

ANALISIS BAURAN PEMASARAN JASA DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME KUNJUNGAN WISATAWAN

(Studi kasus pada Wisata Jatinangor National Flowers Park)

Disusun Oleh:

SISKA NURUL SYIFA

(C1200136)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Konsentrasi Pemasaran

Dosen Pembimbing:

Ir. H. Dady Nurpadi MP



**KONSENTRASI PEMASARAN
PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Bauran Pemasaran Jasa Dalam Upaya
Meningkatkan Volume Kunjungan Wisatawan (Studi
Kasus Pada Objek Wisata Jatimangor National Flowers
Park)

Nama : Siska Nurul Syifa

NRP : C1200136

Program Studi : Sarjana Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

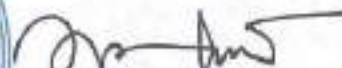
Pembimbing



Ir. H. Dady Nurpadi, MP

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Sarjana
Manajemen



Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

RIWAYAT HIDUP



Siska Nurul Syifa adalah anak ke 2 dari Bapak Cahyadi Hidayat, SE dan Ibu Neneng Aning Ratnasari. Peneliti lahir pada tanggal 28 Februari 2002 di Bandung, Jawa Barat. Berikut Pendidikan

yang telah ditempuh oleh peneliti di antaranya :

1. Tahun 2013 lulus dari MI Al-Hiqmah Cibeusi
2. Tahun 2016 lulus dari MTS Ma'arif Cikeruh Jatinangor
3. Tahun 2019 lulus dari SMK Pasundan Jatinangor

Pada tahun 2020 peneliti mendaftarkan diri sebagai salah satu mahasiswi Institut Manajemen Koperasi Indonesia dan pada tahun 2022 berubah menjadi Universitas Koperasi Indonesia (Ikopin University), Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program studi S1 Manajemen. Selama menjadi mahasiswi peneliti mengikuti organisasi, yaitu sebagai anggota sekaligus kepengurusan Ikopin Badminton Club (IBC) pada periode 2020 sampai dengan 2023 menjabat sebagai:

1. Sekretaris II (Periode 2020 – 2021)
2. Sekretaris Umum (Periode 2021 – 2022)
3. Wakil Ketua (Periode 2022 – 2023)

Dan penulis aktif dalam beberapa kegiatan kepanitiaan seperti:

1. Koordinator Divisi Peralatan Vaksinasi 1, 2, dan 3 (Booster) Ikopin University 2022
2. Sekretaris II Musyawarah Kerja Nasional BEM se-Indonesia 2022

3. Sekretaris I Fun Run (WIB) Waktu Indonesia Berlari 2022

ABSTRACT

Siska Nurul Syifa 2024, Analysis of Service Marketing Mix in an Effort to Increase the Volume of Tourist Visits Case Study at Jatinangor National Flowers Park Tourism Object, under the guidance of H. Dady Nurpadi.

The phenomenon found is that in 2023 the company has set visitor arrivals, but in practice the arrival of tourists every month has not reached the predetermined target and tends to fluctuate. To overcome these problems, it is necessary to maximize the service marketing mix in order to increase the volume of tourist visits to the Jatinangor National Flowers Park tourist attraction.

The purpose of this study is to determine the implementation of the marketing mix set by Jatinangor National Flowers Park, how tourists perceive the implementation of the service marketing mix carried out by Jatinangor National Flowers Park, and what efforts the company should make to increase the volume of tourist visits.

The research method adopts a case study, which is one of the descriptive methods that solves problems by searching and collecting data and then systematically compiled, then analyzed and formulated the problem under study, then a conclusion can be drawn. This study used a sample of 42 respondents from all tourists visiting Jatinangor National Flowers Park in 2023.

The results of the research that has been conducted that the marketing mix of Jatinangor National Flowers Park services shows that the elements of the marketing mix that are considered very good People have contributed significantly to tourist satisfaction. To achieve higher growth, it is necessary to increase the elements of the Price marketing mix.

Keywords: Service Marketing Mix, Visit Volume, Sales Volume.

ABSTRAK

Siska Nurul Syifa 2024, Analisis Bauran Pemasaran Jasa Dalam Upaya Meningkatkan Volume Kunjungan Wisatawan Studi Kasus Pada Objek Wisata Jatinangor National Flowers Park, di bawah bimbingan H. Dady Nurpadi.

Fenomena yang di temukan bahwa ditahun 2023 perusahaan telah menetapkan kedatangan pengunjung, namun pada pelaksanaannya kedatangan wisatawan setiap bulannya belum mencapai target yang telah ditentukan dan cenderung fluktuatif. Untuk mengatasi permasalahan tersebut maka diperlukan pemaksimalan bauran pemasaran jasa agar meningkatkan volume kunjungan wisatawan ke objek wisata Jatinangor National Flowers Park.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan bauran pemasaran yang ditetapkan oleh Jatinangor National Flowers Park, bagaimana pandangan wisatawan terhadap penerapan bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh Jatinangor National Flowers Park, dan upaya apa yang harus dilakukan perusahaan untuk meningkatkan volume kunjungan wisatawan.

Metode penelitian mengadopsi studi kasus, yaitu merupakan salah satu metode deskriptif yang memecahkan masalah dengan mencari dan mengumpulkan data lalu disusun secara sistematis kemudian dianalisis dan merumuskan masalah yang diteliti, selanjutnya dapat diambil suatu kesimpulan. Penelitian ini menggunakan sampel 42 responden dari keseluruhan wisatawan yang berkunjung ke Jatinangor National Flowers Park pada tahun 2023.

Hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa bauran pemasaran jasa Jatinangor National Flowers Park menunjukkan bahwa elemen bauran pemasaran yang dinilai sangat baik *People* telah memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Untuk mencapai pertumbuhan yang lebih tinggi, perlu dilakukan peningkatan pada elemen bauran pemasaran *Price*.

Kata kunci : Bauran Pemasaran Jasa, Volume Kunjungan, Volume Penjualan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji serta Syukur kita panjatkan ke Hadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Analisis Bauran Pemasaran Jasa Dalam Upaya Meningkatkan Volume Kunjungan Wisatawan”** Tak lupa Sholawat serta salam kita limpahkan ke junjungan alam Nabi besar Muhammad SAW dan para keluarga, sahabat, serta pengikutnya hingga akhir jaman.

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada konsentrasi Manajemen Pemasaran Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Koperasi Indonesia. Dalam penyusunan skripsi peneliti menyadari bahwa prosesnya tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Maka peneliti sangat berterima kasih atas dukungan dari berbagai hal dan bersyukur kepada Allah SWT karena telah memberi kelancaran serta kemudahan dalam proses penyusunannya dan kepada Mama saya yang sudah memberikan dukungan secara materi dan moril sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu serta Bapak saya yang sudah menyadarkan betapa kerasnya hidup sehingga harus bisa melewati berbagai rintangan termasuk penyelesaian skripsi ini. dan juga kepada kaka saya yang sudah memberikan semangat untuk saya dalam pengerjaan skripsi ini. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi, antara lain:

1. Yang terhormat dosen pembimbing saya yaitu Bapak Ir. H. Dady Nurpadi MP, yang sudah bersedia mendengarkan keluh kesah dan selalu memberi masukan serta kelancaran dalam setiap prosesnya.
2. Yang terhormat Bapa Dr. H. Gijanto Purbo Suseno., SE, M.S sebagai dosen penelaah konsentrasi yang senantiasa memberikan saran dan membuat pikiran saya menjadi lebih terbuka dalam proses penyelesaian skripsi ini.
3. Yang terhormat Ibu Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si sebagai dosen penelaah koperasi sekaligus sebagai Ketua Program Studi Sarjana Manajemen yang selalu memberikan masukan yang membuat saya lebih teliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Heri Nugraha, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Yang terhormat Bapak Prof. Agus Pakpahan, Ph.D, sebagai Rektor Universitas Koperasi Indonesia.
6. Yang terhormat seluruh staff pengajar dan karyawan Sekretariat Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan dukungan dengan memfasilitasi peneliti dalam segala keperluan kuliah.
7. Yang terhormat seluruh jajaran Manajemen Jatinangor National Flowers Park terutama Leader dan Divisi Marketing yang turut membantu kelancaran dalam skripsi ini.
8. Kedua orang tua penulis, Bapak Cahyadi Hidayat, SE dan Ibu Neneng Aning Ratnasari terima kasih telah senantiasa mendo'akan dan memberikan kasih sayang dalam membesarkan dan membimbing penulis selama ini sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita. Kesuksesan

dan segala hal baik yang kedepannya penulis dapatkan adalah karena dan untuk orang tua.

9. Kakak penulis Reza Maulana Rahman dan kaka ipar Mega Herwina, penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala bentuk dukungan, baik moral maupun material, yang telah Kakak berikan selama proses penulisan skripsi ini. Segala kebahagiaan serta kesuksesan yang penulis dapat tidak lepas dari do'a dan dukungan kakak.
10. (Alm) Nene Mimin Sumarni, (Alm) Kake Hadid Suryatna, (Alm) Nene Anih Nuraeni, terima kasih telah menemani masa kecil penulis, terima kasih atas kasih sayang yang telah diberikan serta dukungannya hingga penulis duduk di bangku kuliah. Penulis berharap kebahagiaan yang akan penulis dapatkan bisa sampai kepada Almarhum dan Almarhumah.
11. Rivaldi Ahmad Rakka S.Sn terima kasih telah memberikan motivasi selama penulis duduk di bangku kuliah dan tidak luput membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Tak terhitung berapa kali keraguan melanda di kala penulis menyelesaikan skripsi ini. Namun, berkat dorongan dan motivasi dari Rivaldi, penulis mampu bangkit dan kembali fokus pada tujuan.
12. Keukeu Kusuma Dewi Hermawan dan Nopal Kurnia sebagai sahabat yang menemani penulis dari semester I hingga akhir semester VIII, penulis mengucapkan terima kasih atas kesabarannya dalam mendengarkan keluhan penulis. Terima kasih atas dorongan yang selalu menyemangati penulis untuk pantang menyerah dalam meraih mimpi.

13. Denis Permana, Keukeu Kusuma Dewi Hermawan, Alinda Ramadanti sebagai sahabat terbaik sejak penulis duduk dibangku Sekolah Menengah Pertama hingga saat ini, penulis mengucapkan rasa terima kasih karena diberikan sahabat sebaik dan setulus kalin. Terima kasih atas dukungan, semangat, dan persahabatan tulus kalian yang selalu menemani penulis dalam setiap langkah, termasuk dalam menyelesaikan studi S-1 Manajemen ini.
14. Teman-teman penulis Vania, Anita, Andriana, Rizky, Agies, Ayu Wulandari, Ayu Sri, Dewi, Neng Silfi, Aulia Putri, selalu mendengarkan keluh kesah penulis, saling mendukung, dan berjuang bersama dalam proses penulisan skripsi ini.
15. Teman – teman kelas Manajemen C, dan teman-teman Konsentrasi Manajemen Pemasaran.
16. Teman – teman organisasi Ikopin Badminton Club yang sudah memberikan banyak pengalaman dan kenangan.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan karena adanya keterbatasan kemampuan dan kondisi. Maka dari itu diharapkan untuk kedepannya ada penelitian yang menyempurnakan skripsi ini. Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jatinangor, 01 September 2024

Siska Nurul Syifa

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	10
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.3.1. Maksud Penelitian.....	10
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1. Kegunaan Teoritis	11
1.4.2. Kegunaan Praktis	11
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	12
2.1. Pendekatan Masalah.....	12
2.1.1. Pendekatan Manajemen	12
2.1.1.1. Fungsi Dasar Manajemen.....	13
2.1.1.2. Unsur-unsur Manajemen	14
2.1.1.3. Manajemen Fungsional	15
2.1.2. Pendekatan Pemasaran	17
2.1.2.1. Fungsi Pemasaran.....	17
2.1.3. Pendekatan Pemasaran Jasa	18
2.1.3.1. Karakteristik Jasa	18
2.1.4. Pendekatan Bauran Pemasaran Jasa.....	20
2.1.4.1. <i>Product</i> (produk)	21

2.1.4.2.	<i>Price</i> (harga).....	24
2.1.4.3.	<i>Promotion</i> (promosi)	26
2.1.4.4.	<i>Place</i> (tempat)	29
2.1.4.5.	<i>People</i> (orang)	32
2.1.4.6.	<i>Physical Evidence</i> (sarana fisik).....	34
2.1.4.7.	<i>Process</i> (proses).....	37
2.1.5.	Pendekatan Pemasaran Pariwisata	39
2.1.6.	Pendekatan Volume Penjualan	41
2.1.6.1.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan ...	42
2.1.6.2.	Indikator Volume Penjualan	44
2.1.7.	Kerangka Pikir	46
2.2.	Metode Penelitian.....	47
2.2.1.	Metode Penelitian yang Digunakan	47
2.2.2.	Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	47
2.2.3.	Sumber Data dan Cara Menentukannya.....	49
2.2.4.	Teknik Pengumpulan Data	52
2.2.5.	Analisis Data	53
2.2.6.	Lokasi Tempat Penelitian	63
2.2.7.	Waktu Penelitian	63
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN		64
3.1.	Keadaan Umum Organisasi.....	64
3.1.1.	Profil Jatinangor National Flowers Park	64
3.1.2.	Sejarah Jatinangor National Flowers Park	64
3.1.3.	Struktur Organisasi Jatinangor National Flowers Park	65
3.1.4.	Platform Sosial Media Jatinangor National Flowers Park	67
3.1.5.	Fasilitas Jatinangor National Flowers Park.....	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		74
4.1.	Identitas Responden dan Informan.....	74
4.2.	Pelaksanaan Bauran Pemasaran Jasa Jatinangor National Flowers Park	81

4.3. Tanggapan Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran Jasa Jatinangor National Flowers Park.....	87
4.4. Upaya meningkatkan volume kunjungan wisatawan dengan menggunakan Bauran Pemasaran Jasa pada wisata Jatinangor National Flowers Park.....	122
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	125
5.1. Simpulan.....	125
5.2. Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA.....	127
LAMPIRAN.....	129

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata Kabupaten Sumedang	3
Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata Jatinangor National Flowers Park 2023	4
Tabel 2.1 Operasionalisasi Variabel	48
Tabel 2.2 Tanggapan Penilaian Responden Jatinangor National Flowers Park	54
Tabel 2.3 Kelas Interval setiap Indikator pada unsur-unsur Bauran Pemasaran Jasa	55
Tabel 2.4 Pengukuran Bauran Pemasaran Jasa	56
Tabel 2.5 Skor dan Kriteria Indikator <i>Product</i>	57
Tabel 2.6 Skor dan Kriteria Indikator <i>Price</i>	57
Tabel 2.7 Skor dan Kriteria Indikator <i>Place</i>	58
Tabel 2.8 Skor dan Kriteria Indikator <i>Promoion</i>	59
Tabel 2.9 Skor dan Kriteria Indikator <i>People</i>	59
Tabel 2.10 Skor dan Kriteria Indikator <i>Process</i>	60
Tabel 2.11 Skor dan Kriteria Indikator <i>Physical Evidence</i>	61
Tabel 2.12 Skor dan Kriteria Keseluruhan Indikator Bauran Pemasaran Jasa	62
Tabel 2.13 Skor dan Kriteria Keseluruhan Indikator Bauran Pemasaran Jasa	62
Tabel 4.1 Daftar Informan	80
Tabel 4.2 Jumlah Jenis Bunga di Jatinangor National Flowers Park	81
Tabel 4.3 Jumlah Keberagaman Wahana di Jatinangor National Flowers Park	82
Tabel 4.4 Jumlah Keberagaman Tenant di Jatinangor National Flowers Park	82
Tabel 4.5 Keberagaman Wahana Wisata Jatinangor National Flowers Park	87
Tabel 4.6 Keberagaman produk pendukung wisata Jatinangor National Flowers (makanan, minuman, oleh-oleh)	89
Tabel 4.7 Fasilitas – fasilitas wisata Jatinangor National Flowers Park (objek foto, objek taman bunga)	90
Tabel 4.8 Harga tiket wisata Jatinangor National Flowers	92

Tabel 4.9 Harga tiket wisata Jatinangor National Flowers Park dibandingkan dengan tempat wisata lain.....	93
Tabel 4.10 Kesesuaian fasilitas dengan Harga tiket wisata Jatinangor National Flowers Park.....	94
Tabel 4.11 Akses jalan ke Lokasi wisata Jatinangor National Flowers Park	96
Tabel 4.12 Ketersediaan transportasi umum ke Lokasi wisata Jatinangor National Flowers Park	97
Tabel 4.13 Keamanan dan kenyamanan wisata Jatinangor National Flowers Park	99
Tabel 4.14 Area parkir wisata Jatinangor National Flowers Park.....	100
Tabel 4.15 Informasi tentang wisata Jatinangor National Flowers Park di media online	102
Tabel 4.16 Informasi tentang wisata Jatinangor National Flowers Park di media cetak.....	103
Tabel 4.17 Pengadaan opsi tiket terusan wisata Jatinangor National Flowers Park.....	104
Tabel 4.18 Keahlian dan keramahan Karyawan di wisata Jatinangor National Flowers Park.....	106
Tabel 4.19 Kesopanan Karyawan wisata Jatinangor National Flowers Park dalam melayani.....	107
Tabel 4.20 Kesigapan Karyawan wisata Jatinangor National Flowers Park dalam membantu	109
Tabel 4.21 Kesiediaan Karyawan wisata Jatinangor National Flowers Park memberikan informasi dan menjawab pertanyaan	110
Tabel 4.22 Kemudahan dan kecepatan proses pembelian tiket masuk wisata Jatinangor National Flowers Park	111
Tabel 4.23 Proses menangani keluhan pengunjung	112
Tabel 4.24 Kemampuan memberikan pelayanan yang dibutuhkan pengunjung secara cepat dan baik	113
Tabel 4.25 Keindahan dan Kebersihan wisata Jatinangor National Flowers Park	114

Tabel 4.26 Tata letak wisata Jatinangor National Flowers Park	115
Tabel 4.27 Fasilitas tambahan wisata Jatinangor National Flowers Park (<i>food court</i> , mushola, toilet).....	116
Tabel 4.28 Rekapitulasi Tanggapan Responden Setiap Indikator Bauran Pemasaran Jasa	118
Tabel 4.29 Rekapitulasi Tanggapan Responden Setiap Unsur-Unsur Bauran Pemasaran Jasa	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Letak Jatinangor National Flowers Park	6
Gambar 1.2 Keberagaman Wahana Jatinangor National Flowers Park	7
Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian.....	46
Gambar 3.1 Logo Jatinangor National Flowers Park.....	64
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Jatinangor National Flowers Park 2023	66
Gambar 3.3 Situs Web Jatinangor National Flowers Park	68
Gambar 3.4 <i>Instagram</i> Jatinangor National Flowers Park.....	68
Gambar 3.5 <i>Tiktok</i> Jatinangor National Flowers Park	69
Gambar 3.6 Fasilitas Objek Foto Jatinangor National Flowers Park.....	70
Gambar 3.7 Fasilitas Area Bermain Jatinangor National Flowers Park.....	71
Gambar 3.8 Fasilitas Area Parkir Jatinangor National Flowers Park	71
Gambar 3.9 Fasilitas Area <i>Food Court</i> Jatinangor National Flowers Park.....	71
Gambar 3.10 Fasilitas Masjid & Mushola Jatinangor National Flowers Park.....	72
Gambar 3.11 Fasilitas Toilet Jatinangor National Flowers Park.....	72
Gambar 3.12 Fasilitas Bangunan Iconic Jatinangor National Flowers Park.....	72
Gambar 3.13 Fasilitas Area <i>Gathering</i> Jatinangor National Flowers Park.....	73
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden Wisata Jatinangor National Flowers Park	74
Gambar 4.2 Usia Responden Wisata Jatinangor National Flowers Park	76
Gambar 4.3 Domisili Responden Wisata Jatinangor National Flowers Park.....	77
Gambar 4.4 Pekerjaan Responden Wisata Jatinangor National Flowers Park.....	78
Gambar 4.5 Kunjungan Responden Wisata Jatinangor National Flowers Park....	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....	129
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian	131
Lampiran 3 Data Tabulasi	137