

DEWAN REDAKSI
JURNAL BISNIS INDONESIA

Penganggung Jawab

Dra. Siti Ning Farida, M.Si

Redaktur

Dr. Ir. Rusdi Hidayat N., M.Si

Editor I

Dr. Nurhadi, M.Si

Editor II

Dra. Sonja Andarini, M.Si

Sekretariat

Nurul Azizah, S.AB.,M.AB.
Rima Ambarwati Sari H.,S.AB

Desain Grafis

Fauzan, S.AB

Mitra Bestari

Prof. Dr. H. Suhadak, M.Sc.
(Universitas Brawijaya Malang)
Dr. Sadeli, S.Sos, M.Si
(Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)
Dr. Widiartanto, S.Sos.,M.AB
(Universitas Diponegoro Semarang)
Dr. La Ode Kalimin, M.Si
(Universitas Haluoleo Kendari Sulawesi Tenggara)

Alamat Redaksi

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur Jalan Raya Rungkut
Madya Gunung Anyar , Surabaya 60294

DAFTAR ISI
Vol.10 No.1 2019

JUDUL	HAL
PENGARUH PENEMPATAN KARYAWAN DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. MUNIC LINE CABANG KETAPANG BANYUWANGI Devi Aprillia Cahyanti, Rusdi Hidayat Nugroho	1-10
PENGARUH MODAL INTELEKTUAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN PERBANKAN BADAN USAHA MILIK NEGARA (BUMN) PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA PERIODE 2008 – 2017 Dinar Janiar, Jajok Dwiridho	11-20
KREATIVITAS DAN MOTIVASI BERPENGARUH TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA (Studi Kasus Kelompok PKK Desa Socah) Naura Nazifa Taya Sumara, Sonja Andarini	21-29
PENANAMAN <i>INTERNAL BRANDING</i> DALAM MEMBANGUN <i>BRAND COMMITMENT</i> (Studi Pada Universitas Pembangunan Nasional (UPN) “Veteran” Jawa Timur Sebagai Kampus “Bela Negara”) Siti Ning Farida , Nurul Azizah	30-44
PENGARUH PEMBERIAN TUNJANGAN SERTIFIKASI GURU DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA GURU SMK NEGERI 4 KENDARI Riski Amali Madi, La Ode Kalimin	45-56
INDEKS <i>DOW JONES INDUSTRIAL AVERAGE</i> (DJIA), INDEKS <i>SHANGHAI STOCK EXCHANGE</i> (SSE), KURS USD/IDR, DAN <i>BI RATE</i> BERPENGARUH TERHADAP INDEKS HARGA SAHAM GABUNGAN (IHSG) DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2015-2018 Farikhah Nur Anggraini, Nurhadi	57-69
PENGARUH KEPUASAN KERJA DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT BANK NEGARA INDONESIA(PERSERO) TBK KANTOR CABANG UTAMA SIDOARJO Vieno Dio Larenza, Lia Nirawati	70-79
STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA <i>LAWU ADVENTURE</i> DI SIDOARJO Qonita Aflia Fitriani, Susi Hariyawati	80-91

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN 92-104
DALAM MENGGUNAKAN JASA EKSPEDISI J&T EXPRESS (Studi Kasus
Pada Konsumen J&T Express DP Driyorejo Gresik)

Akbar Subarka, Ety Dwi Susanti

STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA DI WONOSALAM DALAM 105-118
MENINGKATKAN DAYA TARIK PENGUNJUNG
(Studi Kasus Pada Agrowisata di Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang)

Septian Elly Susanti, Budi Prabowo

**STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA DI WONOSALAM DALAM
MENINGKATKAN DAYA TARIK PENGUNJUNG
(Studi Kasus Pada Agrowisata di Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang)**

Septian Elly Susanti, Budi Prabowo

**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**

Email : Septianelly55@gmail.com

ABSTRAK

Kecamatan wonosalam merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Jombang, yang memiliki beragam kekayaan potensi wisata baik alami dan buatan, hal ini didukung oleh ketersediaannya potensi wisata alam yang sangat beragam. Dimana memiliki kenaikan jumlah pengunjung ditiap tahunnya secara signifikan. Yang berarti memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan oleh para pesaingnya

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman bagi wisata Wonosalam itu sendiri kemudian menganalisis strategi apa yang sesuai dengan kondisi wisata Wonosalam. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan tahapan formulasi strategi, yaitu matriks IFAS dan EFAS, dan analisis SWOT. Dan teknik yang digunakan menggunakan *in deept* interview, observasi partisipan dan wawancara.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal terdapat 6 kekuatan dan 5 kelemahan, dan faktor eksternal terdapat 7 peluang dan 5 ancaman. Berdasarkan matriks IFAS dan EFAS menghasilkan total skor kekuatan sebesar 1.88, kelemahan 1.5, peluang 1.58 dan ancaman 1.48. Hasil rumusan strategi matriks swot cenderung ke strategi SO karena menghasilkan nilai paling tinggi yaitu dengan nilai 3.46. startegi yang bisa diterapkan adalah Menjaga, meningkatkan serta melestarikan potensi alam yang ada kemudian mengembangkan program-program yang menarik dengan cara memberdayakan masyarakat lokal untuk saling membantu dan ikut berpartisipasi dalam menciptakan reputasi yang baik.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Strategi Pemasaran Pariwisata, Matrik IFAS dan Matrik EFAS, Agrowisata Kecamatan Wonosalam.

ABSTRACT

Wonosalam Subdistrict is one of the sub-districts located in Jombang Regency, which has a diverse wealth of tourism potential both natural and artificial, this is supported by the availability of a variety of natural tourism potential. Where it has a significant increase in the number of visitors in each year. Which means it has its own appeal compared to its competitors.

This research aims to identify internal factors that are strengths and weaknesses as well as external factors that become opportunities and threats for Wonosalam tourism itself and then analyze what strategies are in accordance with Wonosalam tourism conditions. This research uses descriptive analysis methods and stages of strategy formulation, namely IFAS and EFAS matrix, and SWOT analysis. And the technique used uses in deep interviews, participant observation and interviews.

The results of this research indicate that internal factors have 6 strengths and 5 weaknesses, and external factors have 7 opportunities and 5 threats. Based on the IFAS and EFAS matrix, the total score is strengths 1.88, weakness 1.5, opportunities 1.58 and threats 1.48. The results of the swot matrix strategy formulation tend to the SO strategy that can be applied is to maintain, enhance and preserve the existing natural potential then develop attractive programs by empowering local communities to help each other and participate in creating a good reputation.

Keywords: SWOT Analysis, Tourism Marketing Strategy, IFAS matrix and EFAS matrix, Agro Tourism District of Wonosalam.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bangsa Indonesia merupakan bangsa yang memiliki banyak keberagaman, baik dari segi adat, budaya, agama, suku dan bahasa. Negara Indonesia juga negara yang kaya akan sumber daya alamnya. Sumber daya alam tersebut jika dikelola dengan baik dapat dijadikan sebagai potensi untuk memakmurkan rakyat dan memajukan bangsa Indonesia. Salah satunya yang dapat dikembangkan adalah dalam bidang kepariwisataan. Seiring berjalannya waktu, pariwisata di Indonesia ini telah tumbuh dan berkembang dengan baik.

Kepariwisataan merupakan salah satu dari aktifitas manusia untuk memenuhi kebutuhannya yaitu kebutuhan untuk memenuhi kesenangan hati, karena kegiatannya banyak mendatangkan keuntungan pada suatu daerah atau negara yang berusaha untuk mengembangkan kegiatan pariwisata. Pengembangan Objek wisata pada suatu daerah atau negara sangat tergantung pada produk industri dari pariwisata tersebut yang meliputi daya tarik wisata, prasarana objek wisata, serta kemudahan perjalanan wisatanya.

Melihat kenyataan tersebut maka perkembangan pariwisata perlu direncanakan dan dipromosikan secara baik agar mampu mencapai hasil-hasil yang memuaskan secara ekonomis maupun sosial serta agar dapat bersaing dengan suatu daerah lain hingga negara-negara yang telah berkembang lainnya. Indonesia sendiri selain memiliki kekayaan sumber daya alam yang melimpah juga memiliki tempat yang berpotensi besar untuk dijadikan objek wisata yang menarik sehingga dapat meningkatkan pendapatan, memperluas dan pemeratakan kesempatan lapangan kerja dan menciptakan suatu usaha baru, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan daya tarik wisata dan destinasi pariwisata yang ada di Indonesia lainnya.

Kecamatan wonosalam merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Jombang, kecamatan ini memiliki beragam kekayaan potensi wisata baik alami dan buatan, hal ini didukung oleh ketersediaannya potensi wisata alam yang sangat beragam, karena Kecamatan Wonosalam berada di dataran tinggi di wilayah kaki Gunung Anjasmara dengan ketinggian 500-600 meter diatas permukaan air laut. Kecamatan Wonosalam itu sendiri berada di ujung Timur Kabupaten Jombang dengan memiliki segudang potensi alam yang dapat dijadikan sebagai destinasi Wisata yang memiliki daya tarik tersendiri dimana merupakan wisata yang hanya bisa ditemui di Wonosalam saja dan tidak dijumpai di daerah-daerah lainnya. Perkembangan pariwisata di Kecamatan Wonosalam sendiri semakin meriah dengan adanya banyak festival yang diselenggarakan di setiap desa yang berbeda dengan memiliki ciri khas acara yang memiliki keunikan tertentu guna menambah daya tarik kunjungan wisata yang ada.

Jumlah Wisatawan yang berkunjung di Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang di tiap tahunnya selalu mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Hal ini berarti wisata yang ada di Kecamatan Wonosalam masih memiliki daya tarik tersendiri bagi para Wisatawan lokal maupun luar daerah yang ingin menikmati wisata alam yang ada di daerah Kecamatan Wonosalam. Kawasan Agrowisata Wonosalam merupakan kawasan yang sangat potensial dan memiliki banyak tempat wisata yang tergolong baru yang baru saja dibuka juga pada bulan Desember yang telah memasuki musim liburan di akhir tahun. Dari penjelasan data yang ada, maka dapat disimpulkan bahwa Kecamatan Wonosalam memiliki potensi wisata terpendam yang perlu dikembangkan guna untuk mengetahui dan menganalisis akan strategi apakah yang digunakan untuk meningkatkan daya tarik pengunjung pada Agrowisata di Kecamatan Wonosalam.

Untuk meningkatkan daya tarik pengunjung wisata dibutuhkan suatu strategi yang mengatur tentang pariwisata. Sampai sejauh ini peneliti tertarik meneliti akan strategi pemasaran yang digunakan untuk

meningkatkan daya tarik pengunjung di agrowisata yang ada di Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang. Semakin lama semakin berkembang dengan semakin bertambahnya sarana dan prasarana baru yang menarik untuk ditawarkan seperti adanya kolam renang, tempat outbound, dan pemandangan alam yang sangat menarik bagi pengunjung.

Pariwisata di Kecamatan Wonosalam telah memiliki keunggulan *trend* peningkatan jumlah pengunjung ditunjang dengan perbaikan sarana maupun penambahan fasilitas-fasilitas baru serta memiliki keunikan yang berbeda dari objek-objek wisata lain di sekitarnya, yaitu seperti bangunan-bangunan joglo yang mempunyai nilai keunikan tersendiri yang dapat digunakan sebagai salah satu ciri khas suatu wisata tersebut. Namun, berdasarkan informasi yang diperoleh dari pengelola objek wisata tertentu yaitu berdasarkan wawancara dan survey yang dilakukan pada tanggal 6 Desember 2018 yang berada pada salah satu daerah yang ada di Wonosalam yang berlokasi di wilayah yang terpencil dan hanya sedikit orang yang tau dikarenakan seperti kendala kurangnya informasi dan petunjuk keberadaan objek wisata tersebut sehingga total pengunjung yang datang masih didominasi dari warga lokal wonosalam dan sekitarnya.

Kemampuan daya tarik objek wisata ini belum begitu luas diketahui dan dikenal masyarakat karena objek wisata yang masih tergolong baru dan tempat yang terpencil sehingga pengunjung merasa kesulitan untuk mencari wisata tersebut. Apalagi ditambah kondisi jalan yang masih kurang nyaman atau rusak yang masih belum tersentuh perbaikan seperti jalan bebatuan, minimnya penerangan dan pos-pos jaga yang menandakan terdapat objek wisata didalamnya. Serta kurangnya alat transportasi umum yang membuat sebagian masyarakat enggan berkunjung sehingga beberapa faktor tersebut dapat menghambat perkembangan wisata di Kecamatan Wonosalam dalam meningkatkan daya tarik pengunjung.

Dalam industri pariwisata khususnya dalam rangka pengenalan Agrowisata di wilayah Kecamatan Wonosalam masih belum banyak “dilirik” oleh wisatawan/pengunjung

secara luas yaitu dari luar daerah Kabupaten Jombang bahkan mancanegara. Banyak faktor yang menyebabkan rendahnya minat wisatawan untuk mengunjungi suatu objek wisata ditambah dengan adanya pesaing-pesaing wisata yang sudah lama lebih dikenal di luar Kecamatan Wonosalam. Oleh karena itu peneliti ingin menganalisis strategi pemasaran pariwisata Di Wonosalam dengan menggunakan pendekatan SWOT. Pendekatan SWOT digunakan sebagai metode dalam penelitian ini karena memiliki banyak keunggulan dibandingkan pendekatan yang lain yaitu, dengan Analisis SWOT maka dapat diketahui situasi objek wisata dengan mengidentifikasi faktor eksternal dan faktor internal yang berpengaruh pada objek wisata, yaitu menganalisis peluang dan kekuatan yang dimiliki untuk menentukan rencana masa depan dan mengatasi kelemahan dan ancaman dengan cara rencana perbaikan. Menurut Freddy Rangkuti (2014), Analisis SWOT merupakan suatu identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), dan secara bersamaan dapat meminimalisir kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan menarik wisatawan berekreasi ke Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang mutlak diperlukan dalam rangka pengembangan sektor pariwisata di Jawa Timur dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka tujuan penelitian yang diperoleh adalah untuk mengetahui dan menganalisis Strategi pemasaran yang digunakan oleh Agrowisata Wonosalam yang ada di Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang dalam meningkatkan daya tarik pengunjung.

Kerangka Berpikir



METODE PENELITIAN

Populasi

Adapun populasi dalam penelitian ini dengan pihak terkait yaitu pemilik wisata, pengelola wisata dan pengunjung wisata yang ada di Kecamatan Wonosalam Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain

Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

Sampel dari penelitian ini adalah :

1. Pemilik Wisata : orang yang menanamkan hartanya sebagai modal pendirian objek wisata dan memiliki hak atas profit kegiatannya.
2. Pengelola Wisata : yang bertugas mendukung kegiatan pariwisata sebagai penyedia atraksi, promosi, transportasi, informasi dan pelayanan.

3. Pengunjung Wisata : pria atau wanita yang datang dan menikmati kawasan Agrowisata yang ada di Kecamatan Wonosalam yang datang ke lokasi wisata untuk berpariwisata. Berdasarkan populasi dan sampel tersebut diatas teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *snowball sampling*, yaitu:

- a. Pemilik Wisata
- b. Pengelola Wisata
- c. Pengunjung Wisata.

Observasi Partisipan

Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2013:145) mengemukakan bahwa, *observasi* merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013:240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan

misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

Teknis Analisis Data

Untuk analisis data dalam penelitian ini, adalah dengan menggunakan metode analisis deksriptif dan analisisnya menggunakan SWOT. Data deskriptif dihasilkan dalam wawancara mendalam (*indeept interview*) yang berkaitan dengan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya tarik pengunjung pada Agrowisata di Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang, Jawa Timur, Kode Pos 61476. Menggunakan analisis SWOT yang meliputi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Treaths*). Dengan tujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan pada Agrowisata yang ada di Kecamatan Wonosalam.

Analisis SWOT

Untuk mengetahui faktor-faktor strategis perusahaan, alat yang dipakai untuk menyusun strategis perusahaan tersebut menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini di

dasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). (Rangkuti,2014 : 19).

Dalam SWOT sendiri terdapat matrik SWOT yaitu matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana kekuatan dan kelemahan internal IFAS (*Internal Faktor Analysis Summary*) yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan peluang dan ancaman eksternal EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) yang dimilikinya

Matriks SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman, sedangkan faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan strategis. Berdasarkan Matriks SWOT diatas maka didapatkan 4 langkah strategi yaitu sebagai berikut :

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.

2. Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang

yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Strategi WT bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal dengan menghindari ancaman eksternal. Matrik SWOT merupakan alat pencocokan yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan empat tipe strategi : Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), Strategi ST (*Strengths-Threats*), dan Strategi WT (*Weaknesses-Threats*).

HASIL DAN PEMBAHASAN
Gambaran Umum Objek Penelitian

Wonosalam adalah salah satu kecamatan di Kabupaten Jombang, yang terletak di sebelah Tenggara kota Jombang. Daerah Kecamatan Wonosalam berada di daerah dataran tinggi dengan ketinggian 300-700 mdpl. Kecamatan Wonosalam berbatasan dengan Kabupaten Mojokerto, Kabupaten Malang dan Kabupaten Kediri. Berada di daerah dataran tinggi, Kecamatan Wonosalam kaya akan keanekaragaman hayati dan terkenal dengan buah Durian Bido nya. Kecamatan Wonosalam memiliki pemandangan yang luar biasa indah nya dan masih

tergolong alami. Dalam bidang pertanian dan perkebunan, Kecamatan Wonosalam yang terletak di lereng gunung Anjasmara kaya akan produk unggulan hasil bumi seperti Cengkeh, Salak, Pisang, Kakao dan Durian Bido yang terkenal cita rasanya. Pada akhir tahun dan awal tahun biasanya adalah puncak panen raya untuk beberapa produk unggulan seperti Durian dan Rambutan. Dalam bidang peternakan Kecamatan Wonosalam juga terkenal dengan potensi Kambing Etawa, Sapi perah dan madu Wonosalam.

Hasil
Penyajian Data

Dalam penelitian ini peneliti berusaha menggambarkan tentang strategi pemasaran pariwisata dalam meningkatkan jumlah pengunjung ini yang dilakukan oleh pariwisata yang ada di Kecamatan Wonosalam dengan melakukan bauran pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT.

Identitas Informan

Pada penelitian ini, yang menjadi informan adalah pemilik wisata, pengelola wisata dan pengunjung wisata yang berada di Agrowisata di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang. Berikut adalah data informan wawancara

Tabel 4.1 Data Infroman

Nama	Usia	Status
Waluyo Adi	52 Tahun	Pemilik
Rusdi	42 Tahun	Pengelola
Ira ramdani	23 Tahun	Pengelola
Slamet Darno	30 Tahun	Pengunjung
alfi	22 Tahun	Pengunjung
Retno Putri	18 Tahun	Pengunjung

Sumber : Wisata Wonosalam

Strategi Bauran Pemasaran Pariwisata

1. Produk

1. Permainan *outbound*.
2. Festival music (Orkes melayu dan Kuda Lumping)
3. Kolam renang
4. Kolam Pancing
5. Bumi Perkemahan
6. *Rafting*

Fasilitas:

1. *Ttraditional food and drink*.
2. Instruktur *outbond*. (*local tour guide*)
3. Homestay
4. Lahan parkir
5. Pusat Oleh-oleh khas Wonosalam
6. Ruang Ganti
7. Toilet

2. Harga

Harga yang diterapkan di pariwisata Wonosalam disesuaikan dengan harga keberadaan tempat wisata tersebut dimana merupakan tarif rata-rata seperti wisata-wisata lainnya yang ada di Kabupaten Jombang. Harga Tiket Masuk (HTM) untuk saat ini adalah sebesar Rp 5000,- Untuk tiap satu orang pengunjung yang berwisata. Dari harga tersebut pengunjung sudah dapat menikmati beberapa fasilitas yang disediakan seperti lokasi strategis dan bersih dan langsung bisa menikmati pemandangan alam seperti hutan dan sungai yang dikelilingi pegunungan Anjasmoro yang menambah *view* keindahan tempat wisata tersebut yang berbeda dengan wisata-wisata lainnya yang berada di Kabupaten Jombang. Namun belum termasuk harga penyewaan wahana atau alat untuk

outbound yang memiliki harga cukup bervariasi. Dalam menentukan harga pariwisata Wonosalam menggunakan rumusan sebagai berikut: sebanyak 20% yang dihasilkan dari retribusi objek wisata Wonosalam tergantung pendapatan disetiap bulannya sedangkan sisanya sebanyak 80% dimiliki oleh pihak pemilik wisata. Harga yang dibuat untuk pariwisata di Kecamatan Wonosalam cukup terjangkau dan sejak mulai dibuka sampai saat ini tidak mengalami kenaikan yang tinggi. Hal tersebut dilakukan karena Pariwisata di Kecamatan Wonosalam tidak ingin membuat citra “mahal” pada wisatanya.

3. Distribusi

Wisata Wonosalam berlokasi di Jln Anjasmoro, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang, Jawa Timur, Kode Pos 61476 yang merupakan pasar yang cukup lumayan untuk sebuah bisnis wisata karena berada didekat lokasi perkebunan dan pegunungan yang memiliki lahan parkir yang sangat luas, berada di pinggir jalan dan berdekatan dengan rumah-rumah penduduk setempat. Maka dari itu memberi peluang para pebisnis untuk mendirikan sebuah tempat wisata dan warung-warung makanan dan toko oleh-oleh seperti souvenir dan menjual hasil olahan produk makanan lainnya yang memiliki keunikan tersendiri sebagai ciri khas tempat wisata di Wonosalam. Pemilihan lokasi ini dipilih karena kawasan tersebut memiliki potensi alam yang beragam, lahan yang luas, dan ketersediaan air bersih serta terdapat aliran air sungai dan *view* pegunungan Anjasmoro yang mengelilingi wilayah tersebut.

Dalam proses pemasaran yang dilakukan oleh wisata wonosalam, proses distribusinya melalui kerjasama dengan beberapa relasi yaitu dari Agen

Tour dan travel, paguyuban desa wisata se-Jawa Timur, Wisatawan yang pernah berkunjung ke Kecamatan Wonosalam, dan lain sebagainya. Dalam proses distribusi dengan para relasi, mereka berupaya untuk dapat saling menguntungkan satu sama lain. Keuntungan tersebut didapatkan dari berbagai sumber yaitu seperti dari harga paket yang ditawarkan kepada para wisatawan, dari proses promosi dan pemasaran, dari jumlah wisatawan yang dibawa oleh pihak *Tour and Travel*.

4. Promosi

Promosi yang dilakukan adalah dengan cara memberikan pengunjung berupa hiburan orkes melayu, pertunjukan kuda lumping atau event-event besar lainnya yang ditujukan pada pengunjung pada awal pembukaan wisata baru atau kegiatan rutin yang sering diadakan di wisata tersebut secara gratis dengan memberikan pelayanan sebaik mungkin, sehingga akan membuat nyaman para pengunjung yang datang dan memberikan variasi agar pengunjung merasa lebih terhibur untuk menikmati wisata tersebut dengan tambahan hiburan yang disajikan, lalu diharapkan pengunjung akan merekomendasikan tempat wisata tersebut kepada pengunjung lainnya. Beberapa jenis promosi sudah digunakan oleh wisata yang ada di Kecamatan Wonosalam. Dimana wisata Wonosalam sudah menggunakan beberapa

jenis promosi ke berbagai media. Adapun jenis promosi yang digunakan sebagai berikut :

1. Melalui kerjasama dengan Lembaga Pendidikan
2. Melalui media cetak, situs internet dan media sosial
3. Melalui *event* dan tradisi kebudayaan yang diadakan oleh masyarakat lokal di Kecamatan Wonosalam disetiap tahunnya.
4. Mengikuti *event-event* undangan dari luar daerah Wonosalam.

5. Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia di Kecamatan Wonosalam dalam proses pemasaran dan pelayanan kepada wisatawan cukup merata dan baik. Meskipun dari anggota dan pengelola sebagian besar tidak memiliki latar belakang pariwisata melainkan dari latar belakang Lurah dan petani, akan tetapi mereka juga berawal dari keanggotaan Karang Taruna yang terbentuk sebelumnya. Untuk latar belakang pendidikan masyarakat di Kecamatan Wonosalam sendiri rata-rata yaitu lulusan SMP dan SMA akan tetapi dari sebagian besar pengurus sendiri juga berasal dari latar belakang pendidikan Sarjana meskipun bukan dari jurusan Pariwisata.

6. Bukti Fisik

Untuk bukti fisik yang ada di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang dimulai dari produk, fasilitas, sarana dan prasarana, aksesibilitas dan lain sebagainya, dapat dikatakan sangat baik dan lengkap. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan ketersediaan produk, fasilitas pendukung, sarana dan prasarana yang sangat lengkap seperti yang telah dijelaskan pada

bagian harga. Sebagai contoh yaitu tersedianya fasilitas kesehatan seperti puskesmas, rumah sakit, dan beberapa bidan desa. Selanjutnya, fasilitas keamanan di Kecamatan Wonosalam sendiri juga sangat aman karena begitu kita memasuki desa tersebut kita langsung bisa menjumpai kantor polisi dan disebaliknya juga terdapat KORAMIL sehingga dapat memberikan kesan aman saat wisatawan berada disana, selain itu untuk kegiatan Siskamling di desa wisata tersebut juga berjalan baik. Sedangkan untuk fasilitas pendukung yang lain sudah tersedia dengan lengkap.

7. Proses

Proses pelayanan yang dilakukan oleh pihak pengurus wisata di Kecamatan Wonosalam ada beberapa tahap mulai dari *pre-tour*, *on tour* hingga *post-tour*.

Analisis SWOT

Faktor Internal yang berasal dari dalam lingkungan suatu perusahaan yang berupa kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan.

1. Kekuatan, terdiri dari :
 - a. Pemandangan alam yang indah, bersih, asri dan berhawa sejuk.
 - b. Salah satu desa wisata di Kabupaten Jombang yang menyuguhkan keunikan wisata alam yang berada di lereng Gunung Anjasmoro yang mengelilingi Kecamatan Wonosalam.
 - c. Reputasi yang baik.
 - d. Memiliki kekayaan alam yang beraneka ragam dan memiliki

- potensi seperti homestay, kesenian, kerajinan, agrowisata, *outbond*, kuliner, tour guide dll.
 - e. Adanya izin dari dinas yang dapat memberikan jaminan rasa aman bagi wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata di Kecamatan Wonosalam.
 - f. Biaya operasional kunjungan yang relatif murah.
2. Kelemahan, terdiri dari :
 - a. Kurangnya petunjuk jalan informasi.
 - b. Menurunnya jumlah wisatawan pada saat cuaca tidak stabil.
 - c. Kualitas SDM yang belum memadai.
 - d. Tidak ada transportasi umum yang digunakan untuk menuju objek wisata karena lokasi yang berjauhan dari Desanya.
 - e. Keterbatasan jaringan layanan provider.

Faktor Eksternal, yang berasal dari dalam lingkungan suatu perusahaan atau organisasi yang berupa kekuatan dan kelemahan.

1. Peluang, terdiri dari :
 - a. Tingginya minat wisatawan untuk berkunjung ke wisata agro
 - b. Sektor pariwisata yang berkembang dan diinginkan wisatawan.
 - c. Memberdayakan masyarakat sekitar objek wisata
 - d. Memiliki wilayah yang luas dan kaya akan keragaman alam dan budaya.
 - e. Membaiknya infrastruktur.
 - f. Menambah pendapatan masyarakat lokal
 - g. Munculnya inovasi baru seiring dengan kemajuan teknologi.
2. Ancaman, terdiri dari :
 - a. Persaingan antar objek wisata agro.
 - b. Kurang dikenalnya wisata yang masih baru dibuka
 - c. Cuaca buruk
 - d. Tercemarnya lingkungan

- e. Kurangnya usaha masyarakat sekitar yang berjualan dengan ciri khas Kecamatan Wonosalam.

Tahap Analisis Faktor Internal dan Eksternal Menggunakan IFAS & EFAS

1. Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

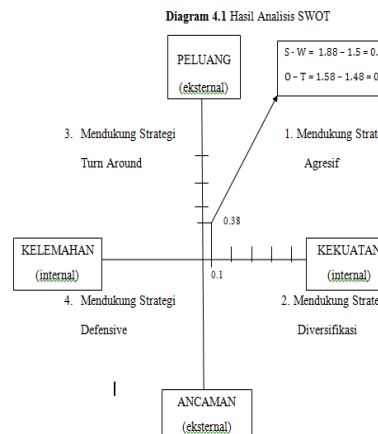
Dari analisis tabel IFAS, faktor kekuatan mempunyai total nilai skor (bobot x rating) = 1.88 dan faktor kelemahan mempunyai total nilai skor (bobot x rating) = 1.5.

2. Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)

Dari hasil analisis tabel EFAS, faktor peluang mempunyai total nilai skor (bobot x rating) = 1.58 dan faktor ancaman mempunyai total nilai skor (bobot x rating) = 1.48

Tahap Analisis SWOT

Dari hasil identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal, maka dapat digambarkan sebuah diagram SWOT sebagai berikut ;



Dari hasil diagram analisis SWOT diatas, dapat dilihat bahwa Agrowisata yang ada di Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang berada pada posisi kuadran I (satu), dimana dapat dilihat dari situasi tersebut terdapat peluang yang cukup besar dengan didukung oleh kekuatan dari segi internal. Sehingga, merupakan strategi yang cocok digunakan oleh wisata tersebut dalam meningkatkan sebuah peluang yang ada.

Tabel 4.4 Rumusan Strategi Matrik

IFAS EFAS	Strengths (Kekuatan) S	Weakness (Kelemahan) W
Opportunities (Peluang) T	Strategi SO menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang = 3.46	Strategi WO minimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang = 3.08
Threats (Ancaman) T	Strategi ST menggunakan kekuatan untuk mengatasi atau menghindari ancaman = 3.36	Strategi WT minimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman = 2.98

Dari analisis Matrik EFAS dan IFAS pada tabel telah disusun pula Matrik SWOT untuk menganalisis rumusan alternatif strategi SO, WO, ST dan WT.

Pembahasan Formulasi Strategi

Strategi SO

1. Menjaga, meningkatkan serta melestarikan potensi alam yang ada untuk menambah minat wisatawan yang berkunjung ke wisata Agro dan menjaga keunikan wisata alam yang ada

- sehingga menjadi ciri khas di Kecamatan tersebut.
2. Mengembangkan program-program yang menarik dengan memberdayakan masyarakat lokal.
 3. Mempertahankan reputasi yang baik dan memiliki sebuah tagline yang menarik untuk membangun sebuah kerjasama yang baik dengan para relasi maupun masyarakat sekitar.
 4. dapat memanfaatkan situasi dan keadaan yang ada untuk membuat inovasi baru dengan potensi yang ditawarkan sehingga wisatawan lebih tertarik dan penasaran untuk berkunjung.
 5. Melakukan promosi dengan lebih mengeksplor keunikan Kecamatan Wonosalam ke masyarakat luas dengan menggunakan media maupun relasi yang ada
 6. strategi memanfaatkan teknologi dimana setiap lokasi wisata yang menyuguhkan atraksi wisata memiliki web tersendiri sehingga informasi yang disajikan memang benar sesuai adanya dan setiap ada perubahan akan dilakukan *up-date* informasi, sehingga wisatawan mendapatkan informasi yang riil terjadi di lapangan.

Strategi ST

1. Lebih menonjolkan ciri khas dan keunikan pada Agrowisata yang ada di Kecamatan Wonosalam agar tidak kalah bersaing dengan para pesaing lainnya.

2. Menjalin kerjasama dengan relasi untuk memasarkan dan mempromosikan wisata di Kecamatan Wonosalam agar dapat dikenal oleh wisatawan.
3. Membuat inovasi baru wisata alternatif yang ada di Kecamatan Wonosalam yang masih dapat dinikmati meskipun dalam kondisi cuaca yang buruk. Misalnya membuat wisata *in door* dengan nuansa wisata agro.
4. Mengontrol aktifitas masyarakat maupun wisatawan agar tidak mencemari lingkungan agar lingkungan wisata tetap terjaga keasrian dan kebersihannya.
5. Memberikan pengarahan dan pengetahuan yang inovatif kepada masyarakat mengenai kesadaran akan berwirausaha dalam memanfaatkan peluang yang ada, guna meningkatkan perekonomian masyarakat di Kecamatan Wonosalam
6. Perlu adanya peningkatan peranan pemerintah daerah.

Strategi WO

1. Memperhatikan infrastruktur dan Memberikan petunjuk jalan menuju lokasi wisata yang lengkap dan detail karena mengingkat adanya keterbatasan jaingan layanan profider di daerah pegunungan sebagai aplikasi petunjuk arah.
2. Selalu berinovasi dan memperhatikan peluang dan fenomena yang ada yang sesuai dengan kondisi masyarakat pada saat ini dengan memanfaatkan lahan sebagai sektor agrowisata atau wisata alternatif lainnya.
3. membuat wisata *alternative* seperti adanya wahana permainan, wisata edukasi dan wisata kuliner secara *in-door* sehingga masih bisa denikmati oleh wisatawan

meskipun cuaca dalam kondisi tidak stabil. sehingga masih dapat dijadikan pilihan kedua ketika ingin berwisata di Kecamatan Wonosalam.

4. Mencari SDM yang berpotensi dan berpengalaman.
5. Sering mengadakan event atau tradisi yang menarik sebagai sarana promosi dengan pengenalan budaya di Kecamatan Wonosalam dan peningkatan media promosi yang memiliki jangkauan luas.
6. Menjaga kebersihan lingkungan sekitar dengan mengembangkan produk yang ramah lingkungan tanpa harus melakukan eksploitasi, sehingga sumber daya yang ada masih terlihat alami atau natural.

Strategi WT

1. Menambah petunjuk jalan secara detail Seperti memperbanyak adanya petunjuk jalan tujuan lokasi wisata karena wisata di Kecamatan Wonosalam sangat minim petunjuk sehingga banyak wisatawan yang datang kurang memahami alur petunjuk lokasi.
2. Menambah transportasi umum/khusus untuk menuju akses lokasi agrowisata untuk mempermudah perjalanan menuju lokasi wisata yang jaraknya berjauhan guna mengurangi resiko apabila ada pengunjung yang belum terbiasa melewati medan menuju tempat wisata.

3. Melengkapi fasilitas yang ada seperti adanya wifi, kelengkapan *out bound* dan alat penunjang lainnya.

Review Penelitian Terdahulu Sebagai Dasar Penelitian

Dapat diketahui persamaan dan perbedaan antara peneliti terdahulu dengan penelitian sekarang ini. Persamaan dari kedua penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu pada penggunaan teknik analisis yang digunakan yang menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan peneliti yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari suatu wisata yang ada di daerah objek penelitian yang pada akhirnya untuk mengetahui strategi apa yang digunakan atau dijalankan oleh wisata yang ada di daerah tersebut.

Sedangkan perbedaan dari kedua penelitian terdahulu diatas terletak pada metode yang digunakan. Peneliti yang dilakukan oleh Irwan Suriadi dan Didy Ika Supryadi (2017) menggunakan teknik dokumentasi dan studi kepustakaan, sedangkan yang dilakukan oleh Jaenudin (2017) menggunakan teknik studi kepustakaan dan observasi. Sedangkan penelitian sekarang ini menggunakan teknik

In deept interview, observasi partisipan, dokumentasi dimana masing-masing teknik yang digunakan oleh peneliti adalah langkah yang dirasa paling strategis dalam mendapatkan informasi berkaitan objek penelitian, karena tujuan utama dari teknik tersebut adalah untuk mendapatkan data semaksimal mungkin.

I. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pada strategi pemasaran

Agrowisata di Wonosalam yang menggunakan indikator 7P, untuk produk (*product*) pemilik sekaligus pihak pengelola wisata akan terus berinovasi dengan menambah dan memperbaiki produk wisata secara baik dan semenarik mungkin agar wisatawan lebih tertarik untuk mengunjungi wisata di Kecamatan Wonosalam.

Saran

Sebaiknya pihak investor/pemilik beserta pengelola wisata selalu mengikuti perkembangan teknologi hingga pengelola yang memiliki kemampuan IT sehingga dalam memasarkan objek wisata pihak DISBUDPAR maupun lembaga lainnya dapat memperbaiki informasi-informasi tentang objek wisata yang terdapat di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, Lukman., & Kriswibowo, A. 2019. Birokrasi. Banyumas: Sasanti Institute
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.
- Fandy, Tjiptono. 2014. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi.
- Indrawan, Rully. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Surabaya: Adi Tama.
- Jaenudin. 2017. *Strategi Pemasaran Pariwisata Indonesia sebagai Antisipasi dari Perubahan Ekonomi Global*. Jurnal. Fakultas Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi. ISSN 2580-3220.
- Kotler, Philip. 2014. *Prinsip-prinsip Manajemen Edisi 14, Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip Kevin Lane Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nurul, A., Imam, S., & Andriani, K. (2017). The development perceived of product comments trust-ability on social media: a social information processing (SIP) theory approach (survey on Facebook community of Taiwanese students colleges). *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 62(2).
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Riset Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2014. Analisis *SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Setianingrum, Ari., Jusuf Udaya, dan Efendi. 2015. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suriadi, Irwan., Didy Ika Supriyadi. 2017. *Mix Strategi dan Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Lombok Utara (KLU)*. Jurnal. Program Studi Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. ISSN 1412-7601
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

