

**STRATEGI PEMASARAN PENGELOLA TELAGA BATU
PAMIJAHAN DALAM MEMBANGUN KESADARAN
DESTINASI WISATAWAN**

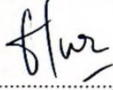
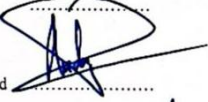


**MUHAMAD REZA FAUZAN
(1605621066)**

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

**PROGRAM STUDI OLAHRAGA REKREASI
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Pembimbing I		
Dr. Drs. Zulham, M.Si., MCE NIP.197203022005011002		03/07/2026
Pembimbing II		
Dr. Heni Widyaningsih, SE.,M.S.E NIP.197201221999032001		03/07/2026
Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Dr. Drs. Zulham, M.Si., MCE NIP.197203022005011002		03/07/2026
Dr. Heni Widyaningsih, SE.,M.S.E NIP.197201221999032001		03/07/2026
Masnur Ali, M.Pd NIP.199209012019031014		03/07/2026
Dr. Albert Wolter Aridan Tangkudung, S.Sos., M.Pd NIP. 198210282015041002		03/07/2026
Drs. Fajar Vidya Hartono, M.Pd NIP.198411272010121004		03/07/2026

Tanggal Lulus : 19 Juni 2026

Intelligentia - Dignitas

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang saya susun merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini lahir dari pemikiran, gagasan, dan hasil penelitian saya pribadi yang disusun dengan bimbingan dari dosen pembimbing.
3. Setiap kutipan atau pendapat yang berasal dari pihak lain telah saya cantumkan sumbernya secara jelas, baik dalam isi skripsi maupun dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian atau pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 10 Januari 2026



Muhamad Reza Fauzan

NIM. 1605621066

Intelligentia - Dignitas



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

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 : Muhamad Reza Fauzan
NIM : 1605621066
Fakultas/Prodi : Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan/ Olahraga Rekreasi
Alamat email : rezsfausan@gmail.com

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

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

yang berjudul :

STRATEGI PEMASARAN PENGELOLA TELAGA BATU PAMIJAHAN DALAM

MEMBANGUN KESADARAN DESTINASI WISATAWAN

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan 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

Penulis

MUHAMAD REZA FAUZAN

STRATEGI PEMASARAN PENGELOLA TELAGA BATU PAMIJAHAN DALAM MEMBANGUN KESADARAN DESTINASI WISATAWAN

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh pengelola Telaga Batu Pamijahan dalam membangun kesadaran destinasi (*destination awareness*) wisatawan, mengidentifikasi pihak-pihak yang terlibat dalam proses pemasaran, serta mengkaji kendala dan peluang dalam pengembangan pemasaran destinasi wisata alam tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik *purposive sampling* dalam pemilihan informan yang terdiri dari pengelola utama, pihak yang terlibat dalam promosi, dan mitra lokal/pelaku wisata setempat. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan secara sistematis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran Telaga Batu Pamijahan masih bersifat sederhana dan berfokus pada tahap pengenalan destinasi melalui media sosial dan promosi dari mulut ke mulut. Diferensiasi destinasi ditonjolkan melalui keindahan alam, suasana tenang, dan keasrian lingkungan sebagai nilai utama. Peran pengelola sangat sentral dalam perencanaan dan pelaksanaan pemasaran, dengan dukungan partisipasi masyarakat secara informal. Tingkat kesadaran destinasi masih didominasi oleh wisatawan lokal dan belum menjangkau pasar yang lebih luas. Kendala utama meliputi keterbatasan anggaran, sumber daya manusia, dan belum adanya perencanaan pemasaran yang terstruktur. Meskipun demikian, Telaga Batu Pamijahan memiliki peluang besar untuk berkembang sebagai destinasi wisata alam berbasis komunitas apabila didukung oleh strategi pemasaran yang lebih sistematis, konsisten, dan berkelanjutan.

Kata kunci: Strategi pemasaran, *destination awareness*, wisata alam, pengelolaan destinasi, telaga batu pamijahan.

Intelligentia - Dignitas

**MARKETING STRATEGY OF TELAGA BATU PAMIJAHAN
MANAGEMENT IN BUILDING TOURIST DESTINATION AWARENESS**

Abstract

This study aims to analyze the marketing strategies implemented by the managers of Telaga Batu Pamijahan in building tourist destination awareness, identifying the parties involved in the marketing process, and assessing the obstacles and opportunities in developing the marketing of this natural tourism destination. This study used a qualitative approach with a purposive sampling technique in selecting informants consisting of the main manager, parties involved in promotions, and local partners/tourism actors. Data collection techniques were carried out through in-depth interviews, field observations, and documentation. Data analysis used an interactive analysis model that includes data reduction, data presentation, and systematic conclusion drawing. The results show that the marketing strategy of Telaga Batu Pamijahan is still simple and focuses on the destination introduction stage through social media and word-of-mouth promotion. Destination differentiation is emphasized through natural beauty, a serene atmosphere, and environmental beauty as the main values. The management role is central to marketing planning and implementation, with support from informal community participation. The level of destination awareness is still dominated by local tourists and has not reached a wider market. The main obstacles include limited budget, human resources, and the lack of a structured marketing plan. Nevertheless, Telaga Batu Pamijahan has a great opportunity to develop as a community-based natural tourism destination if supported by a more systematic, consistent, and sustainable marketing strategy.

Keywords: *Marketing strategy, destination awareness, nature tourism, destination management, Pamijahan stone lake.*

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil‘ālamīn, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, dan kemudahan-Nya. Karya kecil ini penulis persembahkan sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah SWT yang senantiasa mempermudah setiap urusan penulis selama proses penyusunan skripsi ini hingga akhirnya dapat diselesaikan. Berbagai dinamika telah penulis lalui, mulai dari naik turunnya mental hingga rasa putus asa. Namun, dengan pertolongan Allah SWT, penulis senantiasa dikuatkan untuk tidak menyerah dan mampu melanjutkan serta menyelesaikan skripsi ini sampai akhir.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada **Prof. Dr. Nofi Marlina Siregar, M.Pd.** selaku Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan Universitas Negeri Jakarta, **Dr. Drs. Zulham, M.Si., MCE** selaku Ketua Program Studi Olahraga Rekreasi Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan, **Dr. Drs. Zulham, M.Si., MCE** selaku Dosen Pembimbing I, serta **Dr. Heni Widyaningsih, SE,M.SE** selaku Dosen Pembimbing II sekaligus Dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta ilmu yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini.

Terima kasih yang tulus penulis persembahkan kepada keluarga tercinta yang senantiasa memberikan dukungan dan doa. Terutama kepada Bapak dan Mamah yang selalu mendukung setiap langkah anak-anaknya, serta kakak penulis yang terus memberikan semangat dan bantuan dalam menghadapi berbagai permasalahan yang ada. Dukungan keluarga menjadi kekuatan terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada sahabat seperjuangan di Program Studi Olahraga Rekreasi angkatan 2021, khususnya kepada Teja, Yusuf, Alfath, Noval, seluruh mahasiswa kelas A, serta sahabat bimbingan : Ahmad Rifai, Raihan, dan Tegar. Kebersamaan, dukungan, dan semangat yang terjalin menjadikan masa perkuliahan ini bukan sekadar proses akademik, tetapi juga proses perjalanan hidup yang tidak akan terlupakan.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada sahabat-sahabat di luar kampus: Alfiansyah, Maulana, teman-teman bengkel yang senantiasa dengan sabar mengajari, membantu, serta mendukung penulis dalam proses penyusunan skripsi ini, bahkan ketika harus direpotkan. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan terbaik dari Allah SWT.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi langkah awal menuju perjalanan kehidupan yang lebih baik.



DAFTAR ISI

Abstrak	v
<i>Abstract</i>	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Teoretis	9
2. Manfaat Praktis	9
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	11
A. Deskripsi Konseptual	11
1. Pemasaran Pariwisata.....	11
2. Karakteristik Pemasaran Jasa Pariwisata	12
3. Strategi Pemasaran Destinasi Wisata	14
B. Kerangka Berpikir	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
A. Tujuan Penelitian.....	31
B. Tempat dan Waktu Penelitian	31
C. Metode Penelitian	31

D. Teknik Pengumpulan Data	32
E. Instrumen Penelitian	33
F. Teknik Analisis Data.....	36
G. Keabsahan Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Deskripsi Data.....	39
1. Gambaran Umum.....	39
2. Hasil Penelitian	40
B. Pembahasan	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	62



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka berpikir	30
-------------------------------------	----



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Pertanyaan	62
Lampiran 2 Instrumen Pertanyaan Peran Pengelola	63
Lampiran 3 Kesadaran Destinasi Wisatawan	64
Lampiran 4 Instrumen Pertanyaan Kendala dan Peluang	65
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian	66
Lampiran 6 Surat Tugas	71
Lampiran 7 Surat Validasi Ahli	72
Lampiran 8 Surat Penelitian	73



Intelligentia - Dignitas