



**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN JASA
DI TAMAN BOTANI SUKORAMBI JEMBER**

SKRIPSI

Oleh :

Indah Haqiqi

NIM 140210301083

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2018**



**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN JASA
DI TAMAN BOTANI SUKORAMBI JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana Pendidikan (S. Pd) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1)
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Oleh

Indah Haqiqi
NIM 140210301083

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2018**

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, terucap puji dan syukur alhamdulillah yang tiada batas sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan segala ketulusan, keikhlasan, bangga serta bahagia saya persembahkan skripsi ini sebagai rasa cinta, kasih, sayang serta perwujudan tanggung jawab saya kepada :

1. Allah SWT, karena hanya atas izin dan karunia-Nya maka skripsi ini dapat disusun dan terselesaikan pada waktunya.
2. Yang kuhormati dan kucintai Ayahanda Umar Baqi dan Ibunda Radiyah yang telah memberikan dukungan moril dan materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan ini.
3. Bapak dosen pembimbing Drs. Joko Widodo M.M, dan Mukhamad Zulianto, S.Pd., M.Pd. Serta Bapak dan Ibu dosen penguji Dr. Pudjo Suharso, M.Si dan Hety Mustika Ani, S.Pd., M.Pd yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan saya.
4. Guru-guruku sejak SD sampai Perguruan Tinggi yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat.
5. Almamater tercinta Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah kamu berharap.”
(Q.S. Al Insyirah : 6-8)*

“Ketika kau melakukan usaha mendekati cita-citamu, di waktu yang bersamaan cita-citamu juga sedang mendekatimu. Alam semesta bekerja seperti itu.”
(Fiersa Besari)**

*) Departemen Agama Republik Indonesia. 2010. *Al Qur'an dan Tajwid dan Terjemahannya dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan Hadits Sahih*. Bandung: PT Sygma Examedia Arkalenka.

***) Fiersa Besari, *Garis Waktu*, Mediakita, Jakarta Selatan, 2016, hlm. 107.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indah Haqiqi

NIM : 140210301083

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul **“Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Di Taman Botani Sukorambi Jember”** adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya 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 dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 02 Agustus 2018

Indah Haqiqi
140210301083

PERSETUJUAN

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN JASA
DI TAMAN BOTANI SUKORAMBI JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1) pendidikan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Nama : Indah Haqiqi
NIM : 140210301083
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Angkatan : 2014
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 16 Oktober 1995

Disetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003

Mukhamad Zulianto, S.Pd., M.Pd.
NIP. 19880721 201504 1 001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “**Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Di Taman Botani Sukorambi Jember**” telah diuji dan disahkan pada :

Hari, tanggal :

Tempat :

Tim Penguji :

Ketua,

Sekretaris,

Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003

Anggota I

Mukhamad Zulianto, S.Pd., M.Pd.
NIP. 19880721 201504 1 001

Anggota II

Dr. Pudjo Suharso, M.Si.
NIP. 19591116 198601 1 001

Hety Mustika Ani, S.Pd., M.Pd.
NIP. 19800827 200604 2 001

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Jember

Prof. Drs. Dafik, M.Sc., Ph.D
NIP. 19680802 199303 1 004

RINGKASAN

Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Di Taman Botani Sukorambi Jember; Indah Haqiqi, 140210301083; 2018: 57 halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Industri pariwisata yang semakin berkembang, membuat setiap daerah berlomba-lomba untuk memberikan wisata yang terbaik bagi pengunjungnya. Salah satu wisata yang ada di Jember yaitu Taman Botani Sukorambi Jember. Wisata Taman Botani Sukorambi Jember sangat berkembang pesat beberapa tahun ini. Jika sebelumnya wisata ini jarang diminati oleh pengunjung, maka saat ini Taman Botani Sukorambi Jember merupakan salah satu wisata yang harus dikunjungi jika pergi ke kota Jember. Perkembangan pada Taman Botani Sukorambi Jember ini tentu saja hasil dari pengelolaan wisata yang baik yang dilakukan oleh pihak Taman Botani Sukorambi Jember. Bauran pemasaran adalah variabel pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tingkat penjualan atas pasar sasaran. Setiap perusahaan tentu ingin menjadi yang terbaik dan memenuhi kebutuhan setiap konsumennya. Oleh karena itu, penerapan bauran pemasaran harus dilakukan dengan baik bagi setiap perusahaan agar tercapai tujuan dari perusahaan tersebut. Begitupun dengan Taman Botani Sukorambi Jember yang menerapkan bauran pemasaran jasa 7P dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Adapun bauran pemasaran jasa 7P yang diterapkan yaitu *product, price, promotion, place, people, process, dan physical evidence*. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan implementasi bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh Taman Botani Sukorambi Jember.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang dimaksudkan untuk mendeskripsikan implementasi bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh Taman Botani Sukorambi Jember. Penentuan lokasi penelitian ini ditentukan dengan sengaja sesuai dengan tujuan penelitian yaitu mengenai implementasi bauran pemasaran jasa di Taman Botani Sukorambi Jember. Informan utama dalam penelitian ini yaitu Manager Sales and Marketing Taman Botani Sukorambi

Jember dan Kordinator *Sales and Marketing* Taman Botani Sukorambi Jember. Sedangkan informan tambahan penelitian ini adalah karyawan dan pengunjung Taman Botani Sukorambi Jember. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi metode wawancara, observasi, dan dokumen. Analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis secara deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian diperoleh fakta bahwa Taman Botani Sukorambi Jember telah melakukan bauran pemasaran jasa dengan baik. Produk jasa yang ada di Taman Botani Sukorambi Jember sudah sesuai dengan kebutuhan pengunjung. Harga yang diberikan sudah sesuai dengan fasilitas yang diberikan. Lokasi Taman Botani Sukorambi Jember strategis karena hanya berjarak 10 menit dari pusat Kota Jember. Promosi yang dilakukan Taman Botani Sukorambi Jember berupa iklan baik melalui media cetak maupun elektronik, penjualan tatap muka, hubungan masyarakat, dan promosi penjualan. Karyawan Taman Botani Sukorambi Jember direkrutmen dan dididik dengan baik, serta selalu mengikuti pelatihan-pelatihan karyawan. Proses pelayanan yang dilakukan Taman Botani Sukorambi Jember kepada pengunjung dilakukan dengan baik. Bukti fisik atau fasilitas yang diberikan oleh Taman Botani Sukorambi Jember sudah mencukupi kebutuhan pengunjung. Jadi, dapat disimpulkan bahwa implementasi bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh Taman Botani Sukorambi Jember sudah dilakukan dengan baik sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung Taman Botani Sukorambi Jember.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah berupa skripsi yang berjudul "Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Di Taman Botani Sukorambi Jember". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Drs. Dafik, M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Dr. Sumardi, M. Hum, selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Dra. Sri Wahyuni, M.Si, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Drs. Joko Widodo, M.M selaku Dosen Pembimbing I, Mukhamad Zulianto, S.Pd., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penyusunan skripsi ini;
5. Dr. Pudjo Suharso, M.Si selaku Dosen Penguji I dan Hety Mustika Ani, S.Pd., M.Pd. selaku Dosen Penguji II yang telah berkenan memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini;
6. Seluruh Dosen FKIP Program Studi Pendidikan Ekonomi yang selama ini telah banyak membimbing serta memberikan ilmu kepada saya sampai saya dapat menyelesaikan studi ini;
7. Ibu Alvina Citra selaku *Manager Sales and Marketing* Taman Botani Sukorambi Jember dan Bapak Sutrisno selaku *Kordinator Sales and Marketing* Taman Botani Sukorambi Jember;

8. Seluruh karyawan dan pengunjung Taman Botani Sukorambi Jember yang turut membantu dalam pengumpulan data ini;
9. Orang tuaku, Ayahanda Umar Baqi, Ibunda Radiah, dan kedua kakak kandungku Ely Rosita dan Fahrur Nisa yang selalu memberikan semangat dan kekuatan untuk menuntut ilmu di Universitas Jember;
10. Teman-teman terbaikku Lailiatur Rohmah, Novelia AL-Raafi R.A.S., Kresnanda Priyawan, M. Dilif Lailun Ni'am, Umu Syaidah, Ferry Adi Purwanto, dan Sri Wahyuni, yang bersedia menjadi tempat bercurah hati dan terima kasih atas kebersamaan yang indah selama ini;
11. Semua teman-teman Pendidikan Ekonomi terutama Angkatan 2014 yang senasib dan sepejuangan;
12. Seluruh teman-teman KKMT SMPN 4 Jember tahun 2017 yang pernah hadir dalam perjalanan studiku di Universitas Jember ini;
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis juga menerima kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga tulisan ini bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, Agustus 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Teori Pemasaran	7
2.3 Pemasaran Jasa	10
2.3.1 Bauran Pemasaran Jasa	10
2.4 Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Pariwisata	15
2.5 Kerangka Berpikir	16
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Rancangan Penelitian	17
3.2 Lokasi Penelitian	17
3.3 Subjek dan Informan Penelitian	18
3.4 Definisi Operasional Konsep.....	18

3.5 Jenis dan Sumber Data	20
3.6 Metode Pengumpulan Data	21
3.7 Analisis Data	21
3.8 Uji Keabsahan Data	23
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	24
4.1.1 Sejarah Taman Botani Sukorambi Jember	24
4.1.2 Struktur Organisasi Taman Botani Sukorambi Jember	25
4.1.3 Visi dan Misi Taman Botani Sukorambi Jember	27
4.2 Hasil Penelitian	28
4.2.1 <i>Product</i> (Produk)	28
4.2.2 <i>Price</i> (harga)	32
4.2.3 <i>Promotion</i> (promosi)	34
4.2.4 <i>Place</i> (tempat).....	37
4.2.5 <i>People</i> (orang)	39
4.2.6 <i>Process</i> (proses).....	40
4.2.7 <i>Physical Evidence</i> (bukti fisik).....	41
4.3 Pembahasan	45
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Objek Wisata Buatan Kabupaten Jember 2018	2
Tabel 4.1 Daftar Jenis Kolam Renang Taman Botani Sukorambi Jember	28
Tabel 4.2 Daftar harga sewa <i>Muslimah Private Area</i> (MPA).....	33



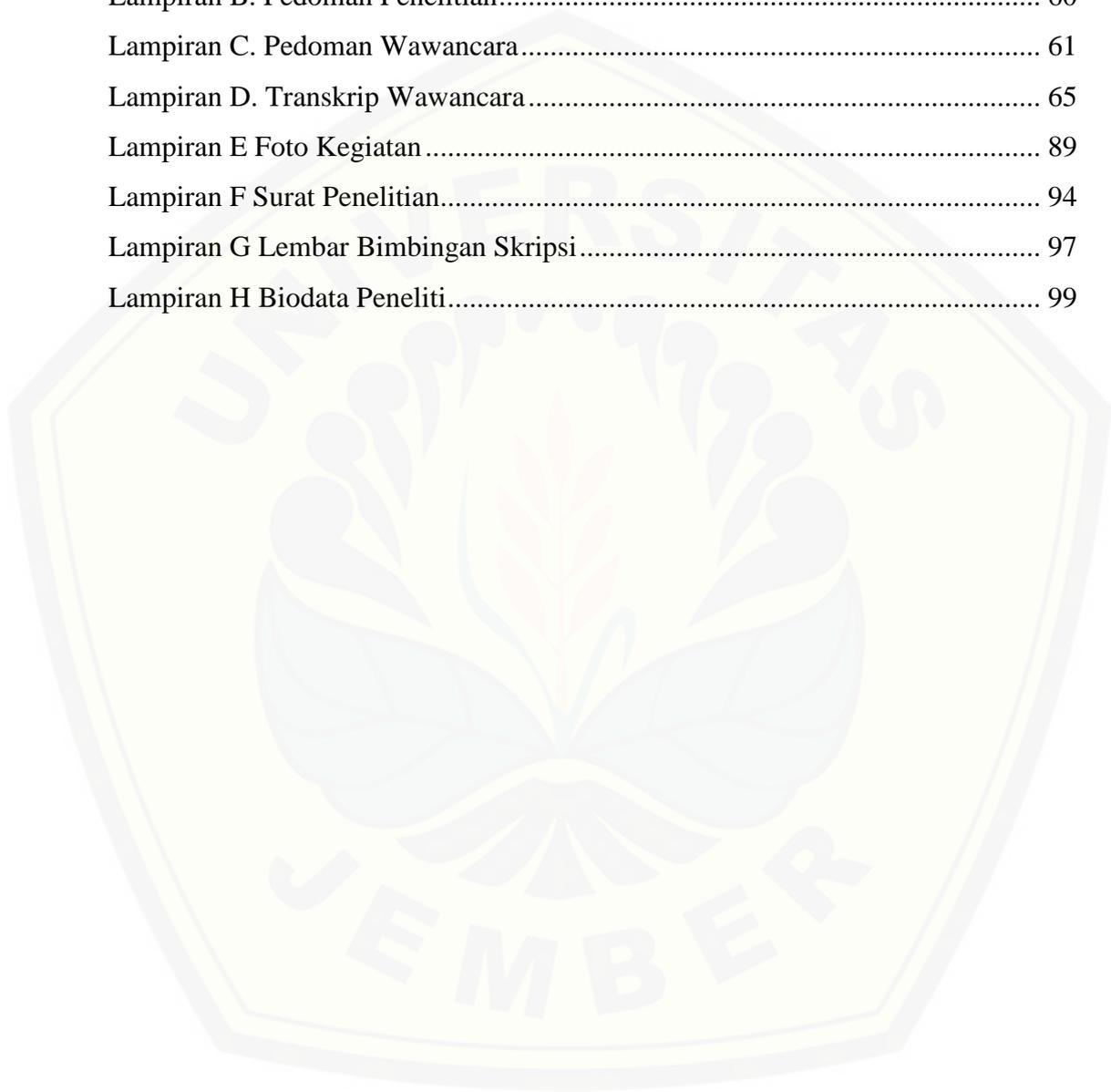
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir 16
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Taman Botani Sukorambi Jember..... 25



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Matrik Penelitian	59
Lampiran B. Pedoman Penelitian.....	60
Lampiran C. Pedoman Wawancara.....	61
Lampiran D. Transkrip Wawancara.....	65
Lampiran E Foto Kegiatan	89
Lampiran F Surat Penelitian.....	94
Lampiran G Lembar Bimbingan Skripsi.....	97
Lampiran H Biodata Peneliti.....	99



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jember merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang saat ini sedang mengembangkan sektor pariwisatanya. Berdasarkan data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jember, jumlah wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung ke Jember selama tahun 2017 sebanyak 2,3 juta pengunjung. Jumlah wisatawan ini sangat jauh jika dibandingkan dengan kabupaten Banyuwangi, yaitu sekitar 4,01 juta untuk wisatawan domestik, dan 91.000 untuk wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Banyuwangi selama tahun 2017. Perbandingan yang sangat jauh ini, membuat kabupaten Jember lebih giat lagi dalam mempromosikan sektor pariwisatanya. Hal ini dibuktikan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jember yang gencar melakukan promosi agar masyarakat Indonesia lebih mengenal kota Jember. Salah satu kegiatan yang baru saja dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jember yaitu mengadakan *fam trip* perdana untuk para pegiat media sosial seperti *blogger*, *youtuber*, fotografer, dan komunitas film untuk mempromosikan kota Jember dengan melakukan destinasi ke beberapa tempat wisata yang ada di Jember, baik itu wisata alam maupun wisata buatan.

Daerah yang dikenal dengan sebutan Kota Pandhalungan ini memiliki potensi wisata yang cukup beragam. Dengan *tagline* pariwisatanya yaitu “*Naturally Jember, Lovely Destination*”, saat ini Jember memiliki 83 destinasi wisata aktif, baik dalam wisata alam maupun wisata buatan. Untuk lebih meningkatkan wisata yang ada di Jember, pemerintah menerapkan 3 prinsip dalam pelaksanaannya, yakni fungsi pembinaan, fungsi fasilitasi, dan fungsi promosi. Adanya 3 prinsip tersebut diharapkan dapat meningkatkan lagi wisata yang ada di Jember. Beberapa wisata alam di Jember yang sudah banyak dikenal masyarakat yaitu Pantai Papuma, Pantai Puger, Pantai Payangan, Air Terjun Tancak, Taman Nasional Meru Betiri, Pantai Watu Ulo, dan masih banyak lainnya. Selain wisata alam, Jember juga memiliki beberapa wisata buatan yang tidak kalah menarik dari wisata alam. Objek wisata buatan manusia yang saat ini

banyak dilirik oleh para pelaku bisnis yaitu wisata kolam pemandian atau *waterboom*. Objek wisata buatan yang ada di Jember saat ini sedang mengalami perkembangan. Berikut daftar wisata buatan yang ada di Jember.

Tabel 1.1 Daftar Objek Wisata Buatan Kabupaten Jember 2018

No.	Nama Objek Wisata	Jarak dari Kota Jember
1.	Taman Botani Sukorambi	Ds. Sukorambi, Kec. Sukorambi 8 Km arah barat Kota Jember
2.	Dira Park Jember	Ds. Pontang, Kec. Ambulu 24 Km arah selatan Kota Jember
3.	Water Park Niagara	Kecamatan Ambulu 23 Km arah selatan Kota Jember
4.	Pemandian Surya Tirta	Kecamatan Ambulu 30 Km arah selatan Kota Jember
5.	Pemandian Olang Situbong	Ds. Biting, Kec. Arjasa 13 Km arah utara Kota Jember
6.	Pemandian Patemon	Ds. Patemon, Kec. Tanggul 32 Km arah barat Kota Jember
7.	Pemandian Kebon Agung	Kel. Kebon Agung, Kec. Kaliwates 3 Km arah barat Kota Jember
8.	Mumbul Garden	Ds. Lengkong, Kec. Mumbulsari 8 Km arah Kota Jember
9.	Pemandian Rembangan	Ds. Kemuning Lor, Kec. Arjasa 16 Km arah barat Kota Jember
10.	Taman Rekreasi Galaxy	Kec. Tempurejo 12 Km arah selatan kota Jember
11.	Tiara Park Jember	Kel. Tegalgede, Kec. Sumpersari 3 Km arah tenggara Kota Jember
12.	Pemandian Pontang	Kec. Ambulu 20 Km arah selatan Kota Jember

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Jember (data diolah 2018).

Objek wisata buatan di Jember, memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri bagi pengunjungnya. Salah satu objek wisata buatan yang unik di Jember yaitu Taman Botani Sukorambi (TBS). Taman Botani Sukorambi Jember merupakan salah satu objek wisata buatan yang sering dikunjungi oleh wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Lokasi Taman Botani Sukorambi berada di Jalan Mujahir Sukorambi, terletak 11 km ke arah barat alun-alun Jember. Objek wisata yang memiliki lahan seluas 12 ha ini adalah salah satu objek wisata buatan yang sudah berdiri selama 14 tahun dan terus berkembang maju sampai saat ini.

Taman Botani Sukorambi Jember merupakan wisata milik pribadi/swasta yang berbeda dari objek wisata buatan lainnya, karena objek wisata ini mengusung tema rekreasi sambil belajar yang tidak dimiliki oleh objek wisata buatan lainnya. Taman Botani Sukorambi Jember ingin memberikan kesan yang berbeda kepada para pengunjungnya, dimana saat pengunjung berwisata ke Taman Botani Sukorambi Jember tidak hanya kesenangan yang mereka dapatkan, melainkan juga pendidikan yang bisa didapatkan. Selain itu, saat ini Taman Botani Sukorambi Jember sedang mengembangkan usahanya, karena menurut pihak Taman Botani Sukorambi Jember, wisata ini akan dijadikan jantung bagi kota Jember mengingat pada Taman Botani Sukorambi Jember ini memberikan suasana alami yang sejuk, asri, dan rindang sehingga membuat pengunjung rileks dalam menikmati panorama yang diberikan.

Taman Botani Sukorambi Jember memiliki strategi pemasaran tersendiri dalam mempromosikan wisatanya. Saat ini Taman Botani Sukorambi Jember gencar melakukan promosi melalui media sosial, karena menurut pihak Taman Botani Sukorambi Jember media sosial merupakan sarana promosi yang paling berdampak bagi kenaikan jumlah pengunjung mereka. Selain itu, pihak Taman Botani Sukorambi juga melakukan promosi dengan datang ke sekolah-sekolah yang ada di Jember. Tujuan dari promosi ini yaitu agar jika pihak sekolah memiliki kegiatan di luar sekolah, maka Taman Botani Sukorambi siap untuk memfasilitasi tempat dari kegiatan tersebut. Selain promosi, strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Taman Botani Sukorambi yaitu selalu memberikan wahana terbaru, agar pengunjung tidak bosan dengan wahana yang ada. Salah satu wahana terbaru yang ada di Taman Botani Sukorambi yaitu *water ball*. Wahana *water ball* ini merupakan wahana yang telah lama ada, namun di Jember sendiri wahana ini baru ada di Taman Botani Sukorambi. Menurut pihak Taman Botani Sukorambi, *water ball* merupakan salah satu kenunikan yang dimiliki Pihak Taman Botani Sukorambi, karena Taman Botani Sukorambi selalu berusaha mencari keunikan, bukan untuk menjadi yang terhebat melainkan ingin mewarnai wisata yang ada di Jember.

Taman Botani Sukorambi terus mengembangkan usahanya demi memenuhi kebutuhan konsumen. Jika dahulu wisata Taman Botani Sukorambi Jember ini jarang diminati oleh wisatawan, saat ini Taman Botani Sukorambi menjadi salah satu wisata yang wajib dikunjungi ketika berkunjung ke kota Jember. Perkembangan wisata yang pesat ini tentu hasil dari kerja keras pihak Taman Botani Sukorambi dalam mengembangkan usahanya, baik dari segi promosi maupun dari segi SDM yang ada. Tahun 2017, Taman Botani Sukorambi Jember melakukan perubahan besar dalam manajemennya. Perubahan manajemen ini berdampak baik bagi Taman Botani Sukorambi Jember, karena setelah adanya perubahan dalam segi SDM maupun promosi, pengunjung yang datang ke Taman Botani Sukorambi Jember meningkat. Jika sebelumnya dalam satu hari pengunjung yang datang ke Taman Botani Sukorambi Jember hanya sekitar 100-200 orang, saat ini pengunjung yang datang sekitar 500-1.000 per harinya. Bahkan jika *weekend* dan hari libur, pengunjung yang datang mencapai 2.000 pengunjung.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis meneliti tentang implementasi bauran pemasaran yang dilakukan oleh Pihak Taman Botani Sukorambi Jember dalam meningkatkan jumlah pengunjung dan tindak lanjutnya penelitian ini akan dituangkan dalam karya tulis ilmiah skripsi yang berjudul **“Implementasi Bauran Pemasaran Jasa di Taman Botani Sukorambi Jember.”**

1.2 Rumusan Masalah

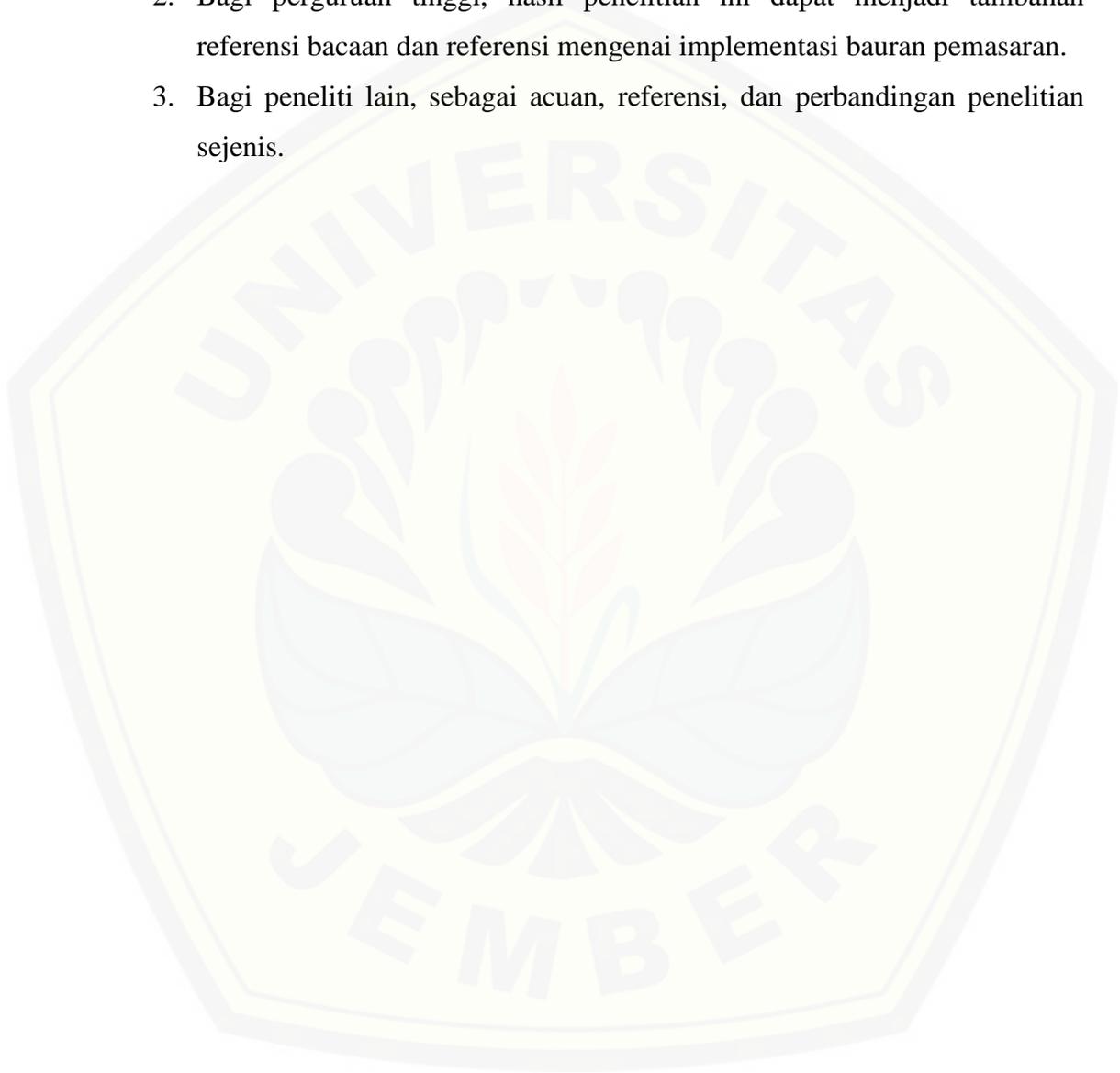
Berdasarkan latar belakang di atas, maka pokok pertanyaan yang akan diteliti adalah: “Bagaimana implementasi bauran pemasaran jasa di Taman Botani Sukorambi Jember dalam meningkatkan jumlah pengunjung?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan implementasi bauran pemasaran jasa di Taman Botani Sukorambi Jember dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, dapat menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan di bidang ilmu ekonomi khususnya di bidang bauran pemasaran jasa wisata serta penulisan karya ilmiah.
2. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi bacaan dan referensi mengenai implementasi bauran pemasaran.
3. Bagi peneliti lain, sebagai acuan, referensi, dan perbandingan penelitian sejenis.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang konsep tinjauan penelitian terdahulu dan konsep teori yang menjadi landasan dalam penyusunan penelitian ini. Konsep kajian pustaka pada penelitian ini meliputi teori pemasaran, teori pemasaran jasa, teori bauran pemasaran, teori pariwisata, dan kerangka berpikir.

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Fandy Akhdia (2008) dengan judul “Analisis Prioritas Strategi Bauran Pemasaran pada Agrowisata Rumah Sutera Alam Kecamatan Pasir Eurih, Kabupaten Bogor, Jawa Barat”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang paling berpengaruh dalam meningkatkan jumlah pengunjung yaitu terletak pada produk yang ditawarkan oleh Agrowisata Rumah Sutera Alam ini. Hasil penelitian tersebut, produk yang ditawarkan oleh pihak Rumah Sutera Alam dapat menarik masyarakat untuk berkunjung ke wisata tersebut. Setelah produk, urutan bauran pemasaran yang berpengaruh dalam meningkatkan jumlah pengunjung Rumah Sutera Alam ini yaitu promosi, harga, bukti fisik, tempat, orang atau karyawan, dan proses. Bauran pemasaran yang diterapkan oleh pihak Rumah Sutera Alam ini telah dilakukan secara optimal, sehingga mampu meningkatkan jumlah pengunjung pada wisata tersebut.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Wini Rahayu (2012) dengan judul “Penerapan Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Pengunjung Pada Agro Wisata Sondokor”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang digunakan dalam mengelola usaha agar dapat meningkatkan volume pengunjung. Penelitian ini menggunakan metode analisis data kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang terdiri atas produk, tempat, promosi, orang, proses, dan pelayanan konsumen telah dilakukan dengan baik oleh pihak Agro Wisata Sondokor. Namun, pada bauran pemasaran harga yang ditetapkan

oleh pihak Agro Wisata Sondokor masih cukup tinggi, sehingga membuat pengunjung yang datang ke wisata tersebut mengeluh akan harga yang diterapkan.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Faisal Rohman Hidayat (2017) dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Kolam Renang Koperasi Wisata Bahari 45 di Kabupaten Bantul”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh pihak kolam renang Koperasi Wisata Bahari 45 di Kabupaten Bantul. Penelitian ini menggunakan metode analisis data kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, sumber daya manusia, proses, dan layanan pelanggan yang telah dilakukan oleh manager dan karyawan kolam renang Koperasi Wisata Bahari 45 di Kabupaten Bantul sudah dilakukan dengan profesional. Namun pada bagian promosi yang dilakukan oleh manager dan karyawan kolam renang Koperasi Wisata Bahari 45 di Bantul masih kurang baik. Faktor promosi yang belum dilakukan secara optimal ini membuat jumlah pengunjung kolam renang Koperasi Wisata Bahari 45 belum maksimal.

2.2 Teori Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:6) pemasaran adalah proses perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Cannon dkk. (2008:8) mengatakan bahwa pemasaran adalah suatu aktivitas yang bertujuan mencapai sasaran perusahaan, dilakukan dengan cara mengantisipasi kebutuhan pelanggan atau klien serta mengarahkan aliran barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan atau klien dari produsen. Menurut Assauri (2007:5) pemasaran adalah usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat.

Miller dan Layton (dalam Tjiptono, 2007:2) menyatakan bahwa pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Sedangkan Doyle (dalam Tjiptono, 2007:2) menjelaskan bahwa pemasaran merupakan proses manajemen yang berupaya memaksimalkan laba (*returns*) bagi pemegang saham, dengan jalan menjalin relasi dengan pelanggan utama (*valued customers*) dan menciptakan keunggulan kompetitif. Menurut Ridwansyah (2017:3) pemasaran adalah serangkaian institusi dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, melakukan pertukaran, serta menyampaikan penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, *partner*, serta masyarakat luas.

Pemasaran merupakan strategi mencampur kegiatan-kegiatan *marketing* agar dicari kombinasi maksimal sehingga menghasilkan dan mendatangkan hasil paling memuaskan (Alma, 2009:205). Pemasaran merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi. Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bila ingin mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen. (Suryadana & Octavia, 2015:2).

Assauri (2004:5) menyatakan pemasaran sebagai kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Menurut Kotler dan Keller (2008:9) pemasaran terbagi atas 10 entitas yaitu:

1. Barang, yaitu barang-barang yang berbentuk fisik dan merupakan bagian terbesar dari produksi dan usaha pemasaran kebanyakan negara.
2. Jasa, yaitu ketika suatu negara perekonomiannya semakin maju, maka proporsi kegiatan yang ada terfokus pada produksi jasa. Banyak produksi untuk pasar yang mengalami bauran antara barang dan jasa.

3. Pengayaan pengalaman, yaitu dengan memadukan antara beberapa produk barang dan jasa, perusahaan dapat menciptakan, memperlakukan dan memasarkan pengayaan pengalaman.
4. Peristiwa, yaitu ketika pemasar dapat tanggap akan kebutuhan konsumen untuk mempromosikan suatu peristiwa yang berkaitan dengan berupa ulang tahun, pameran dagang atau pementasan.
5. Orang, yaitu perusahaan/individu yang bergerak di bidang konsultan manajemen dan menjadi Humas (PR) dari konsumen itu.
6. Tempat, yaitu ketika sebuah perusahaan / negara tanggap akan potensi yang ada, dan berusaha mengembangkan sehingga potensi yang ada menjadi sumber pemasukan bagi perusahaan atau negara tersebut. Para pemasar yang bergerak di bidang ini mencakup spesialis di bidang pengembangan ekonomi, agen real estate dan pariwisata.
7. Properti, yaitu hak kepemilikan tak berwujud baik berupa benda nyata atau *financial*. Properti diperjual belikan, dan menyebabkan timbulnya pemasaran.
8. Organisasi, yaitu bagaimana organisasi dapat secara aktif berusaha untuk membangun citra kuat pada masyarakat, guna lebih memenangkan persaingan yang ada. hal ini membutuhkan pemasar yang tanggap terhadap apa dan bagaimana membentuk citra publik atas barang dan jasa yang dipasarkan.
9. Informasi, yaitu sesuatu yang dapat di produksi dan dipasarkan sebagai suatu produk. Pada hakikatnya, informasi merupakan sesuatu yang di produksi dan di distribusikan serta dapat di nikmati.
10. Gagasan, yaitu setiap penawaran pasar mencakup inti dari suatu gagasan dasar dari pemasar, yang berusaha mencari apa yang menjadi kebutuhan yang bisa dipenuhi.

Kotler (2002:15) menyatakan bahwa tujuan pemasaran membangun hubungan jangka panjang dan saling memuaskan dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan utama pelanggan, pemasok, distributor dalam rangka

mendapatkan serta mempertahankan referensi dan kelangsungan bisnis jangka panjang mereka.

2.3 Pemasaran Jasa

Industri jasa merupakan sektor ekonomi yang sedang berkembang di Indonesia. Sektor jasa yang banyak dikonsumsi dan memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan perekonomian yaitu jasa pariwisata atau *travel*, penginapan, restoran, hiburan, komunikasi, dan kesehatan. Menurut Kotler (dalam Lupiyoadi, 2013:7) jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apa pun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak. Sedangkan Valerie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner (dalam Manap, 2016:345) mengatakan jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk di konsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak berwujud.

Payne (dalam Hurriyati, 2010:42) mengatakan bahwa pemasaran jasa merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dengan demikian manajemen pemasaran jasa merupakan proses penyaluran sumber-sumber sebuah organisasi terhadap kebutuhan pasar dengan tujuan memenuhi kebutuhan konsumen.

2.3.1 Bauran Pemasaran Jasa

Bauran pemasaran merupakan variabel pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tingkat penjualan atas pasar sasaran. Kotler dan Keller (2007) menyatakan bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Kotler dan Armstrong (2008:62) menyatakan bauran pemasaran kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk

menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran. Sedangkan Lupiyoadi (2013:92) menyatakan bauran pemasaran adalah perangkat/alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Menurut Buchari Alma (dalam Suryadana & Octavia, 2015:139) *marketing mix* adalah strategi mencampur kegiatan-kegiatan *marketing*, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil paling memuaskan.

Tjiptono (2011:39) menyatakan bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Alat-alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan juga untuk merancang program taktik jangka pendek. Sedangkan Hurriyati (2008:47) menyatakan bahwa bauran pemasaran merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir, dan digunakan dengan tepat, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Bauran pemasaran jasa berbeda dengan bauran pemasaran barang. Jika dalam bauran pemasaran barang dikenal dengan 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*), maka dalam bauran pemasaran jasa diperluas lagi menjadi 7P. Menurut Kotler & Keller (2009:63) bauran pemasaran jasa terdiri dari 7P yaitu *Product, Price, Promotion, Place, People, Physical Evidence, dan Process*. Adapun penjelasan dari indikator bauran pemasaran 7P adalah sebagai berikut:

a. Product (Produk)

Produk adalah keseluruhan konsep objek atau proses yang memberi sejumlah nilai dan manfaat kepada konsumen (Lupiyoadi, 2013:92). Produk merupakan bentuk penawaran organisasi yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk yang ditawarkan bisa berupa apa saja (baik yang berwujud fisik maupun yang tidak) yang dapat ditawarkan kepada pelanggan potensial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu (Tjiptono, 2007:31).

Produk pariwisata adalah pengalaman bermakna yang berhubungan langsung dengan wisatawan yang bergantung pada rangsangan indra penglihatan

dan suara. Produk pariwisata dikonsumsi sebagai sebuah pengalaman afektif yang berharga dan menyenangkan berupa faktor yang berwujud dan atau tidak berwujud. Kunci sukses bagi sebuah perusahaan pada industri pariwisata adalah tercapainya kesesuaian penawaran produk yang memenuhi kebutuhan wisatawan. (Utama, 2017:27).

b. Price (Harga)

Lupiyoadi (2013:95) mengatakan bahwa strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk dan keputusan konsumen untuk membeli. Sedangkan Tjiptono (2007:31) mengatakan bahwa keputusan bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategik dan taktikal, seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga diantara berbagai kelompok pelanggan.

Menurut George (dalam Utama, 2017:28) industri perjalanan wisata adalah industri yang disibukkan dengan harga karena karakteristik produk yang begitu luas dan waktu yang lama antara keputusan harga dan penjualannya. Operator wajib mempublikasikan harga pada brosurnya sebagai panduan produksinya, namun pentingnya harga sebagai alat pemasaran sering diremehkan. Utama (2017:28) mengatakan bahwa pemberian potongan harga atau diskon untuk sementara mungkin dapat digunakan untuk tujuan promosi agar dapat menarik konsumen di musim sepi sekedar untuk menutupi biaya tetap yang tinggi atau mungkin sekedar untuk mempromosikan produk pada pembeli pemula.

c. Promotion (Promosi)

Lupiyoadi (2013:97) mengatakan bahwa promosi adalah pemilihan bauran promosi (*promotion mix*), dimana terdiri atas:

1. Periklanan (*advertising*)
2. Penjualan perseorangan (*personal selling*)
3. Promosi penjualan (*sales promotion*)
4. Hubungan masyarakat (*public relation*)
5. Informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth – WoM*)
6. Surat langsung (*direct mail*)

Tjiptono (2007:31) mengatakan bahwa bauran promosi tradisional meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada pelanggan potensial dan aktual. Metode-metode yang dimaksud terdiri atas periklanan, promosi penjualan, *direct marketing*, *personal selling*, dan *public relations*.

Utama (2017:32) mengatakan promosi pariwisata berbasis teknologi digital merupakan salah satu bentuk efisiensi. Saat ini pemasar bisa merekam video ketika menayangkan tarian tradisional dan mengunggah ke *Youtube*. Selain itu, untuk mempromosikan pariwisata pemasar bisa mengoptimalkan berbagai jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, dan Path untuk membuat lebih banyak orang mengetahui potensi pariwisata yang ada.

d. Place (Tempat)

Lupiyoadi (2013:96) mengatakan bahwa tempat dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Menurut Tjiptono (2007:31) keputusan tempat yang dimaksud menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan. Keputusan tempat ini meliputi keputusan lokasi fisik seperti keputusan mengenai dimana tempat yang akan didirikan, dan juga untuk meningkatkan aksesibilitas jasa bagi para pelanggan.

e. People (Orang)

People (orang) merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran. Setiap organisasi jasa harus secara jelas menentukan apa yang diharapkan dari setiap karyawan dalam interaksinya dengan pelanggan. Untuk mencapai standar yang ditetapkan, metode-metode rekrutmen, pelatihan, pemotivasian, dan penilaian kinerja karyawan tidak dapat dipandang semata-mata sebagai keputusan personalia, semua itu merupakan keputusan bauran pemasaran yang penting. (Tjiptono, 2007:32).

Lupiyoadi (2013:97) mengatakan dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, “orang” yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Keputusan dalam faktor “orang” ini berarti sehubungan

dengan seleksi, pelatihan, motivasi, dan manajemen sumber daya manusia (MSDM). Menurut Utama (2017:33) semua aktor manusia yang berperan dalam penyediaan layanan harus dapat memainkan perannya masing-masing. Aktor manusia yang dimaksud, yaitu elemen dari orang adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain. Semua sikap dan tindakan karyawan, cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan penyampaian jasa.

f. *Physical Evidence* (Bukti fisik)

Lupiyoadi (2013:94) mengatakan bahwa bukti fisik merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen. Ada dua jenis bukti fisik, sebagai berikut:

1. Bukti penting (*essential evidence*), merupakan keputusan-keputusan yang dibuat oleh pemberi jasa mengenai desain dan tata letak (*layout*) dari gedung, ruang, dan lain-lain.
2. Bukti pendukung (*peripheral evidence*), merupakan nilai tambah yang apabila berdiri sendiri maka tidak akan berarti apa-apa. Dengan demikian, hanya berfungsi sebagai pelengkap saja. Sekalipun demikian, peranannya sangat penting dalam proses produksi jasa.

Salah satu unsur penting dalam bauran pemasaran adalah upaya mengurangi tingkat risiko dengan jalan menawarkan bukti fisik dari karakteristik jasa. Bukti fisik ini bisa dalam berbagai bentuk, misalnya brosur paket liburan yang atraktif dan memuat foto lokasi liburan dan tempat menginap, penampilan staf yang rapi dan sopan, seragam pilot dan pramugari yang mencerminkan kompetensi mereka, dekorasi internal dan eksternal bangunan yang atraktif, ruang tunggu yang nyaman, dan lain-lain. (Tjiptono, 2007:32).

Utama (2017:34) menyatakan bahwa bukti fisik memberikan kontribusi untuk mempengaruhi pelanggan bagaimana mereka benar-benar menilai kualitas jasa sebagai bentuk nyata yang dapat memfasilitasi kinerja dan termasuk peralatan serta lingkungan dimana jasa disampaikan, termasuk ruang, tata letak, suasana, artefak, interaksi antara pelanggan, dan antara perusahaan dan pelanggan.

g. Process (Proses)

Lupiyoadi (2013:98) mengatakan bahwa proses merupakan gabungan semua aktivitas, yang umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas, dan hal-hal rutin lainnya, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen. Sedangkan Tjiptono (2007:32) mengatakan bahwa proses produksi atau operasi merupakan faktor penting bagi konsumen *high-contact services*, yang kerap kali juga berperan sebagai *co-producer* jasa bersangkutan.

2.4 Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Pariwisata

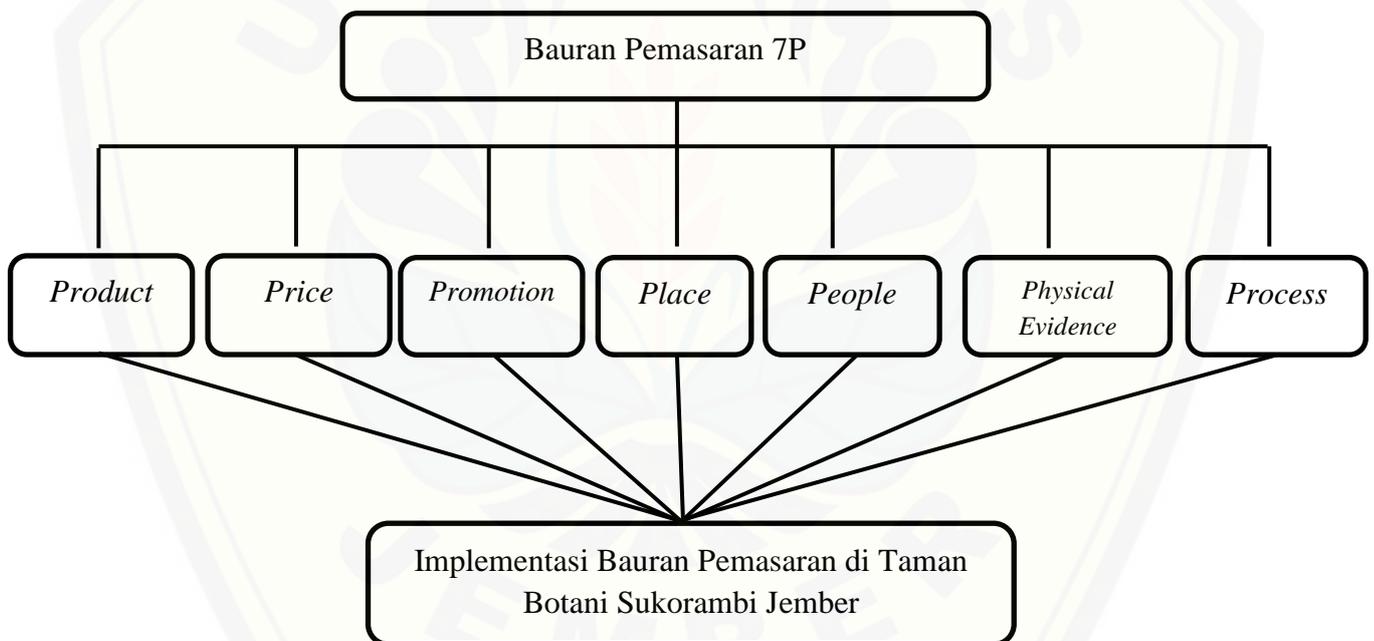
Implementasi dapat diartikan sebagai penerapan atau pelaksanaan suatu konsep yang telah disusun secara matang oleh suatu perusahaan. Dalam menjalankan usahanya, suatu perusahaan perlu menerapkan strategi pemasaran guna mampu bersaing dengan kompetitornya. Keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan sebuah produknya dapat dilihat dari cara perusahaan tersebut menerapkan atau mengimplementasikan bauran pemasaran yang sudah ditetapkan. Seperti yang sudah dijelaskan di landasan teori sebelumnya, bauran pemasaran pada pariwisata meliputi 7 unsur yang terdiri atas, *product, price, promotion, place, people, physical evidence*, dan *process*. Setiap unsur dari bauran pemasaran tersebut memiliki peran dan fungsi yang berbeda. Oleh karena itu, bauran pemasaran yang dibuat oleh perusahaan harus terarah dengan baik. Bauran pemasaran yang diimplementasikan oleh perusahaan dengan benar akan berdampak baik bagi kelangsungan perusahaan dalam jangka panjang, sehingga implementasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam pemasaran, agar tercapai tujuan dari perusahaan tersebut.

Lamb dkk. (2001:57) menyatakan implementasi merupakan proses mengubah rencana pemasaran menjadi penetapan tugas dan memastikan bahwa tugas tersebut dilaksanakan sedemikian rupa sehingga mampu mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan dalam rencana yang telah dibuat. Sedangkan menurut Kotler (2000) implementasi pemasaran adalah proses yang mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai

sasaran. Implementasi mencakup aktivitas sehari-hari, dari bulan ke bulan yang secara efektif melaksanakan rencana pemasaran. Kegiatan ini dibutuhkan program tindakan yang menarik semua orang atau semua aktivitas serta struktur organisasi formal yang dapat memainkan peranan penting dalam mengimplementasikan strategi pemasaran.

2.5 Kerangka Berpikir

Kerangka dasar pemikiran digunakan sebagai dasar dalam pengembangan konsep dasar dan teori yang dilakukan dalam penelitian ini. Untuk lebih memperjelas kerangka berpikir, akan peneliti sajikan dalam bentuk gambar sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Keterangan:

Berdasarkan pola pikir di atas, kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh pihak Taman Botani Sukorambi yang meliputi *Product*, *Price*, *Promotion*, *Place*, *People*, *Physical Evidence*, dan *Process* untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Adapun metode penelitian yang akan dijelaskan pada bab ini meliputi rancangan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan informan penelitian, definisi operasional konsep, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, analisis data, dan uji keabsahan data.

3.1 Rancangan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang terdapat pada bab I, maka jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif ini menggambarkan suatu keadaan atau situasi yang sedang berjalan pada saat penelitian berlangsung dengan subjek penelitian yaitu tentang Implementasi Bauran Pemasaran pada Taman Botani Sukorambi Jember dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

Lokasi penelitian ini berada di Taman Botani Sukorambi Jember, Kecamatan Sukorami, Kabupaten Jember. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area*. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dilaksanakannya penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan guna mendukung sebuah penelitian dan untuk menjawab permasalahan yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan metode *purposive area*, artinya lokasi penelitian secara sengaja telah ditentukan oleh peneliti sesuai dengan tujuan penelitian. Lokasi yang dipilih oleh peneliti adalah Taman Botani Sukorambi Jember. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena menurut peneliti Taman Botani Sukorambi Jember memiliki keunikan tersendiri

jika dibandingkan dengan tempat wisata buatan lainnya yang ada di kota Jember, dan peneliti bermaksud ingin mengetahui implementasi bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh pihak Taman Botani Sukorambi Jember dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

3.3 Subjek dan Informan Penelitian

Guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan, maka dalam sebuah penelitian dibutuhkan adanya subjek penelitian atau informan penelitian. Informan merupakan orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi latar penelitian (Moleong, 2016:132). Informan penelitian oleh peneliti dibagi menjadi dua bagian, yaitu informan utama dan informan pendukung atau tambahan. Informan utama meliputi Manager Taman Botani Sukorambi Jember dan Kordinator *Sales and Marketing* Taman Botani Sukorambi Jember. Sedangkan informan tambahan meliputi karyawan Taman Botani Sukorambi Jember dan pengunjung Taman Botani Sukorambi Jember.

3.4 Definisi Operasional Konsep

Definisi operasional konsep digunakan untuk mempertegas aspek-aspek sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan dan menghindari salah pendapat maupu pengertian.

a. Implementasi Bauran Pemasaran Jasa

Implementasi dapat diartikan sebagai penerapan atau pelaksanaan kegiatan yang telah dirancang guna mencapai tujuan suatu perusahaan. Implementasi bauran pemasaran jasa merupakan proses penerapan atau pelaksanaan dari variabel bauran pemasaran jasa yang terdiri dari *product*, *price*, *promotion*, *place*, *people*, *physical evidence*, dan *process*, yang dilakukan oleh pihak Taman Botani Sukorambi guna meningkatkan jumlah pengunjung.

b. *Product*

Produk yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu segala produk jasa wisata yang ditawarkan oleh pihak Taman Botani Sukorambi kepada pengunjung.

Produk jasa wisata tersebut berupa kolam renang, pondok baca, permainan *flying fox*, *outbond*, *water ball*, dan lainnya.

c. *Price*

Price atau harga yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah segala penerapan harga tiket yang dilakukan oleh pihak Taman Botani Sukorambi Jember Baik tiket masuk maupun tiket pada setiap paket wisatanya dan juga harga diskon dari penetapan harga tersebut.

d. *Promotion*

Promotion atau promosi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah segala cara yang dilakukan oleh pihak Taman Botani Sukorambi Jember untuk menginformasikan, membujuk, dan menawarkan produk mereka kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.

e. *Place*

Place atau tempat yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah aksesibilitas pengunjung jika ingin mengunjungi Taman Botani Sukorambi Jember.

f. *People*

People atau orang yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah bagaimana sistem perekrutan, pelatihan, dan pemovitasian karyawan Taman Botani Sukorambi Jember agar dapat melayani pengunjung dengan maksimal.

Physical Evidence

Physical evidence atau bukti fisik yang dimaksudkan dalam penelitian ini mengenai infrastruktur dan fasilitas yang diberikan pihak Taman Botani Sukorambi Jember kepada pengunjung.

g. *Process*

Process atau proses yang dimaksudkan dalam penelitian ini mengenai pelayanan dan berbagai mekanisme informasi yang diterapkan oleh pihak Taman Botani Sukorambi Jember.

3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang bersifat pokok atau inti yang diperoleh secara langsung melalui observasi dan wawancara kepada pihak Taman Botani Sukorambi Jember. Data yang diperoleh dari sumber primer ini merupakan data yang berkaitan dengan implementasi bauran pemasaran yang dilakukan oleh Taman Botani Sukorambi Jember dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak lain, dan bersifat mendukung data primer yang sudah ada dalam pelaksanaan penelitian. Biasanya berupa teknik pengumpulan data atau informasi yang menyangkut masalah yang diteliti dengan mempelajari dari menelaah buku, majalah atau surat kabar, dokumen-dokumen, arsip-arsip dan bentuk tulisan lainnya yang relevansinya dengan masalah yang diteliti. Data sekunder yang dimaksud meliputi data jumlah pengunjung, data tempat wisata, data lokasi, dan lain sebagainya.

3.5.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini didapat dari:

- a. Informan utama, yaitu Manager Taman Botani Sukorambi Jember dan kordinator *Sales and Marketing* Taman Botani Sukorambi Jember.
- b. Informan tambahan, yaitu karyawan Taman Botani Sukorambi dan pengunjung Taman Botani Sukorambi.
- c. Dokumen, yaitu dokumen yang diperoleh dari Taman Botani Sukorambi Jember, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember, dan refrensi-refrensi lainnya yang dianggap relevan.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang digunakan peneliti dalam rangka memperoleh data yang akan digunakan dan dibutuhkan saat melaksanakan penelitian. Dalam penelitian ini digunakan tiga metode untuk mengumpulkan data, yaitu metode observasi, metode wawancara, dan metode dokumentasi.

a. Metode Observasi

Metode observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung mengenai hal-hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Pada tahap observasi ini, peneliti mengamati secara langsung segala kegiatan yang ada di lokasi penelitian yaitu Taman Botani Sukorambi Jember.

b. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dengan cara bertanya langsung kepada informan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara secara mendalam kepada Manager Taman Botani Sukorambi Jember dan Kordinator *Sales and Marketing* Taman Botani Sukorambi Jember. Wawancara ini dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan kepada informan dengan menggunakan pedoman wawancara yang sebelumnya telah disusun oleh peneliti. Wawancara yang dilakukan peneliti bertujuan untuk menggali informasi tentang implementasi bauran pemasaran yang dilakukan pihak Taman Botani Sukorambi Jember.

c. Metode Dokumen

Metode dokumen adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data atau informasi resmi yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Metode dokumen ini dilakukan oleh peneliti dengan menghimpun data tentang jumlah pengunjung, serta visi dan misi Taman Botani Sukorambi Jember.

3.7 Analisis Data

Analisis data merupakan cara untuk mengolah data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi menjadi sebuah informasi yang dapat dipahami sehingga memberi manfaat pada solusi permasalahan yang ada pada

penelitian. Data yang diperoleh dari penelitian kemudian dianalisis secara deskriptif. Analisis deskriptif bertujuan menggambarkan keadaan saat penelitian dilakukan. Kegiatan dari analisis data yang digunakan adalah Model Miles and Huberman (dalam Sugiyono, 2014:91) dengan langkah-langkah meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

a. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Pada dasarnya data yang diperoleh dari hasil penelitian jumlahnya cukup banyak, sehingga perlu dirinci dan dipilih data yang sesuai dengan tema penelitian dengan menggunakan reduksi data. Reduksi data dalam penelitian ini adalah menyeleksi data-data yang berkaitan dengan implementasi bauran pemasaran yang dilakukan oleh pihak Taman Botani Sukorambi. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

b. Penyajian Data

Setelah selesai proses mereduksi data, langkah berikutnya adalah penyajian data. Penyajian data ini bertujuan agar data yang telah diolah menjadi mudah dipahami. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif, bisa juga dalam bentuk matriks, grafik, jaringan, dan bagan tentang implementasi bauran pemasaran yang dilakukan oleh pihak Taman Botani Sukorambi Jember. Melalui penyajian data tersebut, maka data akan lebih dimengerti dan memudahkan peneliti dalam langkah berikutnya.

c. Penarikan Kesimpulan

Langkah berikutnya adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi data. Kesimpulan awal yang dirumuskan masih bersifat sementara, dan dapat berubah apabila tidak ada bukti yang kuat dalam mendukung pada pengumpulan data berikutnya. Tahap penarikan kesimpulan pada penelitian ini, peneliti menyimpulkan hasil selama melakukan penelitian di lapangan mengenai implementasi bauran pemasaran Taman Botani Sukorambi Jember.

3.8 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Menurut Moleong (2009:330) triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu sendiri untuk kepentingan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu sendiri. Denzim (dalam Moleong 2012:124) membedakan tiga macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan, yaitu triangulasi sumber, triangulasi metode, dan triangulasi teori. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi metode.

Menurut Patton (dalam Moleong, 2012:120) terdapat dua strategi triangulasi dengan metode. Pertama, pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data. Kedua, pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama. Penelitian ini menggunakan triangulasi metode dengan menggunakan strategi pengecekan hasil penelitian dengan teknik pengumpulan data yang berbeda yaitu teknik pengumpulan data dengan metode observasi, metode wawancara, dan dokumentasi sehingga derajat kepercayaan data valid. Pengecekan hasil penelitian dilakukan dengan mengecek hasil wawancara tentang implementasi bauran pemasaran yang dilakukan oleh pihak Taman Botani Sukorambi Jember dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai implementasi bauran pemasaran jasa di Taman Botani Sukorambi Jember dapat disimpulkan bahwa Taman Botani Sukorambi Jember telah menerapkan unsur bauran pemasaran jasa yang berupa *product*, *price*, *promotion*, *place*, *people*, *physical evidence*, dan *process* dengan baik. Taman Botani Sukorambi Jember menerapkan harga tiket yang cukup murah. Dengan harga tiket yang cukup murah, pengunjung dapat menikmati beberapa wahana yang ada di Taman Botani Sukorambi Jember seperti kolam renang, kebun hidroponik, aneka *outbound*, dan 18 paket wisata. Promosi yang dilakukan Taman Botani Sukorambi Jember dengan cara periklanan baik melalui media cetak dan elektronik, penjualan tatap muka dengan cara *door to door*, hubungan masyarakat dengan cara bersinergi dengan siapa saja, dan promosi penjualan berupa potongan harga tiket. Lokasi Taman Botani Sukorambi Jember sangat strategis, karena terletak didekat pusat kota yang hanya berjarak 10 menit. Karyawan yang ada di Taman Botani Sukorambi Jember sudah profesional. Karyawan-karyawan tersebut telah memiliki sertifikasi sebagai pemandu wisata yang baik dan melakukan pelayanan kepada pengunjung sesuai dengan prosedur yang ada. Fasilitas yang ada di Taman Botani Sukorambi Jember sudah mencukupi. Beberapa fasilitas yang diberikan berupa 36 toilet berstandar pariwisata, musholla, kamar mandi VIP, kamar mandi difabel, dan fasilitas penunjang lainnya.

5.2 Saran

Kesimpulan dan hasil penelitian melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, peneliti dapat menyusun saran sebagai berikut:

1. Manager untuk selalu memberi motivasi kepada semua karyawan agar dapat bekerja secara profesional.

2. Pihak Taman Botani Sukorambi Jember diharapkan tetap konsisten dalam memperbarui produknya setiap beberapa bulan sekali agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang datang.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

Alma, B. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Assauri, S. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Cannon, J. P., Perreault, W. D., dan McCarthy, E. J. 2008. *Pemasaran Dasar, Edisi 16*. Jakarta: Salemba Empat.

Hurriyati, R. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Hurriyati, R. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETA.

Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11 Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, P. dan Amstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. dan K. L. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Kotler, P. dan K. L. Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, P. dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

Lamb, C. W., Hair, J. F., dan McDaniel. C. 2001. *Pemasaran*. Edisi pertama. Jakarta: Salemba Empat.

- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Manap, A. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Moleong, L. J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Moleong, L. J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ridwansyah, A. 2017. *Instant Marketing For Busy People*. Jakarta: Penerbit Esensi.
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadana, M. L. dan Octavia, V. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: ALFABETA.
- Tjiptono, F. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, F. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jogjakarta: CV. Andi Offset.
- Utama, I. G. B. R. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.

Internet

<http://tamanbotanisukorambi.com/> [Diakses pada 1 Maret 2018]

- Ibo, A. 2018. Sektor Pariwisata Jadi Investasi Unggulan di 2018.
<http://lifestyle.liputan6.com/read/3217850/sektor-pariwisata-jadi-investasi-unggulan-di-2018>. [Diakses pada 3 Maret 2018]

Ried, A. 2018. Destinasi Wisata Sumbang PAD 20 Miliar.
<http://www.memotimurnews.com/2018/02/destinasi-wisata-sumbang-pad-rp-20.html>. [Diakses pada 3 Maret 2018]

www.kemenpar.go.id [diakses pada 1 Maret 2018]

Skripsi

Akhdiar, F. 2008. Analisis Prioritas Strategi Bauran Pemasaran Pada Agrowisata Rumah Sutera Alam Kecamatan Pasir Eurih, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. *Skripsi*. Bogor: Program Studi Manajemen Agribisnis Institut Pertanian Bogor.

Hidayat, F. R. 2017. Analisis Strategi Pemasaran Kolam Renang Koperasi Wisata Bahari 45 Di Kabupaten Bantul. *Skripsi*. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta.

Rahayu, W. 2012. Penerapan Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Pengunjung Pada Agro Wisata Sondokoro. *Skripsi*. Surakarta: Fakultas Ekonomi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Sebelas Maret Surakarta.



LAMPIRAN

Lampiran A. Matrik Penelitian

Judul	Permasalahan	Konsep	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian
Implementasi Bauran Pemasaran Jasa di Taman Botani Sukorambi Jember.	Bagaimana implementasi bauran pemasaran jasa di Taman Botani Sukorambi Jember dalam meningkatkan jumlah pengunjung?	Konsep 7P dalam bauran pemasaran jasa.	Konsep 7P dalam bauran pemasaran jasa: a. <i>Product</i> b. <i>Price</i> c. <i>Promotion</i> d. <i>Place</i> e. <i>People</i> f. <i>Process</i> g. <i>Physical Evidence</i>	1. Data Primer: Data yang diambil langsung dari informan berupa hasil wawancara dengan informan terkait. 2. Data Sekunder: Data yang diambil secara tidak langsung dari sumbernya berupa dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.	1. Jenis penelitian deskriptif kualitatif. 2. Tempat penelitian: Obyek Wisata Taman Botani Sukorambi Jember. 3. Metode pengumpulan data: • Wawancara • Observasi • Dokumen 4. Analisis data: • Reduksi data • Penyajian data • Penarikan kesimpulan. 5. Uji keabsahan data: Triangulasi metode.

Lampiran B. Pedoman Penelitian

1. Observasi

No.	Data yang ingin diperoleh	Sumber data
1.	Implementasi bauran pemasaran 7P yang dilakukan pihak Taman Botani Sukorambi Jember dalam meningkatkan jumlah pengunjung.	Manager Taman Botani Sukorambi dan Kordinator <i>Sales and Marketing</i> Taman Botani Sukorambi Jember.

2. Wawancara

No.	Data yang ingin diperoleh	Sumber data
1.	Pelaksanaan bauran pemasaran 7P yang dilakukan pihak Taman Botani Sukorambi dalam meningkatkan jumlah pengunjung.	Informan utama dalam penelitian ini yaitu Manager Taman Botani Sukorambi dan Kordinator <i>Sales and Marketing</i> Taman Botani Sukorambi, dan informan tambahan penelitian ini yaitu karyawan Taman Botani Sukorambi dan 5 pengunjung Taman Botani Sukorambi Jember.

3. Dokumen

No.	Data yang ingin diperoleh	Sumber data
1.	Sejarah berdirinya Taman Botani Sukorambi.	Data dari Manager Taman Botani Selaku Pengelola.
2.	Data mengenai jumlah pengunjung selama tahun 2017.	
3.	Data jenis sarana rekreasi, sarana belajar, dan fasilitas yang disediakan.	
4.	Foto	

Lampiran C. Pedoman Wawancara**Pedoman Wawancara Informan Utama****I. Identitas Informan Penelitian**

Nama :

Umur :

Jabatan :

Alamat :

II. Pertanyaan untuk Manager Taman Botani Sukorambi Jember dan Kordinator *Sales and Marketing* Taman Botani Sukorambi Jember**Bauran Pemasaran Jasa.****A. *Product***

- 1) Produk apa saja yang ditawarkan oleh Taman Botani Sukorambi Jember?
- 2) Apakah yang membedakan kolam renang di Taman Botani Sukorambi Jember dengan yang lain?
- 3) Tanaman apa saja yang ada di Taman Botani Sukorambi Jember?
- 4) Hewan apa saja yang ada di Taman Botani Sukorambi Jember? Dan berasal darimana hewan tersebut?
- 5) Jenis outbound apa saja yang ada pada Taman Botani Sukorambi Jember?

B. *Price*

- 1) Bagaimana penentuan harga tiket yang dilakukan Taman Botani Sukorambi Jember?
- 2) Berapa harga tiket yang diterapkan?
- 3) Apakah ada tiket tambahan jika akan bermain outbound?
- 4) Apakah ada potongan harga yang diberikan kepada pengunjung?
- 5) Apakah harga yang diterapkan sudah sesuai dengan fasilitas yang ada?

C. Place

- 1) Bagaimana menurut anda lokasi dari Taman Botani Sukorambi Jember ini? Apakah sudah strategis?
- 2) Bagaimana aksesibilitas menuju Taman Botani Sukorambi Jember ini?
- 3) Apakah lahan parkir yang disediakan sudah mencukupi bagi pengunjung yang datang?

D. Promotion

- 1) Bagaimana promosi yang dilakukan oleh Taman Botani Sukorambi Jember?
- 2) Siapa yang menjadi target sasaran Taman Botani Sukorambi Jember dalam melakukan promosinya?
- 3) Apakah Taman Botani Sukorambi Jember memiliki mitra kerja dalam melakukan promosinya?
- 4) Berapa target pengunjung yang diterapkan oleh pihak Taman Botani Sukorambi Jember dalam melakukan promosi?

E. People

- 1) Berapa jumlah karyawan yang ada pada Taman Botani Sukorambi Jember?
- 2) Bagaimana sistem perekrutan karyawan tersebut?
- 3) Apakah ada pelatihan kerja untuk karyawan Taman Botani Sukorambi Jember?
- 4) Adakah evaluasi kinerja rutin karyawan tersebut?
- 5) Apakah ada guide pada objek wisata yang ditawarkan oleh Taman Botani Sukorambi Jember?

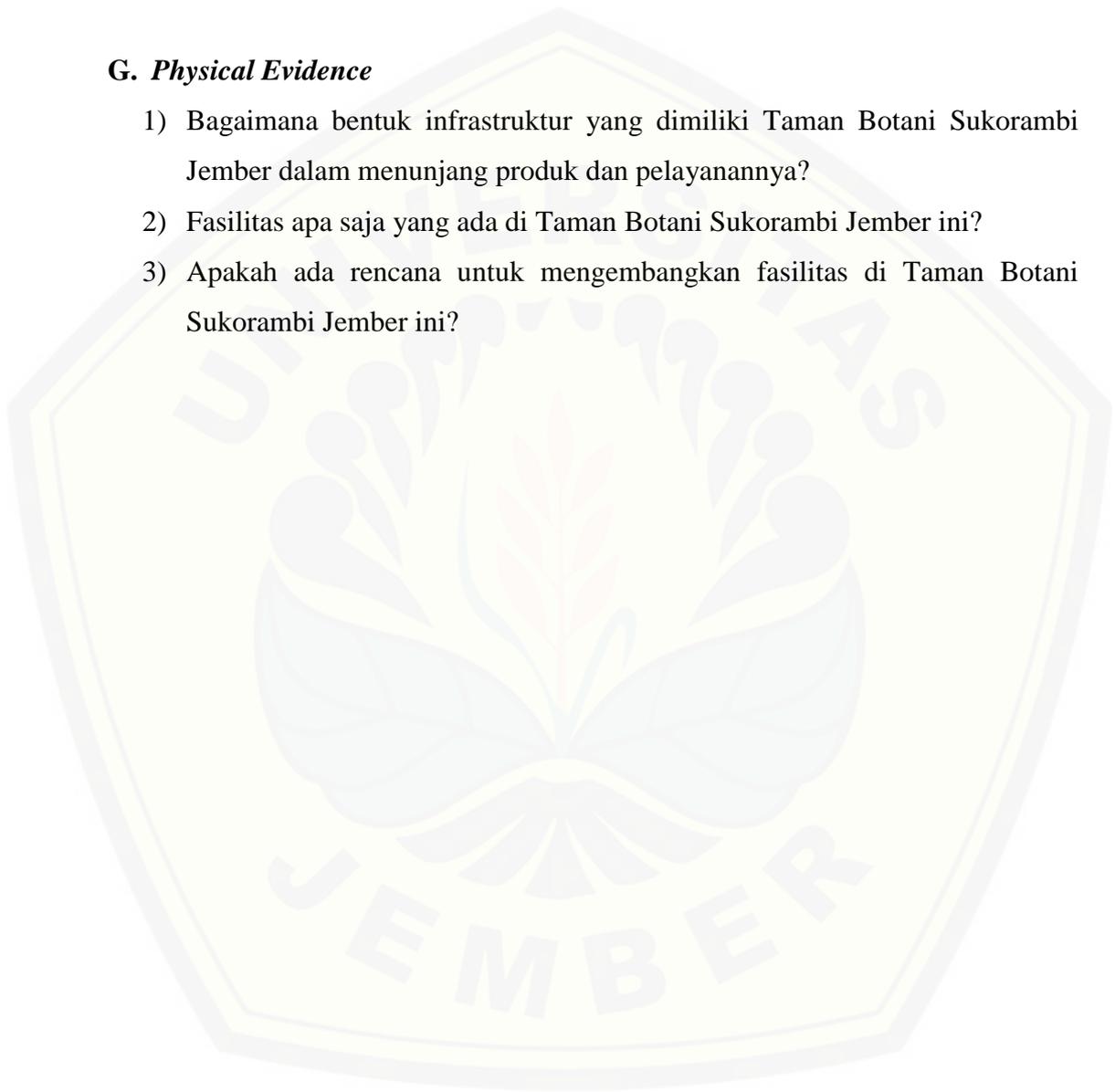
F. Process

- 1) Bagaimana cara Taman Botani Sukorambi Jember menawarkan produknya dalam bentuk pelayanan?
- 2) Apakah ada jaminan keselamatan bagi pengunjung untuk objek wisata di Taman Botani Sukorambi Jember ini?

- 3) Bagaimana mekanisme informasi dan keluhan yang diterapkan pada Taman Botani Sukorambi Jember?
- 4) Apakah taman Botani Sukorambi Jember memberikan kontribusi untuk lingkungan sekitar?

G. Physical Evidence

- 1) Bagaimana bentuk infrastruktur yang dimiliki Taman Botani Sukorambi Jember dalam menunjang produk dan pelayanannya?
- 2) Fasilitas apa saja yang ada di Taman Botani Sukorambi Jember ini?
- 3) Apakah ada rencana untuk mengembangkan fasilitas di Taman Botani Sukorambi Jember ini?



Pedoman Wawancara Informan Tambahan

I. Identitas Informan Penelitian

Nama :
Umur :
Jabatan :
Alamat :

II. Pertanyaan untuk karyawan Taman Botani Sukorambi Jember.

- 1) Bagaimana sistem pembersihan kolam renang di Taman Botani Sukorambi Jember ini?
- 2) Bagaimana cara menjaga tanaman dan hewan yang ada pada Taman Botani Sukorambi Jember?
- 3) Apakah ada hambatan dalam merawat tanaman dan hewan tersebut?
- 4) Harapan apa yang ingin dicapai kepada pengunjung setelah mengunjungi Taman Botani Sukorambi Jember?

III. Pertanyaan untuk pengunjung Taman Botani Sukorambi Jember.

- 1) Apa yang membuat anda tertarik untuk mengunjungi Taman Botani Sukorambi Jember?
- 2) Awal tahu wisata Taman Botani Sukorambi Jember ini darimana?
- 3) Kegiatan apa yang anda lakukan di Taman Botani Sukorambi Jember ini?
- 4) Menurut anda, bagaimana pelayanan yang dilakukan oleh pihak Taman Botani Sukorambi Jember kepada pengunjung?
- 5) Menurut anda, apakah ada sarana dan prasarana yang perlu ditambahi oleh Taman Botani Sukorambi Jember?
- 6) Bagaimanakah pendapat anda setelah mengunjungi Taman Botani Sukorambi Jember ini?
- 7) Apakah anda ingin berkunjung kembali?

Lampiran D. Transkrip Wawancara**Transkrip Hasil Wawancara****Informan Pokok****I. Identitas Informan Pokok Penelitian**

Nama : Alvina Citra
Umur : 30 tahun
Jabatan : Manager *Sales and Marketing* Taman Botani Sukorambi
Jember
Alamat : Jember

II. Pertanyaan Bauran Pemasaran Jasa**a. *Product***

Peneliti : Produk apa saja yang ditawarkan oleh Taman Botani Sukorambi Jember?

Subjek : *Kita menawarkan beberapa kolam renang, terus ada beberapa wahana juga, ada ratusan flora dan fauna, lalu kita juga ada 18 paket wisata yang saat ini kita punya. Untuk produk wisata kita selalu memberikan yang terbaru kepada pengunjung. Jadi pengunjung biar tidak bosan dengan wahana yang kita sajikan. Seperti yang terbaru ini wisata taman koi, ini baru sebulan dan jadi wisata favorit saat libur lebaran. Kita juga punya permainan water ball, permainan ini baru ada di Jember ya di Taman Botani Sukorambi Jember ini. Jadi kita selalu memberikan nuansa baru kepada pengunjung biar menarik hati pengunjung sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang datang ke Taman Botani Sukorambi*

Peneliti : Apakah yang membedakan kolam renang di Taman Botani Sukorambi Jember dengan yang lain?

Subjek : *Yang membedakan kolam renang kita dengan yang lain yaitu kita memiliki kolam renang khusus muslimah. Jadi itu areanya khusus muslimah saja. Sepengetahuan saya masih di Taman Botani Sukorambi ini yang memiliki kolam renang Muslimah Private Area.*

Peneliti : *Tanaman apa saja yang ada di Taman Botani Sukorambi Jember?*

Subjek : *Banyak mbak, jenisnya kurang lebih ada 500 jenis flora, termasuk yang dilindungi, contohnya ada garahu, kemudian ada buah matoa. Lalu ada juga tanaman dari luar Jawa yang ada disini.*

Peneliti : *Hewan apa saja yang ada di Taman Botani Sukorambi Jember? Dan berasal darimana hewan tersebut?*

Subjek : *Hewan juga banyak, kita punya kijang, ada kelinci, ada merak, ada burung, ikan koi dan masih banyak lainnya. Kalau hewan ini biasanya kita dapat dari orang-orang yang sukarela, mereka kasih ke kita, ya kita rawat. Ada juga burung hantu dari sukarela. Terus kalo kelinci kita dapat dari komunitas pecinta kelinci. Kita bermitra dengan mereka, kita bersinergi kepada komunitas pecinta kelinci ini.*

Peneliti : *Jenis outbound apa saja yang ada pada Taman Botani Sukorambi Jember?*

Subjek : *Outbound banyak, kita menawarkan paket untuk outbound. Ada paket camping dan outbound, lalu kita punya water ball, ini yang terbaru dari kami.*

b. Price

Peneliti : *Bagaimana penentuan harga tiket yang dilakukan Taman Botani Sukorambi Jember?*

Subjek : *Untuk tiket kita menyesuaikan apa yang kita sajikan dan kita berikan dengan rata-rata pengunjung, maksudnya kemampuan dari pengunjung Taman Botani Sukorambi. Harganya menurut saya sudah wajar, contohnya sudah murah untuk hari senin sampai*

kamis dengan Rp. 12.000 mereka sudah bisa berenang di 5 kolam renang yang bisa dipilih, kecuali MPA (Muslimah Private Area) ya, kalau masuk kesana ada perjamnya mandi. Kemudian bisa berkeliling di 12 hektar, kemudian juga dapat edukasi secara gratis, bisa melihat ratusan flora dan fauna. Kalau weekend tiketnya Rp. 20.000, dan kalau misal ada rombongan kita berikan potongan harga, jadi untuk harga tiket masuk segitu sudah sesuai dengan fasilitas yang kami berikan.

Peneliti : Berapa harga tiket yang diterapkan?

Subjek : *Untuk weekday yaitu senin sampai kamis harga tiket Rp. 12.000, sedangkan weekend hari sabtu minggu tiketnya Rp. 20.000. Untuk hari jumat kita libur.*

Peneliti : Apakah ada tiket tambahan jika akan bermain outbound?

Subjek : *Kalau pengunjung di awal membayar tiket masuk saja lalu dia ingin naik flying fox tentu ada tiket tambahan. Tapi kalau dari awal membayar tiket paket wisata, seperti paket wisata flying fox jungle itu tidak perlu membayar lagi.*

Peneliti : Apakah ada potongan harga yang diberikan kepada pengunjung?

Subjek : *Ada mbak, kita biasanya memberikan potongan harga kepada pengunjung yang datang secara rombongan.*

Peneliti : Apakah harga yang diterapkan sudah sesuai dengan fasilitas yang ada?

Subjek : *Seperti yang sudah saya jelaskan tadi, dengan harga tiket yang tidak terlalu mahal kita sudah dapat menikmati fasilitas yang diberikan oleh Botani. Mereka bisa berenang diberbagai kolam renang, melihat flora dan fauna, belajar hidroponik, jadi ya sudah sesuai dengan yang apa kami berikan.*

c. Place

Peneliti : Bagaimana menurut anda lokasi dari Taman Botani Sukorambi Jember ini? Apakah sudah strategis?

Subjek : *Sudah, lokasi kita sangat strategis sekali, kita dekat pusat kota. Hanya 10 menit dari pusat kota sudah sampai ke Botani. Dan nuansa alamnya tidak jauh beda dengan wisata yang jaraknya puluhan kilometer. Kita memang punya komitmen kedepan, yaitu menjadikan Taman Botani Sukorambi Jember sebagai jantungnya kota Jember. Jadi kita berkomitmen bahwa Botani ini wisata edukasi yang bernuansa alam.*

Peneliti : *Bagaimana aksesibilitas menuju Taman Botani Sukorambi Jember ini?*

Subjek : *Aksesibilitas untuk menuju ke Taman Botani Sukorambi Jember ini saya rasa sangat mudah. Saat inikan sudah canggih mbak, kalau bingung langsung saja buka google maps, nanti sudah bisa sampai kesini. Untuk jalannya juga tidak rusak.*

Peneliti : *Apakah lahan parkir yang disediakan sudah mencukupi bagi pengunjung yang datang?*

Subjek : *Selama ini sudah mencukupi, karena lahan kami 12 ha dan kami pada tahun 2017 itu ada perubahan dalam marketing maupun sdm dan wahananya. Jadi, untuk parkir sudah cukup. Terus lagi untuk jalurnya itu yang dulunya tidak bisa kebawah, sekarang sudah bisa ke bawah dengan motor.*

d. Promotion

Peneliti : *Bagaimana promosi yang dilakukan oleh Taman Botani Sukorambi Jember?*

Subjek : *Untuk promosi kita melalui media elektronik maupun cetak. Kalau yang cetak bisa dilihat di koran, brosur, kalau yang elektronik kita punya website, lalu memanfaatkan beberapa media sosial seperti instagram, facebook, youtube. Lalu kita juga melakukan promosi langsung kepada pengunjung dengan mendatangi sekolah-sekolah. Ya intinya promosi yang kita lakukan itu harus diimbangi dengan strategi marketing kami.*

Peneliti : Siapa yang menjadi target sasaran Taman Botani Sukorambi Jember dalam melakukan promosinya?

Subjek : *Tergantung mbak. Kami memang semua segmen bisa masuk, dari anak TK bahkan batita pun bis masuk. Kenapa semua bisa masuk karena kita berkembang dalam semua wahana. Contoh ada MPA (Muslimah Private Area), itu kelasnya kan menengah keatas mbak, karena sistemnya per jam, dan yang pertama yang da di Jember. Lalu kita terus mengembangkan wahana apa yang ditempat lain ini belum ada. Contohnya seperti water ball. Nah Permainan ini baru pertama ada di Jember. Kalau untuk target utama kita sih sekolah-sekolah ya mbak, karena kembali ke konsep awal kita yaitu rekreasi sambil belajar, jadi dapat bermanfaat bagi semua yang datang ke Taman Botani Sukorambi Jember ini.*

Peneliti : Apakah Taman Botani Sukorambi Jember memiliki mitra kerja dalam melakukan promosinya?

Subjek : *Ya tentu saja kita memiliki mitra kerja mbak, dan kita selalu berhubungan baik dengan mitra kerja kita. Kita bekerjasama dengan berbagai media, kemudian kita bekerja sama dengan beberapa perusahaan, seperti tadi yang mbaknya lihat. Mereka menawarkan produknya kepada kita, ada tobys, ada minuman, ada komunitas pecinta kelinci, asuransi, dan masih banyak lainnya. Intinya, kita mempunyai konsep tempat wisata yang siap bersinergi dengan siapa saja. Dan harapannya menjadi contoh buat tempat yang lain.*

Peneliti : Berapa target pengunjung yang diterapkan oleh pihak Taman Botani Sukorambi Jember dalam melakukan promosi?

Subjek : *Target pengunjung, ini target jumlah pengunjung yang datang ya? Kalau hari biasa 500-1000 pengunjung, kalau hari libur 1000-2000 pengunjung. Dan itu kita Alhamdulillah bisa mencapai target tersebut.*

e. People

Peneliti : Berapa jumlah karyawan yang ada pada Taman Botani Sukorambi Jember?

Subjek : *Ada 60 karyawan mbak.*

Peneliti : Bagaimana sistem perekrutan karyawan tersebut?

Subjek : *Sistem perekrutannya ya seperti perekrutan kerja di tempat lainnya. Ada tes tulis, wawancara, kesehatan.*

Peneliti : Apakah ada pelatihan kerja untuk karyawan Taman Botani Sukorambi Jember?

Subjek : *Ada pelatihan. Kemarin baru saja pelatihan di Aston Jember. Pelatihan tentang standart pelayanan. Jadi bagaimana melayani tamu yang datang. Kita biasanya menyebut pengunjung itu tamu mbak. Kalau tamu kan pasti akan berkunjung kembali.*

Peneliti : Adakah evaluasi kinerja rutin karyawan tersebut?

Subjek : *Tentu ada mbak, setiap hari kita lakukan evaluasi kinerja. Evaluasinya dilakukan saat mau memulai pekerjaan, dan saat setelah selesai bekerja.*

Peneliti : Apakah ada guide pada objek wisata yang ditawarkan oleh Taman Botani Sukorambi Jember?

Subjek : *Ada mbak. Kami menyebutnya kawan Botani. Jadi kawan Botani ini tugasnya ya memberikan pendampingan kepada pengunjung yang datang.*

f. Process

Peneliti : Bagaimana cara Taman Botani Sukorambi Jember menawarkan produknya dalam bentuk pelayanan?

Subjek : *Kita selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pengunjung. Kita di sini memiliki kawan botani mbak, atau biasanya disebut guide. Jadi jika ada rombongan misalnya dari sekolah atau dari instansi benar-benar kita berikan pelayanan yang baik, kita siapkan kawan botani untuk memberikan*

penjelasan-penjelasan kepada pengunjung. Nah, kalau untuk perorangan biasanya di loket kita tawarkan butuh pendampingan apa tidak, tapi kalau perorangan jarang yang minta pendampingan. Kalau rombongan selalu ada pendampingan dari kawan botani

Peneliti : Apakah ada jaminan keselamatan bagi pengunjung untuk objek wisata di Taman Botani Sukorambi Jember ini?

Subjek : *Ada. Karena kita kan bekerja sama dengan pihak asuransi. Seperti yang saya katakan tadi, bahwa kami disini bersinergi dengan siapa saja, termasuk jasa asuransi untuk menjamin keselamatan pengunjung yang datang.*

Peneliti : Bagaimana mekanisme informasi dan keluhan yang diterapkan pada Taman Botani Sukorambi Jember?

Subjek : *Wah kalau bicara mekanisme informasi atau keluhan sekarang sudah gampang mbak. Sudah ada gadget, ada media sosial, jadi pengunjung bisa kapan saja memberikan kritik atau saran kepada kami. Bisa melalui website, email, direct message instagram, whatsapp, pokoknya gampang mbak. Dan kita juga open terhadap keluhan atau kritik saran dari pengunjung.*

Peneliti : Apakah taman Botani Sukorambi Jember memberikan kontribusi untuk lingkungan sekitar?

Subjek : *Pasti. Karyawan disini banyak yang berasal dari sekitar Taman Botani Sukorambi Jember. Selain itu kita juga membuka peluang usaha bagi warga sekitar, contohnya dengan adanya Taman Botani Sukorambi Jember ini masyarakat sekitar banyak yang berjualan. Jadi tentu ada kontribusinya.*

g. Physical Evidence

Peneliti : Bagaimana bentuk infrastruktur yang dimiliki Taman Botani Sukorambi Jember dalam menunjang produk dan pelayanannya?

Subjek : *Infrastruktur yang kita berikan dalam menunjang produk jasa yang kita tawarkan ya dengan memberikan fasilitas yang dibutuhkan oleh pengunjung. Seperti toilet, musholla, ada cafe juga, jadi kita memberikan fasilitas terbaik yang kita punya. Toilet jada 36 toilet disini mbak. Dan itu berstandart semua.*

Peneliti : *Fasilitas apa saja yang ada di Taman Botani Sukorambi Jember ini?*

Subjek : *Seperti yang saya katakan barusan, ada 36 toilet berstandart, musholla, gazebo, lahan parkir yang luas, cafe, terus lagi ada golf car. Golf car fungsinya untuk membawa pengunjung naik atau turun kalau tidak mau jalan kaki.*

Peneliti : *Apakah ada rencana untuk mengembangkan fasilitas di Taman Botani Sukorambi Jember ini?*

Subjek : *Pasti. Kita selalu mengembangkan semua yang ada di Botani ini. Baik itu dari segi wahana maupun fasilitas. Dan seperti yang mbak lihat, kita selalu ada pembangunan disini. Jadi kita selalu memperbarui apa yang kita punya guna memberikan yang terbaik kepada pengunjung.*

Transkrip Hasil Wawancara
Informan Pokok

I. Identitas Informan Pokok Penelitian

Nama : Sutrisno
Umur : 27 tahun
Jabatan : Kordinator *Sales and Marketing* Taman Botani Sukorambi
Jember
Alamat : Jember

II. Pertanyaan Bauran Pemasaran Jasa

a. Product

Peneliti : Produk apa saja yang ditawarkan oleh Taman Botani Sukorambi Jember?

Subjek : *Kami menawarkan produk jasa wisata. Ada kolam renang, dan juga ada 18 paket wisata yang kami tawarkan.*

Peneliti : Apakah yang membedakan kolam renang di Taman Botani Sukorambi Jember dengan yang lain?

Subjek : *Kalau untuk kolam renang, kami disini memiliki kolam renang khusus muslimah, namanya Muslimah Private Area (MPA). Jadi kolam renang ini khusus untuk muslimah dan baru di Taman Botani Sukorambi Jember ini adanya. Jadi itu yang membedakan kami dengan lainnya.*

Peneliti : Tanaman apa saja yang ada di Taman Botani Sukorambi Jember?

Subjek : *Banyak, kurang lebih 500 tanaman, ada juga tanaman yang dilindungi.*

Peneliti : Hewan apa saja yang ada di Taman Botani Sukorambi Jember? Dan berasal darimana hewan tersebut?

Subjek : *Hewan juga banyak. Kalau berasal darimana biasanya kita dapat dari orang-orang secara sukarela. Terus dari komunitas, kayak kelinci itu kita bekerjasama dengan komunitas.*

Peneliti : Jenis outbound apa saja yang ada pada Taman Botani Sukorambi Jember?

Subjek : *Untuk outbound cukup banyak yang kami tawarkan, ada flying fox, terus yang terbaru sekarang permainan water ball tapi disebutnya ball aeng, ini pakai bahasa daerah.*

b. Price

Peneliti : Bagaimana penentuan harga tiket yang dilakukan Taman Botani Sukorambi Jember?

Subjek : *Kalau penentuan tiket kita lihat kemampuan dari masyarakat, karena tidak mungkin kita menentukan tiket mengikuti kota besar kan tidak mungkin. Dan kita juga melihat apa yang kita sajikan. Mungkin bagi orang lain untuk weekend harga Rp 20.000 itu termasuk mahal, didaerah lain kan masih dibawah, tapi kita kan menyajikannya lebih. Jadi kami berusaha menyesuaikan harga di pasaran dan juga menyesuaikan apa yang kami berikan.*

Peneliti : Berapa harga tiket yang diterapkan?

Subjek : *Untuk tiket masuk seninsampai kamis Cuma Rp. 12.000, kalau weekend Rp. 20.000. Hari jumat kita libur.*

Peneliti : Apakah ada tiket tambahan jika akan bermain outbound?

Subjek : *Kalau mau main outbound seperti flying fox ada tiket tambahan, tapi kalau dari awal beli tiket paketan tidak perlu lagi bayar.*

Peneliti : Apakah ada potongan harga yang diberikan kepada pengunjung?

Subjek : *Ada. itu kita potongan harga lihat jumlah peserta yang masuk, maksudnya rombongan. Kita kalau rombongan itu weekend sama weekday itu ada potongannya, minimal 20 orang itu uda dapat potongan.*

Peneliti : Apakah harga yang diterapkan sudah sesuai dengan fasilitas yang ada?

Subjek : *Sudah. Karena dengan kita membayar Rp. 20.000 saja sudah bisa menikmati fasilitas yang ada disini.*

c. Place

Peneliti : Bagaimana menurut anda lokasi dari Taman Botani Sukorambi Jember ini? Apakah sudah strategis?

Subjek : *Strategis dong. Ini sudah paling dekat dengan kota loh. Cuma 10 menit dari pusat kota sudah sampai disini. Kan kalau lihat beberapa destinasi wisata lain dengan konsep alam itu paling dekat ya Botani.*

Peneliti : Bagaimana aksesibilitas menuju Taman Botani Sukorambi Jember ini?

Subjek : *Sangat mudah dijangkau, jalannya juga tidak rusak enak dilewati.*

Peneliti : Apakah lahan parkir yang disediakan sudah mencukupi bagi pengunjung yang datang?

Subjek : *Cukup. Kita punya 4 lahan parkir yang luas dan berbeda. Motor sendiri, kendaraan umum sendiri, dan kendaraan pribadi sendiri.*

d. Promotion

Peneliti : Bagaimana promosi yang dilakukan oleh Taman Botani Sukorambi Jember?

Subjek : *Kita ada beberapa kegiatan. Yang pertama itu door to door, jadi kita datang ke sekolah, instansi atau perorangan secara langsung. Yang kedua melalui media sosial, kita kan tahu kebanyakan orang sekarang itu pasti punya media sosial, anak SD saja sudah punya facebook, instagram, wa. Terus belum juga sekarang ada youtube yang lagi booming, jadi kita manfaatkan juga media sosial yang ada.*

Peneliti : Siapa yang menjadi target sasaran Taman Botani Sukorambi Jember dalam melakukan promosinya?

Subjek : *Target sasarnya semua bisa masuk, kalau target utamanya sekolah, karena konsep kita rekreasi sambil belajar. Tiap tahun ada lomba MGMP se-Besuki dan Lumajang, dan tahun ini sudah tahun ke 10. Pesertanya dari sekolah. Jadi target utamanya*

sekolah. Dan kita pengunjung memang kebanyakan dari sekolah. Jadi target utama kita sekolah.

Peneliti : Apakah Taman Botani Sukorambi Jember memiliki mitra kerja dalam melakukan promosinya?

Subjek : *Mitra kerja pasti ada. Kita bermitra dengan asuransi, wahana-wahana, bagian taman, kita selalu bersinergi dengan orang yang lebih ahli. Kita juga bersinergi dengan budidaya kelinci, kan tujuannya untuk bermitra, kita juga belajar kepada yang lebih ahli.*

Peneliti : Berapa target pengunjung yang diterapkan oleh pihak Taman Botani Sukorambi Jember dalam melakukan promosi?

Subjek : *Kita punya target tiap bulan, tahunan juga punya, dan itu menjadi motivasi buat teman kita dalam mempromosikan Taman Botani Sukorambi Jember ini. Karena itu kan mendapatkan feedback bagi dirinya sendiri. Kalau hari libur kita target 1000 sampai 2000 pengunjung perharinya. Ini luas Botani kan 12 ha, jadi tidak kelihatan jumlah pengunjung yang datang. Dan saat libur lebaran itu tercapai target kita. Kalau untuk harian target pengunjung kita 500 sampai 1000.*

e. People

Peneliti : Berapa jumlah karyawan yang ada pada Taman Botani Sukorambi Jember?

Subjek : *Jumlah karyawan keseluruhan ada 60.*

Peneliti : Bagaimana sistem perekrutan karyawan tersebut?

Subjek : *Untuk sistem perekrutan biasanya kita walk interview. Jadi kalau khusus yang di kantor itu biasanya kita ada tes tulis, tes kesehatan, tes wawancara. Tapi kalau untuk perekrutan karyawan kebun itu bagiannya SDM, tergantung dari skill mereka yang punya.*

Peneliti : Apakah ada pelatihan kerja untuk karyawan Taman Botani Sukorambi Jember?

Subjek : *Ada pelatihan karyawan. Kita disini memiliki kawan Botani, kalau diluar namanya guide. Dan kawan Botani kemarin baru saja sertifikasi sekitar 25 orang. Teman-teman pelatihan di Malang kemarin, dan acaranya langsung dari Kementerian Pariwisata. Jadi mereka belajar tentang cara memandu wisata yang baik.*

Peneliti : *Adakah evaluasi kinerja rutin karyawan tersebut?*

Subjek : *Ada pasti. Kita setiap hari ada doa bersama pagi dan sore. Sekaligus kita evaluasi apa saja yang perlu kita perbaiki. Lalu besok mau ngapain aja itu kita selalu ada evaluasi.*

Peneliti : *Apakah ada guide pada objek wisata yang ditawarkan oleh Taman Botani Sukorambi Jember?*

Subjek : *Ada. Seperti yang saya sampaikan tadi. Kita memiliki kawan Botani untuk memandu wisatawan yang membutuhkan pendamping.*

f. Process

Peneliti : *Bagaimana cara Taman Botani Sukorambi Jember menawarkan produknya dalam bentuk pelayanan?*

Subjek : *Kalau disini kita siapkan kawan Botani atau tour guide itu. Jadi kalau rombongan benar-benar kita layani, meskipun perorangan juga sama saja. Di loket kita tawari butuh pendampingan atau tidak unruk edukasinya. Karena kembali ke tema kita yaitu rekreasi sambil belajar jadi kita disini ada beberapa tempat untuk dijadikan tempat belajar seperti hidroponok didepan. Nah ini selalu ada kawan Botani yang akan menjelaskan tentang tanaman hidroponik. Ada juga kelinci, berbagai jenis tanaman dan hewan-hewan juga.*

Peneliti : *Apakah ada jaminan keselamatan bagi pengunjung untuk objek wisata di Taman Botani Sukorambi Jember ini?*

Subjek : *Ada mbak. Dari asuransi itu, kita kan bermitra dengan asuransi. Jadi keselamatan tentu ada jaminannya.*

Peneliti : Bagaimana mekanisme informasi dan keluhan yang diterapkan pada Taman Botani Sukorambi Jember?

Subjek : *Bisa langsung ke kantor, di depan juga ada loket kritik dan saran. Tapi sekarang jaman sudah canggih, jadi biasanya langsung menghubungi lewat whatsapp yang tersedia, atau kirim pesan di instagram. Seperti contoh kemaren ada tempat yang lumutnya, jadi pengunjung langsung bilang, dan kita langsung ganti, pakai batu-batu kecil biar tiak licin.*

Peneliti : Apakah taman Botani Sukorambi Jember memberikan kontribusi untuk lingkungan sekitar?

Subjek : *Banyak mbak, terutama karyawan disini orang lingkungan sekitar. Jadi kita membantu membuka lapangan pekerjaan kepada masyarakat sekitar.*

g. Physical Evidence

Peneliti : Bagaimana bentuk infrastruktur yang dimiliki Taman Botani Sukorambi Jember dalam menunjang produk dan pelayanannya?

Subjek : *Banyak mbak, contohnya toilet. Kita ada 36 toilet disini dan semua berstandart nasional berstandart pariwisata. Adanya juga toilet khusus difabel. Musholla juga kita ada.*

Peneliti : Fasilitas apa saja yang ada di Taman Botani Sukorambi Jember ini?

Subjek : *Banyak mbak, ya yang seperti saya katakan barusan ada toilet standart pariwisata, aneka gazebo, kamar mandi VIP, kamar mandi difabel, terus juga lahan parkir yang luas.*

Peneliti : Apakah ada rencana untuk mengembangkan fasilitas di Taman Botani Sukorambi Jember ini?

Subjek : *Ada mbak. Kita terus mengembangkan fasilitas disini agar pengunjung datang kembali.*

**Transkrip Hasil Wawancara
Informan Tambahan (Karyawan)**

I. Identitas Informan Penelitian

Nama : Aldo
Umur : 37 Tahun
Jabatan : Karyawan
Alamat : Jember

II. Pertanyaan untuk karyawan Taman Botani Sukorambi Jember.

Peneliti : Bagaimana sistem pembersihan kolam renang di Taman Botani Sukorambi Jember ini?

Subjek : *Kalau untuk kolam renang kita bersihkan selama seminggu sekali. Hari jumat itu kan kita libur, nah kita bersihkan kolamnya setiap jumat biar selalu bersih dan segar mbak.*

Peneliti : Bagaimana cara menjaga tanaman dan hewan yang ada pada Taman Botani Sukorambi Jember?

Subjek : *Untuk tanaman dan hewan kita rawat ya seperti biasanya, kita beri makan hewan-hewan. Kita juga tidak bekerja sendiri mbak, kita bekerja sama dengan beberapa komunitas yang ahli. Seperti kelinci, kita bekerja sama dengan komunitas pecinta kelinci, jadi mereka kadang melihat kesini untuk membantu perawatan. Istilahnya mengecek gitu.*

Peneliti : Apakah ada hambatan dalam merawat tanaman dan hewan tersebut?

Subjek : *Alhamdulillah selama ini belum ada hambatan, karena seperti yang saya jelaskan tadi kita juga bersinergi dengan yang lebih ahli dalam membantu merawat flora dan fauna yang ada.*

Peneliti : Harapan apa yang ingin dicapai kepada pengunjung setelah mengunjungi Taman Botani Sukorambi Jember?

Subjek : *Tentu saja saya berharap pengunjung datang kembali ke Taman Botani Sukorambi ini, dan juga harapan saya nantinya Taman Botani Sukorambi Jember ini dapat memberikan flora fauna yang langka gitu mbak, biar pengunjung lebih tertarik dan minat kembali kesini.*



**Transkrip Hasil Wawancara
Informan Tambahan (Pengunjung)**

I. Identitas Informan Penelitian

Nama : Kholifah
Umur : 21 tahun
Alamat : Kalisat

II. Pertanyaan untuk pengunjung Taman Botani Sukorambi Jember.

Peneliti : Apa yang membuat anda tertarik mengunjungi Taman Botani Sukorambi Jember?

Pengunjung : *Tempatnya bagus masih berbau alam, jadi saya suka.*

Peneliti : Awal tahu wisata Taman Botani Sukorambi Jember ini darimana?

Pengunjung : *Dari instagram saya taunya mbak, pas ngelihat kok bagus, jadi saya penasaran datang kesini.*

Peneliti : Kegiatan apa yang anda lakukan di Taman Botani Sukorambi Jember ini?

Pengunjung : *Berenang aja sambil menikmati suasana disini mbak. Tadi juga lihat tanaman hidroponik.*

Peneliti : Menurut anda, bagaimana pelayanan yang dilakukan oleh pihak Taman Botani Sukorambi Jember kepada pengunjung?

Pengunjung : *Udah bagus sih mbak, saya kesini tidak kecewa.*

Peneliti : Menurut anda, apakah ada sarana dan prasarana yang perlu ditambahi oleh Taman Botani Sukorambi Jember?

Pengunjung : *Sudah cukup mbak, sudah bagus. Sesuai sama yang saya lihat di instagram sih.*

Peneliti : Bagaimanakah pendapat anda setelah mengunjungi Taman Botani Sukorambi Jember ini?

Pengunjung : *Kesannya bagus sih, masih berbau alam kan, ga panas juga.*

Peneliti : Apakah anda ingin berkunjung kembali?

Pengunjung : *Iya nanti kalau liburan saya main kesini lagi.*

**Transkrip Hasil Wawancara
Informan Tambahan (Pengunjung)**

I. Identitas Informan Penelitian

Nama : Rubai'ah
Umur : 33 tahun
Alamat : Wuluhan

II. Pertanyaan untuk pengunjung Taman Botani Sukorambi Jember.

Peneliti : Apa yang membuat anda tertarik mengunjungi Taman Botani Sukorambi Jember?

Pengunjung : *Tempatnya sejuk, senang lihat anak cucu main, kan banyak permainannya disini mbak, terus lagi tempatnya bersih.*

Peneliti : Awal tahu wisata Taman Botani Sukorambi Jember ini darimana?

Pengunjung : *Dari anak saya mbak. Mau berenang di Botani katanya.*

Peneliti : Kegiatan apa yang anda lakukan di Taman Botani Sukorambi Jember ini?

Pengunjung : *Rekreasi sama keluarga, lihat cucu-cucu berenang itu mbak, senang semua mereka.*

Peneliti : Menurut anda, bagaimana pelayanan yang dilakukan oleh pihak Taman Botani Sukorambi Jember kepada pengunjung?

Pengunjung : *Pelayanan disini sudah bagus mbak, kita kalau bingung tanya sama karyawannya langsung dijelasin, ada guidenya juga, terus karyawannya ada dimana-mana, jadi enak kalau misal kita mau bertanya gitu.*

Peneliti : Menurut anda, apakah ada sarana dan prasarana yang perlu ditambahi oleh Taman Botani Sukorambi Jember?

Pengunjung : *Saya kira sudah cukup mbak. Jarang ada tempat wisata yang permainannya banyak tapi harga tiketnya cukup murah.*

Peneliti : Bagaimanakah pendapat anda setelah mengunjungi Taman Botani Sukorambi Jember ini?

Pengunjung : *Senang mbak, inginnya kesini lagi, ngajak cucu-cucu yang lain kesini.*

Peneliti : Apakah anda ingin berkunjung kembali?

Pengunjung : *Iya pasti mbak, mau ngajak cucu-cucu yang lain saya mbak*



**Transkrip Hasil Wawancara
Informan Tambahan (Pengunjung)**

I. Identitas Informan Penelitian

Nama : Sri Astuti
Umur : 29 tahun
Alamat : Lumajang

II. Pertanyaan untuk pengunjung Taman Botani Sukorambi Jember.

Peneliti : Apa yang membuat anda tertarik mengunjungi Taman Botani Sukorambi Jember?

Pengunjung : *Wahannya bagus, banyak permainannya, pemandangannya bagus, tempatnya memuaskan anak-anak, trus bisa buat belajar juga mbak.*

Peneliti : Awal tahu wisata Taman Botani Sukorambi Jember ini darimana?

Pengunjung : *Dari teman saya, saya diceritakan temen saya ini mbak, katanya ada tempat bagus enak buat rekreasi. Jadi saya setiap ke Jember pasti kesini.*

Peneliti : Kegiatan apa yang anda lakukan di Taman Botani Sukorambi Jember ini?

Pengunjung : *Ini kumpul-kumpul, anak-anak tadi berenang.*

Peneliti : Menurut anda, bagaimana pelayanan yang dilakukan oleh pihak Taman Botani Sukorambi Jember kepada pengunjung?

Pengunjung : *Bagus mbak, kalau kita tidak paham dikasih tau, dia layan dengan baik. Jadi kita merasa diayomi sebagai pengunjung. Kan jarang tempat wisata yang pelayanannya maksimal mbak. Paling karyawannya cuma ada di loket, kalau ini tersebar dia punya karyawan.*

Peneliti : Menurut anda, apakah ada sarana dan prasarana yang perlu ditambahi oleh Taman Botani Sukorambi Jember?

Pengunjung : *Saya rasa sudah cukup mbak, ini sudah bersih juga.*

Peneliti : Bagaimanakah pendapat anda setelah mengunjungi Taman Botani Sukorambi Jember ini?

Pengunjung : *Kesannya pas baru masuk itu bagus, terus cara pelayanannya juga bagus.*

Peneliti : Apakah anda ingin berkunjung kembali?

Pengunjung : *Iya kalau main ke Jember saya mau kesini lagi..*



**Transkrip Hasil Wawancara
Informan Tambahan (Pengunjung)**

I. Identitas Informan Penelitian

Nama : Doni
Umur : 23 tahun
Alamat : Surabaya

II. Pertanyaan untuk pengunjung Taman Botani Sukorambi Jember.

- Peneliti : Apa yang membuat anda tertarik mengunjungi Taman Botani Sukorambi Jember?
- Pengunjung : *Karena wahananya banyak, suasananya tenang, bisa melepas penat dan mengobati setres.*
- Peneliti : Awal tahu wisata Taman Botani Sukorambi Jember ini darimana?
- Pengunjung : *Dari media sosial instagram. Awalnya dikasih tahu temen, terus saya lihat dan saya datang kesini dah.*
- Peneliti : Kegiatan apa yang anda lakukan di Taman Botani Sukorambi Jember ini?
- Pengunjung : *Ini jalan-jalan sama teman, dan memanjakan mata.*
- Peneliti : Menurut anda, bagaimana pelayanan yang dilakukan oleh pihak Taman Botani Sukorambi Jember kepada pengunjung?
- Pengunjung : *Cukup memuaskan, karyawannya ramah-ramah.*
- Peneliti : Menurut anda, apakah ada sarana dan prasarana yang perlu ditambahi oleh Taman Botani Sukorambi Jember?
- Pengunjung : *Cukup mbak, saya kira sudah cukup sih.*
- Peneliti : Bagaimanakah pendapat anda setelah mengunjungi Taman Botani Sukorambi Jember ini?
- Pengunjung : *Perasaan jadi senang, gembira, hehehe.*
- Peneliti : Apakah anda ingin berkunjung kembali?
- Pengunjung : *Iya tentu mbak, tempatnya enak jadi saya mau kembali lagi.*

**Transkrip Hasil Wawancara
Informan Tambahan (Pengunjung)**

I. Identitas Informan Penelitian

Nama : Lisa
Umur : 28 tahun
Alamat : Banyuwangi

II. Pertanyaan untuk pengunjung Taman Botani Sukorambi Jember.

Peneliti : Apa yang membuat anda tertarik mengunjungi Taman Botani Sukorambi Jember?

Pengunjung : *Pertama sih di ajak temen mbak, terus ya kesini ini dah. Katanya tempatnya enak, sejuk, ya terbukti sih sejuk disini.*

Peneliti : Awal tahu wisata Taman Botani Sukorambi Jember ini darimana?

Pengunjung : *Kalau awal tau itu liat di instagram, terus nanya-nanya ke temen, akhirnya diajak ini tadi.*

Peneliti : Kegiatan apa yang anda lakukan di Taman Botani Sukorambi Jember ini?

Pengunjung : *Apa ya, ya cuma menikmati keindahan, terus yang pasti selfie-selfie soalnya banyak spot foto bagus disini. Lumayan nambah foto buat di instagram mbak..*

Peneliti : Menurut anda, bagaimana pelayanan yang dilakukan oleh pihak Taman Botani Sukorambi Jember kepada pengunjung?

Pengunjung : *Sudah memuaskan mbak, karyawannya ramah-ramah. Suka senyum sama pengunjung yang datang. Jadi ya cukup memuaskan.*

Peneliti : Menurut anda, apakah ada sarana dan prasarana yang perlu ditambahi oleh Taman Botani Sukorambi Jember?

Pengunjung : *Ga ada deh kayaknya, sudah cukup semua mbak. Toilet banyak, musholla juga ada, cukup sih mbak.*

Peneliti : Bagaimanakah pendapat anda setelah mengunjungi Taman Botani Sukorambi Jember ini?

Pengunjung : *Senang mbak, tempatnya sesuai sama apa yang ada di instagram.*

Sesuai ekpektasi lah

Peneliti : Apakah anda ingin berkunjung kembali?

Pengunjung : *Iya pasti mbak, kalau ada waktu saya mau kesini lagi.*



Lampiran E Foto Kegiatan



Gambar 1 Wawancara dengan Manager dan Karyawan Taman Botani Sukorambi Jember



Gambar 2 Wawancara dengan Kordinator Taman Botani Sukorambi Jember



Gambar 3 Kolam Renang Muslimah Private Area



Gambar 4 Wawancara dengan pengunjung



Gambar 5 Akses Jalan Setapak Menuju Taman Bawah



Gambar 6 Kolam Renang Taman Wisata Botani Sukorambi Jember



Gambar 7 Wisata Air Taman Botani Sukorambi Jember



Gambar 8 Kamar Mandi Khusus Difabel



Gambar 9 Promo tiket masuk



Gambar 10 Kegiatan tengah semester SMPN 4 Jember di TBS

Lampiran F Surat Penelitian



KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon: 0331- 334988, 330738 Faks: 0331-332475
Laman: www.fkip.unej.ac.id

Nomor : 4 0 7 6 /UN25.1.5/LT/2018
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

22 MAY 2018

Yth. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
Kabupaten Jember

Diberitahukan dengan hormat, dalam rangka memperoleh data-data yang diperlukan untuk penyusunan Skripsi, mahasiswa FKIP Universitas Jember dibawah ini:

Nama : Indah Haqiqi
NIM : 140210301083
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Bermaksud melakukan penelitian dengan judul "Implementasi Bauran Pemasaran Di Taman Botani Sukorambi Jember" di objek wisata Taman Botani Sukorambi Jember.

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian atas perkenaan dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan I,

Prof. Dr. Suratno, M.Si
NIP. 19670625 199203 1 003

Gambar 11 Surat Ijin Penelitian

 **PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN JEMBER**
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jalan Letjen S Parman No. 89 ☎ 337853 Jember

Kepada
Yth. Sdr. Pengelola Wisata Taman Botani
Sukorambi - Jember
di -
J E M B E R

SURAT REKOMENDASI
Nomor : 072/1451/415/2018

Tentang
PENELITIAN

Dasar : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi penelitian sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011;
2. Peraturan Bupati Jember No. 46 Tahun 2014 tentang Pedoman Penerbitan Surat Rekomendasi Penelitian Kabupaten Jember

Memperhatikan : Surat Dekan FKIP Universitas Jember tanggal 22 Mei 2018 Nomor : 4076/UN25.1.5/LT/2018 perihal Permohonan Penelitian

MEREKOMENDASIKAN

Nama / NIM. : Indah haqiqi / 140210301083
Instansi : Jurusan Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember
Alamat : Jl. Kalimantan 37 Kampus Tegal Boto Jember
Keperluan : Mengadakan Penelitian untuk penyusunan Skripsi tentang :
"Implementasi Bauran Pemasaran di Taman Botani Sukorambi Jember"
Lokasi : Wisata Taman Botani Sukorambi - Jember
Waktu Kegiatan : Mei s/d Juli 2018

Apabila tidak bertentangan dengan kewenangan dan ketentuan yang berlaku, diharapkan Saudara memberi bantuan tempat dan atau data seperlunya untuk kegiatan dimaksud.

1. Kegiatan dimaksud benar-benar untuk kepentingan Pendidikan
2. Tidak dibenarkan melakukan aktivitas politik
3. Apabila situasi dan kondisi wilayah tidak memungkinkan akan dilakukan penghentian kegiatan.

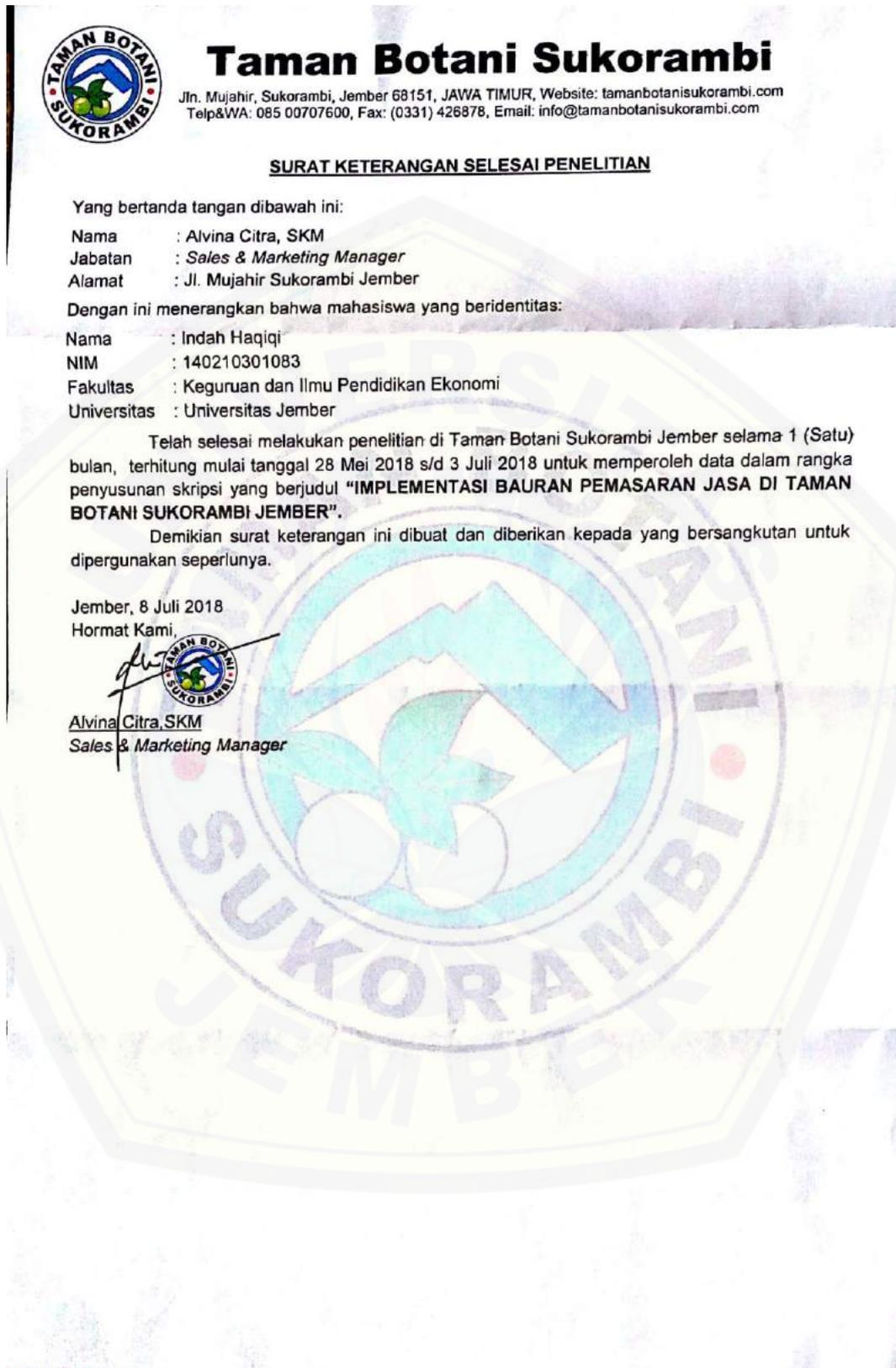
Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Ditetapkan di : Jember
Tanggal : 23-05-2018
An. KEPALA BAKESBANG DAN POLITIK
KABUPATEN JEMBER
Kabid. Kajian Strategis dan Politis


ACHMAD DAUD F., S.Sos
*Penata Tk. I *
NIP. 1969091219962 1001

Tembusan :
Yth. Sdr. : 1. Dekan FKIP Universitas Jember;
2. Yang Bersangkutan.

Gambar 12 Surat Ijin Penelitian Bankesbangpol



Gambar 13 Surat selesai penelitian

Lampiran G Lembar Bimbingan Skripsi

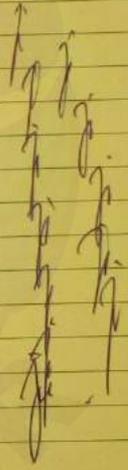


KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
 Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Indah Haqiqi
 NIM/ Angkatan : 140210301083 / 2014
 Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi
 Judul Skripsi : Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Di Taman Botani
 Sukorambi Jember
 Pembimbing I : Drs. Joko Widodo, M.M

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing I
1.		Acc Judul	
2.	Rabu, 07-03-18	Bab 1.2.3	
3.	Selasa, 13-03-18	Bab 1.2.3	
4.	Rabu, 21-03-18	Bab 1.2.3	
5.	Jumat, 03-04-18	Seminar acc	
6.	Jumat, 11-05-18	Revisi Seminar	
7.	Rabu, 16-05-18	Revisi Seminar	
8.	Selasa, 05-07-18	Bab 4.5	
9.	Rabu, 18-07-18	Bab 4.5	
10.	Senin, 23-07-18	Bab 4.5	
11.	Rabu, 25-07-18	Bab 4.5	
12.	Jumat, 27-07-18	Acc diura Skripsi	
13.			
14.			
15.			

Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi



KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Indah Haqiqi
NIM/ Angkatan : 140210301083 / 2014
Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Di Taman Botani
Sukorambi Jember
Pembimbing II : Mukhamad Zulianto, S.Pd., M.Pd.

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT Pembimbing II
1.		Acc Judul	Dr.
2.	Rabu, 14-03-18	Bab 1, 2, 3	Dr.
3.	Selasa, 29-03-18	Bab 1, 2, 3	Dr.
4.	Kamis, 5-04-18	Bab 1, 2, 3	Dr.
5.	Rabu, 11-04-18	Bab 1, 2, 3	Dr.
6.	Jumat, 13-04-18	Acc Seminar	Dr.
7.	Senin, 14-05-18	Revisi Seminar	Dr.
8.	Rabu, 16-05-18	Revisi seminar	Dr.
9.	Rabu, 11-Juli-18	Bab 4, 5	Dr.
10.	Senin, 16-07-18	Bab 4, 5	Dr.
11.	Kamis, 19-07-18	Bab 4, 5	Dr.
12.	Senin, 23-07-18	Bab 4, 5	Dr.
13.	Jumat, 27-07-18	Acc sidang skripsi	Dr.
14.			
15.			

Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

Lampiran H Biodata Peneliti

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas

Nama : Indah Haqiqi
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 16 Oktober 1995
Agama : Islam
Nama Ayah : Umar Baqi
Nama Ibu : Radiyah
Alamat : Jl. Pelabuhan, Gang Kebangsaan, RT. 02 RW. 02,
Dusun Sampangan, Desa Kedungrejo, Kecamatan
Muncar, Kabupaten Banyuwangi.

B. Pendidikan

2001 – 2007 : MI Miftahul Ulum Muncar
2007 – 2010 : SMP Negeri 1 Muncar
2010 – 2013 : SMA Negeri 1 Muncar
2014 – 2018 : FKIP Pendidikan Ekonomi Universitas Jember