



**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA
PENINGKATAN JUMLAH PENGUNJUNG OBYEK WISATA
TAMAN BOTANI SUKORAMBI JEMBER**

*Implementing Of Marketing Mixed Concerning to Increase Of Visitor
at Sukorambi Botanical Tourism Object*

SKRIPSI

Oleh :

**Ahmad Haris Ahadi
NIM. 080910202063**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2011**



**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA
PENINGKATAN JUMLAH PENGUNJUNG OBYEK WISATA
TAMAN BOTANI SUKORAMBI JEMBER**

*Implementing Of Marketing Mixed Concerning to Increase Of Visitor
at Sukorambi Botanical Tourism Object*

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi syarat-syarat untuk
menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Niaga (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Sosial

Oleh :

**Ahmad Haris Ahadi
NIM. 080910202063**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2011**

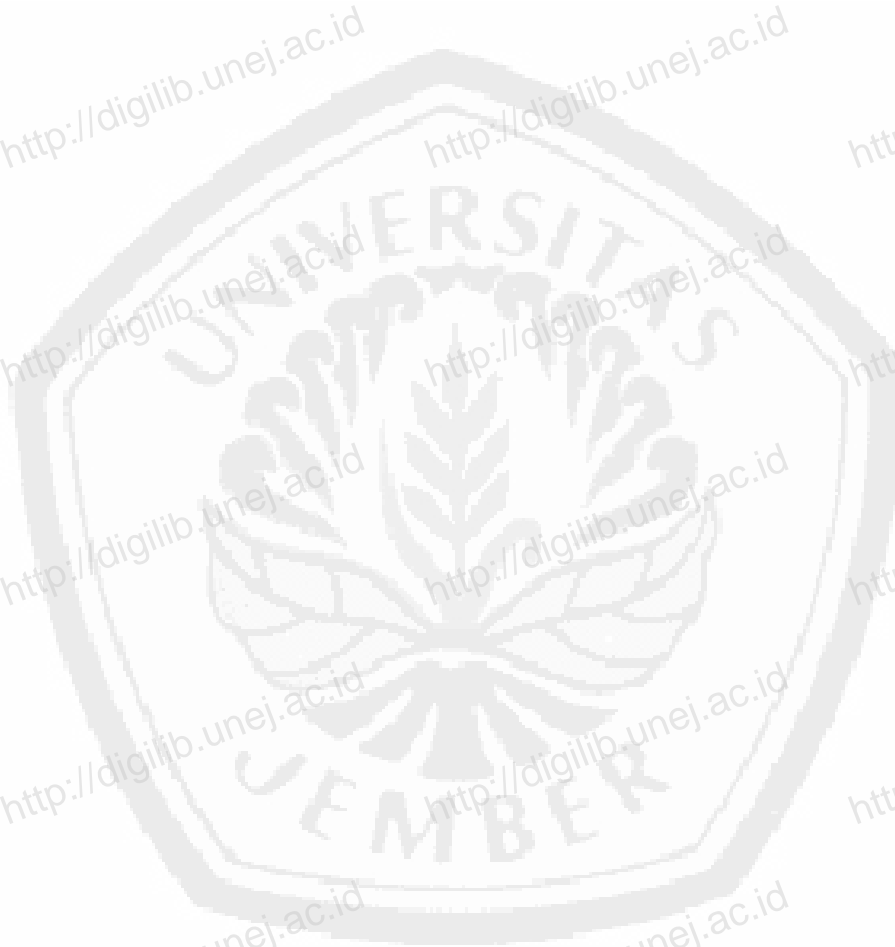
PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini akan penulis persembahkan untuk :

1. Ibunda Dra. Hj. Tini Istifadah dan Ayahanda Suharsono, SH. Yang telah memberi kasih sayang yang tiada henti serta mendoakan Ananda selama ini.
2. Guru-guruku sejak TK sampai PT terhormat, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan membimbing dengan penuh kesabaran.
3. Belahan hatiku Helen Wahyuning Tias, SE. Yang setiap saat selalu menemani, memberikan semangat, cinta, kasih sayang serta dukungan dalam mengerjakan skripsi ini.
4. Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MOTTO

”Tugas pemasaran adalah menjabarkan kebutuhan masyarakat menjadi peluang yang menguntungkan” (anonim.*)



Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Prenhallindo.

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Haris Ahadi

NIM : 080910202063

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: "Implementasi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Taman Botani Sukorambi Jember" ini adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun. Karya tulis ini juga bukan merupakan hasil jiplakan. 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 maupun paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 2 Juni 2011

Ahmad Haris Ahadi

NIM : 080910202063

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA
PENINGKATAN JUMLAH PENGUNJUNG OBYEK WISATA
TAMAN BOTANI SUKORAMBI JEMBER**

Oleh :

**Ahmad Haris Ahadi
NIM. 080910202063**

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dra. Sri Wahyuni, M.Si.

Dosen Pembimbing Anggota : Yuslinda Dwi H, S.Sos, MAB.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul "Implementasi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Taman Botani Sukorambi Jember" telah diuji dan disahkan pada :

Hari/Tanggal : 28 Juli 2011

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji,

Ketua,

Sekretaris,

Drs. I Ketut Mastika, M.M
NIP. 19590507 198903 1 002

Dra. Sri Wahyuni, M.Si
NIP. 19560409 198702 2 001

Anggota Penguji,

1. Drs. Poerwanto, M.A
NIP. 19490715 198403 1 002

(.....)

2. Drs. Didik Eko Julianto, M.AB.
NIP. 19610722 198902 1 001

(.....)

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Prof. Dr. Hary Yuswadi, M.A
NIP. 19520727 198103 1 003

RINGKASAN

Penelitian dengan judul ” **Implementasi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Taman Botani Sukorambi Jember** ” oleh Ahmad Haris Ahadi ; 080910202063, Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi bauran pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember. Penelitian ini dilakukan di obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember, menggunakan metode penelitian deskriptif dengan paradigma kualitatif mengenai pelaksanaan kegiatan-kegiatan bauran pemasaran dalam upaya peningkatan jumlah pengunjung. Implementasi bauran pemasaran dalam penelitian ini menggunakan variabel-variabel yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, fasilitas, orang serta proses, dengan menggunakan teknik analisis domain dan taksonomi. Domain merupakan teknik analisis yang mencari gambaran umum dan menyeluruh tentang situasi sosial obyek penelitian sedangkan taksonomi adalah teknik analisis yang melihat keseluruhan data yang terkumpul berdasarkan domain dan kemudian diuraikan secara lebih terperinci dan mendalam. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan menggunakan metode induktif yaitu penarikan kesimpulan yang berangkat dari hal-hal yang bersifat khusus, kepada hal-hal yang bersifat lebih khusus. Deskripsi penelitian ini menjelaskan tentang pelaksanaan implementasi bauran pemasaran yang dilakukan oleh obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjungnya. Kebenaran penelitian ini menggunakan tehnik Triangulasi yaitu tehnik keabsahan data dengan membandingkan perolehan data temuan dari perusahaan dengan hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada informan terkait dengan pelaksanaan bauran pemasaran obyek wisata. Dari penelitian yang telah dilakukan dengan tehnik analisis yang telah ditetapkan maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang telah dilakukan oleh obyek wisata Taman Botani Sukorambi dapat dikatakan efektif, ditunjukkan dengan adanya peningkatan jumlah pengunjung yang datang setiap tahunnya. Peningkatan pengunjung setiap tahunnya mengalami kenaikan sebanyak 8.078 jiwa pada tahun 2008, 2.022 jiwa pada tahun 2009 dan 3.837 jiwa pada tahun 2010. Melihat dari hasil penelitian ini dapat dikatakan penerapan bauran pemasaran pada obyek wisata Taman Botani Sukorambi memiliki kecenderungan untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang datang.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat ALLAH S.W.T yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : ” **Implementasi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Taman Botani Sukorambi Jember** ”. Untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata (S1) pada Jurusan Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa karya tulis ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan, dorongan dan petunjuk dari berbagai pihak, oleh karena itu tiada kata yang layak untuk menghargai selain ucapan terima kasih sebesar-besarnya untuk semua pihak yang terkait dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA. ,selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember
2. Drs. Himawan Bayu Patriadi, MA, Ph.D. , selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember;
3. Dr. Sasongko M.Si. , selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember
4. Drs. Poerwanto, MA. ,selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember
5. Dra. Sri Wahyuni, M.Si. ,selaku dosen pembimbing utama atas kesabaran untuk meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
6. Yuslinda Dwi H, S.Sos, MAB. ,selaku dosen pembimbing anggota yang juga dengan sabar memberikan pengarahan serta bimbingan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.

7. Segenap dosen Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, yang telah memberikan bekal Ilmu pengetahuan dan masukan-masukan yang sangat berarti bagi penulis
8. Segenap karyawan dan karyawan di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
9. Bapak H. Abdul Kahar Muzakkir, selaku pemilik Taman Botani Sukorambi Jember
10. Bapak H. Ali Imron, selaku manajer Taman Botani Sukorambi
11. Seluruh karyawan Taman Botani Sukorambi yang telah membantu memberikan informasi yang diperlukan penulis selama penelitian
12. Sahabatku Hifni Mulhaq yang selalu memberikan semangat pada penulis
13. Seluruh teman-temanku di Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember. Serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat keterbatasan-keterbatasan yang dialami, sehingga menyebabkan skripsi ini belum sempurna. Oleh karena itu penulis menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Jember, 2 Juni 2011

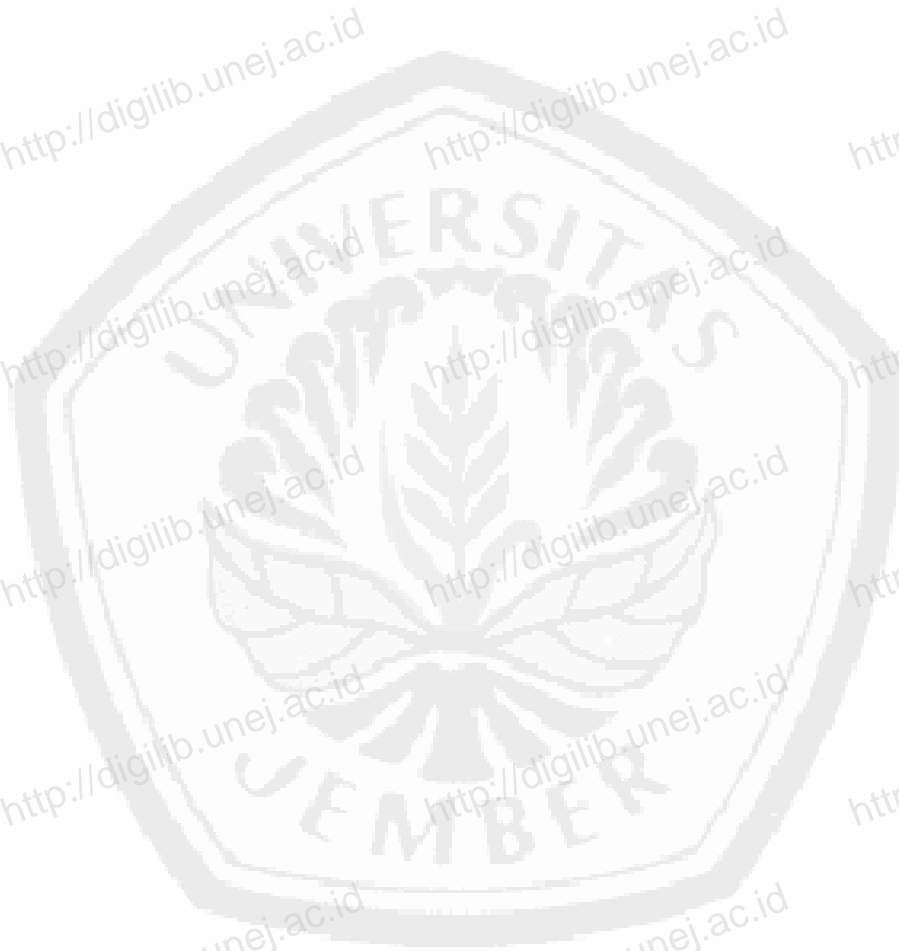
Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN RINGKASAN	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.3 Manfaat Penelitian	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pemasaran	9
2.2.1 Manajemen Pemasaran	10
2.2.2 Bauran Pemasaran	11
2.2.3 Bauran Pemasaran Jasa	11
2.3 Pengertian Pariwisata dan Wisatawan	13
2.4 Macam-macam Bentuk Wisata	14
2.5 Klasifikasi Motif Wisata	14
2.6 Industri Pariwisata	15

2.7 Pemasaran dan Kepariwisataaan	16
2.8 Pengertian Rekreasi	17
2.9 Tinjauan Penelitian Terdahulu	19
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Tipe Penelitian	19
3.2 Tahap Persiapan	20
3.3 Tahap Pengumpulan Data	23
3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data	24
3.5 Tahap Analisis Data	25
3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan	28
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Deskripsi Perusahaan	28
4.1.1 Sejarah Berdirinya Obyek Wisata	28
4.1.2 Visi Taman Botani Sukorambi	29
4.1.2 Misi Taman Botani Sukorambi	30
4.2 Obyek Wisata	30
4.3 Tarif	34
4.4 Struktur Organisasi	36
4.5 Aspek Personalia	41
4.6 Deskripsi Hasil Penelitian	43
4.6.1 Produk (<i>product</i>)	43
4.6.2 Harga (<i>price</i>)	46
4.6.3 Promosi (<i>promotion</i>)	47
4.6.4 Lokasi	49
4.6.4 Fasilitas	50
4.6.6 Orang (<i>people</i>)	51
4.6.7 Proses (<i>proces</i>)	52
4.5 Jumlah Pengunjung Taman Botani Sukorambi	52
4.5 Interpretasi	54

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	

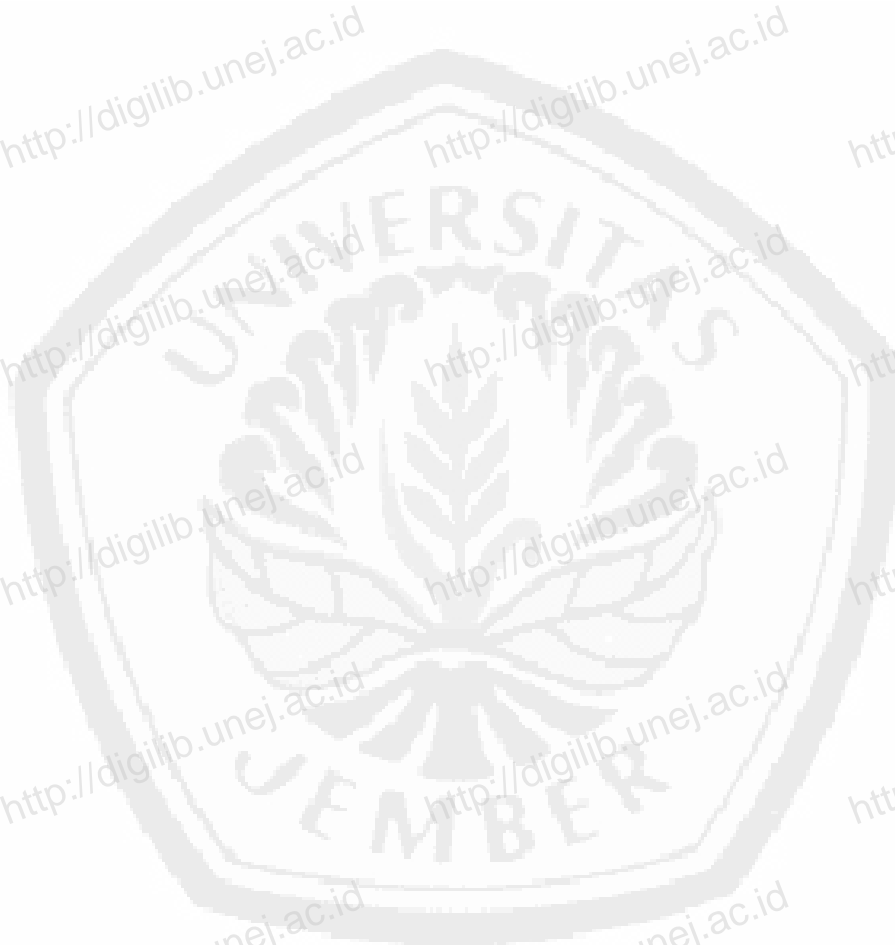


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah pengunjung obyek wisata Taman Botani Sukorambi	6
Tabel 2.1 Perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian Ahmad Haris Ahadi	18
Tabel 3.1 Analisis Domain bauran pemasaran obyek wisata Taman Botani Sukorambi	26
Tabel 3.2 Analisis Taksonomi bauran pemasaran obyek wisata Taman Botani Sukorambi	27
Tabel 4.1 Tarif <i>Flying fox</i>	35
Tabel 4.2 Jumlah tenaga kerja obyek wisata Taman Botani Sukorambi	41
Tabel 3.2 Jumlah pengunjung obyek wisata Taman Botani Sukorambi	53
Tabel 3.2 Matriks implementasi bauran pemasaran pada obyek wisata Taman Botani Sukorambi	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Taman Botani Sukorambi 38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Lampiran 2 Topik Wawancara Dengan Informan 1

Lampiran 3 Topik Wawancara Dengan Informan 2

Lampiran 4 Topik Wawancara Dengan Informan 3

Lampiran 5 Wawancara Dengan Pengunjung 1

Lampiran 6 Wawancara Dengan Pengunjung 2

Lampiran 7 Wawancara Dengan Pengunjung 3

Lampiran 8 Papan Nama TBS

Lampiran 9 Buah dan Bunga di TBS

Lampiran 10 Wahana Kolam Renang

Lampiran 11 Wahana *Outbound*

Lampiran 12 Brosur TBS

Lampiran 13 Karcis TBS

Lampiran 14 Stiker TBS

Lampiran 15 Pengunjung TBS