

**STRATEGI PEMASARAN OBJEK WISATA GLAMPING
CAMP ARKAMAYA KUSUMA**



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Disusun Oleh:



**MEIDIRA PUTRI SAIFULLAH
1605619020**

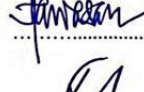

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Olahraga**

**PROGRAM STUDI OLAHRAGA REKREASI
FAKULTAS ILMU OLAHRAGA
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Pembimbing I <u>Hartman Nugraha, M.Pd</u> NIP. 197409092003121001		25/01/2024
Pembimbing II <u>Dr. Aan Wasan, M.Si</u> NIP. 197112192005011001		25/01/2024

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Sri Nuraini, M.Pd</u> NIP. 196707301993032001	Ketua		24/01/2024
2. <u>Prof. Dr. Abdul Sukur, M.Si</u> NIP. 196911302000031001	Sekretaris		26/01/2024
3. <u>Hartman Nugraha, M.Pd</u> NIP. 197409092003121001	Anggota		25/01/2024
4. <u>Dr. Aan Wasan, M.Si</u> NIP. 197112192005011001	Anggota		25/01/2024
5. <u>Prof. Dr. Nofi Marlina Siregar, M.Pd</u> NIP. 197701282005012002	Anggota		31/01/2024

Tanggal Lulus : 16 Januari 2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan dosen pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Februari 2023

Yang membuat pernyataan


Meidira Putri Safullah
No.Reg. 1605619020



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Meidira Putri Saifullah
NIM : 160561 9020
Fakultas/Prodi : Olahraga Rekreasi
Alamat email : dirasae101@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

STRATEGI PEMASARAN OBJEK WISATA GLAMPING
CAMP ARKAMAYA KUSUMA

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 05 Februari 2024

Penulis

()
Meidira Putri Saifullah

Strategi Pemasaran Objek Wisata Glamping Camp Arkamaya Kusuma

ABSTRAK

Glamping camp merupakan objek wisata yang memberikan keindahan alam untuk rekreasi, sekaligus penjelajahan dataran tinggi dengan konsep camping yang unik. Arkamaya Kusuma merupakan salah satu objek wisata dengan konsep glamping yang menyuguhkan nuansa alam asri dari pegunungan, dan perkebunan. Namun saat ini glamping camp belum banyak dikenal oleh masyarakat karena kurangnya pihak pengelola dalam melakukan promosi objek wisata tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi pemasaran melalui berbagai media untuk mengetahui pengaruh promosi media terhadap minat pengunjung. Metode kualitatif dipilih untuk proses pengumpulan data, yaitu dengan cara melakukan observasi, wawancara yang melibatkan manager, pegawai dan pengunjung, serta dokumentasi untuk pengambilan hasil data. Analisis data selanjutnya dilakukan dengan menggunakan model miles dan huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Arkamaya Kusuma menggunakan metode bauran pemasaran atau marketing mix yaitu price-harga; place-tempat; product-produk; dan promotion-promosi. Selain itu Arkamaya Kusuma telah melakukan beberapa cara promosi baik secara door to door ataupun melalui media sosial, hingga menentukan harga tiket dari segi fasilitas sarana dan prasarana yang diberikan pengunjung. Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa Arkamaya Kusuma telah mengembangkan strategi pemasaran secara langsung maupun media sosial.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Glamping, Arkamaya Kusuma

Marketing Strategy for the Arkamaya Kusuma Glamping Camp Tourist Attraction

ABSTRACT

Glamping camp is a tourist attraction that provides natural beauty for recreation, as well as exploring the highlands with a unique camping concept. Arkamaya Kusuma is a tourist attraction with a glamping concept that offers a beautiful natural feel from the mountains and plantations. However, currently glamping camps are not widely known by the public due to the lack of management in promoting this tourist attraction. This research aims to develop marketing strategies through various media to determine the effect of media promotion on visitor interest. Qualitative methods were chosen for the data collection process, namely by conducting observations, interviews involving managers, employees and visitors, as well as documentation for collecting data results. Further data analysis was carried out using the Miles and Huberman models. The research results show that Arkamaya Kusuma uses a marketing mix method, namely price- price; places; products; and promotions. Apart from that, Arkamaya Kusuma has carried out several promotional methods, both door to door and through social media, to determine ticket prices in terms of the facilities and infrastructure provided to visitors. Based on this research, it can be concluded that Arkamaya Kusuma has developed a direct marketing strategy and social media.

Keywords: *Marketing Mix, Glamping, Arkamaya Kusuma*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Olahraga Program Studi Olahraga Rekreasi Fakultas Ilmu Olahraga Universitas Negeri Jakarta. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Skripsi ini.

Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Hernawan, SE., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ilmu Olahraga Universitas Negeri Jakarta; Bapak Hartman Nugraha, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen pembimbing I yang telah menyediakan waktu, dan Bapak Dr. Aan Wasan, M.Si., selaku Dosen pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk saya dalam penyusunan skripsi ini, Pihak Arkamaya Kusuma yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan, almarhum papah Tommy Saefullah dan almarhumah ibu Irma Rahmarasi dan keluarga yang telah merawat saya dari kecil hingga sebesar ini, yang telah memberikan dukungan material maupun moral, Sahabat Ayu, Riskiria, Dezza, Yogi, Ulum, April, Nabilah, Elfan yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan keolahragaan.

Jakarta, 16 Januari 2024

MPS

DAFTAR ISI

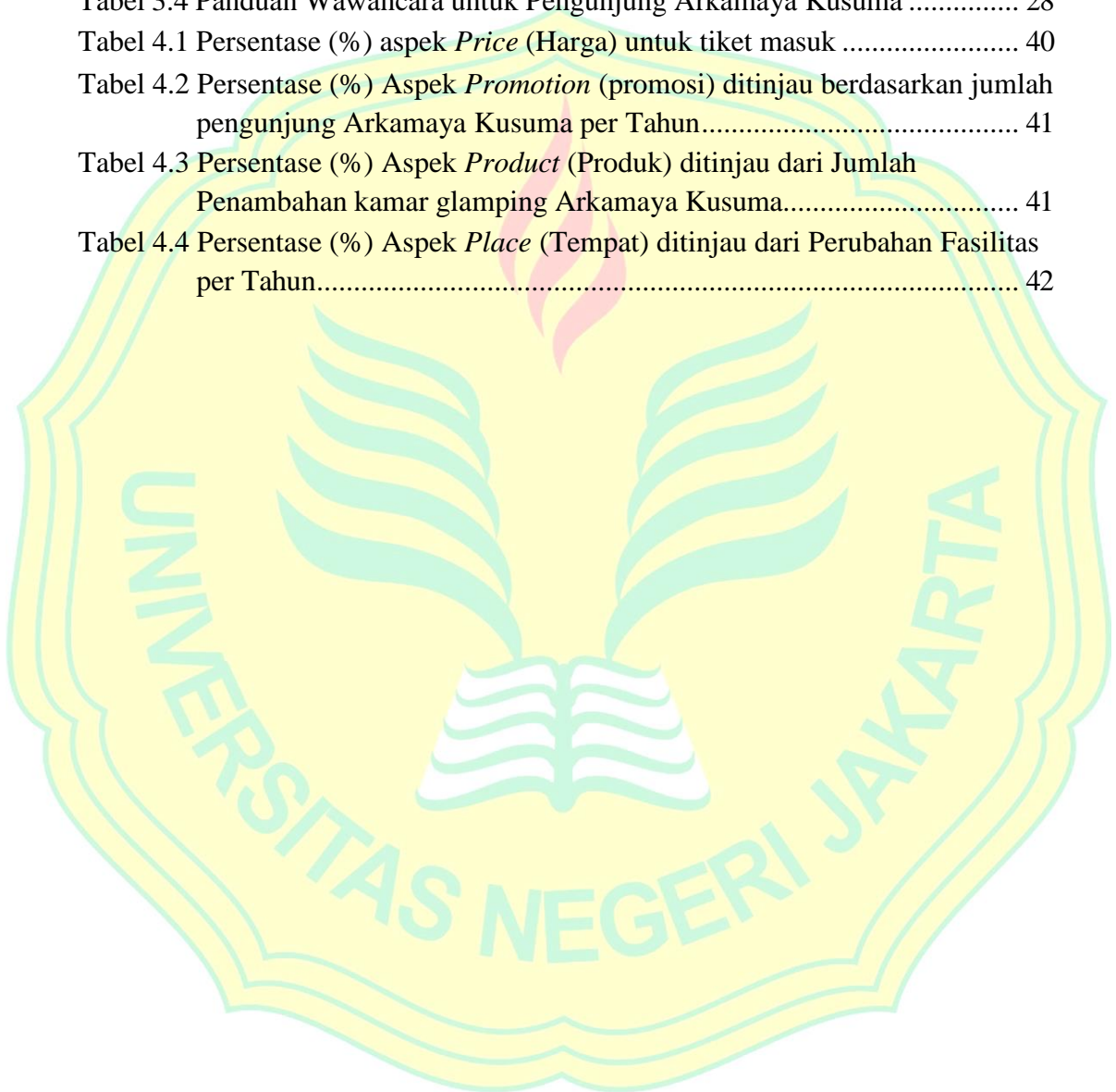
	Halaman
PERNYATAAN ORISINALITAS	
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	i
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Pembatasan Masalah.....	3
D. Perumusan Masalah.....	3
E. Kegunaan Penelitian.....	3
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	5
A. Deskripsi Konseptual.....	5
1. Strategi Pemasaran	5
2. Objek Wisata	11
3. Glamping Camp.....	13
B. Kerangka Berpikir.....	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	20
A. Tujuan Penelitian.....	20
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	20
1. Tempat Penelitian	20
2. Waktu Penelitian	20
C. Metode Penelitian	20
D. Informan	21
E. Teknik Pengumpulan Data.....	22
1. Observasi	22

2. Wawancara	22
3. Dokumentasi	23
F. Instrumen Penelitian	23
1. Definisi konseptual	23
2. Definisi Operasional	23
G. Pengujian Validitas Dan Reliabilitas	25
H. Teknik Analisis Data	29
1. Reduksi data	29
2. Penyajian Data	29
3. Penarikan/Verifikasi Kesimpulan	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
A. Deskripsi Data	30
B. Pembahasan Hasil Penelitian	31
1. Observasi	31
2. Wawancara	32
a) Product (produk)	32
b) Price (Harga)	34
c) Place (Tempat)	36
d) Promotion (Promosi)	37
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	43
A. Kesimpulan	43
B. Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN-LAMPIRAN	49

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 3.1 Instrumen Wawancara untuk <i>General Manager</i>	24
Tabel 3.2 Telaah Pakar (Ahli)	25
Tabel 3.3 Panduan Wawancara untuk <i>Manager</i> & Pegawai Arkamaya Kusuma. 26	
Tabel 3.4 Panduan Wawancara untuk Pengunjung Arkamaya Kusuma	28
Tabel 4.1 Persentase (%) aspek <i>Price</i> (Harga) untuk tiket masuk	40
Tabel 4.2 Persentase (%) Aspek <i>Promotion</i> (promosi) ditinjau berdasarkan jumlah pengunjung Arkamaya Kusuma per Tahun.....	41
Tabel 4.3 Persentase (%) Aspek <i>Product</i> (Produk) ditinjau dari Jumlah Penambahan kamar glamping Arkamaya Kusuma.....	41
Tabel 4.4 Persentase (%) Aspek <i>Place</i> (Tempat) ditinjau dari Perubahan Fasilitas per Tahun.....	42



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2. 1 Logo Arkamaya Kusuma.....17



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN I.....	60
LAMPIRAN II	65
LAMPIRAN III.....	69
LAMPIRAN IV	78



