SKRIPSI

STRATEGI PROMOSI PENGEMBANGAN WISATA KULINER TAMAN CERY GLOMPONG

(Studi Kasus Taman Cery Glompong Bandar Jaya)

Oleh :

MIFTAKHUL JANAH
NPM.1602040199

Ekonomi Syariah (ESY)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1442H/2020 M

STRATEGI PROMOSI PENGEMBANGAN WISATA KULINER TAMAN CERY GLOMPONG
(Studi Kasus Taman Cery Glompong Bandar Jaya)

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

MIFTAKHUL JANAH
NPM.1602040199

Pembimbing I : Hj. Siti Zulaikha, S.Ag.,M.H
Pembimbing II : Elfa Murdiana, M.Hum

Ekonomi Syariah (ESY)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1442 H/2020 M

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Prihal : **Mohon di Munaqosahkan**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di_
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka Skripsi saudari:

Nama : MIFTAKHUL JANAH
NPM : 1602040199
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **STRATEGI PROMOSI PENGEMBANGAN WISATA KULINER TAMAN CERY GLOMPONG (Studi Kasus Taman Cery Glompong Bandar Jaya)**

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan. Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Metro, Desember 2020

Pembimbing 1,	Pembimbing II,
Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H	**Elfa Murdiana, M.Hum**
NIP. 197206111998032001	**NIP. 198012062008012010**

REDMI NOTE 9
AI QUAD CAMERA

HALAMAN PERETUJUAN

Judul Skripsi : **STRATEGI PROMOSI PENGEMBANGAN WISATA KULINER TAMAN CERY GLOMPONG (Studi Kasus Taman Cery Glompong Bandar Jaya)**

Nama : MIFTAKHUL JANAH

NPM : 1602040199

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (IAIN) Metro.

Metro, Desember 2020

Pembimbing 1,	Pembimbing II,
Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H	**Elfa Murdiana, M.Hum**
NIP. 197206111998032001	**NIP. 198012062008012010**

KEMENTRIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JalanKi HajarDewantaraKampus15Aliringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website:www.metrouniv.ac.id E-mail:lainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: 0993/ In.28.3/0 /PP.00.9/02/2021

Skripsi dengan Judul: STRATEGI PROMOSI PENGEMBANGAN WISATA KULINER TAMAN CERY GLOMPONG (Studi Kasus Taman Cery Glompong Bandar Jaya), disusun oleh: MIFTAKHUL JANAH, NPM: 1602040199, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal: Selasa, 19 Januari 2021

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator	: Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H	(.....)
Penguji I	: Rina El Maza, S.H.I., M.S.I	(.....)
Penguji II	: Elfa Murdiana, M.Hum	(.....)
Sekretaris	: Ani Nurul Imtihanah, M.S.I	(.....)

PANITIA MUNAQOSAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Widhiya Nirsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

STRATEGI PROMOSI PENGEMBANGAN WISATA KULINER TAMAN CERY GLOMPONG
(Studi Kasus Taman Cery Glompong Bandar Jaya)

OLEH :
MIFTAKHUL JANAH

Strategi Promosi merupakan langkah yang wajib diperhitungkan dalam rangkaian kegiatan manajemen pemasaran.Aktivitas pada Strategi Promosi ialah langkah dibidang pemasaran berbentuk interaksi ataupun komunikasi yang dijalankan perusahaaan dengan konsumen ataupun pelanggan.Taman Cery Glompong merupakan tempat rekreasi yang cocok untuk keluarga dan anak-anak muda dan Taman Cery Glompong ini adalah tempat wisata sekaligus kuliner.Taman Cery Glompong beralamat di Jl. Manggis No, 23 lingkungan3, Kelurahan Bandar Jaya barat, Kecamatan Terbanggi Besar, Kabupaten Lampung Tengah.Pada tahun 2015 Glompong melakukan strategi promosi secara online dan offline melalui media digital yaitu radio, facebook dan melalui orang per orang untuk memasarkan produknya.

Penelitian ini bertujuan untuk pengembangan usaha wisata Taman Cery Glompong di Bandar Jaya yang dikaji berdasarkan kekuatan dan kelemahan dari segi produk dan segi harga wisata kuliner Taman Cery Glompong guna untuk meminimalisir kesalahan dan meningkatkan kualitas produk dan harga pada usaha yang dijalankan. Penelitian dilakukan dengan menggunakan taknik pengumpulan data wawancara, dokumentasi dan observasi.Metode *sampling* yang digunakan adalah *Purposive Sampling* yang diperuntukan bagi pengelola wisata kuliner dan 8 pengunjung yang sesuai dengan syarat yang telah ditentukan.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa taman Cery Glompong memiliki kekuatan dan kelemahan dari segi produk dan harga yaitu dimana rata-rata pengunjung mengatakan bahwa menunya yang bervariasi, sedangkan dari segi harga pengunjung lebih banyak mengatakan bahwa harga produk yang ada di taman Cery Glompong standar untuk pengunjung, selain itu di taman Cery Glompong tidak hanya menyediakan makanan siap saji melainkan menyediakan produk mentah yang dikemas seperti bakso dan mie gilingan. Di taman Cery Glompong terdapat kelemahan yang terdapat pada produk, rasa yang ditawarkan tidak berbeda dengan produk yang sama namun tidak memiliki merk yang sudah terkenal seperti merk Glompong, kelemahan juga terdapat pada pelayanannya seperti halnya pelayanannya yang terbilang lama untuk memesan seporsi menu sehingga pengunjung dibuat menunggu terlalu lama dan diharuskan membawa pesanannya sendiri. Kelemahan dari segi harga hanya terdapat pada biaya sewa Odong-odong yang mahal untuk 3 kali putaran dikenakan biaya Rp. 25.000.

Kata Kunci : Promosi, Pengembangan, Wisata Kuliner

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang Bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Miftakhul Janah
NPM	: 1602040199
Jurusan	: Ekonomi Syari'ah (Esy)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 12 Januari 2021

Peneliti,

METERAI TEMPEL
A9719AHF815752771
6000
ENAM RIBU RUPIAH

MIFTAKHUL JANAH
NPM. 1602040199

MOTTO

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya:

Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.[1]

[1] Aqilah, *Surat An-Nisa Ayat 9 Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung : Penerbit JABAL), 77.

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan hidayah-Nya, maka dari lubuk hati yang terdalam skripsi ini peneliti persembahkan kepada :

1. Ayahanda dan Ibunda tercinta, Bapak Sutikno dan Ibu Poniyem, beliau kedua orang tua hebat yang telah membesarkan dan mendidikku dengan penuh kasih sayang. Terimkasih atas pengorbanan, nasehat dan do'a yang tiada hentinya yang telah kalian berikan kepadaku selama ini.
2. Adinda tercinta Nadhirotul Khasanah Azzahro dan Salwa Salsabila Humairoh yang senantiasa memberikan do'a, dukungan serta menyemangati peneliti dalam suka maupun duka.
3. Almamater tercinta Fakultas Ekonomi Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kehadirat ALLAH SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian Skripsi ini dengan judul Strategi Promosi Pengembangan Wisata Kuliner Taman Cery Glompong (Studi Kasus Taman Cery Glompong Bandar Jaya). Penulisan Skripsi ini adalah salah satu bagian persyaratan dalam rangka memperoleh gelar sarjana S.E Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN METRO.

Penyelesaian Skripsi ini dengan berbagai upaya, peneliti telah menerima banyak bantuan, motivasi, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak, oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada Prof. Dr. Enizar, M.Ag., selaku Rektor IAIN Metro. Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dharma Setyawan, MA, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H,. dan Elfa Murdiana, M.Hum selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan motivasi yang sangat berharga kepada peneliti, sehingga skripsi ini selesai. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan. Ucapan terimakasih juga peneliti haturkan kepada rekan-rekan seperjuangan dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada, dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro,12 Januari 2021
Peneliti,

Miftakhul Janah
NPM. 1602040199

DAFTAR ISI

halaman

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
HALAMAN ABSTRAK ..... **iii**
HALAMAN NOTA DINAS ..... **iv**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **v**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **vi**
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN ..... **vii**
HALAMAN MOTTO ..... **viii**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **ix**
KATA PENGANTAR ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**
BAB I. PENDAHULUAN
A. Latar Belakang 1
B. Pertanyaan Penelitian 5
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian 6
D. Penelitian Relevan 6
BAB II. LANDASAN TEORI
A. Strategi Promosi, Tujuan dan Bauran Promosi 10
1. Pengertian Strategi Promosi 10
2. Tujuan Promosi 12
3. Bauran Promosi 14
B. Produk 16
1. Pengertian Produk 16
2. Klasifikasi Produk 16
C. Harga 17
1. Pengertian Harga 17
2. Faktor-faktor Penetapan Harga 17

D. Pengembangan Usaha dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi 19
1. Pengertian Pengembangan 19
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Usaha ... 20
E. Analisis SWOT 21
1. Pengertian Analisis SWOT 21
2. Faktor Analisis SWOT 22
BAB III. METODELOGI PENELITIAN
A. Jenis Dan Sifat Penelitian..... 24
B. Sumber Data..... 25
1. Sumber Data Primer 25
2. Sumber Data Sekunder 26
C. Metode Pengumpulan Data..... 27
1. Wawancara 27
2. Dokumentasi..... 28
3. Observasi 28
D. Teknik Analisis Data..... 29
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum Wilayah Penelitian Objek Wisata Kuliner Taman Cery Glompong Bandar Jaya 30
1. Sejarah Singkat Wilayah Kelurahan Bandar Jaya Barat 30
2. Potensi Wilayah Bandar Jaya Barat 34
3. Sejarah Berdirinya Wisata Kuliner Taman Cery Glompong Bandar Jaya 35
4. Kekuatan dan Kelemahan dari Segi Produk dan Segi Harga Wisata Kuliner Taman Cery Glompong..... 38
B. Analisis Strategi Promosi Pengembangan Wisata Kuliner Taman Cery Glompong..... 48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
A. Kesimpulan..... 53
B. Saran 54

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung Wisata Kuliner Taman Cery Glompong Tahun 2016-2019 3

Tabel 1.2 Daftar Produk Dan Harga Wisata Kuliner Taman Cery Glompong..... 4

Tabel 4.1 Sarana Objek Wisata Taman Cery Glompong 37

Tabel 4.2 Daftar Harga dan Produk Taman Cery Glompong 42

Tabel 4.3 Daftar Harga dan Produk Pondok Yangti 43

DAFTAR LAMPIRAN

1. Alat Pengumpul Data
2. Outline
3. Surat Pra Survey
4. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi
5. Surat Bimbingan Konsultasi
6. Surat Izin Research
7. Surat Tugas Research
8. Surat Keterangan Bebas pustaka
9. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
10. Surat Keterangan Ujian Komprehensif
11. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata seringkali dipersepsikan sebagai mesin ekonomi penghasil devisa bagi pembangunan ekonomi di suatu negara, tidak terkecuali di indonesia. Wisata Kuliner sebagai jalan-jalan yang tujuannya untuk makan. Meski konteks wisata kuliner menimbulkan beberapa pro dan kontra karena penggunaan kata ‘wisata’ yang dimanfaatkan bersamaan dengan kata kuliner dirasa kurang tepat, bagi beberapa pihak yang bergelut di bidang bahasa.

Wisata yang menyediakan berbagai fasilitas pelayanan dan aktivitas kuliner yang terpadu untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang dibangun untuk rekreasi, relaksasi, pendidikan dan kesehatan. Kunjungan ke suatu tempat dan lokasi-lokasi khusus untuk mencoba rasa dari makanan dan atau juga untuk memeroleh pengalaman yang didapat dari makanan khas suatu daerah yang merupakan motivasi utama seseorang untuk melakukan perjalanan wisata.

Kuliner istilah kuliner bersumber dari bahasa latin, yakni culinarius. Culinarius mempunyai makna modul yang berkaitan dengan proses masak. Kata kuliner berasal dari komoditas yang berkaitan dengan masak- memasak serta aktivitas komsumsi pangan.Kuliner dapat dimaknai bagaikanpola

konsumsi yang bersumber pada pada pangan ataupun hidangan.Santapan pula bagaikan tujuan wisata serta instrumen untuk kenaikan pariwisata.[2]

Promosi merupakan sesuatu wujud komunikasi pemasaran yang ialah sesuatu kegiatan pemasaran yang berupaya menyebarkan data, pengaruhi ataupun membujuk serta tingkatkan pasar target atas industri serta produknya supaya bersedia menerima, membeli, serta loyal pada produk ataupun jasa yang ditawarkan.[3] Tujuan yang mau dicapai dari promosi merupakan buat menginformasikan, pengaruhi, serta membujuk dan menegaskan pelanggan target tentang industry/perusahaan.[4]

Taman Cery Glompong merupakan tempat rekreasi yang cocok untuk keluarga dan anak-anak muda dan Taman Cery Glompong ini adalah tempat wisata sekaligus kuliner. Taman Cery Glompong beralamat di Jl. Manggis No, 23 lingkungan 3, Kelurahan Bandar Jaya barat, Kecamatan Terbanggi Besar, Kabupaten Lampung Tengah. Menurut sang pemilik yaitu Bapak Suripno Glompong, dahulu beliau memiliki tanah kosong yang dulunya di pergunakan sebagai kebun singkong.[5] Beliau berfikir bagaimana caranya agar tanah kosong ini tidak terbengkalai lagi. Dengan itu maka Bapak Suripno Glompong dengan modal uang sebesar Rp.20.000.000, mendirikan objek wisata kuliner Taman Cery Glompong, yang terinspirasi dari Alun-alun Kidul di Yogyakarta.

---

[2]Auzan Tawadlu Akbar, Edriana Pangastuti, "*Peran Kuliner Dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru*" Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.50 No.1 September 2017, 155.

[3]Ahmad Teguh Fauzi, *"Analisis Strategi Promosi Pada Perusahaan Industri Karoseri bak Truk PT . Gunung Mas Andikarya Kabupaten Malang "*Jurnal Ilmiah , Vol. 1, NO.2, 2012/2013. 312

[4]*ibid*.,

[5]Wawancara dengan Bapak Suripno Glompong, 17 Mei 2020.

Pak Suripno memulai usaha wisata kuliner Taman Cery Glompong pada tahun 2015 beliau melakukan strategi promosi secara online dan offline melalui media digital yaitu radio (Slendro FM), facebook (Taman Cery Glompong Bandar Jaya) dan melalui orang per orang untuk memasarkan produknya. Kendala yang dihadapi seperti pengunjung mudah bosan dengan fasilitas saat ini, serta potensi yang ada sebenarnya sudah ada namun belum maksimal karena terhambat biaya, selain itu daya beli masyarakat yang rendah juga menjadi faktor penghambat berlangsungnya bisnis ini.

Tabel 1.1
Data pengunjung wisata kuliner Taman Cery Glompong tahun 2016-2020

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2016	13.250
2	2017	14.105
3	2018	15.083
4	2019	9.088
5	2020	5.030

Sumber : Wawancara pemilik Gelompong

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah kunjungan wisata kuliner Taman Cery Glompong dari tahun ke tahun mengalami peningkatan dan penurunan, karena pengunjung yang mudah bosan dengan fasilitas yang ada serta daya beli masyarakat yang rendah. Peningkatan pengunjung terjadi pada tahun 2016 ke 2018 sedangkan pada tahun 2018 sampai 2019 kunjungan wisatawan berangsur-angsur menurun. Pendapatan Glompong dalam 5 tahun

terakhir adalah cenderung menurun, dikarenakan daya beli masyarakat yang rendah dan ditambah dengan munculnya pandemi covid-19.

Tabel 1.2
Daftar produk dan harga wisata kuliner Taman Cery Glompong

No	Produk	Harga
1.	**Bakso**	
	1. Bakso Tonasi	Rp. 7.000
	2. Bakso Spesial Jumbo	Rp. 15.000
	3. Bakso Bakar	Rp. 10.000
	4. Bakso Goreng Tepung	Rp. 10.000
	5. Bakso Lada Hitam	Rp. 18.000
	6. Bakso Mercon	Rp. 10.000
2.	**Mie**	
	1. Mie Ayam	Rp. 8.000
	2. Mie Ayam Bakso	Rp. 15.000
	3. Mie Goreng Lengkap	Rp. 12.000
	4. Mie Rebus	Rp. 10.000
3.	**Ayam**	
	1. Ayam Goreng	Rp. 13.000
	2. Ayam Penyet	Rp. 13.000
	3. Ayam Bakar	Rp. 13.000
	4. Sop Ayam Pecok	Rp. 13.000
	5. Ayam Cabe Ijo	Rp. 16.000
	6. Ayam Cah Jamur	Rp. 16.000
4.	**Ikan**	
	1. Lele Goreng	Rp. 10.000
	2. Lele Penyet	Rp. 8.000
	3. Emas Goreng	Rp. 15.000
	4. Emas Bakar	Rp. 13.000
	5. Pecel Lele	Rp. 10.000
	6. Lele Lada Hitam	Rp. 11.000
5.	**Nasi**	
	1. Nasi Putih	Rp. 5.000
	2. Nasi Goreng	Rp. 12.000
6.	**Minuman**	
	1. Es Teh	Rp. 3.000
	2. Es Jeruk	Rp. 5.000
	3. Es Campur	Rp. 5.000
	4. Jus Mangga	Rp. 8.000
	5. Jus Melon	Rp. 8.000
	6. Buah Naga	Rp. 9.000
	7. Sop Buah Alpukat Kerok	Rp. 10.000
	8. Jus Semangka	Rp. 8.000

Sumber : Pengelola Taman Cery Glompong

Berdasarkan dari tabel diatas dapat diketahui bahwa Taman Cery Glompong menyediakan berbagai macam makanan. Meskipun memiliki ciri khas produk yang dikenal banyak orang yaitu Bakso Glompong namun ditempat wisata juga menyediakan berbagai produk makanan, dan juga berbagai fasilitas seperti gedung serba guna yang disewakan untuk acara pernikahan, arena bermain anak, odong-odong, kolam renang dan spot foto.

Dalam hal ini strategi promosi diharapkan mampu membantu wisata kuliner Taman Cery Glompong untuk lebih dapat dikenal tidak hanya oleh masyarakat Bandar Jaya saja, tetapi juga masyarakat luar dan diharapkan mampu bersaing dengan wisata di daerah lain. Dalam pengembangan daya tarik wisata,diperlukan dukungan promosi dan publikasi yang baik apalagi pada era global seperti sekarang ini publikasi dapat dilakukan dengan mudah melalui internet. Karena kurangnya pembaruan informasi mengenai wisata di daerah ini dibutuhkan strategi promosi yang baik agar visi dan misi wisata daerah dapat terwujud. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, peneliti mengidentifikasi masalah strategi promosi pengembangan wisata yaitu dengan strategi promosi yang belum berjalan dengan maksimal, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, maka pertanyaan penelitiannya adalah : Bagaimana kekuatan dan kelemahan dari segi produk dan segi harga wisata kuliner Taman Cery Glompong?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

   Untuk mengetahui bagaimanakekuatan dan kelemahan dari segi produk dan segi harga wisata kuliner Taman Cery Glompong.

2. Manfaat Penelitian

   Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian sebagai berikut :

   a. Secara Teoritis

      Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kajian dan acuan untuk pengembangan ilmu pengetahuan dibidang keilmuan ilmu-ilmu ekonomi yang berkaitan dengan strategi promosi pengembangan wisata kuliner.

   b. Secara Praktis

      Penelitian ini dapat dijadikan bahan bacaan yang bermanfaat dan suatu kontribusi yang positif bagi para pembaca dan menjadi tolak ukur apakah wisata kuliner semacam Taman Cery Glompong dapat menjadi alternatif dalam berwirausaha.

D. Penelitian Relevan

Terkait dengan penelitian ini, sebelumnya telah ada beberapa penelitian yang mengangkat tema yang sama dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut :

1) Skripsi karya Yulianti, dengan judul : “ANALISIS STRATEGI PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIALINSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

PRODUK ONLINE SHOP DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM" hasil penelitian tersebut menyimpulkan kegiatanpromosi yang telah sesuai dengan yang Rasullah ajarkan dalam berdagang seperti shiddiq, amanah, fathanah dan tabligh dan dalam menjalankan promosinya seperti periklanan, promosi penjualan, interaktif, publisitas, dan humas.

Persamaan penelitian relevan di atas dengan penelitianyang akan peneliti lakukan yaitu sama-sama membahas tentang bagaimana strategi promosi yang dilakukan pada suatu usaha. Akan fokus teliti berbeda. Penelitian relevan diatas difokuskan pada bagaimana suatu usaha menerapkan suatu strategi promosi melalui media sosial instagram dan juga penelitian relevan diatas meneliti apakah usaha tersebut sesuai dengan norma-norma agama serta dalam perspektif islam sedangkan penelitian ini difokuskan pada bagaimana strategi promosi serta upaya untuk mendatangkan pengunjung sebanyak mungkin.[6]

2) Skripsi karya Siti Laeliyah, dengan judul : "ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Study Kasus pada Usaha Kang Bagong Catering Semarang)"hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa strategi yang diterapkan secara umum sudah sesuai dengan teori yang ada. Namun ada beberapa hal yang menjadikan strategi belum optimal.Jika dianalisis dengan Ekonomi Islam, strategi-strategi yang digunakan sudah sesuai, pada strategi intregasi vertikal kurangnya perhatian terhadap para pemasok

[6]Yulianti, *: "Analisis strategi promosi melalui pemanfaatan media sosia instagram dalam meningkatkan penjualan produk online shop ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam*" (UIN Bandar Lampung : 2019)

Persamaan penelitian relevan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu sama-sama membahas tentang strategi promosi bisnis kuliner Akan fokus berbeda pada penelitian relevan bagaimana strategi promosi yang baik sesuai dengan perspektif Ekonomi Islam sajasedangkan di penelitian di fokuskan pada bagaimana strategi promosi yang baik menurut manajemen bisnis dan manajemen pemasaran.[7]

3) Skripsi karya Hermina Mimin, dengan judul : "STRATEGI PROMOSI DALAM PEMASARAN (Study Kasus D'LUX Mushro Club Samarinda" hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa dalam meningkatkan penjualannya menggunakan strategi promosi, strategi promosi itu adalah *advertising* (periklanan), personal atau *direct selling*, *sales promotion* (promosi penjualan). Strategi promosi yang diterapkan telah terbukti efektif, hal ini ditunjukan dengan one year progress report yang menunjukan kenaikan.

Persamaan penelitian relevan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu sama-sama meneliti tentang strategi promosi yang dilakukan serta menganalisis efektifitas strategi yang digunakan dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Perbedaan penelitian relevan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu penelitian relevan ini tidak meneliti bagaimana upaya peningkatan jumlah pengunjung dengan cara apa saja serta memakai strategi promosi,sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan akan

[7]Siti Leleyah, : *"Analisis strategi pengembangan bisnis kuliner dalam perspektif Ekonomi Islam(Study Kasus pada usaha Kang Bagong catering Semarang)"* (UIN Walisongo Semarang : 2017)

meneliti bagaimana upaya pemilik untuk meningkatkan jumlah pengunjung.[8]

[8]Hermina Mimin ," " *Strategi promosi dalam pemasaran (study kasus pada DLUX Musro Club Samarinda*)" (Universitas Sanata Dharma : 2011)

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Promosi, Tujuan dan Bauran Promosi

1. Pengertian Strategi Promosi

Strategi menempatkan parameter- parameter suatu organisasi dalam penafsiran memastikan tempat bisnis serta metode bisnis buat bersaing. Strategi menampilkan arahan universal yang hendak ditempuh oleh sesuatu organisasi (industri) buat menggapai tujuannya. Strategi ialah rencana besar serta rencana berarti. Tiap organisasi yang dikelola secara baik mempunyai strategi, meski tidak dinyatakan secara eksplisit.[9]

Menurut Fandy Tjiptono sebutan strategi berasal dari kata Yunani Strategia (stratos= militer, ag= mengetuai), yang maksudnya seni ataupun ilmu buat jadi seseorang jendral. Konsep ini relevan dengan suasana pada era dahulu yang kerap diwarnai perang, dimana jenderal dibutuhan buat mengetuai suatuangkatan perang supaya bisa senantiasa memenangkan perang. Strategi pula dapat dimaksud bagaikan sesuatu rencana buat pembagian serta pemakaian militer serta material pada daerah-daerah tertentu buat menggapai tujuan tertentu.[10] Statment strategi secara eksplisit ialah sesuatu kunci keberhasilan dalam mengalami pergantian area bisnis. Strategi membagikan kesatuan arab untuk seluruh anggota organisasi. Apabila konsep strategi tidak jelas, hingga keputusan yang diambil hendak

---

[9]Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, Cetakan Ke-4, (Jakarta : Rineka Cipta, 2009), 338.
[10] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ke-3, (Yogyakarta :ANDI, 2008), 3.

bersifat subyektif ataupun bersumber pada intuisi belaka serta mengabaikan keputusan yang lain.[11]

Strategi juga dapat diartikan sebagai pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Didalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Promosi ialah salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat berarti dilaksanakan oleh industri dalam memasarkan produk serta jasa. Aktivitas promosi bukan saja berperan bagaikan perlengkapan komunikasi antar industri dengan konsumen, melainkan pula bagaikan perlengkapan buat mepengaruhi konsumen dalam aktivitas pembeian/ pemakaian jasa sesuai dengan kemauan serta kebutuhannya.[12]

Promosi ialah aktivitas komunikasi di mana organisasi penyelenggaraan pariwisata berupaya pengaruhi khalayak dari mana penjualan produknya tergantung. Bermacam tata cara promosi bisa ditempuh oleh pemasar produk pariwisata, sehingga jadi sangat berarti untuk menetapkan tujuan promosi yang hendak dicapai terlebih dulu.[13] Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk

---

[11]*Ibid*,,4.

[12]Onny Fitriana Sitorus, *Strategi Promosi Pemasaran.* (Jakarta: FKIP UHAMKA, 2017), 7.

[13]I Gde Pitana, I Ketut Surya Diarta, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Ed. I, (Yogyakarta: ANDI, 2009), 177.

atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.

Strategi Promosi merupakan langkah yang wajib diperhitungkan dalam rangkaian kegiatan manajemen pemasaran. Aktivitas pada Strategi Promosi ialah langkah dibidang pemasaran berbentuk interaksi ataupun komunikasi yang dijalankan perusahaaan dengan konsumen ataupun pelanggan. Interaksi yang dibangun pada strategi promosi pemasaran berbentuk pemberian data, mengajak, serta member pengaruh menimpa sesuatu produk.[14]

2. Tujuan Promosi

Setiap perusahaan/industri yang melaksanakan suatu aktivitas pasti memiliki tujuan. Aktivitas promosi dengan tujuan utamanya buat mencari laba. Pada biasanya aktivitas promosi yang dicoba wajib mendasar kepada tujuan berikut :

a. Modifikasi Tingkah Laku

Orang-orang yang melaksanakan komunikasi itu memiliki sebagian alibi, antara lain: mencari kesenangan, mencari dorongan, membagikan pertolongan ataupun instruksi, membagikan data, mengemukakan ilham serta komentar. Sebaliknya promosi, dari segi lain, berupaya mengganti tingkah laku serta komentar. Penjual

[14] Imsar, ”*Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ucok Durian Medan*” Jurnal Tansiq, Vol. 1, No. 2, Januari-Juni 2018.

senantiasa menghasilkan kesan baik tentang dirinya ataupun mendesak pembelian benda serta jasa industri.

b. Memberitahu

Aktivitas promosi itu bisa diperuntukan buat memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran industri. Promosi yang bertabiat data biasanya lebih cocok dicoba pada tahap - tahap dini di dalam siklus kehidupan produk. Rasanya perihal ini ialah permasalahan berarti buat tingkatkan permintaan primer. Sebagian orang tidak hendak membeli benda ataupun jasa saat sebelum mereka mengenali produk tersebut serta apa faedahnya. Promosi yang bertabiat informatif.

c. Membujuk

Promosi yang bertabiat membujuk (persuasif) biasanya kurang disenangi oleh sebagian warga. Tetapi realitasnya saat ini ini malah yang banyak timbul merupakan promosi yang bertabiat persuasif. Promosi demikian ini paling utama ditunjukan buat mendesak pembelian. Kerap industri tidak mau mendapatkan asumsi secepatnya namun lebih mengutamakan buat menghasilkan kesan positif. Perihal ini dimaksudkan supaya bisa berikan pengaruh dalam waktu yang lama terhadap sikap pembeli. Promosi yang bertabiat ini hendak jadi dominan bila produk yang bersangkutan mulai merambah sesi perkembangan di dalam siklus kehidupannya.

d. Mengingatkan

Promosi yang bertabiat menegaskan dicoba paling utama buat mempertahankan merek produk di hati warga serta butuh dicoba sepanjang sesi kedewasaan di dalam siklus kehidupan produk.Ini berarti pula industri berupaya buat sangat tidak mempertahankan pembeli yang terdapat.[15]

3. Bauran Promosi

Meskipun secara universal bentuk- bentuk promosi mempunyai guna yang sama, namun bentuk- bentuk tersebut bisa dibedakan bersumber pada tugas- tugas spesialnya. Sebagian tugas spesial itu ataupun kerap diucap bauran promosi merupakan:

a. Penjualan Personal (*personal selling)*

Penjualan Personal merupakan komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual serta calon pelanggan buat menghadirkan sesuatu produk kepada calon pelanggan serta membentuk uraian pelanggan terhadap produk sehingga mereka setelah itu hendak berupaya serta membelinya.

b. Periklanan

Iklan ialah salah satu wujud promosi yang sangat banyak digunakan industri dalam mempromosikan produknya.Paling tidak ini dapat

[15] Ramsiah Tasruddin, "*Strategi Promosi Periklanan yang Efektif*"Jurnal Al-Khitabah, Vol. II, No. 1, Desember 2015 : 107-116, 111-112.

dilihat dari besarnya anggaran belanja iklan yang dikeluarkan setiap perusahaan untuk merek-merek yang dihasilkannya.

c. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Promosi penjualan merupakan wujud persuasi langsung lewat pemakaian bermacam insentif yang bisa diatur buat memicu pembelian produk dengan lekas serta/ataupun tingkatkan jumlah benda yang dibeli pelanggan.

d. *Public Relations* (Hubungan Masyarakat)

Public relations ialah upaya komunikasi merata dari sesuatu industri buat pengaruhi anggapan, opini, kepercayaan, serta perilaku bermacam kelompok terhadap industri tersebut.

e. *Direct Marketing*(Pemasaran Langsung)

Direct marketing merupakan sistem pemasaran yang bertabiat interaktif, yang memnafaatkan satu ataupun sebagian media iklan buat memunculkan reaksi yang terukur serta ataupun transaksi di sembarang posisi. Dalam *direct marketing* komunikasi promosi diperuntukan langsung kepada konsumen individual, dengan tujuan supaya pesan-pesan tersebut ditanggapi konsumen yang bersangkutan, baik lewat telepon, pos ataupun dengan tiba langsung ke tempat pemasar[16].

[16] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Ed III. (Yogyakarta : ANDI, 2008), 222-232.

B. Produk

1. Pengertian Produk

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk di konsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.[17] Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.[18]

2. Klasifikasi Produk

Klasifikasi produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujud tidaknya, produk dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama yaitu barang dan jasa. Ditinjau dari aspek daya tahannya, terdapa dua macam yaitu:

a. Barang Tidak Tahan Lama

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian.

---

[17] Susatyo Herlambang, *Basic Marketing (Dasar-dasar Pemasaran)*, (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014), 47.

[18] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Ed III, (Yogyakarta: ANDI, 2008), 95.

b. Barang Tahan Lama

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bertahan lama dengan banyak pemakaian.[19]

C. Harga

1. Pengertian Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa. Harga merupakan elemen dari bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, dimana suatu saat harga akan stabil dalam waktu tertentu.[20]

2. Faktor-faktor Penetapan Harga

Secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga yaitu faktor internal dan faktor eksternal :

a. Faktor Internal

1. Tujuan Pemasaran Perusahaan

Faktor utama yang menentukan dalam penetapan harga adalah tujuan pemasaran perusahaan berupa maksimisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, dll.

---

[19]*Ibid*, 98.

[20]Susatyo Herlambang, *Basic Marketing (Dasar-dasar Pemasaran)*. (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014), 47.

2. Strategi Bauran Pemasaran

Harga hanyalah salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu, harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu produk, distribusi, promosi.

2. Biaya

Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

b. Faktor Lingkungan Eksternal

1. Sifat Pasar dan Permintaan

Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya, apakah termasuk persaingan sempurna, persaingan monopilistik, oligopoli atau monopoli.

2. Persaingan

Ada lima kekuatan pokok yang berpengaruh dalam persaingan suatu industri, yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substansi, pemasok, pelanggan, dan ancaman pendatang baru.

3. Unsur-unsur Lingkungan Eksternal

Selain faktor-faktor di atas, perusahaan juga perlu mempertimbangkan faktor kondisi ekonomi, kebijakan dan peraturan pemerintah, dan aspek sosial.[21]

[21] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), 154-157.

D. Pengembangan Usaha dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi

1. Pengertian Pengembangan

Pengembangan merupakan tumbuh dan selanjutnya, kata tumbuh pula berarti mekar terbuka ataupun membentang jadi besar.[22] Pengembangan sesuatu objek wisata hendak berikan akibat positif untuk kehidupan perekonomian warga, ialah membuka peluang berupaya semacam usaha penyediaan santapan, minuman serta usaha transportasi baik tradisional ataupun konvensional. Perihal ini cocok dengan uraian undang- undang Nomor 5/1990 pasal 34 ayat 4, ialah memberikan peluang kepada rakyat untuk turut berfungsi dalam usaha di kawasan pelestarian alam.[23] Pengembangan adalah rancangan mengembangkan sesuatu yang sudah ada dalam rangka meningkatkan kualitas lebih maju.

Menurut Yoeti, Pengembangan ialah usaha maupun tata cara buat memajukan serta tingkatkan sesuatu yang sudah ada Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata tetap hendak diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat buat masyarakat yang ada disekitarnya. Pengembangan pariwisata harus sesuai dengan perencanaan yang matang sehingga bermanfaat baik buat masyarakat, baik pula dari segi ekonomi, sosial, dan pula budaya.[24]

---

[22]Dariusman Abdillah, "*Pengembangan Wisata Bahari Di Pesisir Pantai Teluk Lampung*"1, No. 1, 52.

[23] Gamal Suwantoro, *Dasar-dasar Pariwisata*, Ed. II, (Yogyakarta: ANDI, 2004), 83.

[24] Sefira Ryalita, Primadany "*Analisis Strategi Pengembangan Daerah*" (Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk). *Jurnal Administrasi Publik*. Vol.1 No.4. (Malang).

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Usaha

1. Faktor pendukung

Adapun faktor-faktor pendukung pengembangan bisnis dalam Li (2009: 224), yaitu :

a. Menghasilkan ataupun menaikkan jaringan bisnis
b. Menciptakan pemasukan serta keuntungan yang lebih
c. Kemauan buat memahami persaingan
d. Bisnisnya sudah berjalan dengan baik sehingga tidak terdapat alibi buat tidak mengembangkannya.

2. Faktor penghambat

Menurut Haryadi, terdapat sebagian perihal yang membatasi seseorang pelakon bisnis dalam meningkatkan bisnisnya, ialah:

a. Keterbatasan modal yang dimiliki
b. Ilmu pengetahuan serta teknologi yang terus menjadi modern
c. Enggan dalam mengambil resiko
d. Pembelajaran serta keahlian yang kurang
e. Minimnya motivasi/ dorongan kokoh buat berganti jadi lebih baik
f. Minimnya sdm ataupun tenaga kerja
g. Hanya ingin mencari kesempatan pasar terdekat
h. Kesusahan dalam menyuplai bahan baku[25].

[25] Amri Kumara, R. Moh. Qudsi Fauzy *"Tiga Faktor Penghambat Pengembangan Bisnis Pada Pedagang Muslim Di Pasar Ikan Hias Gunungsari Surabaya"* JESTT Vol. 2 No. 4 April 2015, 308-309.

E. Analisis SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan analisis data yang diperoleh, dicari, ataupun diterima dari bermacam sumber hasil dari persoalan: apa yang lagi terjalin, mengapa terjalin, dimana terjalin serta kapan terjalin, yang seluruhnya berasal dari internal industri serta eksternal berkaitan dengan usaha industri. Analisis ini diperuntukan buat mengukur besarnya kekuatan serta kelemahan industri secara totalitas, dan peluang serta ancaman yang terdapat diluar industri.[26]

Analisis swot merupakan sesuatu wujud analisis suasana dengan mengenali bermacam aspek secara sistematis terhadap kekuatan- kekuatan (*Strengths*) serta kelemahan- kelemahan (*Weaknesses*) sesuatu organisasi serta kesempatan- kesempatan (*Opportunities*) dan ancaman-ancaman (*Threats*) dari area buat merumuskan strategi organisasi.[27]

Kekuatan (*Strength*) merupakan suasana internal organisasi yang berbentuk kompetensi/ kapabilitas/ sumberdaya yang dipunyai organisasi, yang bisa digunakan bagaikan alternatif untuk menanggulangi serta ancaman. Kelemahan (*Weakness*) merupakan suasana internal organisasi dimana kompetensi/ kapabilitas/sumberdaya organisasi susah digunakan buat menanggulangi peluang serta ancaman. *Opportunities*

---

[26] Etika Sabariah, *Manajemen Strategis,* Cetakan 1 (Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR, 2016), 41.

[27]Istiqomah, Irsad Andriyanto, *"Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis"* (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus). BISNIS, Vol. 5, No. 2, Desember 2017, 370.

(peluang/kesempatan) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang positif. Treaths (ancaman) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang negatif.[28]

Pelaksanaan SWOT pada perusahaan bertujuan buat memberikan suatu panduan supaya perusahaan jadi lebih fokus, sehingga dengan menempatkan analisis SWOT bisa dijadikan sebagai perbandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan serta kelemahan dan kesempatan serta ancaman. Tujuan lain diperlukannya analisis SWOT merupakan dimana tiap produk yang ditawarkan tentu hendak mengalami pasang surut dalam penjualan ataupun yang diketahui dengan sebutan daur hidup produk (life cycle product).[29]

2. Faktor Analisis SWOT

Buat menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, hingga butuh memandang faktor- faktor analisis SWOT Ialah, Faktor eksternal serta internal sesuatu industri.

a. Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini pengaruhi terjadinya *opportunities and threats* (O serta P). Dimana aspek ini bersangkutan dengan kondisi- kondisi yang terjalin diluar industri yang pengaruhi pembuatan keputusan industri.[30]

b. Faktor Internal

Faktor ini pengaruhi terjadinya *strengths and weaknesses* (S serta W). Dimana aspek ini menyangkut keadaan yang terjalin dalam industri, yang mana ini ikut pengaruhi terbentuknyapembuatan keputusan

[28] Ibid, 370-371.
[29]Irham Fahmi, *Manajemen Risiko Teori, Kasus dan Solusi*, (Bandung: Alvabeta, 2010), 356.
[30] Irham Fahmi, *Manajemen Risiko Teori, Kasus dan Solusi*, (Bandung: Alvabeta, 2010), 270.

perusahaan. Meliputi: pemasaran, keuangan, pembedahan sumberdaya manusia, riset serta pengembangan, sistem data manajemen serta budaya industri.[31]

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa, peneliti akan melakukan penelitian dengan memakai teori analisis SWOT yang hanya berfokus pada *Strengths* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) yang terpaut pada sesuatu produk serta harga yang setelah itu dianalisis kelemahan serta kekuatannya.

[31]*Ibid.*

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan, Penelitian lapangan (*field research*) dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif. Ide pentingnya adalah bahwa peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan penelitian tentang fenomena dalam suatu keadaan ilmiah.Perihal demikian, maka pendekatan ini terkait erat dengan pengamatan-berperan serta. Peneliti lapangan biasanya membuat catatan secara ekstensif yang kemudian dibuatkan kodenya dan dianalisis.[1]

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian ke lapangan untuk mengetahui strategi promosi pengembangan wisata kuliner Taman Cery Glompong Bandar Jaya, karena peneliti akan menemukan jawaban-jawaban dari permasalahan yang ada di lapangan secara langsung dan jelas.

2. Sifat Penelitian

Sesuai dengan judul dari penelitian ini, maka penelitian ini bersifat deskriptif. Menurut Cholid Narbuko dan Abu Achmadi "Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan

[1] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*(Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), 26.

masalah yang ada sekarang berdasarkan data, jadi ia juga menyajikan data, menganalisis, dan menginterpretasi".[2]

Penelitian ini bersifat deskriptif, karena penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada. Penelitian deskriptif yang dimaksud dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan suatu kondisi secara akurat mengenai fakta-fakta yang berasal dari sumber baik berupa kata-kata tertulis atau lisan dari narasumber maupun perilaku yang dapat diamati, mengenai strategi promosi pengembanganwisata kuliner Taman Cery Glompong Bandar Jaya.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data dapat diperoleh.[3] Sedangkan data merupakan hasil pencatatan baik berupa fakta maupun angka yang dijadikan bahan untuk menyusun informasi. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpulan data.[4] Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan responden dengan pertimbangan tertentu yaitu berdasarkan kriteria mengenai responden mana yang dapat dipilih sebagai sampel. Data

---

[2]Cholid Narbuko dan Abu Achmadi,*Metodologi Penelitian*(Jakarta: Bumi Aksara, 2013),44.

[3] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*(Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 172.

[4] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 137.

primer penelitian ini didapat dari sumber utama yaitu narasumber yang ada di lokasi wisata kuliner seperti pihak pengelola, dan 8 pengunjung wisata kuliner Taman Cery Glompong Bandar Jaya. Kriteria yang peneliti gunakan untuk dijadikan sebagai sampel adalah pengelola wisata kuliner Taman Cery Glompong yang sudah berdiri lebih dari 5 tahun. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini tentang strategi promosi pengembangan usaha dalam upaya meningkatkan kunjungan, semua data tentang strategi promosi pengembangan usaha diperoleh dari pengelola wisata kuliner Taman Cery Glompong dan pengunjung (wisatawan) sebagai data untuk mengetahui strategi apa yang digunakan untuk pengembangan wisata kuliner Taman Cery Glompong.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.[5] Dalam hal ini peneliti akan mengumpulkan data-data yang diperoleh melalui bahan-bahan kepustakaan. Sumber data sekunder yang peneliti gunakan yaitu buku dan data pendukung maupun arsip-arsip yang berkaitan dengan objek penelitian.

Adapun buku-buku dan jurnal sebagai sumber data sekunder yang terkait dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut: Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ke-3, Yogyakarta: ANDI, 2008, Onny Fitriana Sitorus, *Strategi Promosi Pemasaran*, Jakarta: FKIP UHAMKA, 2017,

[5] *Ibid,* 172.

Gamal Suwantoro, *Dasar-Dasar Pariwisata Ed II,*Yogyakarta: ANDI, 2004, Irham Fahmi, *Manajemen Resiko Kasus dan Solusi*, Bandung: Alvabeta, 2010.

C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan, dilakukan dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung baik informasi maupun keterangan.[6] Metode wawancara dibagi menjadi dua yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur.

Wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara tidak terstruktur. Jadi peneliti hanya membuat pokok-pokok masalah yang merupakan garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan.[7] Karena dalam wawancara tidak berstruktur peneliti belum mengetahui secara pasti data apa yang akan diperoleh, sehingga peneliti lebih banyak mendengarkan apa yang dituturkan oleh responden. Mengenai hal ini, peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada Bapak Suripno Glompong selaku pemilik dan 8 pengunjung sebagai sampel dengan menggunakan teknik *sampling*.

---

[6]Cholid Narbuko dan Abu Achmadi,*Metodologi Penelitian.*, 83.
[7]Suharsimi Arikunto, *ProsedurPenelitian Suatu Pendekatan Praktik.*, 199.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik yang digunakan untuk mencatat, hal-hal yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah agenda dan sebagainya.[8] Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan yang diperoleh dari hasil wawancara dan foto-foto wawancara, Metode ini peneliti gunakan untuk mengetahui tentangsejarah awal berdirinya, dan strategi promosi pengembangan usaha wisata kuliner.

3. Observasi

Metode observasi disebut juga metode pengamatan, yaitu cara pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan informasi yang disaksikan selama penelitian dengan cermat dan sistematik secara langsung dan tidak langsung.[9] Metode observasi dibagi menjadi dua yaitu observasi partisipan dan non partisipan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi non partisipan, yaitu peneliti hanya mengamati secara langsung keadaan objek, tetapi peneliti tidak aktif dan ikut serta secara langsung. Observasi dilakukan dengan melakukan kunjungan atau wawancara dengan responden dan melakukan pengamatan penuh terhadap objek penelitian untuk memperoleh informasi tentang peristiwa dilapangan, sehingga peneliti mendapatkan bukti-bukti valid untuk laporan yang akan diajukan.

---

[8] Suharsimi Arikunto, *ProsedurPenelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 231.

[9]Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*, 1 ed. (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), 209.

D. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif dengan menggunakan metode berfikir induktif. Dalam penerapannya, teknik ini digunakan untuk menganalisa data tentang beberapa fakta konkrit. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan keadaan unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan di pelajari.[10]

Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis yang berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Hipotesis yang dirumuskan berdasarkan data tersebut, selanjutnya dicarikan data lagi secara berulang-ulang sehingga dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak. Bila berdasarkan data yang dikumpulkan secara berulang-ulang dengan teknik triangulasi, ternyata hipotesis diterima, maka hipotesis tersebut berkembang menjadi teori.[11]

---

[10] Suraya Murcitraningrum, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, 73.
[11] Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, 89.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Wilayah Penelitian Objek Wisata Kuliner Taman Cery Glompong Bandar Jaya

1. Sejarah Singkat Kelurahan Bandar Jaya Barat

Kelurahan Bandar Jaya Barat pada awalnya merupakan daerah transmigrasi yang pertama kali dibuka pada tanggal 8 Mei 1954 oleh jawatan transmigrasi dan diberi nama "BANDAR JAYA". Pada saat itu daerah transmigrasi Bandar Jaya merupakan wilayah tanah marga dari masyarakat Terbanggi Besar, sehingga pada tahun awal pembukaannya, daerah transmigrasi Bandar Jaya merupakan bagian kampung atau desa Terbanggi Besar di mana waktu yang menjabat sebagai kepala kampung adalah bapak Darmawan.[1]

Pada awal dibuka oleh jawatan transmigrasi, daerah transmigrasi Bandar Jaya sebenarnya terdiri dari dua Satuan Pemukiman (SP), yaitu SP Bandar Jaya (50 Ha) dan SP Bandar Sari (150 Ha). SP Bandar Jaya pada waktu itu adalah mulai dari jalan A. Yani sekarang (simpang empat sektor polisi) ke arah selatan sejauh 500 meter dengan 100 meter diberi jalan selebar 10 meter, ke arah barat sejauh 500 meter dan ke arah timur sejauh 500 meter dengan ketentuan sama (jalan perempatan-perempatan). SP Bandar Sari pada waktu dibuka kondisinya masih sama seperti sekarang ini. Adapun

[1]Data Balai Desa Bandar Jaya Kabupaten Lampung Tengah, tanggal 13 November 2020

tanah kosong yang terdapat antara SP Bandar Sari merupakan tanah marga milik masyarakat Terbanggi Besar. Pada awal dibukanya daerah transmigrasi Bandar Jaya diisi rombongan transmigrasi dari pulau Jawa sebanyak 80 kk yang terdiri dari dua rombongan, yaitu

1. Rombongan dari Malang dipimpin oleh bapak Ranu Diharjo.
2. Rombongan dari daerah Banyumas dipimpin oleh bapak Darsono.

Semenjak tahun 1956 daerah transmigrasi Bandar Jaya ditetapkan menjadi kampung atau desa *definitive* dengan nama Bandar Jaya. Pada waktu ditetapkan sebagai kampung atau desa *definitive*, Bandar Jaya terdiri dari dua dusun, yaitu dusun Bandar Jaya dan dusun Bandar Sari. Pada tahun 1973 daerah transmigrasi Bandar Jaya oleh jawatan transmigrasi diserahkan kepada Pemda Tk. 11 Kabupaten Lampung Tengah. Berdasarkan kebijakan dari pihak Pemda Tk. 11 Kabupaten Lampung Tengah, maka wilayah di seputaran kampung atau desa Bandar Jaya yang semula adalah tanah marga dari masyarakat Terbanggi Besar dimasukkan ke dalam wilayah kampung atau desa Bandar Jaya sehingga memiliki luas 640 Ha. Sebagai akibat terjadi penambahan luas wilayah yang cukup banyak, maka dibentuk empat dusun baru, yaitu dusun Rantau Jaya 1, Rantau Jaya 2, Rantau Jaya 3, Bandar Jaya Barat, Bandar Jaya Timur, dan Badar Sari.[2]

[2] Data Balai Desa Bandar Jaya Kabupaten Lampung Tengah, 13 November 2020

Berdasarkan pada peraturan daerah Kabupaten Lampung Tengah Nomor 5 Tahun 2002 Tanggal 5 November 2002 tentang "Perubahan Kampung menjadi Kelurahan dan Pembentukan Kelurahan", kampung Bandar Jaya ditingkatkan statusnya menjadi Kelurahan juga sekaligus dipecah menjadi dua Kelurahan, yaitu Kelurahan Bandar Jaya Barat dan Kelurahan Bandar Jaya Timur. Dengan pemisah antara kedua Kelurahan tersebut adalah jalan raya Proklamator atau jalan lintas Sumatera yang membentang di tengah-tengah kampung desa Bandar Jaya. Berdasarkan keputusan Bupati Lampung Tengah Nomor 11 Tahun 2003 tentang Peresmian Perubahan Kampung menjadi Kelurahan dan Pembentukan Kelurahan, maka pada tanggal 28 Agustus 2003 dilaksanakan peresmian kelurahan Bandar Jaya Barat. Belum lama ini Kelurahan Bandar Jaya Barat dan Kelurahan Bandar Jaya Timur meningkat statusnya menjadi perkotaan.Seperti yang ditulis pihak BPS Provisnsi Lampung (2013), menjelaskan bahwa Bandar Jaya Barat dan Bandar Jaya Timur berstatus perkotaan.[3]

Luas wilayah Bandar Jaya Barat saat ini 325 Ha. Semenjak peningkatan status dari kampong menjadi kelurahan dan pemekaran, sampai saat ini belum ada pelaksanaan pengukuran dan penetapan luas oleh dinas atau instansi yang berwenang mengenai

[3] Data Balai Desa Bandar Jaya Kabupaten Lampung Tengah, 13 November 2020

berapa luas sesungguhnya Kelurahan Bandar Jaya Barat, dengan batas wilayah sebagai berikut:

a. Sebelah Utara : berbatasan dengan Kelurahan Yukum Jaya yang ditandai dengan saluran irigasi yang membentang di jalan lintasSumatera.
b. Sebelah Timur : berbatasan dengan Kelurahan Bandar Jaya Timur yangditandai dengan jalan lintas Sumatera yang berada di tengahtengahkedua Kelurahan tersebut.
c. Sebelah Selatan : berbatasan dengan Kelurahan Seputih Jaya yang ditandaidengan PT. Telkom.
d. Sebelah Barat : berbatasan dengan Kampung Adijaya yang ditandai dengansaluran irigasi yang membentang di Lapangan Prosida.

Kelurahan Bandar Jaya Barat berada dalam wilayah Kecamatan Terbaggi Besar dan terletak pada ketinggian 75 meter di atas permukaan laut dengan orbitasi, jarak sebagai berikut.[4]

a. Jarak ke Ibu Kota Kecamatan (Terbanggi Besar) : 7 Km
b. Jarak ke Ibu Kota Kabupaten (Gunung Sugih) : 4 Km
c. Jarak ke Kota Provinsi (Bandar Lampung) :63 Km

Kelurahan Bandar Jaya Barat dan Bandar Jaya Timur memiliki beberapa fasilitas umum. Fasilitas umum ini ada yang dibangun oleh pemerintah adapula yang dibangun oleh perorangan.

[4]Data Balai Desa Bandar Jaya Kabupaten Lampung Tengah, 13 November 2020

Beberapa fasilitas umum Kelurahan Bandar Jaya Barat dan Bandar Jaya Timurdi antaranya.

2. Potensi Wilayah Kelurahan Bandar Jaya

Bandar Jaya Barat dan Bandar Jaya Timur berstatus sebagai Kelurahan. Meski demikian pusat perekonomian masyarakat baik dari Kecamatan maupun Ibu Kota Kabupaten berada di kedua Kelurahan tersebut.Hal ini terjadi karena adanya beberapa pusat perbelanjaan di Kelurahan tersebut, di antaranya Chandra, Putra Baru, dan Plaza Bandar Jaya. Plaza Bandar Jaya adalah pusat dari kegiatan ekonomi di daerah ini karena semua masyarakat dari tingkat ekonomi kecil maupun menengah ke atas bisa berpatisipasi dalam kegiatan ekonomi di Plaza Bandar Jaya ini. Berbeda dengan Chandra dan Putra Baru yang hanya didominasi oleh masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah ke atas.[5]

Di Kelurahan ini sudah banyak dibuka perusahaan, hotel, ataupun warung makan yang menjamur di sepanjang jalan lintas Sumatera yang membuat Kelurahan ini menjadi lebih ramai dan menghidupkan kegiatan perekonomian di daerah tersebut. Di Kelurahan Bandar Jaya Barat saat ini juga berdiri Masjid Agung Istiqlal yang terletak di pinggir jalan lintas Sumatera. Masjid ini merupakan masjid terbesar di wilayah Lampung Tengah.Letaknya yang strategis yaitu berhadapan dengan Plasa Bandar Jaya dan di pinggir jalan lintas Sumatera membuat masjid

[5] Badan Pusat Statistik “Lampung Tengah Dalam Angka 2018”

ini tidak pernah sepi. Banyak masyarakat yang sedang dalam perjalanan memilih masjid ini sebagai tempat ibadah maupun istirahat sejenak. Secara langsung hal ini juga menyebabkan timbulnya kegiatan perekonomian di sekitar masjid yaitu dengan menjamurnya pedagang kecil-kecilan, seperti pedagang baju koko, parfum, somay, empek-empek, dan masih banyak lagi pedagang makanan lainnya yang membuat Kelurahan ini semakin ramai.

Berdasarkan dari data yang ada peneliti dapat menyimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat Bandar Jaya Barat berprofesi sebagai pedagang, karena lokasi yang dekat dengan jalan lintas Sumatra yang ramai dilalui oleh banyak orang maka dari itu Bapak Suripno selaku pemilik usaha timbul ide untuk mendirikan tempat wisata taman Cery Glompong walaupun sudah banyak rumah makan di Bandar Jaya Barat namun taman Cery Glompong mempunyai nilai lebih dari pada yang lain yaitu mobil odong-odong, lomba burung, mandi bola dll yang tidak dimiliki oleh tempat lain.

3. **Sejarah Berdirinya Wisata Kuliner Taman Cery Glompong Bandar Jaya**

Taman Cery glompong didirikan sudah 5 tahun lamanya tepatnya tahun 2015. Taman Cery glompong beralamat di Jl. Manggis No, 23 lingkungan 3, Kelurahan Bandar Jaya barat, Kecamatan Terbanggi Besar, Kabupaten Lampung Tengah, Menurut sang pemilik

yaitu Bapak Suripno Glompong, dahulu beliau memiliki tanah kosong yang dulunya di pergunakan sebagai kebun singkong. Beliau berfikir bagaimana caranya agar tanah kosong ini tidak terbengkalai lagi. Dengan itu maka Bapak Suripno Glompong dengan modal uang sebesar Rp. 20.000.000, mendirikan Objek Wisata kuliner Taman Cery Glompong, yang terinspirasi dari Alun-alun Kidul di Yogyakarta.[6]

Selain itu beliau berfikir supaya masyarakat memiliki ruang terbuka yang bisa di manfaatkan masyarakat untuk berkumpul dengan keluarga. Disamping itu, banyak masyarakat sekitar yang terbantu dari segi ekonominya dengan menjadi karyawan untuk membantu beroperasinya Taman Cery Glompong serta mendapatkan pengahasilan tambahan. Sekarang sudah sekitar 30 karyawan yang dipekerjakan di Taman Cery Glompong karyawan tersebut di tempatkan di bagian masing-masing seperti koki, pelayan, teller, kuli dekorasi, MUA , tukang Parkir dan lain-lain.[7]

Promosi yang dilakukan taman Cery Glompong dengan menggunakan media elektronik seperti radio sudah berhenti tidak dapat beroprasi lagi, dikarenakan pesan yang disampaikan melalui radio hanya searah, sekilas dan tidak bisa ditarik lagi jika telah

[6]Wawancara, Kepada Ibu Restya Selaku Pengelola Taman Cery Glompong, Tanggal 13 November 2020

[7]Wawancara, Kepada Ibu Restya Selaku Pengelola Taman Cery Glompong, Tanggal 13 November 2020

disiarkan. Dan radio juga hubungannya hanya dengan indra pendengar saja.[8]

Tabel. 4.1
Sarana objek wisata Taman Cery Glompong

No	Sarana	Harga
1	Gazebo	Free
2	Kamar Mandi	Free
3	Ruang Ganti	Free
4	Kolam Renang	Rp. 10.000
5	Kolam Pemancingan	Rp. 15.000
6	Gedung Serbaguna	Sewa
7	Spot Selfie	Free
8	Tempat Parkir	Rp. 2.000/Rp. 5.000
9	Mobil Odong-odong	Rp. 25.000/3 kali
10	Lomba Burung	Rp.150.000
11	Mandi Bola	Rp. 5.000
12	Odong-odong Kereta Api	Rp. 10.000
13	Mobil Anak-anak	Rp. 15.000

Sarana merupakan segala sesuatu yang disediakan oleh pengelola objek wisata yang dapat dipakai untuk mencapai maksud dan tujuan dalam berwisata. Diatas merupakan data yang menggambarkan sarana-sarana yang dimiliki dan disediakan oleh taman Cery Glompong untuk membantu tercapainya tujuan berwisata para wisatawan. Fasilitas taman Cery Glompong diberikan untuk memenuhi kebutuhan ±200 wisatawan setiap harinya.

Fasilitas yang dimiliki Taman Cery Glompong cukup lengkap seperti arena bermain yang aman serta bersahabat bagi anak, kolam renang yang memadai, taman hijau yang luas untu bermain anak-anak

[8]Wawancara, Kepada Ibu Restya Selaku Pengelola Taman Cery Glompong, Tanggal 13 November 2020

atau sekedar untuk piknik keluarga diwaktu weekend, fasilitas serta tempat lomba burung sehingga bisa mengadakan event di disana, gedung pertemuan yang luas yang bisa di sewa untuk acara pernikahan, rapat bersama kolega, seminar terbuka dan lain-lain. Dengan biaya parkir Rp.2.000 untuk motor dan Rp. 5000 untuk mobil.[9]

Taman Cery Glompong yaitu tempat rekreasi yang cocok untuk keluarga dan anak-anak muda dan taman ini merupakan tempat wisata sekaligus kuliner. Buka setiap hari beroperasi dari jam 08.00 WIB sampai dengan jam 22.00 WIB. Untuk jumlah pengunjung yang datang akan lebih ramai pada akhir pekan yaitu sabtu dan minggu, sedangkan pendapatan yang di terima tidak menentu tergantung acara yang di adakan setiap bulan nya.[10]

4. **Kekuatan dan Kelemahan dari Segi Produk dan Segi Harga Wisata Kuliner Taman Cery Glompong**

Kekuatan (*Strength*) merupakan suasana internal organisasi yang berbentuk kompetensi/kapabilitas/sumber daya yang dipunyai organisasi, yang bisa digunakan bagaikan alternatif untuk menanggulangi serta ancaman.[11] Kekuatan yang diunggulkan oleh

[9]Wawancara, Kepada Ibu Restya Selaku Pengelola Taman Cery Glompong, Tanggal 13 November 2020

[10]Wawancara, Kepada Ibu Restya Selaku Pengelola Taman Cery Glompong, Tanggal 13 November 2020

[11]Istiqomah, Irsad Andriyanto, *"Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis"* (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus). BISNIS, Vol. 5, No. 2, Desember 2017, 370-371.

perusahaan tersebut seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat diandalkan.

Kekuatan yang dimiliki adalah kekuatan-kekuatan yang secara umum dimiliki oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya dan kekuatan-kekuatan tersebut mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha ditengah persaingan dan kemajuan dunia bisnis, adapun kekuatan-kekuatan yang dimiliki pelaku usaha kualitas produk yang dihasilkan dan harga yang bersaing.

Kelemahan (*Weakness*) merupakan suasana internal organisasi dimana kompetensi/ kapabilitas/sumberdaya organisasi susah digunakan buat menanggulangi peluang serta ancaman.[12] Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja perusahaan, seperti fasilitas, keterampilan pemasaran dan citra produk.

Keberhasilan promosi suatu pengembangan wisata kuliner terjadi saat konsumen mengenal dan tertarik berkunjung ke tempat wisata kuliner. Kegiatan promosi merupakan kegiatan menyebarkan informasi dan mempengaruhi konsumen untuk bersedia menerima segala sesuatu yang ditawarkan wisata kuliner. Untuk mendukung keberhasilan promosi tersebut dibutuhkan kekuatan produk yang berkualitas dan keseimbangan harga yang dapat menarik konsumen.

[12]Istiqomah, Irsad Andriyanto, *"Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis"* (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus). BISNIS, Vol. 5, No. 2, Desember 2017, 370-371

Peneliti telah melakukan wawancara dengan pengelola yaitu Ibu Restya yang menjelaskan bahwa strategi pemanfaatan kekuatan dari segi produk taman Cery Glompong yaitu makanan, ciri khas produk makanan taman Cery Glompong adalah Bakso Glompong, dimana jika masyarakat mendengar istilah Glompong maka terfikirkan adalah produk baksonya. Bakso Glompong memiliki tekstur lembut, empuk, kenyal dan rasa daging sapi yang kuat, warga sekitar menyukai makanan berukuah, produk bebas dari bahan pengawet, mengutamakan brand, menggunakan konsep lesehan dan lokasi strategis mudah diakses.[13] Ibu Restya sebagai pengelola yang mengatakan bahwa kelemahan produk yang ditawarkan tidak bertahan lama. Produk yang dibuat seperti bakso juga mudah ditiru dan banyak dijumpai berbagai tempat lain. Banyaknya pesaing, Jika harga bahan-bahan naik otomatis kami mengurangi ukuran produk dan takaran bahan produk. Modal yang digunakan untuk mengembangkan usaha masih kurang dan promosi yang dilakukan belum maksimal.[14]

Menurut Ibu Restya kekuatan dari segi harga disesuaikan pada kualitas produk, Glompong mempunyai mesin penggilingan bakso sendiri sehingga bisa menekan biaya produksi sekaligus mempermudah dalam pengontrolan kualitas produk dengan kualitas produk bakso Glompong memberikan citra yang membuat konsumen memiliki

[13]Wawancara, Kepada Ibu Restya Selaku Pengelola Taman Cery Glompong, Tanggal 13 November 2020

[14]Wawancara, Kepada Ibu Restya Selaku Pengelola Taman Cery Glompong, Tanggal 13 November 2020

kepercayaan terhadap produk sehingga konsumen tidak keberatan dengan harga yang ditetapkan, Karena timbal balik yang didapat sesuai dengan uang yang dibayarkan. Untuk mempermudah pengenalan produk kepada konsumen Glompong sudah menggunakan media sosial sebagai sarana promosi.[15]

Solusi dari kekuatan produk taman Cery Glompong dengan segala kekuatan yang sudah ada maka kedepannya taman Cery Glompong untuk lebih gencar mempromosikan produk dengan kekuatan yang sudah ada, dalam penjualan dibutuhkan trik-trik khusus agar dagangannya laris dan diminati oleh konsumen dengan cara menggunakan pamflet/baliho atau media lainnya atau pihak Glompong bisa melakukan inovasi dalam berpromosi dengan cara paid promote/open endorse dengan selebgram yang mempunyai followers yang sudah banyak.

Cara strategis yang dilakukan Glompong untuk mengatasi kelemahan kelemahan yaitu menjadikan pesaing sebagai motivasi untuk mempertahankan kualitas produk dan memperbarui jika kualitas menurun, meminimalisir biaya/modal guna untuk melakukan pengembangan, dan untuk menjaga bakso tetap segar ketika dimakan olahan bakso hanyak dapat bertahan selama 2 hari saja.[16]

---

[15]Wawancara, Kepada Ibu Restya Selaku Pengelola Taman Cery Glompong, Tanggal 13 November 2020

[16]Wawancara, Kepada Ibu Restya Selaku Pengelola Taman Cery Glompong, Tanggal 13 November 2020

Tabel 4.2
Daftar harga dan Produk

No	Produk	Harga
1.	**Bakso**	
	1. Bakso Tonasi	Rp. 7.000
	2. Bakso Spesial Jumbo	Rp. 15.000
	3. Bakso Bakar	Rp. 10.000
	4. Bakso Goreng Tepung	Rp. 10.000
	5. Bakso Lada Hitam	Rp. 18.000
	6. Bakso Mercon	Rp. 10.000
2.	**Mie**	
	1. Mie Ayam	Rp. 8.000
	2. Mie Ayam Bakso	Rp. 15.000
	3. Mie Goreng Lengkap	Rp. 12.000
	4. Mie Rebus	Rp. 10.000
3.	**Ayam**	
	1. Ayam Goreng	Rp. 13.000
	2. Ayam Penyet	Rp. 13.000
	3. Ayam Bakar	Rp. 13.000
	4. Sop Ayam Pecok	Rp. 13.000
	5. Ayam Cabe Ijo	Rp. 16.000
	6. Ayam Cah Jamur	Rp. 16.000
4.	**Ikan**	
	1. Lele Goreng	Rp. 10.000
	2. Lele Penyet	Rp. 8.000
	3. Lele Bakar	Rp. 9.000
	4. Emas Goreng	Rp. 15.000
	5. Emas Bakar	Rp. 13.000
	6. Pecel Lele	Rp. 10.000
	7. Lele Lada Hitam	Rp. 11.000
5.	**Nasi**	
	1. Nasi Putih	Rp. 5.000
	2. Nasi Goreng	Rp. 12.000
6.	**Minuman**	
	1. Es The	Rp. 3.000
	2. Es Jeruk	Rp. 5.000
	3. Es Campur	Rp. 5.000
	4. Jus Alpukat	Rp. 8.000
	5. Ju Mangga	Rp. 8.000
	6. Jus Melon	Rp. 8.000
	7. Buah Naga	Rp. 9.000
	8. Sop Buah Alpukat Kerok	Rp. 10.000
	9. Jus Semangka	Rp. 8.000
	10. Jus Apel	Rp. 8.000

Tabel 4.3
Daftar Harga dan Produk Pondok Yangti

No.	Produk	Harga
1.	Ayam Goreng + Nasi	Rp. 17.000
2.	Ayam Penyet + Nasi	Rp. 15.000
3.	Lele Goreng + Nasi	Rp. 13.000
4.	Lele Bakar + Nasi	Rp. 13.000
5.	Nila Goreng + Nasi	Rp. 15.000
6.	Bakso	Rp. 12.000
7.	Mie Ayam	Rp. 8.000
8.	Mie Goreng	Rp. 12.000
9.	Mie Rebus	Rp. 11.000
10.	Es The	Rp. 4.000
11.	Es Jeruk	Rp. 6.000
12.	Jeruk Panas	Rp. 5.000

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa perbandingan produk dan harga yang ada di taman Cery Glompong dan Pondok Yangti terdapat beberapa kesamaan produk namun, dari segi harga Pondok Yangti terbilang cukup mahal dibandingkan dengan taman Cery Glompong. Maka dapat dikatakan bahwa dalam strategi harga taman Cery Glompong memiliki harga lebih terjangkau.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada beberapa pengunjung salah satunya saudari Fitri beliau mengatakan bahwa kunjungannya ke taman Cery Glompong adalah untuk mengkonsumsi santapan yang dihidangkan sekaligus menikmati wahana bermain

yang disediakan. Jadi menurut keterangan Ibu Fitri kekuatan produk yang mendukung ialah banyak pilihan menu makanan kelemahannya terdapat pada menu bakso spesial karena nama produk tidak sesuai dengan produknya menurut saya tidak ada yang spesial dari produk yang diberikan masih sama seperti bakso lainnya.[17]

Hasil wawancara peneliti kepada Ibu Sri, beliau datang bersama dengan keluarganya untuk merayakan ulang tahun salah satu anaknya dengan menikmati wisata kuliner yang tersedia di taman Cery Glompong. Menurut Ibu Sri beliau sudah beberapa kali datang, kekuatannya adalah karena produk yang disediakan pas sesuai dengan selera keluarganya selain itu, keluarga beliau dapat menikmati fasilitas yang tersedia dengan nyaman dan kelemahannya menurut Ibu Sri tidak ada.[18]

Wawancara kepada saudari Rara, ia datang bersama dua rekannya Naila dan Eka berkunjung ke taman Cery Glompong untuk bersantai dan berburu swa foto, selain itu juga di tempat ini. Menurut Rara kekuatannya tersedia banyak makanan yang tidak kalah enaknya pada tempat lain, jadi jangan khawatir kelaparan ya kalau berkunjung kesini dan harganya standar pas dikantong tidak kemahalan atau kemurahan.[19]

---

[17]Wawancara, Kepada Fitri Selaku Konsumen Taman Cery Glompong, Tanggal 13 November 2020

[18]Wawancara, Kepada Ibu SriSelaku Konsumen Taman Cery Glompong, Tanggal 13 November 2020

[19]Wawancara, Kepada Rara Selaku Konsumen Taman Cery Glompong, Tanggal 13 November 2020

Wawancara kepada saudari Cindy, menurut Cindy kekuatan tempat ini merupakan salah satu tempat nongkrong, santai, nyaman, dan ada banyak pilihan makanan dan harganya pun merakyat atau bisa dijangkau semua kalangan. Taman ini terbilang lengkap di daerah Bandar Jaya fasilitasnya seperti pohon cery yang rindang, tempat makan sejuk, pemancingan, kolam renang dan play land dan kelemahaannya terdapat pada mie ayam bakso rasa baksonya seperti bakso aci dan rasa pada mie ayam terlalu banyak rempah-rempah dan racikan kurang pas.[20]

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Maya mengatakan bahwa kekuatan yang terdapat pada produk salah satu yaitu bakso terdapat berbagai pilihan rasa yang unik sesuai nama menu bakso yang ada, harga yang ditawarkan tidak terlalu tinggi dengan tetap mempertahankan kualitas. Kelemahan yang terdapat seperti harus menunggu makanan yang dipesan dan harus membawa sendiri tanpa diantar. Yang menarik di taman Cery Glompong adalah keberadaannya yang strategis dan suasana alam yang masih asri menjadikan daya tarik tersediri bagi taman Cery Glompong.[21]

Hasil wawancara kepada Bapak Samsuri mengatakan bahwa kekuatan yang terdapat seperti banyak fasilitas yang bisa digunakan dengan nyaman. Kelemahan dari segi produk yang ditawarkan

[20]Wawancara, Kepada Cindy Selaku Konsumen Taman Cery Glompong, Tanggal 13 November 2020

[21]Wawancara, Kepada Ibu Maya Selaku Konsumen Taman Cery Glompong, Tanggal 13 November 2020

cenderung monoton tidak dilakukan inovasi agar pengunjung tidak bosan untuk datang kembali dan rasa makanannya sama saja. Dari segi harga seperti fasilitas odong-odong menurut Bapak Samsuri untuk sewa 3 kali putaran dikenakan biaya sebesar Rp. 25.000 itu sedikit lebih mahal dibandingkan tempat lain yang mengenakan biaya Rp. 15.000 sepuasnya.[22]

Wawancara kepada saudari Khusnul mengatakan bahwa kekuatan dari produk tedapat pada rasa yang menurut Khusnul enak dan memiliki beberapa cabang Glompong di tempat yang nyaman dan ramai. Kelemahan dari segi produk wisata taman Cery Glompong adalah pelayanan yang terbilang lama untuk memesan seporsi bakso sehingga konsumen dibuat menunggu lebih lama selain itu, konsumen diharuskan membawa pesanannya sendiri. Sedangkan dari segi harga bagi saudari Khusnul sebagai pelajar yang masih SMA harganya kurang bersahabat. Saudari Khusnul mengetahui taman Cery Glompong karena ajakan temannya.[23]

Wawancara kepada Saudari Retno mengatakan bahwa kekuatan yang terdapat pada produk ditaman Cery Glompong yaitu selain menyediakan makanan siap saji juga menyediakan produk mentah yang dikemas seperti bakso dan mie gilingan. Kelemahan dari segi produk wisata taman Cery Glompong yaitu ketika saudari Retno

[22]Wawancara, Kepada Bapak Samsuri Selaku Konsumen Taman Cery Glompong, Tanggal 13 November 2020

[23]Wawancara, Kepada Khusnul Selaku Konsumen Taman Cery Glompong, Tanggal 13 November 2020

membeli produk bakso kemasan dengan merk Glompong. Bakso yang dibeli tidak tahan lama setelah lewat dari 10 hari bakso tidak bisa dikonsumsi lagi. Sedangkan dari sisi harga untuk bakso kemasan dengan isi 20 bakso dibandrol dengan harga Rp. 25.000.Tidak dilakukannya promosi bakso kemasan dengan merk Glompong maka hanya orang tertentu yang tahu.[24]

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan taman Cery Glompong mempunyai kekuatan dalam segi harga. Harga yang ditetapkan oleh taman Cery Glompong yaitu memakai metode *competition based pricing*yaitu penetapan harga berdasarkan persaingan dengan tipe *going rate pricing* yaitu penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku. Dimana perusahaan dapat memberikan harga lebih tinggi sama atau lebih rendah dari harga pesaing.

Dari segi produk banyak pilihan seperti taman yang luas untuk tempat makan, fasilitas permianan anak seperti: Mobil kereta, mandi bola, mobil anak, mobil odong, kolam renang, dan event yang konsisten dilakukan setiap hari minggu sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang datang berkunjung.

Berdasarkan dari hasil observasi yang peneliti lakukan bahwa dapat diambil kesimpulan kelemahan yang dimiliki oleh wisata taman Cery Glompong yaitu tidak dilakukannya koordinasi dengan

[24]Wawancara, Kepada RetnoSelaku Konsumen Taman Cery Glompong, Tanggal 13 November 2020

masyarakat setempat. Jika dilakukan pengkonsultasian dengan masyarakat setempat maka pengelola dapat mendengarkan keluh kesah serta masukan untuk bahan evaluasi. Pendekatan dengan masyarakat sangat diperlukan karena masyarakat berguna untuk bekerja sama mempromosikan serta mengkondusifkan lingkungan.

Produk yang ditawarkan memang inovatif banyakpilihan.Namun, beberapa produk seperti bakso mudah sekali basi. Dan dari awal berdirinya di tahun 2015 wisata taman Cery Glompong hanya menambah produk wedding organizer saja. Menandakan pengelola kurang inovatif dalam pengembangan fasilitas dan produk.

Pelayanan di taman Cery Glompong Bandar Jaya terbilang lama dan diharuskan membawa pesanannya karena Glompong hanya memiliki 2 pelayan per stand yang terdiri dari 8 stand, maka dari itu konsumen diwajibkan menunggu pesanan dan membawanya sendiri tanpa diantar dengan jumlah pengunjung yang tidak dapat dipastikan.

B. Analisis Strategi Promosi Pengembangan Wisata Kuliner Taman Cery Glompong

Berdasarkan hasil penelitian kekuatan dan kelemahan ditaman Cery Glompong dalam hal promosi, berdasarkan teori promosi yang dilakukan oleh taman Cery Glompong sejauh ini belum maksimal dalam strategi promosi dikarenakan promosi yang digunakan melalui media

sosial, terbatasnya pengetahuan dan kemampuan mengenai teknologi informasi serta kurangnya tim manajemen sehingga promosi belum berjalan secara maksimal. Taman Cery Glompong melakukan promosi dengan metode pemasaran langsung (*Direct Marketing*) komunikasi langsung dengan pelanggan yang diincar secara khusus untuk memperoleh tanggapan dengan cara mempromosikan pada pengunjung yang sudah datang, lalu pengunjung itu memberi tahu ke teman-temannya bagaimana pengalamannya setelah datang berkunjung ke taman Cery Glompong. Seharusnya promosi memerlukan berbagai variasi, seperti promosi dengan menggunakan metode hubungan masyarakat (*Public Relation*) membangun hubungan baik dengan publik terkait untuk memperoleh dukungan, membangun citra perusahaan yang baik menyingkirkan gosip cerita dan peristiwa yang dapat merugikan. Metode ini lebih efektif dan memerlukan biaya untuk promosi cenderung sedikit.

Teori yang peneliti gunakan disini adalah teori **"Promosi"**yang dijelaskan sebagai berikut:

Strategi Promosi merupakan langkah yang wajib diperhitungkan dalam rangkaian kegiatan manajemen pemasaran. Aktivitas pada Strategi Promosi ialah langkah dibidang pemasaran berbentuk interaksi ataupun komunikasi yang dijalankan perusahaaan dengan konsumen ataupun pelanggan. Interaksi yang dibangun pada strategi promosi pemasaran

berbentuk pemberian data, mengajak, serta memberi pengaruh menimpa sesuatu produk.[25]

Berdasarkan hasil penelitian kekuatan dan kelemahan ditaman Cery Glompong dalam hal pengembangan, berdasarkan teori pengembangan yang dilakukan bahwa taman Cery Glompong belum memanfaatkan secara maksimal potensi yang mereka miliki dalam mengembangkan usaha taman Cery Glompong karena terhambat biaya, terlihat dari proses produksi dan pemasaran. Pengunjung mudah bosan dengan fasilitas dan potensi yang ada namun belum maksimal dianggap jadi kendala untuk mengembangkan usahanya.

Teori yang peneliti gunakan selanjutnya adalah jurnal penelitian **"Pengembangan Usaha"** yang menjelaskan sebagai berikut:

Pengembangan ialah usaha maupun tata cara buat memajukan serta tingkatkan sesuatu yang sudah ada. Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata tetap hendak diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat buat masyarakat yang ada disekitarnya. Pengembangan pariwisata harus sesuai dengan perencanaan yang matang sehingga bermanfaat baik buat masyarakat, baik pula dari segi ekonomi, sosial, dan pula budaya.[26]

Selama ini pengelola taman Cery Glompong sudah berupaya untuk mengembangkan serta mempromosikan taman Cery Glompong. Seperti

---

[25] Imsar, "*Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ucok Durian Medan*" Jurnal Tansiq, Vol. 1, No. 2, Januari-Juni 2018.

[26]Sefira Ryalita, Primadany "*Analisis Strategi Pengembangan Daerah*" (Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk). *Jurnal Administrasi Publik*. Vol.1 No.4. (Malang).

halnya taman Cery Glompong rutin mengadakan special event lomba kicau burung setiap minggu atau 1 bulan sekali. Special event itu bertujuan untuk menarik lebih banyak pengunjung untuk datang. Dapat dilihat dari tabel pengujung yang mana sebelum pandemic covid-19 ada, taman Cery Glompong mengalami peningkatan pengunjung salah satunya terjadi ketika akhir pekan dimana special event lomba burung berlangsung.

Selain itu pengelola taman Cery Glompong sedang merencanakan kerjasama dengan pemerintah daerah. Agar kedepannya taman Cery Glompong dapat berpartisipasi dalam mengikuti festival pariwisata yang biasa diadakan setiap satu tahun sekali untuk memperkenalkan produk wisata yang ada di Lampung Tengah. Selanjutnya pengelola sedang berusaha untuk meningkatkan kinerja, meningkatkan promosi, melakukan perluasan jaringan bisnis, mengelola sumber daya yang sudah ada, selalu mengutamakan pelayanan dan senantiasa melakukan inovasi produk.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis dan pembahasan secara mendalam terhadap data hasil penelitian dilapangan, penelitian ini menghasilkan kesimpulan strategi promosi pengembangan wisata kuliner taman Cery Glompong sebagai berikut:

Bahwa kekuatan dari produk dan harga yaitu dari segi produk rata-rata pengunjung mengatakan kekuatan terdapat pada menunya yangbervariasi, sedangkan dari segi harga pengunjung lebih banyak mengatakan bahwa harga produk yang ada di taman Cery Glompong standar untuk pengunjung, selain itu di taman Cery Glompong tidak hanya menyediakan makanan siap saji melainkan menyediakan produk mentah yang dikemas seperti bakso dan mie gilingan.

Di taman Cery Glompong terdapat kelemahan dari produk dan harga yaitu dari segi produknya rasa yang ditawarkan tidak berbeda dengan produk yang sama tapi tidak mempunyai merk yang sudah terkenal seperti merk dagang Glompong, kelemahan taman Cery Glompong juga terdapat pada pelayanannya pengunjung kurang puas dengan pelayanan yang sudah ada seperti halnya pelayanannya yang terbilang lama untuk memesan seporsi menu sehingga pengunjung dibuat menunggu terlalu lama dan diharuskan membawa pesanannya sendiri. Kelemahan dari segi

harga hanya terdapat pada biaya sewa Odong-odong yang mahal untuk 3 kali putaran dikenakan biaya Rp. 25.000.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan maka peneliti akanmemberikan saran-saran agar menjadi lebih baik kedepannya:

Kepada pengelola taman Cery Glompong yang belum menggunakan sosial media dengan maksimal dalam mengembangkan usahanya agar ditingkatkan lagi dalam mempromosikan produknya guna mencapai pasar-pasar yang lebih luas. Lebih di utamakan lagi produk yang berkualitas dan penentuan harga yang seimbang agar konsumen dapat tertarik dan membeli produk tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, Dariusman. *Pengembangan Wisata Bahari Di Pesisir Pantai Teluk Lampung*. I, No. 1.

Akbar, Auzan Tawadlu, Edriana Pangestu. "Peran Kuliner Dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru." Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.50 No.1 September 2017.

Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Cet. Ke-4. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.

Fahmi, Irham. *Manajemen Risiko Teori, Kasus dan Solusi.* Bandung: Alvabeta, 2010.

Fauzi, Ahmad Teguh."Analisis Strategi Promosi Pada Perusahaan Industri Karoseri bak Truk PT . Gunung Mas Andikarya Kabupaten Malang." Jurnal Ilmiah , Vol. 1, NO.2, 2012/2013.

Herlambang, Susatyo. *Basic Marketing (Dasar-dasar Pemasaran.*Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014.

Imsar."*Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ucok Durian Medan"*. Jurnal Tansiq,Vol. 1, No. 2, Januari-Juni 2018.

Istiqomah, Irsad Andriyanto. "*Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis"* (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus). BISNIS, Vol. 5, No. 2, Desember 2017.

Kumara Amri, R. Moh. Qudsi Fauzy "Tiga Faktor Penghambat Pengembangan Bisnis Pada Pedagang Muslim Di Pasar Ikan Hias Gunungsari Surabaya" JESTT Vol. 2 No. 4 April 2015, 308-309.

Leleyah,Siti. "Analisis strategi pengembangan bisnis kuliner dalam perspektif Ekonomi Islam" *(Study Kasus pada usaha Kang Bagong catering Semarang).*UIN Walisongo Semarang : 2017.

Meleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.

Mimin, Hermina. *Strategi promosi dalam pemasaran (study kasus pada DLUX Musro Club Samarinda*). Universitas Sanata Dharma : 2011.

Murcitraningrum, Suraya. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam.* (Ta'lim Press: Bandar Lampung, 2013).

Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi.*Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.

Pitana, I Gde dan I Ketut Surya Diarta.*Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI, 2009.

Ryalita, Sefira. Primadany.“Analisis Strategi Pengembangan Daerah.”(Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Ngajuk. Jurnal Administrasi Publik. Vol. 1, No. 4 Malang.

Sabariah, Etika. *Manajemen Strategi*. Cet. 1. Yogyakarta: Herry CK, 2016.

Sitorus, Onny Fitriana. *Strategi Promosi Pemasaran.* Jakarta: FKIP UHAMKA, 2017.

Sugiyono.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.

Suharsaputra, Uhar. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. 1 ed. Bandung: PT. Refika Aditama, 2012.

Suwantoro, Gamal.*Dasar-dasar Pariwisata.* Yogyakarta: ANDI, 2004.

Tasruddin, Ramsiah. “Strategi Promosi Periklanan yang Efektif.” Jurnal Al-Khitabah, Vol. II, No. 1, Desember 2015.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ke-3. Yogyakarta: ANDI, 2008.

Yulianti. *“Analisis strategi promosi melalui pemanfaatan media sosia instagram dalam meningkatkan penjualan produk online shop ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam.”*UIN Bandar Lampung : 2019.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

STRATEGI PROMOSI PENGEMBANGAN WISATA KULINER TAMAN CERY GLOMPONG
(Studi Kasus Taman Cery Glompong Bandar Jaya)

A. Wawancara (Interview)

1. **Daftar pertanyaan yang diajukan kepada Narasumber (Pengelola Taman Cery Glompong)**
   a. Sejak kapan wisata kuliner Taman Cery Glompong berdiri?
   b. Apa yang menarik dari tempat wisata ini?
   c. Biasanya pada hari apa tempat wisata ini mengalami pembludakan pengunjung?
   d. Apa yang menjadi alasan pemilik memilih lokasi usaha?
   e. Berapa pemasukan tempat wisata Taman Cery Glompong?
   f. Berapa pengeluaran yang harus dikeluarkan setiap bulan untuk perawatan Taman Cery Glompong?
   g. Kendala apa yang dialami dalam mengembangkan wisata kuliner Taman Cery Glompong ?
   h. Seberapa besar peran masyarakat setempat dalam dalam mengembangkan Taman Cery Glompong?
   i. Bagaimana dalam mempromosikan wisata kuliner Taman Cery Glompong?
   j. Bagaimana upaya dalam mendatangkan pengunjung?
   k. Seberapa penting peran Taman Cery Glompong dalam mendorong perekonomian?
   l. Apa kekuatan dari segi produk dan segi harga yang ditetapkan di Taman Cery Glompong?
   m. Apa kelemahan dari segi produk dan segi harga di tempat ini?

2. **Daftar pertanyaan yang diajukan kepada pengunjung wisata kuliner Taman Cery Glompong**
   a. Dari mana anda tahu wisata kuliner Taman Cery Glompong?
   b. Bagaimana pendapat anda mengenai kekuatan dari produk dan harga yang ada di Taman Cery Glompong?
   c. Apa kelemahan dari produk dan harga yang ada ditempat ini?
   d. Apa yang membuat anda tertarik untuk mengunjungi wisata kuliner Taman Cery Glompong?
   e. Bagaimana menurut anda tentang promosi yang dilakukan wisata kuliner Taman Cery Glompong?

B. Dokumentasi

1. Lokasi wisata kuliner Taman Cery Glompong Bandar Jaya
2. Foto wawancara dengan pengelola wisata kuliner Taman Cery Glompong
3. Foto wawancara dengan pengunjung wisata kuliner Taman Cery Glompong

Metro, 9 November 2020

Mahasiswa ybs

Miftakhul Janah

NPM. 1602040199

Mengetahui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Hj. Siti Zulaikha, S.Ag. M.H	**Elfa Murdina, M.Hum**
NIP. 19720611 199803 2 001	NIP. 19801206 200801 2 010

OUTLINE

STRATEGI PROMOSI PENGEMBANGAN WISATA KULINER TAMAN CERY GLOMPONG
(Studi Kasus Taman Cery Glompong Bandar Jaya)

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN NOTA DINAS

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang
B. Pertanyaan Penelitian
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Promosi, Konsep dan Tujuan Promosi
   1. Strategi Promosi
   2. Tujuan Promosi
   3. Bauran Promosi

B. Produk
1. Pengertian Produk
2. Klasifikasi Produk
C. Harga
1. Pengertian Harga
2. Faktor-faktor dalam Penetapan Harga
D. Pengembangan Bisnis dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi
1. Pengertian Pengembangan
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Bisnis
E. Analisis SWOT
1. Pengertian Analisis SWOT
2. Faktor Analisis SWOT

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian
1. Jenis Penelitian
2. Sifat Penelitian
B. Sumber Data
1. Sumber Data Primer
2. Sumber Data Sekunder
C. Teknik Pengumpulan Data
1. Wawancara
2. Dokumentasi
3. Observasi
D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Wilayah Penelitian Wisata Kuliner Taman Cery Glompong Bandar Jaya
1. Sejarah Singkat Kelurahan Bandar Jaya Barat
2. Potensi Wilayah Kelurahan Bandar Jaya Barat
3. Sejarah Berdirinya Wisata Kuliner Taman Cery Glompong Bandar Jaya
4. Kekuatan dan Kelemahan dari Segi Produk dan Segi Harga Wisata Kuliner Taman Cery Glompong
B. Analisis Strategi Promosi Pengembangan Wisata Kuliner Taman Cery Glompong

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, 31 Oktober 2020

Miftakhul Janah
NPM. 1602040199

Mengetahui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Hj. Siti Zulaikha, S.Ag. M.H	**Elfa Murdiana, M.Hum**
NIP. 19720611 199803 2 001	NIP. 19801206 200801 2 010

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Nomor : 1526/In.28.3/D.1/PP.00.9/06/2020 12 Juni 2020
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:
1. Hj. Siti Zulaikha, S.Ag.,M.H
2. Elfa Murdiana, M.Hum

di – Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama	:	Miftakhul Janah
NPM	:	1602040199
Fakultas	:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	:	Ekonomi Syariah (Esy)
Judul	:	Analisis Strategi Promosi Pengembangan Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisata Kuliner Taman Cery Glompong Di Bandar Jaya Lampung Tengah

Dengan ketentuan :
1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
   a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
   b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
   a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
   b. Isi ± 3/6 bagian.
   c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;
e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah

Fakultas/Jurusan: FEBI/ESy

NPM : 1602040199

Semester / TA : X/2021

NO.	Hari/Tgl	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin 11 Januari 2021	ACC Bab IV-V Lengkapi unsur-unsurnya Mendaftar ujian	

Dosen Pembimbing I		Mahasiswa Ybs,
Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H **NIP. 197206111998032001**		**Miftakhul Janah** **NPM. 1602040199**

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;
e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah — Fakultas/Jurusan: FEBI/ESy

NPM : 1602040199 — Semester / TA : X/2021

NO.	Hari/Tgl	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	✓	Analisis,,,bukan sekedar menulis ulang teori yang digunakan ini. Tetapi langsung berdasarkan teori harga begini, sedangkan taman cery dalam pelaksanaannya begini, maka sebaliknya bla bla bla.... Kesimpulan nampaknya belum menjawab pertanyaan penelitian Abstrak buat saja 3 alinea,,,yang ketiga hasil penelitian. Mendeskripsikannya harus jelas apa kekuatannya dan apa kelemahannya.	

Dosen Pembimbing I		Mahasiswa Ybs,
Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H **NIP. 197206111998032001**		**Miftakhul Janah** **NPM. 1602040199**

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;
e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah — Fakultas/Jurusan: FEBI/ESy

NPM : 1602040199 — Semester / TA : X/2021

NO.	Hari/Tgl	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	7 Januari 2021	Dalam hasil penelitian: terkesan kontra antara kekuatan/peluang dan tantangan/kelemahan, mengapa? Wawancara di peluang rata2 mengatakan baik, maju, berkembang (produk), menyenangkan yang tidak terlepas dari adanya promosi. Namun kemudian ,, ditantangan hal itu juga ditanggapi negatif oleh pengunjung lain (hasil wawancara). Coba baca lagi teorimu, apakah seperti itu yang dimaksud dengan peluang dan tantangan. Baca lagi fokus penelitian pada masalah apanya? Kalau tidak salah di "harga" dan apa gitu ya?	

Dosen Pembimbing I		Mahasiswa Ybs,
Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H **NIP. 197206111998032001**		**Miftakhul Janah** **NPM. 1602040199**

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah

Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040199

Semester / TA : IX/2020

NO.	Hari/Tgl	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	18/12/2020	Acc BAB V Lan jut BS pembi I	[signature]

Dosen Pembimbing II		Mahasiswa Ybs,
[signature] **Elfa Murdiana, M.Hum** **NIP. 198012062008012010**		[signature] **Miftakhul Janah** **NPM. 1602040199**

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040199 Semester / TA : IX/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	15/12/2020	✓	Acc BAB IV Lanjut BAB V	[signature]
	16/12/2020	✓	Kesimpulan Blm Menjawab Pertanyaan Penelitian	[signature]

Dosen Pembimbing II		Mahasiswa Ybs,
[signature]		[signature]
Elfa Murdiana, M.Hum		**Miftakhul Janah**
NIP. 198012062008012010		**NPM. 1602040199**

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah | Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040199 | Semester / TA : IX/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	14/12/2020		- Mudari penulisan Nama penulis Buka atau akhir apapun dlm skripsi Bisa Berdampak pd Cek Trunit - Perbaiki Beberap Contoh - Tambahkan Analisi tentang upaya sbg Bentuk strategi usaha	

Dosen Pembimbing II		Mahasiswa Ybs,
Elfa Murdiana, M.Hum NIP. 198012062008012010		Miftakhul Janah NPM. 1602040199

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah

Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040199

Semester / TA : IX/2020

NO.	Hari/Tgl	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	13/2020 Des	Pd Pembahasan Kelimatan dan Kelimatan Anda hanya Menyajugan hasil Wawancara tanpa di Analisis dng TEORI ↓ harus ktmp Anda Kaitkan dng TEORI yang sdh Anda Masukan	[signature]

Dosen Pembimbing II		Mahasiswa Ybs,
[signature]		[signature]
Elfa Murdiana, M.Hum		**Miftakhul Janah**
NIP. 198012062008012010		**NPM. 1602040199**

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah | Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040199 | Semester / TA : IX/2020

NO.	Hari/Tgl	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	13/ 2020 Des	Pd penjelasan tentang gambaran lokasi penelitian harusnya anda Munculkan "Apa" Sesuatu yg Mantunya Bs jd Salas Satu Unsur yg Terkait Dg Strategi Promosinya jd Idk hanya menjelaskan "Wilayah" → Coba Cari potensi Wilayah Penelitian yg Menunjang Keberadaan Usaha Masyarakat Bandarjanya.	

Dosen Pembimbing II		Mahasiswa Ybs,
Elfa Murdiana, M.Hum **NIP. 198012062008012010**		**Miftakhul Janah** **NPM. 1602040199**

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah | Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040199 | Semester / TA : IX/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	29/11/2020	2	data produk dari warung Makan yg ada disekitar Begutupa harganya Agar anda Bisa Mengukur & Analisis - Analisis yg anda lakukan Minim Data. Bisa data Primer maupun Sekunder	

Dosen Pembimbing II		Mahasiswa Ybs,
Elfa Murdiana, M.Hum **NIP. 198012062008012010**		**Miftakhul Janah** **NPM. 1602040199**

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040199 Semester / TA : IX/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	29/2020		Data Fakultas umum tdk terkait dng pembahasan Anda → tdk perlu dimasukkan - u/mengulas tdk kelmah & kelmah tangan dan produk Anda harus sajikan data pembandingan	

Dosen Pembimbing II		Mahasiswa Ybs,
Elfa Murdiana, M.Hum NIP. 198012062008012010		Miftakhul Janah NPM. 1602040199

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Miftakhul Janah**
NPM : 1602040199

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : IX / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	10 November 2020	√	ACC APD, Lanjutkan Penelitian	

Dosen Pembimbing I

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Mahasiswa Ybs.

Miftakhul Janah
NPM. 1602040199

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040199 Semester / TA : IX/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	4/2020 / 11		Acc APD lanjut pd perb I	

Dosen Pembimbing II		Mahasiswa Ybs,
Elfa Murdiana, M.Hum **NIP. 198012062008012010**		**Miftakhul Janah** **NPM. 1602040199**

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah — Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040199 — Semester / TA :IX/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	11/02/2020	✓	APD Itu Alat Bagi Peneliti ✓ - Mendapatkan Data → Maka Alat itu jangan Ribet & Terlalu Banyak ↓ Ringkas APD Anda	

Dosen Pembimbing II		Mahasiswa Ybs,
Elfa Murdiana, M.Hum **NIP. 198012062008012010**		**Miftakhul Janah** **NPM. 1602040199**

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;
e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah

Fakultas/Jurusan: FEBI/ESy

NPM : 1602040199

Semester / TA : IX/2020

NO.	Hari/Tgl	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	31 Oktober 2020	• Tambahkan analisis • ACC Outline dan acc bab 1-3 • Penulisan bab 1-3 ajukan ke pemb 2	

Dosen Pembimbing I		Mahasiswa Ybs,
Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H **NIP. 197206111998032001**		**Miftakhul Janah** **NPM. 1602040199**

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah | Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040199 | Semester / TA : IX/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	22/10/2020	✓	Act Outline lanjutkan pd Pemb I	

Dosen Pembimbing II		Mahasiswa Ybs,
Elfa Murdiana, M.Hum **NIP. 198012062008012010**		**Miftakhul Janah** **NPM. 1602040199**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Miftakhul Janah**
NPM : 1602040199

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : IX / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	5/11 2020		Acc Pendahuluan BAB I 5/8 III	[signature]

Dosen Pembimbing II

[signature]

Elfa Murdiana, M.Hum
NIP. 19801206 200801 2 010

Mahasiswa Ybs.

[signature]

Miftakhul Janah
NPM. 1602040199

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah | Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040199 | Semester / TA :IX/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	6/ 2020	✓	Pd BAB I s/d III dilakat lagi kalimat yg masih menulis proposal agar Bisnis Syariah BAB I s/d III sebuah skripsi	
		✓	Perbaiki antara Anda Kuesioner pd sub BAB III	

Dosen Pembimbing II		Mahasiswa Ybs,
Elfa Murdiana, M.Hum NIP. 198012062008012010		Miftakhul Janah NPM. 1602040199

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;
e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah

Fakultas/Jurusan: FEBI/ESy

NPM : 1602040199

Semester / TA :VIII/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Selasa 18 Agustus 20		Acc proposal untuk diseminarkan. Sebelum dittd lengkapi unsur²nya, uji turnitin, baru daftar seminar	✓

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 197206111998032001

Miftakhul Janah
NPM. 1602040199

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;
e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah — Fakultas/Jurusan: FEBI/ESy

NPM : 1602040199 — Semester / TA : ~~VIII~~/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	5 Agustus 20		- Dalam LBM harus ada gambaran strategi promosi yg dilakukan Glamping - perlu data rata² pengunjung tambahkan. - Data primer harus sudah jelas termasuk metodologinya. Maka wawancara metodenya tidak perlu lagi.	

Dosen Pembimbing I

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 197206111998032001

Mahasiswa Ybs,

Miftakhul Janah
NPM. 1602040199

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;
e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah — Fakultas/Jurusan: FEBI/ESy

NPM : 1602040199 — Semester / TA :VIII/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	28/07 2020		- Teori : Strategi Promosi, Pengembangan usaha, dan analisis SWOT (yg lain disimpan dlu) - Sumber data Primer harus jelas metode yg digunakan dalam menentukan informan. - Penulisan daftar	

Dosen Pembimbing I

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 197206111998032001

Mahasiswa Ybs,

Miftakhul Janah
NPM. 1602040199

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040199 Semester / TA :VIII/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	20/ 2020 Juli	✓	Acc BAB III Lanjut PD pemb I	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Elfa Murdiana, M.Hum
NIP. 198012062008012010

Miftakhul Janah
NPM. 1602040199

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website:
www.syariah.metrouniv.ac.id;e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040199 Semester / TA :VIII/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	8/2021 07		Lanjut BAB III	

Dosen Pembimbing II

Elfa Murdiana, M.Hum
NIP. 198012062008012010

Mahasiswa Ybs,

Miftakhul Janah
NPM. 1602040199

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website:
www.syariah.metrouniv.ac.id;e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah | Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040199 | Semester / TA :VIII/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	14/ 2020 /07		A. Konsep & Tujuan Promosi B Urgensi & Peran Promosi dlm pengembangan Usaha C. Faktor² yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha pd poin (C) Anda juga detail thg Usaha & Jenis² nya	

Dosen Pembimbing II

Elfa Murdiana, M.Hum
NIP. 198012062008012010

Mahasiswa Ybs,

Miftakhul Janah
NPM. 1602040199

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website:
www.syariah.metrouniv.ac.id;e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040199 Semester / TA :VIII/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	14/ June 2020		Landasan Teori Bukan Berisi Pengertian Saja ↓ Cari Teori yg Tepat Menggunakan Variabel Judul Anda Coba Lsi Landasan Teori Anda diperbaiki:	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Elfa Murdiana, M.Hum
NIP. 198012062008012010

Miftakhul Janah
NPM. 1602040199

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website:
www.syariah.metrouniv.ac.id;e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040199 Semester / TA :VIII/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	6/ Juli 2020		Acc BAB I lanjut BAB II	

Dosen Pembimbing II

Eifa Murdiana, M.Hum
NIP. 198012062008012010

Mahasiswa Ybs,

Miftakhul Janah
NPM. 1602040199

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website:
www.syariah.metrouniv.ac.id;e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040199 Semester / TA :VIII/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	29/2020 /jun	✓	Cek Lagi Rumusan Masalah Anda ↓ Sungkronkan Jng Lujuan Anda	[signature]

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Elfa Murdiana, M.Hum
NIP. 198012062008012010

Miftakhul Janah
NPM. 1602040199

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website:
www.syariah.metrouniv.ac.id;e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040199 Semester / TA :VIII/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	25/ 2020 Jun	✓	- UBM ärnglu pd pengembangan usaha dimasa pandemi New Normal - Judul Andi Baiknya diperbaiki - Rumusan Masalah disesuaikan dng kajian Andi	

Dosen Pembimbing II

Elfa Murdiana, M.Hum
NIP. 198012062008012010

Mahasiswa Ybs,

Miftakhul Janah
NPM. 1602040199

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website:
www.syariah.metrouniv.ac.id;e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040199 Semester / TA :VIII/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
			- Teknis halaman diperbaiki - Penomoran Footnote perbaiki - Rumusan Masalah Coba Anda Rumusku dg lebih Bagus	

Dosen Pembimbing II

Elfa Murdiana, M.Hum
NIP. 198012062008012010

Mahasiswa Ybs,

Miftakhul Janah
NPM. 1602040199

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website:
www.syariah.metrouniv.ac.id;e-mail:syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Miftakhul Janah Fakultas/Jurusan: FEBI/Esy

NPM : 1602040199 Semester / TA :VIII/2020

NO.	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	16/ 2020 / Juni		Agar fokus kajian Anda tdk terkesan copas dng judul sebelumnya, cosa Anda Baca 3 skripsi 2 Jurnal yang lainya Relevan dng tulis Anda lalu. Anda Review shgn akan Menemukan titik Beda dng kajian skripsi Anda dng sebelumnya. Narasikan & Urausan.	

Dosen Pembimbing II

Elfa Murdiana, M.Hum
NIP. 198012062008012010

Mahasiswa Ybs,

Miftakhul Janah
NPM. 1602040199

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 3074/In.28/D.1/TL.00/11/2020
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Ketua Taman Cery Glompong
Bandar Jaya
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 3073/In.28/D.1/TL.01/11/2020, tanggal 20 November 2020 atas nama saudara:

Nama	:	**MIFTAKHUL JANAH**
NPM	:	1602040199
Semester	:	9 (Sembilan)
Jurusan	:	Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Taman Cery Glompong Bandar Jaya, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PROMOSI PENGEMBANGAN WISATA KULINER TAMAN CERY GLOMPONG (STUDI KASUS TAMAN CERY GLOMPONG BANDAR JAYA)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 20 November 2020
Wakil Dekan I,

Drs. H. M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 3073/In.28/D.1/TL.01/11/2020

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama	:	**MIFTAKHUL JANAH**
NPM	:	1602040199
Semester	:	9 (Sembilan)
Jurusan	:	Ekonomi Syari`ah

Untuk :

1. Mengadakan observasi/survey di Taman Cery Glompong Bandar Jaya, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PROMOSI PENGEMBANGAN WISATA KULINER TAMAN CERY GLOMPONG (STUDI KASUS TAMAN CERY GLOMPONG BANDAR JAYA)".
2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 20 November 2020

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Restya

Wakil Dekan I,

Drs.H. M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-917/In.28/S/U.1/OT.01/11/2020

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama	: MIFTAKHUL JANAH
NPM	: 1602040199
Fakultas / Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 1602040199.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 23 November 2020
Kepala Perpustakaan

Drs. Mokhtarudi Sudin, M.Pd
NIP.195808311981031001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; *email:* iainmetro@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa:

Nama : MIFTAKHUL JANAH

NPM : 1602040199

Jurusan : S1 Ekonomi Syariah

Judul : STRATEGI PROMOSI PENGEMBANGAN WISATA KULINER TAMAN CERY GLOMPONG (Studi Kasus Taman Cery Glompong Bandar Jaya)

Status : LULUS

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dari "Naskah Skripsi" dengan menggunakan aplikasi ***Turnitin Score* 19%**.

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 12 Januari 2021
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Dharma Setyawan, MA
NIP. 19880529 201503 1 005

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website:www.metrouniv.ac.id; *email*: iainmetro@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMREHENSIF
NOMOR: 1793/In.28.3/D.1/PP.00.9/06/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa:

Nama :Miftakhul Janah
NPM :1602040199
Jurusan :Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas :Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah lulus Ujian Komprehensif dengan rincian sebagai berikut:

No	Materi Komprehensif	Nilai
1	Tafsir Ayat dan Hadits Ekonomi	80
2	Manajemen Keuangan Syariah	80
3	Fiqih Ibadah	71
4	Fiqih Muamalah	85
5	Ekonomi Mikro Makro Islam	80
6	Bank Lembaga Keuangan Syariah	85
7	BTQ Dan Hafalan	71
Nilai Akhir		**79**

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 17 Juni 2020
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. H. M. Saleh, MA
NIP. 19650111993031001

DOKUMENTASI PENELITIAN

Dokumentasi Bersama Salah Satu Karyawan Perwakilan Pengelola Wisata Kuliner Taman Cery Glompong Bandar Jaya Pada Tanggal 20 November 2020.

Dokumentasi Bersama Fitri Pengunjung Wisata Taman Cery Glompong Bandar Jaya Pada Tanggal 20 November 2020.

Dokumentasi Bersama Ibu Sri Pengunjung Wisata Kuliner Taman Cery Glompong Bandar Jaya Pada Tanggal 20 November 2020.

Dokumentasi Bersama Ibu Rara Pengunjung Wisata Kuliner Taman Cery Glompong Bandar Jaya Pada Tanggal 20 November 2020.

Dokumentasi Bersama Cindy Pengunjung Wisata Kuliner Taman Cery Glompong Bandar Jaya Pada Tanggal 20 November 2020.

Dokumentasi Bersama Ibu Maya Pengunjung Wisata Kuliner Taman Cery Glompong Bandar Jaya Pada Tanggal 20 November 2020.

Dokumentasi Bersama Bapak Samsuri Pengunjung Wisata Kuliner Taman Cery Glompong Bandar Jaya Pada Tanggal 20 November 2020.

Dokumentasi Bersama Khusnul Pengunjung Wisata Kuliner Taman Cery Glompong Pada Tanggal 20 November 2020.

Dokumentasi Bersama Retno Pengunjung Wisata Kuliner Taman Cery Glompong Pada Tanggal 20 November 2020.

Dokumentasi Taman cery Glompong Bandar Jaya Pada Tanggal 20 November 2020

Dokumentasi Permainan Odong-odong Kereta Api Taman Cery Glompong Bandar Jaya Pada Tanggal 20 November 2020

Dokumentasi Permainan Mobil Anak-anak Taman Cery Glompong Bandar Jaya Pada Tanggal 20 November 2020

Dokumentasi Lomba Burung Taman Cery Glompong Bandar Jaya Pada Tanggal 20 November 2020

Dokumentasi Permainan Anak Mobil Odong-odong Taman Cery Glompong Bandar Jaya Pada Tanggal 20 November 2020.

RIWAYAT HIDUP

Miftakhul Janah, lahir di Setia Marga pada tanggal 07 Agustus 1997. Nama panggilan Mifta, dibesarkan di Lampung sampai sekarang.Tinggal di Desa Setia Marga Jalan 12, Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah.Anak pertama dari pasangan Bapak Sutikno dan Ibu Poniyem.

Penulis menyelesaikan pendidikan formalnya di SD Negeri 4 Terbanggi Besar selesai pada tahun 2010, kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 2 Terbanggi Besar selesai tahun 2013, dan selanjutnya melanjutkan ke Sekolah Kejuruan di SMK Negeri 1 Terbanggi Besar selesai pada tahun 2016. Pada tahun 2016 penulis terdaftar menjadi mahasiswi Jurusan S1 Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN Metro) dimulai pada semester 1 TA. 2016/2017.