based on Philip Kotler and Gary Armstrong's Promotion Mix theory on promotional strategies carried out with advertising as the top priority, followed by personal selling, sales promotion, direct marketing and public relations. However, this study found that there are obstacles faced by Kusuma Agrowisata in carrying out promotional mix activities including, the lack of responsiveness of the sales team to questions that enter through the company's whatsapp, the absence of a content marketing plan so that promotions carried out on social media are not structured, and the lack of human resources. This causes the promotional strategy carried out to be less than optimal and makes sales decline, of course this is a factor that needs to be studied further.

Keywords : Tourism, Marketing, Promotion Strategy, Promotion Mix.

- Halaman ini sengaja dikosongkan -

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkah limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Peneliti menyadari bahwa Tugas Akhir ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, dengan penuh kerendahan hati peneliti menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya 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 1 Bidang Akademik Politeknik Negeri Banyuwangi.
3. Bapak Adetiya Prananda Putra, S.ST., M.M., selaku Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Banyuwangi yang telah memberikan dukungan moril.
4. Bapak Ahmadintya Anggit Hanggraito, S.A.B., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata Politeknik Negeri Banyuwangi sekaligus Koordinator Tugas Akhir tahun 2024 yang telah memberikan arahan dan motivasi selama ini agar dapat menyelesaikan Tugas Akhir tepat pada waktunya.
5. Bapak Putu Ngurah Rusmawan, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing 1 dan Bapak Ahmadintya Anggit Hanggraito, S.A.B., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan masukan serta arahan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Ibu Esa Riandy Cardias, S.Par., M.Sc., selaku Dosen Penguji 1 dan Bapak Adetiya Prananda Putra, S.ST., M.M., selaku Dosen Penguji 2 yang telah memberikan masukan saran yang membangun kepada peneliti.
7. Kepada seluruh Dosen Program Studi D-IV Manajemen Bisnis Pariwisata Politeknik Negeri Banyuwangi, Terimakasih atas ilmu pengetahuan dan pengalaman yang diberikan hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan perkuliahan ini dengan tuntas.
8. Hani Arina Silmi yang senantiasa selalu ada dan memberikan dukungan emosional, materi, maupun tenaga selama masa perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.
9. Seluruh narasumber Kusuma Agrowisata yang telah bersedia dan meluangkan waktunya untuk memberikan informasi terkait dengan penelitian Tugas Akhir ini.

Semoga segala kebaikan Bapak/Ibu sekalian mendapat balasan dari Allah SWT. Akhir kata, peneliti berharap semoga Tugas Akhir ini dapat berguna dan bermanfaat khususnya bagi peneliti dan semua pihak yang membacanya. Aamin.

Banyuwangi, 20 Juni 2022

Peneliti

- Halaman ini sengaja dikosongkan -

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
MOTO	v
HALAMAN PERNYATAAN	vii
LEMBAR PENGESAHAN.....	ix
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xiii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Batasan Masalah	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Pemasaran	5
2.2. Promosi	6
2.3. Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	7
2.4. Penelitian Terdahulu	13
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1. Jenis dan Pendekatan	19
3.3. Subjek dan Objek Penelitian.....	21
3.4. Sumber Data Penelitian.....	21
3.5. Informan Penelitian.....	21
3.7. Teknik Analisis Data.....	23
3.8. Keabsahan Data	25
3.9. Kerangka Berpikir.....	25

DAFTAR ISI (Lanjutan)

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1. Hasil Temuan	27
4.2. Pembahasan.....	45
4.2.1. Model Bauran Promosi Kusuma Agrowisata Batu	45
4.2.2. Frekuensi Bauran Promosi Kusuma Agrowisata Batu.....	48
4.2.3. Kendala yang Ditemukan.....	51
BAB V KESIMPULAN	53
5.1. Kesimpulan.....	53
5.2. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN-LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu (lanjutan)	15
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu (lanjutan)	16
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu (lanjutan)	17
Tabel 3. 1 Jadwal Kegiatan Pelaksanaan Tugas Akhir.....	20
Tabel 3. 2 Informan Penelitian.....	22
Tabel 4. 1 Kategori Frekuensi	48
Tabel 4. 2 Kegiatan Bauran Promosi Kusuma Agrowisata	49
Tabel 4. 3 Kegiatan Bauran Promosi Kusuma Agrowisata (Lanjutan)	50

- Halaman ini sengaja dikosongkan -

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Tahun 2023.....	1
Gambar 1. 2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kota Batu Tahun 2023	2
Gambar 1. 3 Grafik Kunjungan Wisatawan Kusuma Agrowisata.....	3
Gambar 2. 1 Bauran Promosi Terintegrasi	9
Gambar 3. 1 Komponen Analisis Data Model Interaktif	24
Gambar 3. 2 Kerangka Berpikir	26
Gambar 4. 1 Papan Reklame Baliho Kusuma Agrowisata.....	28
Gambar 4. 2 Papan layar LED (<i>videotron</i>) pertama Kusuma Agrowisata	29
Gambar 4. 3 Papan layar LED (<i>videotron</i>) kedua Kusuma Agrowisata	29
Gambar 4. 4 Akun Media Sosial Instagram dan Tiktok Kusuma Agrowisata	29
Gambar 4. 5 RAPB Marketing (Periklanan) Kusuma Agrowisata 2023	30
Gambar 4. 6 Kegiatan Penjualan Pribadi Kusuma Agrowisata (<i>Salescall</i>)	32
Gambar 4. 7 Materi Promosi Kusuma Agrowisata	33
Gambar 4. 8 Pameran Wisata (<i>Travel Mart</i>) Tabletop Blitar 2023	34
Gambar 4. 9 Display Tv Pintu Masuk (<i>Lobby Apel</i>) Kusuma Agrowisata	36
Gambar 4. 10 Promosi Pembelian Langsung (<i>on the spot</i>) & Spesial Kemerdekaan.....	37
Gambar 4. 11 Brosur Pamflet Paket Wisata Khusus Rombongan (<i>Group</i>)	37
Gambar 4. 12 <i>Guest Card</i> Hotel Kusuma Agrowisata	37
Gambar 4. 13 Penjualan Tiket <i>Hot Sale</i> Kusuma melalui Pengecer (Agen).....	38
Gambar 4. 14 Tiket <i>Hot Sale</i> Kusuma Agrowisata 2023	38
Gambar 4. 15 Promosi Bisnis Kusuma Agro dengan <i>E-Commerce Traveloka</i>	39
Gambar 4. 16 Kegiatan Sosial Kusuma Agrowisata 2024	40
Gambar 4. 17 Publisitas dalam Berita Media Online 2023-2024	41
Gambar 4. 18 RAPB Marketing (Publikasi) Kusuma Agrowisata 2023.....	41
Gambar 4. 19 Pemasaran Langsung melalui sebar Brosur	43
Gambar 4. 20 Pemasaran Langsung Kusuma Agrowisata melalui <i>Website</i>	44
Gambar 4. 21 Pemasaran Langsung Melalui Aplikasi Pesan <i>Whatsapp</i> dan <i>Qontak</i>	44
Gambar 4. 22 RAPB Marketing (Pemasaran Langsung) Kusuma Agrowisata 2023	44

- Halaman ini sengaja dikosongkan -

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Kegiatan	59
Lampiran 2 Pedoman Wawancara	65
Lampiran 4 Kegiatan Observasi	95
Lampiran 5 Triangulasi (Sumber, Teknik, Waktu).....	97
Lampiran 6 Surat Keterangan Selesai Penelitian.....	99
Lampiran 7 Biodata Penulis.....	101

- Halaman ini sengaja dikosongkan -