BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin banyaknya destinasi wisata yang serupa dapat menimbulkan turunnya daya tarik pengunjung pada industri yang sama. Penerapan strategi pemasaran yang tepat dapat membantu perusahaan dalam menghadapi tantangan tersebut. Manajemen Pemasaran menjadi kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan perusahaannya untuk berkembang, dan untuk mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran perusahaan harus juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang lebih baik terhadap perusahaan (Dharmmesta & Handoko, 1982). Kegiatan pemasaran yang berhasil tidak hanya bertujuan untuk menjual produk atau layanan, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Manajemen pemasaran, sebagaimana yang dikemukakan oleh Sudarsono (2020), dapat didefinisikan sebagai upaya sistematis untuk merencanakan, melaksanakan (melibatkan kegiatan pengorganisasian, pengarahan, dan pengoordinasian), serta mengawasi atau mengendalikan segala aspek kegiatan pemasaran di dalam suatu organisasi. Tujuannya adalah untuk mencapai organisasi dengan cara yang efisien dan efektif. Dalam hal ini Jawa Timur Park Group membuat strategi pemasaran yang tepat dan efisien untuk memastikan produknya laku. Salah satu produk yang dimaksud adalah Dino Park. Pada wisata Dino Park ini memiliki koleksi dinosaurus yang berkualitas, baik dari segi bentuk, ukuran, maupun bahan pembuatannya.

Produk yang berkualitas, variatif, dan menarik akan lebih mudah diterima konsumen (Kotler, 2005;55). Pertama, konsep utama dari destinasi wisata ini adalah pembelajaran tentang dinosaurus. Kemudian untuk penentuan harga tiket biasanya dilakukan oleh direksi atau jajaran tertinggi, namun departemen keuangan tetap dapat memberikan masukan dan saran terkait dengan penentuan harga tiket tersebut. Dino Park bukan merupakan satu satunya wahana di Jawa

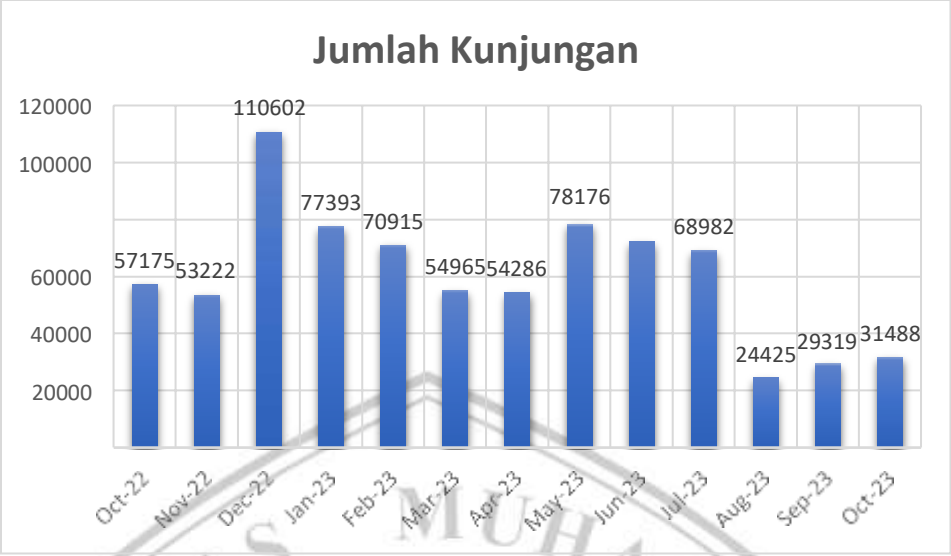
Timur Park 3, hingga penentuan lokasi juga dapat mempengaruhi jumlah kunjungan yang ada, mengingat pintu masuk Dino Park tidak berada di lobby utama Jawa Timur Park 3. Selain itu pemanfaatan media sosial di era digital saat ini memiliki dampak yang cukup siginifikan, Dino Park menjadi salah satu industri yang bergerak di bidang jasa, sehingga erat kaitannya dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas layanan tersebut dapat dilihat dari banyak aspek, misalkan antrian dalam pembelian tiket, bagaimana pengunjung dapat menikmati semua wahana dengan menyenangkan hingga kondisi fasilitas pendukungnya.

Daya tarik wisata adalah sesuatu yang menarik wisatawan untuk datang ke suatu daerah karena dengan alasan tertentu, untuk melihat dan menikmati hal-hal menarik di daerah tersebut. Daya tarik wisata menjadi faktor utama yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu kawasan objek wisata. Dalam menarik minat wisatawan terhadap suatu objek wisata tertentu, maka objek wisata tersebut perlu dikelola secara profesional dan maksimal (Sari et al., 2018). Daya tarik pengunjung dipengaruhi oleh banyak faktor, hal tersebut yang membuat Dino Park harus bisa memiliki nilai lebih untuk memikat daya tarik pengunjung.

Pemasaran pariwisata yang baik harus selaras dengan tujuan keberlanjutan destinasi pariwisata dan memberikan dampak bagi semua lapisan yang terlibat. Pemasaran pariwisata yang berkelanjutan berperan penting dalam mempromosikan destinasi wisata dengan mempertimbangkan dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan jangka panjang. Faktor sosial dan lingkungan sangat berpengaruh dalam penerapan pariwisata berkelanjutan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi perusahaan. Saat ini Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf) tidak lagi berfokus pada mengejar angka kunjungan wisatawan di Indonesia saja, tapi lebih fokus pada usaha mendorong pariwisata berkelanjutan atau sustainable tourism di Indonesia (Permatasari, 2022).

Menurut Budiyono Daya tarik produk adalah perwujudan dari mutu produk (Umairoh, 2020). Di mana jika mutu produk itu jelek, maka produk itu juga akan memiliki daya tarik yang rendah, sebaliknya bila mutu dari prodaknya itu baik, maka produk tersebut akan memiliki daya tarik yang tinggi. Begitupula dengan daya tarik layanan, hal ini merujuk merujuk pada sejauh mana layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan atau penyedia layanan mampu menarik perhatian dan kepuasan pelanggan. Daya tarik layanan penting dalam menjalankan bisnis dan dapat memiliki dampak signifikan terhadap keberhasilan perusahaan. Daya tarik wisata merupakan sesuatu yang mempunyai daya tarik untuk dilihat dan dinikmati serta mempunyai nilai jual bagi pasar wisata (Ii et al., 2020).

Jawa Timur Park Group adalah sebuah perusahaan yang mengelola sejumlah taman wisata di Jawa Timur. Selain itu, taman rekreasi yang dikelola oleh Jawa Timur Park Group masuk ke dalam daftar obyek vital nasional wilayah jawa timur. Taman Hiburan ini merupakan wisata keluarga yang menawarkan pengalaman belajar yang unik dan interaktif bagi pengunjung (William Ciputra, 2022). Di dalam Jawa Timur Park 3 terdapat salah satu park yang sangat digemari bagi anak-anak dan penggemar dinosaurus yakni Dino Park. Dino Park adalah salah satu bagian dari Jawa Timur Park 3 yang secara khusus menampilkan replika dinosaurus dan menyediakan pengalaman edukasi dan hiburan seputar era dinosaurus di dalam Dino Class. Wahana Lain yang terdapat di Jawa Timur Park 3 yakni Legend Stars Park, Millenial Glow Garden, Museum Musik Dunia, Funtech Plaza, Secret Journey, House of Zombie, Circus Magic, Infinity World, dan Cinema 6D.



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Kunjungan

Dari data tersebut menunjukkan bahwasannya terjadi penurunan jumlah pengunjung yang cukup signifikan, dan tidak diketahui secara pasti penyebabnya. Semakin banyaknya persaingan pada sektor industri pariwisata di Indonesia membuat Dino Park Jatim Park 3 harus tepat dalam menentukan strategi pemasaran yang efektif. Daya tarik pengunjung dalam industri pariwisata dapat ditumbuhkan dengan memanfaatkan marketing mix secara strategis.

Perusahaan harus mampu menciptakan produk wisata yang unik dan sesuai dengan minat target, baik itu keindahan alam, wisata budaya, atau atraksi buatan. Perusahaan juga harus dapat memberikan akses mudah dengan adanya ketersediaan transportasi dan informasi yang jelas. Untuk menjangkau wisatawan potensial perusahaan dituntut untuk melakukan promosi yang efektif melalui berbagai media. Dengan mengoptimalkan ketujuh elemen marketing mix ini, industri pariwisata dapat membuka gerbang lebih lebar dan mengundang lebih banyak wisatawan untuk menjelajah pesona yang ditawarkan.

Berbagai promosi yang dilakukan oleh perusahaan yakni dengan menyelenggarakan beberapa event di beberapa park di Jawa Timur Park 3. Beberapa event yang telah di selenggarakan yakni Dino Night Run yang berlangsung di Dino Park, The Legend Stars Park, Dino Mall, dan Millenial

Glow Garden. Kemudian event Halloween yang berlangsung di Dino Park dan The Legend Stars Park. Hal ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan pengalaman yang seru untuk pengunjung menjelajahi beberapa park sehingga dapat meningkatkan daya tarik kunjungan.

Penelitian ini akan mengkaji tentang bagaimana strategi marketing mix di Dino Park dalam meningkatkan daya tarik pengunjung mereka. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif peneliti akan mengetahui peranan Marketing Mix untuk meningkatkan daya tarik pengunjung pariwisata yang berkelanjutan. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **"Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pengunjung Untuk Wisata Yang Berkelanjutan (Studi Kasus Pada Dino Park Jawa Timur Park 3)"**

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi *Marketing Mix* pada wahana Dino Park di Jawa Timur Park 3 untuk meningkatkan daya tarik pengunjung dalam wisata yang berkelanjutan?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui bagaimana analisis strategi *Marketing Mix* pada wahana Dino Park di Jawa Timur Park 3 untuk meningkatkan daya tarik pengunjung.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis
   a. Bagi Institusi
      Sebagai tambahan ilmu untuk mengembangkan masa depan dan praktisi pendidikan, terutama di bidang konsentrasi pemasaran dan spesialis terkait lainnya.
   b. Bagi Perusahaan
      Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan dan pelaku bisnis tentang pentingnya peranan marketing mix yang baik dalam meningkatkan daya tarik pengunjung.
   c. Bagi Masyarakat
      Sebagai sarana untuk melihat gambaran tentang kegiatan perusahaan

yang akan menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi atau kerja sama.

2. Manfaat Akademis

   Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmu dan pengetahuan sebagai bahan pembelajaran yang dapat digunakan dalam pengembangan penelitian ilmu manajemen pemasaran.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG