

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN EKOWISATA
DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN
(STUDI PADA WISATA TAMAN GESWOOD KAB. PRINGSEWU)**

Oleh :

**HAFIDZ RIVALDI
NPM: 1704040225**



**Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H/2021 M**

**STRATEGI PEMASARAN EKOWISATA
DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN
(STUDI PADA WISATA TAMAN GESWOOD KAB. PRINGSEWU)**

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

Oleh :

HAFIDZ RIVALDI

NPM. 1704040225

Dosen Pembimbing : Dliyaul Haq, M.E.I.

Jurusan Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H/2021 M**

NOTA DINAS

No : -
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Hal : **Untuk Dimunaqosyahkan**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di –
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah saya mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara :

Nama : HAFIDZ RIVALDI
NPM : 1704040225
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : STRATEGI PEMASARAN EKOWISATA DALAM
MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN (STUDI
PADA WISATA TAMAN GESWOOD KAB. PRINGSEWU)

Sudah dapat saya setujui dan dapat diajukan ke fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk di munaqosyahkan. Demikianlah harapan saya atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Metro, Oktober 2021

Dosen Pembimbing



Dliyaul Haq, M.E.I
NIP. 198121012015031002

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka skripsi dibawah ini:

Judul : STRATEGI PEMASARAN EKOWISATA DALAM
MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN (STUDI
PADA WISATA TAMAN GESWOOD KAB. PRINGSEWU)
Nama : HAFIDZ RIVALDI
NPM : 1704040225
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk diujikan dalam Sidang Munaqosyah pada Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, Oktober 2021

Dosen Pembimbing



Dliyaul Haq, M.E.I
NIP. 198121012015031002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Inringulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Fax (0725) 47298; Website: www.metroiniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metroiniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-3896/No.28.3/0/PP.00.9/11/2021

Skrripsi dengan judul STRATEGI PEMASARAN EKOWISATA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN (STUDI PADA WISATA TAMAN GESWOOD KAB. PRINGSEWU) Disusun oleh HAFIDZ RIVALDI NPM 1704040225, Jurusan : Ekonomi Syariah Telah dimunaqsyahkan Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal : Rabu/17 November 2021.

TIM PENGUJI:

Ketua / Moderator : Dityaul Haq, M.E.I.

Penguji I : Hermanita, MM.

Penguji II : Muhammad Ryan Falevi, M.M

Sekretaris : Atika Riasari, M.B.A

()
()
()
()

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. M. Jalil, M.Hum
NIP. 196208121998031001

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN EKOWISATA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN (STUDI PADA WISATA TAMAN GESWOOD KAB. PRINGSEWU)

Oleh:

HAFIDZ RIVALDI

Strategi pemasaran sendiri banyak bentuknya, salah satunya yaitu dalam meningkatkan pendapatan suatu usaha ekowisata pada suatu desa. Dalam penelitian ini Peneliti akan mengkaji tentang strategi pemasaran ekowisata meningkatkan kunjungan wisatawan melalui wisata taman geswood di Desa Wonodadi Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu ingin mengetahui bagaimana strategi taman geswood dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.

Dalam penelitian ini, Peneliti berusaha mengumpulkan sumber-sumber yang relevan yaitu menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Sesuai dengan penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif yakni suatu penelitian yang memfokuskan pada penelitian lapangan (*field Research*). Dalam pengambilan sampel wawancara, peneliti menggunakan teknik sampling yaitu *snawball sampling*, dimana peneliti mencari informasi dari sumber kecil atau sumber pertama dan sumber lainnya dari informasi sumber pertama untuk mendapatkan informasi yang lebih luas.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti lakukan, peneliti menyajikan analisis data bahwa penelitian ini memiliki upaya dalam meningkatkan pendapatan dan memberi dampak pada pengetahuan pentingnya suatu strategi pemasaran dalam suatu ekowisata khususnya wisata taman geswood kabupaten pringsewu.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Ekowisata

ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hafidz Rivaldi

Npm : 1704040225

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

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

Metro, November 2021

Menyatakan,



HAFIDZ RIVALDI
NPM.1704040225

MOTTO

لَهُ مُعَقَّبَاتٌ مِنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

Artinya: “Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaga atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”. (QS. Ar-Ra’d:11).¹

¹ Departemen Agama, *Al-Quran Al-Aliyy dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Dipenogoro,2000) 199.

PERSEMBAHAN

Puji syukur peneliti hanturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Dengan rendah hati peneliti persembahkan keberhasilan studi dan do'a ini kepada:

1. Kedua Orang Tua yang sangat saya hormati dan saya sayangi, yang telah mengasuh, mendidik, membimbing, serta senantiasa dengan tulus dan ikhlas mendo'akan saya dalam meraih keberhasilan saya serta memberi dukungan pendidikan saya.
2. Untuk Keluarga besarku yang telah mendukung dan mendo'akan keberhasilan saya.
3. Bapak Dliyaul Haq, M.E.I selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberi bimbingan dan arahan untuk peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Pengelola Wisata Taman Geswood yang telah membantu dan memfasilitasi penulis selama melakukan penelitian.
5. Para sahabat seperjuangan yang selalu mendukung serta menjadi motivasi tambahan dalam menyelesaikan pendidikan saya.
6. Almamater fakultas Ekonomi dan bisnis islam jurusan ekonomi syariah iain metro.

Terimakasih saya ucapkan atas keikhlasan dan ketulusan dalam mencurahkan do'a untuk saya. Terimakasih untuk perjuangan dan pengorbanan kalian semua. Semoga kita semua selalu termasuk orang-orang yang dapat meraih kesuksesan dan kebahagiaan dunia akhirat. Aamiin.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan Skripsi ini merupakan salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Upaya penyelesaian Skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Siti Nurjanah, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dharma Setyawan, M.A selaku ketua jurusan S1 Ekonomi Syariah
4. Bapak Dliyaul Haq, M.E.I selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan serta memberikan motivasi.
5. Seluruh dosen dan staff yang telah memberikan bimbingan kepada peneliti.
6. Semua pihak yang membantu memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Segala kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan sebagai upaya perbaikan dalam lingkup penelitian ilmiah selanjutnya. Semoga hasil

penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Ekonomi Syariah serta bagi pihak-pihak yang terkait.

Metro, November 2021
Peneliti



Hafidz Rivaldi
NPM.1704040225

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN ABSTRAK.....	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN.....	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Penelitian Relevan	8
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Strategi Pemasaran.....	11
1. Pengertian Strategi Pemasaran	11
2. Komponen Strategi Pemasaran.....	12
3. Bauran Pemasaran	13
B. Ekowisata.....	14
1. Pengertian Ekowisata.	14
2. Pengembangan Ekowisata.	15

	3. Karakteristik Ekowisata.....	16
	4. Tujuan Ekowisata	17
BAB III	METODE PENELITIAN	18
	A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	18
	B. Sumber Data	19
	C. Teknik Pengumpulan Data	20
	D. Teknik Analisis Data.....	22
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	24
	A. Gambaran Umum Wisata Taman Geswood	24
	B. Strategi pemasaran ekowisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan	27
	C. Analisis Strategi Pemasaran ekowisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.....	30
BAB V	PENUTUP	37
	A. Kesimpulan.....	37
	B. Saran.....	38

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Realisasi Jumlah Pengunjung wisata Taman geswood (Pertahun).....	5
Tabel 4.1	Pendapatan Wisata Taman Geswood (Perbulan).....	26
Tabel 4.2	Analisis Strategi Pemasaran Ekowisata dalam Meningkatkan kunjungan wisatawan Berdasarkan data temuan	32

DAFTAR LAMPIRAN

1. Outline
2. APD
3. Foto Dokumentasi
4. SK Pembimbing
5. Surat Tugas
6. Surat Keterangan Izin Research
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
9. Formulir Konsultasi Bimbingan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah salah satu negara yang berkembang yang masih mengalami masalah di dalam perekonomiannya. Kemampuan finansial seseorang berdasarkan tingkat ekonomi tertentu. Kebutuhan manusia digolongkan dari tingkat pendapatannya. Oleh karena itu saat ini kekayaan alam dan keberagaman bangsa Indonesia menyimpan banyak potensi sekaligus peluang berharga untuk Indonesia dalam pengembangan suatu usaha. Sehingga mengharuskan masyarakatnya berfikir kedepan agar mampu menyusun strategi yang tepat untuk menghadapi pesaing. Karena persaingan adalah inti dari keberhasilan atau kegagalan suatu usaha.¹

Strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang dan jasa.² Suatu strategi pemasaran sangat dibutuhkan untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya karena memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen adalah inti pemasaran.³ Namun sebaik apapun segmentasi pasar yang dilakukan tidak akan berjalan baik jika tidak diimbangi strategi yang tepat.

¹ Dimas Handika Wibowo, Zainul Arifin dan Sunarti, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.29 No.1, Desember 2015, 60.

² *Ibid*, 60.

³ H. Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi pemasaran* (Makassar: CV. Sah Media, 2019), 15

Oleh karena itu strategi pemasaran harus dilakukan dengan tepat. Strategi adalah langkah yang harus dijalankan agar mencapai suatu tujuan. strategi pemasaran harus benar-benar matang, sehingga strategi pemasaran yang dipilih dapat menembus pasar. Dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang digunakan untuk melayani pasar sasaran. Salah satu alat untuk menyusun strategi pemasaran agar berhasilnya suatu usaha yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*)⁴

Sesuai dengan firman Allah SWT yang menuntut umatnya untuk selalu berupaya merubah kehidupan. Agar senantiasa mampu mempertahankan kehidupan. Adapun dalil yang berkaitan dengan Inovasi Allah SWT menyebutkan didalam QS. Ar-Ra'd [13]: (11).

لَهُ مُعَقَّبَاتٌ مِنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدٍّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

Artinya:

“Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaga atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”. (QS. Ar-Ra'd:11).⁵

⁴ T. Prasetyo Hadi Atmoko, “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta”, *Journal Of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, Vol.1 No.2, Oktober 2018, 90.

⁵Departemen Agama, *Al-Quran Al-Aliyy dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Dipenogoro,2000) 199.

Maksud dari ayat diatas bahwasanya Allah tidak akan mengubah keadaan seseorang kecuali dia berusaha untuk mengubah keadaan yang ada pada dirinya. Dengan melakukan strategi yang baik dalam membuka suatu usaha baru meningkatkan perubahan didalam diri kita. Pada dasarnya Allah SWT tidak akan memberikan cobaan diluar batas kemampuan hambanya.

Berdasarkan potensi dan peluang yang ada, maka pengembangan pariwisata perlu dilakukan dengan adanya strategi yang baik. Pariwisata perlu mengembangkan strategi dalam acara-acara baru, paket paket wisata baru seperti agrowisata atau ekowisata. Jenis wisata semacam ini selain tidak membutuhkan modal yang besar juga dapat berpengaruh pada masyarakat sekitar.

Ekowisata merupakan perjalanan wisata kesuatu lingkungan baik alam yang alami maupun buatan serta budaya yang ada yang bersifat informatif dan partisipatif yang bertujuan untuk menjamin kelestarian alam dan sosial budaya. Ekowisata menitik beratkan pada tiga hal utama yaitu keberlangsungan alam dan ekologi, memberikan manfaat ekonomi dan secara psikologi dapat diterima dikehidupan sosial masyarakat. Jadi, kegiatan ekowisata secara langsung memberi akses kepada semua orang untuk melihat, mengetahui, dan menikmati pengalaman alam.⁶

Penelitian ini dilakukan karena di kecamatan gading rejo terdapat beberapa tempat wisata yang memanfaatkan alam yang menjadi objeknya.

Diantara banyaknya wisata peneliti memilih taman geswood karena terdapat

⁶ Dias Satria, "Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Ekonomi Lokal Dalam Rangka Program Pengentasan Kemiskinan Diwilayah Kabupaten Malang", *Journal of Indonesian Applied Economic*, Vol. 3 No. 1, 2009, 37-47

perbedaan dalam strategi dan konsisten dalam membuka usaha dibandingkan wisata lainnya. sehingga menjadi suatu hal yang harus di teliti dilihat dalam meningkatkan dan mempertahankan kunjungan wisatawan melalui strategi pemasarannya.

Taman geswood di Desa wonodadi merupakan salah satu sebuah wisata alam yang dulunya sebuah sawah milik desa dengan luas 500m² yang sudah dibangun dari total 3000m² yang diberikan kepada aparat desa namun karena adanya wisata dimana-mana. Maka aparat desa bermusyawarah untuk menjadikan sawah ini menjadi tempat wisata dipergunakan untuk menciptakan wisata alam yang dapat dikunjungi. Obyek wisata ini bukan hanya menawarkan keindahan alam tetapi juga sebagai tempat olahraga seperti futsal dan tempat workout outdoor yang dibangun didalam kawasan geswood.

Peneliti mengambil objek wisata Taman geswood yang dibuka pada 26 September tahun 2019. M. Islam Mahdi M.T.I yang bekerja sebagai ketua BUMDES, serta bertanggung jawab atas pengembangan wisata ini. Awalnya perangkat desa wonodadi melihat desa sebelah dikenal dengan adanya wisata didalam desanya. Oleh karena itu seluruh perangkat desa ingin memiliki wisata yang hanya diolah oleh aparat desa. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui cara strategi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dan dalam menghadapi pesaing. Oleh karena itu Peneliti harus mengetahui cara strategi untuk meningkatkan kunjungan pada taman geswood ini dalam menarik pengunjung dan menghadapi pesaing. Dengan

adanya media sosial taman geswood mengembangkan dengan cara mengundang influencer lalu mengadakan acara seperti lomba fotografi, solo song, dan mewarnai dan dokumentasi acara dan di promosikan melalui media digital yaitu Facebook, Instagram, Whatsapp.⁷

Menurut bapak islam mahdi menjelaskan awalnya dibukanya wisata ini adalah musyawarah perangkat desa wonodadi melihat desa sebelah dikenal dengan adanya wisata didalam desanya. Oleh karena itu seluruh perangkat desa ingin memiliki wisata yang hanya diolah oleh aparat desa. sehingga timbul inisiatif untuk mengembangkan wisata dengan strategi yang baik . wisata geswood ini bukan hanya menawarkan keindahan alam tetapi juga sebagai tempat olahraga seperti futsal dan tempat workout outdoor yang dibangun didalam kawasam geswood. Pendapatan mulai meningkat dari tahun ketahun di karenakan adanya penambahan acara-acara baru dan strategi yang baik dalam menarik pengunjung.⁸

Data Realisasi Jumlah Penunjung Wisata geswood Tahun 2019-2020

No.	TAHUN	JUMLAH PENGUNJUNG
1.	2019	19.163 Pengunjung
2.	2020	22.048 pengunjung

Berdasarkan data pengunjung di atas, relatif meningkat walaupun tidak stabil pada tahun 2020 dikarenakan terhambat karena adanya covid 19

⁷ Wawancara Bapak Islam Mahdi Selaku Pengurus Taman Geswood Pada 30 April 2021.

⁸ Wawancara Bapak Islam Mahdi Selaku Pengurus Taman Geswood Pada 30 April 2021.

yang mengharuskan wisata geswood terpaksa di tutup pada akhir tahun 2020 sekitar tanggal 24 Desember, namun pendapatan 2020 tetap naik di bandingkan pendapatan di tahun 2019 dikarenakan sudah adanya strategi dalam acara-acara dan promosi yang baik dalam mengenalkan wisata geswood di masyarakat luas.

Hasil wawancara bapak Islam Mahdi beliau mengatakan modal awal sepenuhnya dari Alokasi dana desa ADD. Namun, beliau yang mengurus dan bertanggung jawab atas berkembangnya taman ini dari perbaikan atau pembaruan taman geswood. Beliau juga mengatakan pendapatan perbulan yang didapat dari biaya masuk kurang lebih Rp12.000.000,- dan pendapatan parkir dalam sebulan kurang lebih Rp4.800.000,-. Pendapatan dibagi dua yaitu 50% disalurkan ke desa dan 50% nya untuk pengelola taman geswood. Wisata ini memiliki fasilitas seperti tempat foto yang indah, toilet umum, tempat duduk untuk bersantai.⁹

Dari hasil *survei* pengunjung dikenakan pembayaran masuk sebesar Rp5.000,-. Dan parkir Rp2.000,-. Dengan adanya wisata geswood ini memberikan peluang ekonomi kepada masyarakat sekitar di daerah wisata geswood untuk meningkatkan pendapatan. Pendapatan sepenuhnya diterima oleh pengurus Taman geswood dan setengahnya diberikan untuk uang kas desa.¹⁰

⁹ Bapak Islam Mahdi, Wawancara Pengurus Taman Geswood di Desa Wonodadi Pada 30 April 2021.

¹⁰ Wawancara Bapak Islam Mahdi selaku Pengurus Taman Geswood Pada 30 April 2021.

Berdasarkan penjelasan di atas dan memperhatikan fenomena yang terjadi bahwa dalam suatu wisata seharusnya menggunakan strategi yang baik untuk menarik pengunjung dan Peneliti ingin mencari tahu tentang bagaimana strategi wisata geswood ini dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Taman Geswood Kabupaten Pringsewu.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Strategi Pemasaran Ekowisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Pada Wisata Taman Geswood Kab. Pringsewu)**

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran ekowisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan (studi Pada Wisata Taman Geswood Kab. Pringsewu)?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penyusunan dan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara strategi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Taman Geswood Kab. Pringsewu.

2. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini peneliti berharap dapat menjadi salah satu bahan acuan untuk digunakan sebagai berikut:

a. Secara Teoretis

Secara Teoretis penelitian ini diharapkan dapat memberi bantuan ide, tambahan referensi akademisi dan gagasan pendapat bagi perkembangan ilmu ekonomi masyarakat melalui obyek wisata Taman Geswood Kabupaten Pringsewu.

b. Secara Praktis

Secara praktis, bagi wirausaha Penelitian ini dapat memberikan bahan media pengembangan diri dan dapat memperluas ilmu pengetahuan baik yang telah dilakukan Peneliti dalam meningkatkan kunjungan wisatawan wisata Taman Geswood Kabupaten Pringsewu.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan adalah untuk memperkuat hasil penelitian tersebut dengan penelitian yang telah ada. Hasil penelitian terdahulu digunakan peneliti untuk membantu mendapatkan gambaran dalam menyusun kerangka pikir mengenai penelitian ini.

Berikut disajikan terkait beberapa penelitian relevan yang telah lalu diantaranya sebagai berikut:

1. Dalam skripsi Sri Wahyuningsih (2018) ini merupakan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar yang berjudul, “Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba”. Fokus penelitian ini untuk mengetahui pengembangan wisata Pantai Apparalang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba pendukung. Persamaan penelitian ini dengan

penelitian sebelumnya adalah membahas tentang kawasan obyek wisata. Jenis penelitian menggunakan penelitian kualitatif. dalam perbedaan penelitian ini dengan penelitian wisata Pantai Apparalang dengan Penelitian wisata Taman Geswood Kabupaten Pringsewu yaitu wisata Pantai Apparalang berfokus pada Strategi Pengembangan Pariwisata sebagai daerah tujuan wisata sedangkan Fokus Penelitian wisata Taman Geswood Kabupaten Pringsewu berfokus pada Strategi Pemasaran Ekowisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Kesimpulan dari penelitian ini dengan penelitian Wisata Pantai Apparalang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba yaitu membahas tentang pariwisata.¹¹.

2. Skripsi Rivana Asih Mintayu (2018) mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri yang berjudul, “Dampak Pariwisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Pelaku Usaha Dikawasan Wisata Pantai Gemah Tulung Agung”. Fokus penelitian ini menunjukkan bahwa pariwisata pantai glagah berpengaruh terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat pelaku usaha. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah membahas tentang kawasan obyek wisata. Jenis penelitian menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaan dalam penelitian ini dengan Wisata Pantai Gemah Tulung Agung dengan Penelitian ini yaitu Wisata Pantai Gemah Tulung Agung berfokus pada Dampak Pariwisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat sedangkan

¹¹ Sri Wahyuningsih, *Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba*, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018.

Fokus Penelitian ini ingin mengetahui Strategi Pemasaran Ekowisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Kesimpulan penelitian ini dengan penelitian Wisata Pantai Gemah Tulung Agung membahas tentang pariwisata namun penelitian ini membahas Strategi Ekowisata sedangkan penelitian sebelumnya membahas dampak pariwisata.¹²

3. Dalam penelitian Elsa Devi Komalasari (2019) mahasiswa dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang berjudul, “Analisis Pengembangan Sektor Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung)”. Fokus penelitian ini untuk mengetahui cara Pengembangan Sektor Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah membahas tentang kawasan obyek wisata. Jenis penelitian menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaan dalam penelitian ini dengan Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung dengan Penelitian wisata Taman Geswood Kabupaten Pringsewu yaitu Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung berfokus pada cara meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) sedangkan Fokus Penelitian ini pada Strategi Pemasaran Ekowisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Kesimpulan penelitian ini dengan penelitian dinas pariwisata kota bandar lampung membahas tentang meningkatkan kunjungan wisatawan.¹³

¹² Rivana Asih, *Dampak Pariwisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Pelaku Usaha Dikawasan Wisata Pantai Gemah Tulung Agung*, Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2018.

¹³ Elsa Devi Komalasari, *Analisis Pengembangan Sektor Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung)*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *Strategia*, sering diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Strategi adalah keseluruhan konsep bagaimana sebuah perusahaan mengatur dirinya sendiri dan semua kegiatan dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berhasil.¹

Menurut Kotler (2004) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok dalam mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan adalah melalui proses menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut Kartajaya (2005) mendefinisikan pemasaran yang lebih luas, yaitu sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dari suatu penggagas kepada gagasannya.

Strategi pemasaran yaitu serangkaian tujuan dan sasaran rencana yang dilakukan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang ada dengan baik dan mengusai sasaran pasar demi mendapatkan tujuan

¹ T. Prasetyo Hadi Atmoko, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta", *Jurnal of Indonesia Tourism*, Vol.1 No.2, Oktober 2018, 85.

perusahaan dengan maksimal. Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan segmentasi pasar, indentifikasi pasar sasaran, positioning dan bauran pemasaran.²

2. Komponen Strategi Pemasaran

Komponen strategi pemasaran sama saja melaksanakan prosedur tiga langkah secara sistematis, berawal dari strategi segmentasi pasar, target pasar dan positioning pasar sebagai berikut:

- a. Strategi segmentasi pasar yaitu suatu usaha untuk mengelompokkan konsumen dalam beberapa dalam beberapa kelompok yang relatif orang-orang nya cukup homogen. Dalam melakukan segmentasi pasar dilakukan dengan pendekatan kepada masing-masing segmen pasar yang dijadikan sebagai target pasar.
- b. Target pasar sasaran yaitu pemilihan besar atau luasnya segmen sesuai dengan kemampuan suatu perusahaan untuk memasuki segmen tersebut. Sebagian besar perusahaan memasuki sebuah baru melayani satu segmen tunggal, dan terbukti berhasil, maka mereka menambah segmen dan kemudian memperluas secara vertikal atau horizontal. Dalam menelaah pasar sasaran harus mengevaluasi dengan menelaah tiga faktor Ukuran dan pertumbuhan segmen, Kemenarikan struktural segmen dan Sasaran dan sumber daya.

² *Ibid*, 85.

- c. Positioning pasar yaitu Penentuan posisi pasar (*positioning*) adalah strategi untuk merebut posisi di benak konsumen, sehingga strategi ini menyangkut bagaimana membangun kepercayaan, keyakinan, dan kompetensi bagi pelanggan. *positioning* adalah aktifitas membentuk citra dan memposisikan diri di benak konsumen.³

3. Bauran Pemasaran

- a. Produk (*Product*) yaitu dalam pandangan pariwisata sangat erat kaitanya dengan daya tarik wisata yang dalam hal ini tidak hanya dari segi alam saja yakni pembuatan spot foto yang unik itu juga membuat daya tarik wisatawan.
- b. Harga (*Price*) biaya yang dimaksudkan disini yaitu suatu system manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat pada wisata ini. Harga tiket masuk perorang Rp.5000 sesuai dengan kantong wisatawan.
- c. Lokasi (*Place*) daya tarik wisatawan merupakan komponen tempat bagian dari komponen produk. Hal ini dikarenakan dalam pariwisata lokasi atau tempat saluran yang akan dinikmati dan menjadi daya tarik wisatawan untuk mengunjungi.
- d. Promosi (*Promotion*) yaitu dalam menarik wisatawan perlunya strategi yang baik dalam promosi, harus adanya bantuan media sosial

³ M. Dayat, "Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan", *Jurnal Mu'allim*, Vol.1 No.2, juli 2019, 308-310.

dalam menyebarluaskan dan mengenalkan wisata yang patut dikunjungi.

- e. Sarana Fisik (*Physical Evidence*) yaitu kondisi lingkungan yang harus nyaman dan bersih. Agar wisatawan tertarik harus menjaga kebersihan tempat yang nyaman, sejuk, teduh dan rindang.
- f. Orang (*people*) yaitu objeknya adalah karyawan serta wisatawan, meliputi cara berpakaian, ramah, sopan dan penampilan baik itu yang memiliki pengaruh terhadap keberhasilan dalam menarik wisatawan.⁴

Bauran pemasaran didalam strategi pemasaran yaitu serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberikan arahan kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu, lokasi untuk menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berubah.⁵

B. Ekowisata

1. Pengertian Ekowisata

Ekowisata didefinisikan sebagai perjalanan wisata yang bertanggung jawab kesuatu destinasi dengan tujuan untuk mengkonservasi alam serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat local. Ada perbedaan yang cukup kentara antara ekowisata dengan wisata berbasis alam. Pariwisata alam hanya melakukan perjalanan ketempat alami sedangkan ekowisata

⁴ I Gusti Ayu Putu Seri Mahendrayani, "Strategi Pemasaran DayaTarik Wisata Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Sangeh Kabupaten Bandung Provinsi Bali", *Jurnal Destinasi Pariwisata*, Vol. 5 No. 2, 2018, 242-243.

⁵ Nurul Mubarak, "Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista", *I-Economic* Vol.3 No.1, Juni 2017, 78.

secara langsung memberikan manfaat bagi lingkungan budaya, ekonomi dan masyarakat sekitar.⁶

Ekowisata merupakan perjalanan wisata kesuatu lingkungan baik alam yang alami maupun buatan serta budaya yang ada yang bersifat informatif dan partisipatif yang bertujuan untuk menjamin kelestarian alam dan sosial budaya. Ekowisata menitik beratkan pada tiga hal utama yaitu keberlangsungan alam dan ekologi, memberikan manfaat ekonomi dan secara psikologi dapat diterima di kehidupan sosial masyarakat. Jadi, kegiatan ekowisata secara langsung memberi akses kepada semua orang untuk melihat, mengetahui, dan menikmati pengalaman alam.⁷

2. Pengembangan Ekowisata

Ekowisata berbasis masyarakat merupakan usaha ekowisata yang menitikberatkan peran aktif masyarakat. Hal tersebut didasarkan kepada kenyataan bahwa masyarakat memiliki pengetahuan alam serta budaya yang menjadi nilai jual sebagai daya tarik wisatawan. Pola ekowisata dalam mengelola kegiatan wisata dikawasan yang dimiliki secara adat ataupun sebagai pengelola. Adapun prinsip pengembangan ekowisata berdasarkan peraturan menteri dalam negeri Nomer 33 Tahun 2009 sebagai berikut:

⁶ M Suhu Probo Baskoro, "Pengelolaan Kawasan Ekowisata Berbasis Masyarakat Serta Implikasinya Terhadap Ketahanan Masyarakat Desa Sukarara", *JGG-Jurnal Green Growth dan Manajemen Lingkungan*, Vol.5 No.2, Desember 2016, 20.

⁷ Dias Satria, "Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Ekonomi Lokal Dalam Rangka Program Pengentasan Kemiskinan Diwilayah Kabupaten Malang", *Journal of Indonesian Applied Economic*, Vol. 3 No. 1, 2009, 37-47

- a. Kesesuaian antara jenis dan karakteristik ekowisata
- b. Konsevasi, yaitu melindungi, mengawetkan dan memanfaatkan secara lestari sumberdaya alam yang digunakan untuk ekowisata.
- c. Ekonomis, yaitu memberikan manfaat untuk masyarakat setempat dan menjadi penggerak agar usaha ekowisata dapat berkelanjutan.
- d. Edukasi, yaitu mengandung unsur pendidikan untuk mengubah persepsi seseorang agar memiliki kepedulian, tanggung jawab dan komitmen dalam pelestarian lingkungan budaya.
- e. Partisipasi masyarakat, yaitu peran serta masyarakat terhadap ekowisata.
- f. Menampung kearifan local.⁸

3. Karakteristik Ekowisata

Ekowisata mempunyai karakteristik yang spesifik karena adanya kepedulian pada pelestarian lingkungan dan pemberian manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal. Oleh karenanya setiap kegiatan ekowisata harus mengikuti pengelolaan yang berkelanjutan seperti:

- a. Berbasis pada wisata alam.
- b. Menekankan pada kegiatan konservasi

⁸ Emma Hijriati dan Rina Mardiana, "Pengaruh Ekowisata berbasis Masyarakat Terhadap Perubahan Kondisi Ekologi, Sosial dan Ekonomi di Kampung Batusuhunan Sukabumi", *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, Vol.2 No.3, Desember 2014, 147.

- c. Mengacu pada pengembangan pariwisata yang berkelanjutan
- d. Berkaitan dengan kegiatan pengembangan pendidikan
- e. Mengakomodasikan budaya local
- f. Memberi manfaat ekonomi local⁹

4. Tujuan Ekowisata

Sebagai pariwisata berkelanjutan tentunya ekowisata mempunyai tujuan sebagai berikut:

- a. Tercipta kemandirian ekonomi yaitu daya kompetisi dan kemandirian dari tempat pariwisata tersebut.
- b. Tercipta kemakmuran masyarakat lokal yaitu kegiatan pariwisata menyumbangkan keuntungan secara finansial dan kemakmuran bagi masyarakat setempat.
- c. Meningkatkan kualitas dan kualitas tenaga-tenaga kerja lokal dalam bidang pariwisata tanpa diskriminasi ras, jenis kelamin dan lain-lain.
- d. Memberikan kepuasan dan kenyamanan pada pengunjung.
- e. Melestarikan kekayaan budaya lokal.
- f. Menggunakan sumber daya alam secara efesien.¹⁰

⁹ Reydi Marco Manahampi, Leonardus R. Rengkung, Yolanda P. I. Rori dan kawan-kawan "Peranan Ekowisata Bagi Kesejahteraan Masyarakat Bohoi Kecamatan Likupang Barat", *ASE*, Vol.11 No.3, November 2015, 5.

¹⁰ *Ibid*, 3

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah yang terencana secara sistematis, terstruktur dan memiliki tujuan tertentu baik praktis maupun teoritis .

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu jenis penelitian yang dilakukan terjun langsung kelapangan untuk melihat keadaan yang sesungguhnya dengan mengangkat data yang ada yang dilakukan ditempat lokasi penelitian.¹

Berdasarkan pengertian diatas, penelitian lapangan merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk meneliti suatu hal yang terjadi didalam masyarakat. Dalam hal ini lokasi yang akan diteliti berada Taman Geswood Kabupaten Pringsewu.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini yaitu untuk menggambarkan, melukiskan atau

¹ Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2014), 80.

memaparkan keadaan suatu objek yang diteliti sesuai dengan kondisi pada saat dilakukan penelitian tersebut.²

Dalam penelitian ini yang dimaksud deskriptif kualitatif adalah mengagambarkan, melukiskan atau memaparkan keadaan suatu objek yang diteliti sesuai dengan kondisi pada saat dilakukannya penelitian. Penelitian ini dilakukan peneliti untuk menjelaskan kejadian sesungguhnya dilapangan yang berhubungan dengan "Strategi Pemasaran Ekowisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Pada Wisata Taman Geswood Kab. Pringsewu)".

B. Sumber Data

Data adalah segala informasi yang diolah untuk kegiatan penelitian sehingga dapat disajikan sebagai dasar pengambilan keputusan. Berdasarkan pengertian tersebut, peneliti menggunakan dua sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Penjelasan sumber data yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data utama yang dapat memberikan suatu informasi, fakta dan juga gambaran mengenai peristiwa yang diinginkan, dapat berupa kata-kata dan tindakan orang yang diwawancarai. Dengan kata lain data primer merupakan sumber

² Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015), 59.

data yang dikumpulkan secara langsung dari lapangan untuk memenuhi suatu tujuan tertentu.³

Dalam penelitian ini Peneliti menggunakan teknik *snowball sampling* dimana mencari informasi dari sumber kecil atau sumber pertama dan sumber lainnya dari informasi sumber pertama untuk mendapatkan informasi yang lebih luas. Informasi ini didapatkan dari Bapak Islam Mahdi selaku pengurus, Ibu Indah dan Bapak Sugeng Selaku Pedagang dan mbak Ratna dan mas Gilang selaku pengunjung wisata taman geswood.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Sumber data sekunder diharapkan dapat berperan membantu mengungkap data yang diharapkan untuk memberi keterangan atau data pelengkap sebagai bahan pembandingan.⁴

Adapun yang menjadi sumber data sekunder adalah buku, jurnal, artikel, sumber-sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata atau data yang berkaitan dengan dokumentasi foto kegiatan proses wawancara.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dan wajib dalam penelitian, sebab jika Peneliti tidak mengetahui teknik

³ *Ibid*, 69.

⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2013), 10.

mendapatkan data maka tidak dapat mengetahui data yang valid yang sudah ditetapkan. Karena tujuan dari pengumpulan data adalah mendapatkan sumber-sumber data.

Adapun teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Penjelasan mengenai metode pengumpulan data dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses pengumpulan data atau informasi antara dua pihak dengan langsung tatap muka, dimana hal tersebut dilakukan oleh dua orang dimana salah satunya sebagai pewawancara dan pihak lainnya sebagai responden atau pemberi informasi.⁵

Dalam wawancara memiliki beberapa jenis wawancara yaitu wawancara terstruktur, tidak terstruktur dan semi terstruktur. penelitian ini menggunakan wawancara semi terstruktur yaitu wawancara yang mengacu pada rangkaian pertanyaan terbuka, metode ini memungkinkan pertanyaan baru muncul karena jawaban responden dan responden untuk memberi informasi seluas-luasnya.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu metode yang mencari data mengenai suatu variabel atau hal-hal yang berkenaan dengan penelitian yang berupa catatan, transkrip, buku dan lain sebagainya. Metode

⁵ *Ibid*, 133.

dokumentasi fokus yang diambil yaitu penjabaran historis guna menjadi sumber pengumpulan data dari penelitian.⁶

Dalam metode ini peneliti tidak menggunakan data secara keseluruhan dari data yang terkumpul, akan tetapi hanya mengambil pokok-pokok pentingnya saja dan yang lainnya adalah pendukung analisis. Data yang dibutuhkan berkenaan dengan metode ini adalah data yang terkait dengan strategi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di taman geswood kabupaten pringsewu.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu kegiatan mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi dan wawancara untuk meningkatkan pemahaman yang sangat penting karena memerlukan ketelitian serta kekritisan dari suatu penelitian yang dilakukan. Pada penelitian ini teknik analisis data menggunakan analisis kualitatif yang membahas data-data bukan angka dengan menggunakan cara berfikir induktif yang berangkat dari fakta yang konkrit.⁷

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, yaitu berupa keterangan-keterangan dalam bentuk penggambaran, penafsiran dan uraian-uraian yang terkumpul secara sistematis sehingga untuk menganalisisnya dipergunakan metode berfikir induktif. Metode berfikir induktif yaitu penelitian ini akan memaparkan

⁶ *Ibid*, 153.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R dan D* (Bandung: CV Alfabeta, 2009), 245.

tentang suatu penelitian yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus, peristiwa yang kongrit, kemudian dari kedua hal tersebut ditarik generalisasi yang mempunyai sifat umum.⁸

Dengan cara ini, fakta-fakta kongrit yang berkenaan dengan Strategi dalam meningkatkan kunjungan wisata taman geswood kabupaten pringsewu di deskripsikan kemudian disimpulkan secara umum yang berkaitan dengan bagaimana strategi pemasaran ekowisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di taman geswood.

⁸ *Ibid*, 224.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Wisata Taman Geswood

1. Sejarah berdirinya taman geswood

Taman geswood merupakan suatu tempat wisata suatu destinasi yang mengkonservasi alam serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat local. Taman geswood adalah wisata alam yang alami dan memberikan manfaat bagi lingkungan budaya, ekonomi dan masyarakat sekitar. Taman geswood berada didesa Wonodadi RT 01 RW 04 Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu. Awalnya taman geswood merupakan salah satu sebuah wisata alam yang dulunya sebuah sawah milik desa dengan luas 500m² yang sudah dibangun dari total 3000m² yang diberikan kepada aparat desa namun karena adanya wisata dimana-mana. Maka aparat desa bermusyawarah untuk menjadikan sawah ini menjadi tempat wisata dipergunakan untuk menciptakan wisata alam yang dapat dikunjungi. wisata Taman geswood yang dibuka pada 26 September tahun 2019. Bapak M. Islam Mahdi M.T.I yang bekerja sebagai ketua BUMDES, serta bertanggung jawab atas pengembangan wisata ini.

Masyarakat desa wonodadi memiliki sumber pendapatan yang berasal dari bertani, berdagang, pegawai dan sebagainya. Potensi yang cukup besar berada dibidang bertani dan perdagangan, terutama dalam bidang ekowisata yang menyajikan wisata alam yang didalamnya terdapat para pedagang. Dengan keadaan yang terdapat didesa wonodadi dirasa

dapat meningkatkan perkembangan desa wonodadi dalam bidang ekowisata sesuai dengan Visi dan Misi desa pekalongan.

2. Visi dan Misi taman geswood

a. Visi

Dengan adanya wisata yang mengedepankan alam dengan strategi yang baik dirasa dapat menjadikan desa wonodadi menjadi lebih maju dalam bidang wisata yang memanfaatkan alam.

b. Misi

- 1) Membangun kesadaran lingkungan budaya dan rasa hormat
- 2) Meminimalkan dampak fisik, sosial, perilaku, psikologis
- 3) Memberikan pengalaman positif bagi pengunjung dan tuan rumah
- 4) Memberikan manfaat keuangan langsung bagi konservasi atau pelestarian lingkungan hidup
- 5) Menghasilkan keuntungan finansial bagi masyarakat lokal, industry swasta.
- 6) Memberikan pengalaman yang mengesankan bagi pengunjung untuk meningkatkan sensitivitas terhadap iklim politik, lingkungan, sosial tempat tujuan wisata.
- 7) Membangun dan mengoperasikan fasilitas dengan meminimalkan dampak lingkungan.

Dari penjelasan diatas, dapatlah dikatakan bahwa jika adanya ekowisata dapat memberikan pengalaman menarik dan mengesankan bagi pengunjung agar dapat merasakan sensasi ketagihan berkunjung ditempat wisata tersebut dan akhirnya datang kembali dan karena adanya Bauran pemasaran 6p yaitu serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberikan arahan kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu, lokasi untuk menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berubah.¹ Oleh karena itu, taman geswood ini melihat bagaimana startegi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dan memajukan desa dalam bidang usaha ekowisata.

3. Pendapatan Perbulan Wisata Taman Geswood

Tabel 4.1

Pendapatan Wisata Taman Geswood (perbulan)

No	Biaya Masuk	Biaya Parkir	Jumlah Pengunjung	Pendapatan
1.	Rp.5000	Rp.2000	2400 pengunjung	Rp.16.800.000

Berdasarkan wawancara pengelola taman geswood pendapatan perbulan taman geswood relative stabil, namun kadang kala mengalami penurunan dan peningkatkan dilihat dari kondisi cuaca jika cuaca cerah pengunjung banyak yang datang namun jika adanya hujan, mendung itu menyebabkan tanah becek hal tersebut yang menyebabkan peningkatan pengunjung menurun. Peningkatan

¹ Nurul Mubarak, "Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista", *I-Economic* Vol.3 No.1, Juni 2017, 78.

pengunjung juga terkadang karena adanya acara-acara yang dilaksanakan ditaman geswood.²

B. Strategi Pemasaran Ekowisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan

Berdasarkan hasil Peneliti yang telah Peneliti lakukan pad ataman geswood di Desa Wonodadi Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu. Kepada pengelola wisata taman geswood, pedagang wisata taman geswood dan pengujung wisata taman gswood. Peneliti menggunakan metode wawancara yang membebaskan responden menjawab pertanyaan, yang dilakukan kepada empat responden yang terdiri dari:

Bapak Islam Mahdi selaku pengelola wisata taman geswood, Ibu Indah dan Bapak Sugeng Selaku Pedagang wisata taman geswood dan mbak Ratna dan mas Gilang selaku pengunjung wisata taman geswood. Responden tersebut diambil dengan menggunakan teknik sampling yaitu *snowball sampling*, dimana peneliti mencari informasi dari sumber kecil atau sumber pertama dan sumber lainnya dari informasi sumber pertama untuk mendapaktan informasi yang lebih luas.

Hasil wawancara Bapak Islam Mahdi selaku pengelola wisata taman geswood, Ibu Indah dan Bapak Sugeng Selaku Pedagang wisata taman geswood dan mbak Ratna dan mas Gilang selaku pengunjung wisata taman geswood.

² Wawancara Bapak Islam Mahdi Selaku Pengurus Taman Geswood Pada 26 September 2021.

Sebagaimana yang di nyatakan bapak islam Mahdi:

“jadi awalnya memilih usaha pariwisata dikarenakan adanya sawah milik desa dengan luas 500m² yang sudah dibangun dari total 3000m² yang diberikan kepada aparat desa lalu terfikir wisata alam yang memanfaatkan sawah tersebut. Kalo yang melatarbelakangi yaitu karena perngkat desa wonodadi melihat desa sebelah dikenal dengan adanya wisata didalam desanya. Oleh karena itu seluruh perangkat desa ingin memiliki wisata yang hanya diolah oleh aparat desa. Wisata ini taman geswood dibuka pada 26 September tahun 2019. Sebenarnya saya bersedia menjadi penanggung jawab untuk taman geswood ini karena saya ingin didalam desa wonodadi ini mengalami kemajuan dikenal oleh masyarakat desa lain melalui wisata taman geswood ini. modal awal sepenuhnya dari Alokasi dana desa ADD. Strategi yang digunakann dalam meningkatkan kunjungan wisatawan selain menawarkan keindahan alam tetapi juga sebagai tempat olahraga seperti futsal dan tempat workout outdoor yang dibangun didalam kawasan geswood dan strategi lain yaitu mengundang influencer lalu mengadakan acara seperti lomba fotografi, solo song, dan mewarnai dan dokumentasi acara dan di promosikan melalui media digital yaitu Facebook, Instagram, Whatsapp. Kalau pendapatan perbulan kurang lebih sekitar Rp.12.000.000. Pendapatan dibagi dua yaitu 50% disalurkan ke desa dan 50% nya untuk saya sebagai pengelola taman geswood.”³

Berdasarkan hasil wawancara pak Islam Mahdi tujuan membuka wisata taman geswood ini adalah selain menjadi peluang usaha menjadikan desa lebih maju dan dikenal masyarakat. Wisata ini mampu mempertahankan kebersihan, kenyamanan, keindahan. Dapat dilihat bahwa strategi pemasaran ekowisata dapat berperan penting dalam keberhasilan wsata taman geswood ini.

Sebagaimana yang di nyatakan Ibu indah selaku pedagang wisata taman geswood:

“ehh iyaa saya mulai dagang diwisata ini sejak juni 2019 kira kira kalau ga salah yaa, pas saya dagang disini gak ada perizinan khusus si

³ Wawancara Bapak Islam Mahdi Selaku Pengurus Taman Geswood Pada 26 September 2021.

yang menting jaga kebersihan aja. Dulu saya cuma dirumah aja gak ada ada kerjaan ya lumayan sekarang ada kegiatan nambah-nambah pendapatan walaupun ga banyak. Strategi diwisata taman geswood ini lumayan baik yaa karena banyak acara-acara terus dipromosiin jadi banyak pengunjung yang datang”⁴

Berdasarkan hasil wawancara Ibu indah beliau memang berdagang sejak 2019 diwisata geswood ini. Tujuan ibu indah ini ingin menambah pendapatan dan mencari kegiatan sehingga dapat membantu perekonomian keluarga. Beliau juga mengatakan bahwa wisata taman geswood ini menggunakan strategi pemasaran yang baik dengan mempromosikan ke media sosial dan juga mengadakan acara-acara yang menarik pengunjung.

Sebagaimana yang dinyatakan Bapak Sugeng selaku pedagang wisata geswood:

“ aku baru buka warung disini sekitar bulan desember 2019, kalo pas dagang disini gak disuruh pake izin khusus cuma selalu di ingatkan menjaga kebersihan. Dulu saya kerjanya buruh yang pendapatnya dan kerjaannya tu ga pasti tapi pas dagang di wisata ini ya lumayan ada pemasukan sehari-hari. Kalo strategi diwisata ini ya paling promosi si sama acara-acara.”

5

Berdasarkan hasil wawancara Bapak sugeng beliau memang berdagang sejak 2019 diwisata geswood ini. Tujuan Beliau ini ingin menambah pendapatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Beliau juga mengatakan bahwa wisata taman geswood ini menggunakan strategi yang baik dengan mengadakan acara-acara yang menarik pengunjung.

⁴ Wawancara Ibu Indah Selaku Pedagang Taman Geswood Pada 26 September 2021.

⁵ Wawancara Bapak Sugeng Selaku Pedagang Taman Geswood Pada 26 September 2021.

Sebagaimana yang dinyatakan mbak Ratna selaku pengunjung wisata taman geswood:

“ iya saya milih wisata taman geswood ini karena sering ada acara acara, yang paling saya suka kadang ada solo song saya biasanya kesini rame sama kawan-kawan saya, tauu wisata ini dari kawan saya terus saya liat di media sosial jugaa si. kalau strategi diwisata ini udah bagus si tau cara menarik pengunjung untung dateng gituuu.”⁶

Berdasarkan hasil wawancara mbak ratna memang beliau memilih wisata ini dikarenakan adanya acara-acara yang menarik mbak ratna dan pengunjung lainnya datang. Ia juga mengatakan bahwa strategi pemasaran dalam wisata ini juga mampu meningkatkan wisatawan.

Sebagaimana yang dinyatakan mas gilang selaku pengunjung wisata taman geswood:

“wisata ini tuu seruu sering ada kegiatan olahraga seperti futsal ya jadi sering kesini kalau pas ada acara-acara lainnya juga sering kesini, udah lama tau wisata ini karena dekat rumah terus sering diajak kawan kesini. kalau strategi si udah disebarluaskan luas ke media sosial jadi masyarakat luar pada tau ada acara-acara yang bagus juga disini jadi bisa jadi daya tarik wisatawan”⁷

Berdasarkan Berdasarkan hasil wawancara mas gilang memang beliau memilih wisata ini karena ada olahraga favoritnya. Ia juga mengatakan bahwa strategi pemasaran juga dilihat melalui promosi dan acara-acara yang dilaksanakan di wisata taman geswood ini.

C. Analisis Strategi Pemasaran Ekowisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan

⁶ Wawancara Mba Ratna Selaku Pengunjung Taman Geswood Pada 26 September 2021.

⁷ Wawancara Mas Gilang Selaku Pengunjung Taman Geswood Pada 26 September 2021.

strategi pemasaran yaitu serangkaian tujuan dan sasaran rencana yang dilakukan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang ada dengan baik dan mengusai sasaran pasar demi mendapatkan tujuan perusahaan dengan maksimal. Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan segmentasi pasar, indentifikasi pasar sasaran, positioning dan bauran pemasaran.⁸ Dengan kata lain adanya Strategi dalam usaha dapat menjadi peluang besar berhasilnya suatu usaha peluang ini untuk meningkatkan pendapatan, penciptakan suatu potensi diri sehingga mampu berkembang secara optimal, memperkuat pengetahuan serta kemampuan diri untuk menunjang kemandirian. Suatu Strategi pemasaran yang dibentuk dalam wisata geswood ini berhak mendapatkan pengakuan bahwa suatu wisata dapat menjadi salah satu contoh suatu hal yang baik bagi desa yang ingin membuka wisata baru.

Dari hasil penelitian atau wawancara yang telah Peneliti lakukan kepada bapak islam Mahdi selaku pengelola taman geswood, Ibu Indah dan Bapak Sugeng Selaku Pedagang dan mbak Ratna dan mas Gilang selaku pengunjung wisata taman geswood. Peneliti menemukan hasil mengenai strategi pemasaran yang digunakan oleh empat responden sehingga dapat dianalisis.

⁸ T. Prasetyo Hadi Atmoko, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta", *Jurnal of Indonesia Tourism*, Vol.1 No.2, Oktober 2018, 85.

Tabel 4.2
Analisis Strategi Pemasaran Ekowisata dalam meningkatkan
kunjungan wisatawan berdasarkan data temuan

Meningkatnya pendapatan perekonomian	Dengan adanya suatu strategi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan didalam usaha ekowisata taman geswood berdampak pada peningkatan perekonomian. Dimana salah satu dampak yaitu memberikan pekerjaan untuk masyarakat desa wonodadi Hal ini dapat dikatakan bahwa suatu strategi berperan penting bagi berhasilnya usaha wisata taman geswood
--------------------------------------	---

<p>Peningkatan wawasan luas serta kemampuan</p>	<p>Pentingnya strategi pada usaha taman geswood ini menjadi salah satu wadah bagi masyarakat dalam meningkatkan keterampilan serta kemampuannya dalam menyusun strategi usaha yang akan dibuka, sehingga masyarakat dapat mempersiapkan diri, melatih diri untuk dirinya sendiri.</p>
<p>Promosi</p>	<p>Dengan adanya wisata geswood ini , sisi positif yang dapat diambil untuk wisata geswood ini yaitu tingkat pengunjung semakin meningkat. Dikarenakan semakin banyaknya masyarakat yang melihat dari nyamannya, kebersihan dan banyaknya acara-acara, menyebarluaskan kedia sosial, hal ini menjadi faktor meningkatnya kunjungan wisatawan promosi tersebut menjadi sebagai salah satu strategi pemasaran.</p>

Strategi pemasaran ekowisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dilakukan dengan melalui adanya wisata taman geswood didesa wonodadi kabupaten pringsewu. Dalam analisis ini Peneliti akan mengklasifikasikannya dalam 6p produk (*Product*), Harga (*Price*), Lokasi (*Place*), Promosi (*Promotion*), Sarana Fisik (*Physical Evidence*), Orang (*people*).

- a. Produk (*Product*) yaitu dalam pandangan pariwisata sangat erat kaitanya dengan daya tarik wisata yang dalam hal ini tidak hanya dari segi alam saja yakni pembuatan spot foto yang unik itu juga membuat daya tarik wisatawan.
- b. Harga (*Price*) biaya yang dimaksudkan disini yaitu suatu system manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat pada wisata ini. Harga tiket masuk perorang Rp.5000 sesuai dengan kantong wisatawan.
- c. Lokasi (*Place*) daya tarik wisatawan merupakan komponen tempat bagian dari komponen produk. Hal ini dikarenakan dalam pariwisata lokasi atau tempat saluran yang akan dinikmati dan menjadi daya tarik wisatawan untuk mengunjungi.
- d. Promosi (*Promotion*) yaitu dalam menarik wisatawan perlunya strategi yang baik dalam promosi, harus adanya bantuan media sosial dalam menyebarluaskan dan mengenalkan wisata yang patut dikunjungi.

- e. Sarana Fisik (Physical Evidence) yaitu kondisi lingkungan yang harus nyaman dan bersih. Agar wisatawan tertarik harus menjaga kebersihan tempat yang nyaman, sejuk, teduh dan rindang.
- f. Orang (people) yaitu objeknya adalah karyawan serta wisatawan, meliputi cara berpakaian, ramah, sopan dan penampilan baik itu yang memiliki pengaruh terhadap keberhasilan dalam menarik wisatawan.⁹

Dalam analisis ini Peneliti akan mengklasifikasikannya dalam beberapa bagian yaitu seperti Strategi Pemasaran Ekowisata , tujuan Strategi Pemasaran Ekowisata, manfaat Strategi Pemasaran Ekowisata dan yang mempengaruhi pendapatan.

Strategi Pemasaran Ekowisata dalam usaha dapat menjadi peluang besar berhasilnya suatu usaha peluang ini untuk meningkatkan pendapatan, penciptakan suatu potensi diri sehingga mampu berkembang secara optimal, memperkuat pengetahuan serta kemampuan diri untuk menunjang kemandirian. dalam Seperti halnya penelitian taman geswood ini mengangkat usaha dari segi wisata alam.

Tujuan dan manfaat Strategi Pemasaran Ekowisata yaitu menjadi salah satu wadah bagi masyarakat di Desa wonodadi dalam meningkatkan kepedulian terhadap wisata yang menojolkan keindahan alam. Sedangkan pemanfaatan dari Strategi Pemasaran Ekowisata selain menjadi peluang usaha menjadikan satu pemikiran baru untuk usaha wisata lainnya untuk

⁹ I Gusti Ayu Putu Seri Mahendrayani, "Strategi Pemasaran DayaTarik Wisata Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Sangeh Kabupaten Bandung Provinsi Bali", *Jurnal Destinasi Pariwisata*, Vol. 5 No. 2, 2018, 242-243.

memperhatikan lagi strategi yang baik karena sangat berpengaruh terhadap berjalannya suatu usaha. Diharapkan berhasilnya suatu wisata geswood ini sehingga mampu mempertahankan kebersihan, kenyamanan dan keindahan alam. Wisata ini bisa menjadi contoh untuk desa lain yang ingin membuka wisata baru.

Faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah bisnis baru dengan adanya Strategi Pemasaran Ekowisata dalam wisata taman geswood ini yang berbeda menjadikan sawah tempat wisata yang alami yang berasal dari alam, sisi positif yang dapat diambil yaitu tingkat penjualan semakin meningkat. Dikarenakan semakin banyaknya masyarakat yang melihat dari segi alam yang asri dan sejuk yang ada di taman geswood ini, hal ini menjadi faktor meningkatnya promosi kunjungan wisatawan yang sangat menyukai hal-hal yang berkaitan dengan alam sebagai salah satu strategi pemasaran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi pemasaran ekowisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dapat menjadi salah satu wadah bagi suatu desa dalam memajukan desannya khususnya Desa Wonodadi Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu pada wisata Taman Geswood ini. Suatu wisata yang memiliki strategi yang mengedepankan 6p yaitu produk (*Product*), Harga (*Price*), Lokasi (*Place*), Promosi (*Promotion*), Sarana Fisik (*Physical Evidence*) dan Orang (*people*) dalam meningkatkan kunjungan wisatawan agar terjamin kepuasan, kenyamanan, kebersihan yang membuat pengunjung merasa nyaman dan ingin datang kembali. Sedangkan manfaat Strategi Pemasaran Ekowisata yaitu meningkatkan kepedulian terhadap wisata yang menojolkan keindahan alam. Ekowisata selain menjadi peluang usaha menjadikan satu pemikiran baru untuk usaha wisata lainnya untuk memperhatikan lagi strategi yang baik karena sangat berpengaruh terhadap berjalannya suatu usaha sehingga mampu mempertahankan kebersihan, kenyamanan dan keindahan alam. Hanya saja pada kenyataannya masih banyak wisata baru yang mengalami kebangkrutan disebabkan kurangnya persiapan strategi apa yang harus dihadapi saat usaha mengalami penurunan pengunjung. Maka Penelitian ini akan berdampak positif pada pola berfikir dalam membuka usaha khususnya usaha wisata yang menggunakan alam yang

alami seperti Wisata Taman Geswood di Desa Wonodadi Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu

B. Saran

1. Hendaknya bagi Wisata Taman Geswood mempromosikan dengan strategi 6p dalam meningkatkan kunjungan wisatawan kemudian dibantu kedia sosial dan mengadakan acara-acara untuk meramaikan wisata geswood ini. Wisata ini mampu memberikan ilmu kepada pekerjaan kepada masyarakat untuk membantu jika adanya acara-acara yang membutuhkan pekerja sehingga wisata Taman Geswood ini berdampak pada perekonomian masyarakat.
2. Hendaknya bagi masyarakat pada umumnya, harus ikut sadar bahwa Strategi Pemasaran ekowisata berdampak penting bagi usaha wisata. Dengan adanya penelitian ini menjadi contoh bagi desa lain untuk menggunakan strategi pemasaran sebelum membuka wisata yaitu menyiapkan strategi, manajemen yang baik, dan acara-acara yang menarik pengunjung. Sehingga dengan begitu diharapkan meminimalisir kebangkrutan atau kegagalan dalam mempertahankan peningkatan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2013)
- Departemen Agama, *Al-Quran Al-Aliyy dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Dipenogoro, 2000)
- Departemen Agama, *Al-Quran Al-Aliyy dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Dipenogoro, 2000)
- Dias Satria, “Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Ekonomi Lokal Dalam Rangka Program Pengentasan Kemiskinan Diwilayah Kabupaten Malang”, *Journal of Indonesian Applied Economic*, Vol. 3 No. 1, 2009
- Dias Satria, “Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Ekonomi Lokal Dalam Rangka Program Pengentasan Kemiskinan Diwilayah Kabupaten Malang”, *Journal of Indonesian Applied Economic*, Vol. 3 No. 1, 2009
- Dimas Handika Wibowo, Zainul Arifin dan Sunarti, “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.29 No.1, Desember 2015
- Elsa Devi Komalasari, *Analisis Pengembangan Sektor Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung)*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019.
- Emma Hijriati dan Rina Mardiana, “Pengaruh Ekowisata berbasis Masyarakat Terhadap Perubahan Kondisi Ekologi, Sosial dan Ekonomi di Kampung Batusuhunan Sukabumi”, *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, Vol.2 No.3, Desember 2014
- H. Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi pemasaran* (Makassar: CV. Sah Media, 2019)
- I Gusti Ayu Putu Seri Mahendrayani, “Strategi Pemasaran DayaTarik Wisata Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Sangeh Kabupaten Bandung Provinsi Bali”, *Jurnal Destinasi Pariwisata*, Vol. 5 No. 2, 2018
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015)

- M Suhu Probo Baskoro, "Pengelolaan Kawasan Ekowisata Bebas Masyarakat Serta Implikasinya Terhadap Ketahanan Masyarakat Desa Sukarara", *JGG- Jurnal Green Growth dan Manajemen Lingkungan*, Vol.5 No.2, Desember 2016
- M. Dayat, "Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan", *Jurnal Mu'allim*, Vol.1 No.2, juli 2019, 308-310.
- Nurul Mubarak, "Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista", *I-Economic* Vol.3 No.1, Juni 2017
- Reydi Marco Manahampi, Leonardus R. Rengkung, Yolanda P. I. Rori dan kawan-kawan "Peranan Ekowisata Bagi Kesejahteraan Masyarakat Bohoi Kecamatan Likupang Barat", *ASE*, Vol.11 No.3, November 2015
- Rivana Asih, *Dampak Pariwisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Pelaku Usaha Dikawasan Wisata Pantai Gemah Tulung Agung*, Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2018.
- Sri Wahyuningsih, *Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba*, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R dan D* (Bandung: CV Alfabeta, 2009)
- Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2014)
- T. Prasetyo Hadi Atmoko, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta", *Journal Of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, Vol.1 No.2, Oktober 2018

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**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 : B-3095/ln.28.1/J/TL.00/10/2021
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Diyaul Haq (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **HAFIDZ RIFALDI**
NPM : 1704040225
Semester : 9 (Sembilan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Judul : STRATEGI PEMASARAN EKOWISATA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN (STUDI PADA WISATA TAMAN GESWOOD KABUPATEN PRINGSEWU)

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 07 Oktober 2021

Ketua Jurusan
Ekonomi Syariah



Harma Setyawan, MA
NIP. 19880529 201503 1 005



**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
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1134/ln.28/S/U.1/OT.01/11/2021**

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

Nama : Hafidz Rifaldi
NPM : 1704040225
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1704040225

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 09 November 2021
Kepala Perpustakaan



Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.,
NIP. 19750505 200112 1 002



**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 : 2685/In.28/J/TL.01/09/2021
Lampiran : -
Perihal : **IZIN
PRASURVEY**

Kepada Yth.,
PENGELOLA TAMAN GESWOOD
KABUPATEN PRINGSEWU
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Saudaraberkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama : **HAFIDZ RIFALDI**
NPM : 1704040225
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : **ANALISIS PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA
DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN
(STUDI PADA WISATA TAMAN GESWOOD KABUPATEN
PRINGSEWU)**

untuk melakukan prasurvey di TAMAN GESWOOD KABUPATEN PRINGSEWU, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 07 September 2021
Ketua Jurusan,



OUTLINE

**STRATEGI PEMASARAN EKOWISATA
DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN
(STUDI PADA WISATA TAMAN GESWOOD KABUPATEN PRINGSEWU)**

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Strategi Pemasaran
 - 1. Pengertian Strategi Pemasaran
 - 2. Komponen Strategi Pemasaran
 - 3. Bauran Pemasaran
- B. Ekowisata
 - 1. Pengertian Ekowisata
 - 2. Pengembangan Ekowisata
 - 3. Karakteristik Ekowisata
 - 4. Tujuan Ekowisata

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Wisata Taman Geswood
- B. Strategi Pemasaran Ekowisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan
- C. Analisis Strategi Pemasaran Ekowisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, Oktober 2021

Mahasiswa Ybs



Hafidz Rivaldi

NPM: 1704040225

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Dliyaul Haq, M.E.I.

NIP. 198101212015031002

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)
STRATEGI PEMASARAN EKOWISATA
DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN
(STUDI PADA WISATA TAMAN GESWOOD KABUPATEN PRINGSEWU)

A. Wawancara

1. Wawancara kepada pengelola taman geswood
 - a. Mengapa anda memilih usaha pariwisata?
 - b. Apa yang melatarbelakangi anda dan aparat desa untuk mendirikan usaha wisata geswood?
 - c. Mengapa anda bersedia menjadi penanggung jawab taman geswood?
 - d. Berapakah modal awal taman geswood?
 - e. Dari manakah modal untuk mendirikan usaha taman geswood?
 - f. Bagaimana strategi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan taman geswood?
 - g. Berapakah pendapatan yang di dapat dalam perbulan?
 - h. Bagaimana pembagian keuntungan pendapatan taman geswood?

2. Wawancara kepada pedagang taman geswood
 - a. Berapa lama anda berdagang di taman geswood?
 - b. Apakah ada perizinan khusus berdagang di taman geswood?
 - c. Apakah pendapatan berdagang di taman geswood berdampak secara ekonomi?
 - d. Bagaimana menurut anda strategi yang digunakan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan?

3. Wawancara kepada pengunjung taman geswood

- a. Apa alasan anda mengunjungi wisata taman geswood ini?
- b. Bagaimana menurut anda strategi yang digunakan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan?

B. Dokumentasi

1. Dokumentasi berupa wawancara dan foto.

Metro, Oktober 2021

Mahasiswa Ybs



Hafidz Rivaldi

NPM: 1704040225

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Dliyaul Haq, M.E.I.

NIP. 198101212015031002



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

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Hafidz Rivaldi
NPM : 1704040225
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Strategi Pemasaran Ekowisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Pada Wisata Taman Geswood Kab. Pringsewu)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 15%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 3 November 2021
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dharma Setyawan, M.A.
NIP.198805292015031005



**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.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-3272/In.28/D.1/TL.01/10/2021

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : HAFIDZ RIFALDI
NPM : 1704040225
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di WISATA GESWOOD, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN EKO WISATA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN (STUDI PADA WISATA GESWOOD KAB. PRINGSEWU)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

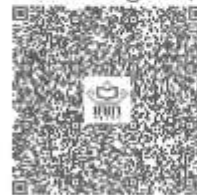
Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Mengetahui,
Pejabat Setempat


M. Islam Manti

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 25 Oktober 2021

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



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



**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.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3273/In.28/D.1/TL.00/10/2021
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
KEPALA WISATA GESWOOD
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-3272/In.28/D.1/TL.01/10/2021, tanggal 25 Oktober 2021 atas nama saudara:

Nama : **HAFIDZ RIFALDI**
NPM : 1704040225
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di WISATA GESWOOD, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN EKO WISATA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN (STUDI PADA WISATA GESWOOD KAB. PRINGSEWU)".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 25 Oktober 2021
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulalkha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Hafidz Rifaldi

Fakultas/Jurusan : FEBI / ESy

NPM : 1704040225

Semester/TA : IX/2021

Dosen Pembimbing : Dilyaul Haq, M.E.I.

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	21 Oktober 2021	-mencari sumber yang menguatkan Penelitian - Perbaiki footnote - revisi bab V	
2.	25 Oktober 2021	- revisi bab V	

Dosen Pembimbing,

Dilyaul Haq, M.E.I.

NIP. 198101212015031002

Mahasiswa ybs,

Hafidz Rifaldi

NPM. 1704040225



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Hafidz Rifaldi

Fakultas/Jurusan : FEBI / ESy

NPM : 1704040225

Semester/TA : IX/2021

Dosen Pembimbing : Dilyaul Haq, M.E.I.

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1-	29 Oktober 2021	Ace skripsi bab 1-5 lanjutan ke mangasynh.	

Dosen Pembimbing,

Dilyaul Haq, M.E.I.

NIP. 198101212015031002

Mahasiswa ybs,

Hafidz Rifaldi

NPM. 1704040225



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Hafidz Rifaldi

Fakultas/Jurusan : FEBI / ESy

NPM : 1704040225

Semester/TA : IX/2021

Dosen Pembimbing : Dilyaul Haq, M.E.I.

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	7/10 2021	Acc outline, lanjutkan ke pendalaman skripsi	

Dosen Pembimbing,

Dilyaul Haq, M.E.I.

NIP. 198101212015031002

Mahasiswa ybs,

Hafidz Rifaldi

NPM. 1704040225



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Hafidz Rifaldi Fakultas/Jurusan : FEBI / ESy
NPM : 1704040225 Semester/TA : IX/2021
Dosen Pembimbing : Dilyaul Haq, M.E.I.

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	4 Oktober 2021	Acc pendalaman skripsi bab 1-3 lanjutkan ke APD	

Dosen Pembimbing,

Dilyaul Haq, M.E.I.

NIP. 198101212015031002

Mahasiswa ybs,

Hafidz Rifaldi

NPM. 1704040225




**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Hafidz Rifaldi Fakultas/Jurusan : FEBI / ESy
NPM : 1704040225 Semester/TA : IX/2021
Dosen Pembimbing : Dilyaul Haq, M.E.I.

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	6/10 2021	Acc APD, lanjutkan ke pembahasan	

Dosen Pembimbing,



Dilyaul Haq, M.E.I.

NIP. 198101212015031002

Mahasiswa ybs,



Hafidz Rifaldi

NPM. 1704040225



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Hafidz Rivaldi

Fakultas/Jurusan : FEBI / ESy

NPM : 1704040225

Semester/TA : IX/2021

Dosen Pembimbing : Dliyaul Haq, M.E.I.

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Rabu, 25 Agustus 2021	Acc proposal skripsi lanjutan ke seminar.	

Dosen Pembimbing,

Dliyaul Haq, M.E.I.

NIP. 198101212015031002

Mahasiswa ybs,

Hafidz Rivaldi

NPM. 1704040225



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Hafidz Rivaldi Fakultas/Jurusan : FEBI / ESy
NPM : 1704040225 Semester/TA : IX/2021
Dosen Pembimbing : Dliyaui Haq, M.E.I.

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Senin, 1 Juni 2021	- Penelitian harus fokus pada temuan di lapangan	
2.	Rabu, 16 Juni 2021	- Perbaiki LBM sesuai Fokus yang ada di lapangan - Perbaiki dalam pemberian footnote - penelitian relevan tambah kesimpulan	
3.	Senin, 28 Juni 2021	- Perbaiki landasan Teori	

Dosen Pembimbing,

Dliyaui Haq, M.E.I.

NIP. 198101212015031002

Mahasiswa ybs,

Hafidz Rivaldi

NPM. 1704040225



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Hafidz Rivaldi

Fakultas/Jurusan : FEBI / ESy

NPM : 1704040225

Semester/TA : IX/2021

Dosen Pembimbing : Dliyaul Haq, M.E.I.

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Senin, 5 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none">- Cari lagi materi tentang Pengembangan Pariwisata- Cari Jurnal Yang Lama	
2.	Senin, 19 Juli 2021	<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki Penulisan footnote	
3.	Rabu, 4 Agustus 2021	<ul style="list-style-type: none">- Sumber data Sekunder menggunakan Purposive Sampling- Teknik Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi	

Dosen Pembimbing,

Dliyaul Haq, M.E.I.

NIP. 198101212015031002

Mahasiswa ybs,

Hafidz Rivaldi

NPM. 1704040225



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Hafidz Rifaldi

Fakultas/Jurusan : FEBI / ESy

NPM : 1704040225

Semester/TA : IX/2021

Dosen Pembimbing : Dityaul Haq, M.E.I.

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	8 Oktober 2021	- Perbaiki bab <u>IV</u> dan <u>V</u>	
2.	11 Oktober 2021	- Revisi abstrak - Perbaiki motto - Revisi bab <u>V</u>	

Dosen Pembimbing,

Dityaul Haq, M.E.I.

NIP. 198101212015031002

Mahasiswa ybs,

Hafidz Rifaldi

NPM. 1704040225

DOKUMENTASI



Wawancara Dengan Bapak Islam Mahdi Selaku Pengelola Wisata Taman Geswood



Wawancara Dengan Ibu Indah Selaku Pedagang Wisata Taman Geswood



Wawancara Dengan Bapak Sugeng Selaku Pedagang Wisata Taman Geswood



Wawancara Dengan Mba Ratna Selaku Pengunjung Wisata Taman Geswood



Wawancara Dengan Mas Gilang Selaku Pengunjung Wisata Taman Geswood







Dokumentasi Lokasi Wisata Taman Geswood



Dokumentasi Promosi Melalui Media Sosial

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap Peneliti, **HAFIDZ RIVALDI**, nama panggilan **HAFIDZ**. Peneliti lahir pada Tanggal 09 Juni 1999 di Gadingrejo, dan merupakan anak ketiga dari pasangan Teguh Puji Widardo dan Nur Kholifah.

Peneliti mengawali pendidikan SD Negeri 02 Gadingrejo lulus pada tahun 2011, kemudian melanjutkan ke jenjang pertama (SMP/Sederajat) di SMP Negeri 01 Gadingrejo, lulus pada tahun 2014. Selanjutnya melanjutkan ke jenjang atas (SMA/Sederajat) di SMA Negeri 01 Gadingrejo dan lulus pada tahun 2017.

Kemudian Peneliti melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi negeri yaitu di Institut Agama Islam Negeri di Kota Metro pada tahun 2017 dengan jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.