

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN OBJEK WISATA BOJONG  
KARNIVAL UNTUK MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG**

**TUGAS AKHIR**

**Suci Ramadhanti**

**203404516012**



**PROGRAM STUDI PARIWISATA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS NASIONAL**

**JAKARTA**

**2024**

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN OBJEK WISATA BOJONG  
KARNIVAL UNTUK MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk untuk mencapai gelar Sarjana Pariwisata  
di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh :

**Suci Ramadhanti**

**203404516012**



**PROGRAM STUDI PARIWISATA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**2024**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir berjudul :

### **STRATEGI BAURAN PEMASARAN OBJEK WISATA BOJONG KARNIVAL UNTUK MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 16 Februari 2024



**Suci Ramadhanti**

**NPM : 203404516012**

UNIVERSITAS NASIONAL

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul Tugas Akhir : **STRATEGI BAURAN PEMASARAN OBJEK  
WISATA BOJONG KARNIVAL UNTUK  
MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG**

Nama Mahasiswa : Suci Ramadhanti

Nomor Pokok : 203404516012

Program Studi : Pariwisata



Jakarta, 16 Februari 2024

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Tugas Akhir : **STRATEGI BAURAN PEMASARAN OBJEK  
WISATA BOJONG KARNIVAL UNTUK  
MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG**

Nama Mahasiswa : **Suci Ramadhanti**

Nomor Pokok : **203404516012**

Program Studi : **Parwisata**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

**Menyetujui,**

**Pembimbing Tugas Akhir,**

( Rizki Nurul Nugraha, SST.Par., MM.Par )

**Ketua Penguji,**

**Anggota/Penguji**

( Ulfi Maranisya, SST.Par., M.Par )

( Liliana Dewi, S.S., MM.Par )

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,**

( Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D )

Jakarta : 16 Februari 2024

Tanggal Lulus : 21 Februari 2024

## ABSTRAK

### STRATEGI BAURAN PEMASARAN OBJEK WISATA BOJONG KARNIVAL UNTUK MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG

Oleh :

Suci Ramadhanti

NPM : 203404516012

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Ibu Rizki Nurul Nugraha, SST.Par., MM.Par

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Bauran Pemasaran pada objek wisata Bojong Karnival untuk meningkatkan Minat Berkunjung. Data penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer didapatkan melalui observasi, wawancara dengan pihak terkait, dan dokumentasi. Data sekunder didapatkan melalui data kepustakaan berupa dokumen tertulis terkait dengan strategi bauran pemasaran pada objek wisata. Teknik analisis data menggunakan analisis SWOC dengan matriks IFAS dan EFAS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teridentifikasi bauran pemasaran pada objek wisata Bojong Karnival yang sudah diimplementasikan. Bauran pemasaran yang sudah diterapkan yaitu produk, harga, bukti fisik, promosi, bukti fisik, orang, dan proses. Pada Matriks IFAS menunjukkan nilai 3,06 dari total keseluruhan faktor kekuatan-kelemahan, sedangkan pada Matriks EFAS menunjukkan nilai 2,92 dari total keseluruhan faktor peluang-tantangan. Nilai dari Matriks IFAS dijadikan sumbu  $x$  dan nilai dari Matriks EFAS dijadikan sumbu  $y$  pada Matriks SPACE yang menunjukkan bauran pemasaran Bojong Karnival terletak pada sel IV digambarkan sebagai Tumbuh dan Membangun. Pada Matriks SWOC menunjukkan posisi Bojong Karnival berada di Kuadran 1 yang artinya dalam posisi kuat dan memiliki peluang. Matriks *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Challenge* dijadikan alat untuk menciptakan model pengembangan dari strategi bauran pemasaran dengan melihat 4 alternatif strategi yaitu Strategi SO, Strategi WO, Strategi SC, dan Strategi WC untuk meningkatkan minat berkunjung ke objek wisata Bojong Karnival.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Objek Wisata, Minat Berkunjung, Bojong

Karnival, Analisis SWOC.

## ABSTRACT

### ***MARKETING MIX STRATEGY IN BOJONG KARNIVAL TOURISM ATTRACTION FOR INCREASING VISITING INTEREST***

By :

*Suci Ramadhanti*

*NPM : 203404516012*

*Skripsi, under the guidance of Mrs. Rizki Nurul Nugraha, SST.Par., MM.Par*

*This research aims to analyze the Marketing Mix at the Bojong Karnival tourist attraction to increase Visiting Interest. This research data uses primary and secondary data. Primary data was obtained through observation, interviews with related parties, and documentation. Secondary data was obtained through library data in the form of written documents related to marketing mix strategies at tourist attractions. The data analysis technique uses SWOT analysis with the IFAS and EFAS matrices.*

*The results of this study show that the identified marketing mix on Bojong Carnival tourist attractions has been implemented. Marketing mix that has been implemented are products, prices, places, promotions, physical evidence, people, and processes. The IFAS Matrix shows a score 3,06 from the total strength-weakness factors, while the EFAS Matrix shows score 2,92 from the total opportunity-challenge factors. The scores from the IFAS Matrix is used as the x and the value from the EFAS Matrix is used as the y in the SPACE Matrix which shows the marketing mix of Bojong Karnival located in cell IV, described as Growth and Build. SWOC matrix shows that Bojong Karnival's position is in Quadrant 1, which means it is in a strong position and has opportunities. The Strength, Weakness, Opportunity, and Challenge matrix is used as a tool to create a development model for marketing mix strategies by looking at 4 alternative strategies, SO Strategy, WO Strategy, SC Strategy, and WC Strategy to increasing interest visiting in Bojong Karnival.*

*Keywords : Marketing Mix, Tourist Attractions, Interest in Visiting, Bojong Karnival, and SWOC Analysis.*

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. BIODATA DIRI

1. Nama : Suci Ramadhanti
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 15 Desember 1999
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Jl. Olahraga, Perumahan De Oasis  
Residence, Blok E1, Cimanggis, Bojong  
Gede, Kabupaten Bogor.
5. No. Handphone : 0896-3575-6054
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : [Suci4038@gmail.com](mailto:Suci4038@gmail.com)

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2004 – 2005 : TK Hamdalah Jakarta
2. 2005 – 2011 : SD Negeri Paseban 011 Jakarta
3. 2011 – 2014 : SMP Negeri 71 Jakarta
4. 2014 – 2017 : SMK Negeri 27 Jakarta
5. 2020 – 2024 : Universitas Nasional

Jakarta, 16 Februari 2024

Suci Ramadhanti

NPM : 203404516012



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucap puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, shalawat serta salam tidak lupa penulis ucapkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Shalallaahu Alaihi Wassalaam. Terima kasih atas segala petunjuk, hidayah, kelancaran serta segala kemudahan yang telah Kau berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “Strategi Bauran Pemasaran Objek Wisata Bojong Karnival Untuk Meningkatkan Minat Berkunjung” dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1), pada Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis tentunya mengalami hambatan baik yang bersifat teknis maupun yang lainnya. Namun berkat dukungan, kerjasama, dorongan semangat, dan bantuan dari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini dengan kerendahan, rasa kasih sayang penulis, dan rasa hormat, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App. Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Bapak Gagih Pradini, S.Par., M.M. selaku Ketua Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Anisa Putri Kusumaningrum, S.ST.Par.,M.M selaku Sekretaris Program Studi Pariwisata dan Dosen Pembimbing Akademik.

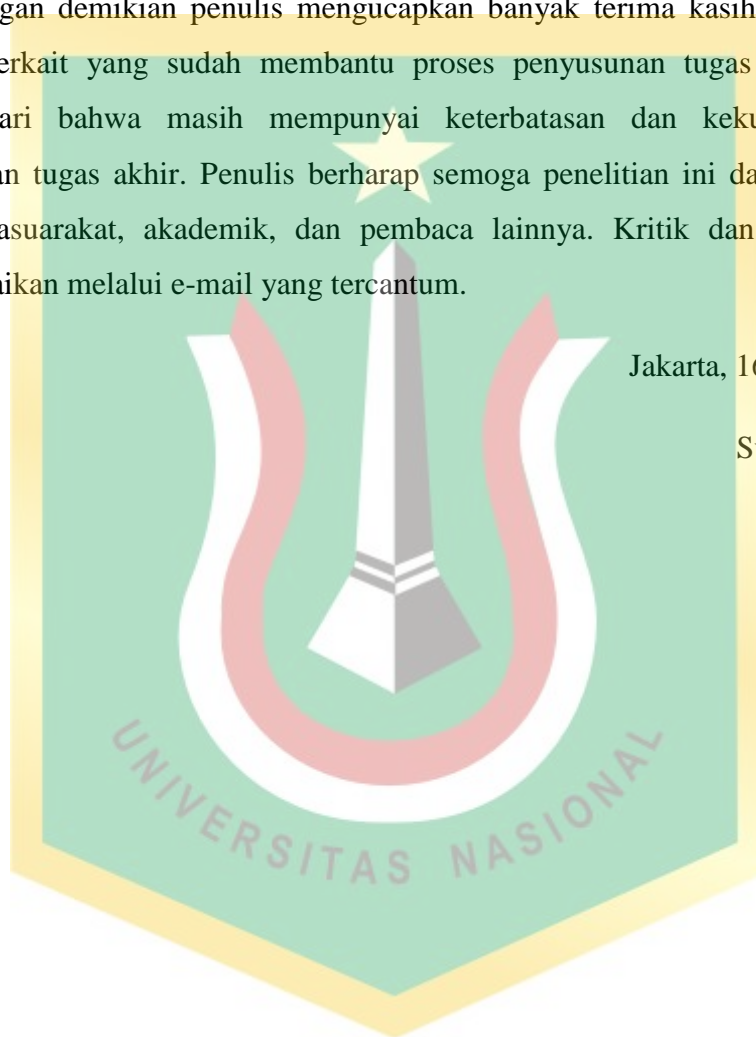
6. Ibu Rizki Nurul Nugraha, SST.Par., MM.Par selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memotivasi, serta memberikan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Dosen Program Studi Pariwisata yang sudah mengajarkan, memberikan ilmu pengetahuan dan hikmah bagi anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar serta mengajar.
8. Seluruh *Staff* Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama menjadi mahasiswi FEB Universitas Nasional.
9. Kepada seluruh informan yang sudah bersedia membantu dalam proses pembuatan tugas akhir.
10. Kedua orang tua penulis yaitu Ibu Yuniar dan Bapak Dede Karya, tante dari penulis yaitu Ibu Agustina A,Md serta kakak pertama penulis yang selalu memberikan dukungan, memberikan motivasi, menguatkan, selalu ada untuk penulis dalam kondisi apapun, serta selalu mendo'akan yang terbaik selama penulis menuntut ilmu dan menempuh pendidikan di Universitas Nasional.
11. Kepada para sepupu penulis yang senantiasa selalu menghibur, memberi kritik dan saran, serta memberikan dukungan.
12. Kepada Melani, Millenia, Annes, Isnaeni, Sekar, dan Dinda selaku sahabat yang sudah menemani penulis selama 8 tahun ini, senantiasa selalu mendengarkan semua hal yang terjadi, selalu memberikan dukungan, serta saran terbaik hingga penulis bisa sampai pada titik ini.
13. Kepada teman-teman akademis yaitu Arsyia Tri Ananda, Dena Fitria Januarty, Glenn A. Wibisono, Khaeriyah, Salsabila Shafa, dan Wulan yang telah membantu memberikan semangat, motivasi, informasi, dukungan, serta masukan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
14. Kepada anggota grup GFRIEND, VIVIZ dan ATEEZ yang karya-karyanya senantiasa selalu menguatkan, menghibur, dan menemani hari-hari penulis.

15. Kepada Almarhumah Hj. Haffiah selaku nenek penulis yang semasa hidupnya senantiasa selalu memberikan semangat dan dukungan pada setiap pendidikan yang ditempuh penulis.
16. Kepada Suci Ramadhanti selaku penulis yang sudah mau berusaha, terus belajar, semangat, pantang menyerah, dan mau bertahan hingga dapat menyelesaikan tugas akhir.

Dengan demikian penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak terkait yang sudah membantu proses penyusunan tugas akhir. Penulis menyadari bahwa masih mempunyai keterbatasan dan kekurangan dalam penulisan tugas akhir. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat, akademik, dan pembaca lainnya. Kritik dan saran terbuka disampaikan melalui e-mail yang tercantum.

Jakarta, 16 Februari 2024

Suci Ramadhanti



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	5
1. Tujuan Penelitian .....	5
2. Kegunaan Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
<b>A. Teori Yang Terkait Dengan Variabel Penelitian</b> .....	<b>7</b>
1. Destinasi Pariwisata .....	7
2. Daya Tarik Wisata/Objek Wisata.....	9
3. Bauran Pemasaran .....	10
a. <i>Product</i> (Produk).....	11
b. <i>Price</i> (Harga).....	11
c. <i>Place</i> (Tempat).....	12
d. <i>Promotion</i> (Promosi).....	12

e. <i>Physical Evidence</i> (Fisik).....	13
f. <i>People</i> (Orang).....	13
g. <i>Process</i> (Proses).....	13
4. Minat Berkunjung .....	14
B. Hasil Penelitian Yang Sesuai Dengan Rujukan Penelitian .....	15
C. Kerangka Analisis .....	19

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Objek Penelitian .....	21
B. Rencana Dan Tahapan Penelitian.....	22
C. Data Penelitian .....	24
1. Sumber Data Dan Jenis Data .....	24
a. Sumber Data.....	24
1) Data Primer .....	24
2) Data Sekunder .....	24
b. Jenis Data .....	24
2. Populasi Dan Sampel .....	25
3. Metode Dan Alat Pengumpulan Data .....	26
a. Wawancara.....	26
b. Observasi.....	26
c. Dokumentasi .....	26
D. Teknik Analisis .....	27

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	29
1. Profil Objek Wisata Bojong Karnival .....	29
2. Bauran Pemasaran Objek Wisata Bojong Karnival .....	29
a. <i>Product</i> (Produk).....	29
b. <i>Price</i> (Harga).....	31
c. <i>Place</i> (Tempat).....	32
d. <i>Promotion</i> (Promosi).....	32
e. <i>Physical Evidence</i> (Fisik).....	34

f. <i>People</i> (Orang).....	35
g. <i>Process</i> (Proses).....	36
3. Analisis Faktor Internal.....	37
a. Kekuatan Objek Wisata.....	37
b. Kelemahan Objek Wisata.....	38
4. Analisis Faktor Ekstrenal.....	39
a. Peluang Objek Wisata.....	39
b. Tantangan Objek Wisata.....	41
5. Matriks IFAS EFAS.....	42
6. Matriks SPACE.....	45
7. Matriks SWOC.....	46
B. Pembahasan.....	52
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>72</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rencana dan Tahapan Penelitian .....	22
Tabel 4.1 Identifikasi Informan Berdasarkan Usia .....	33
Tabel 4.2 Matriks IFAS .....	43
Tabel 4.3 Matriks EFAS .....	44
Tabel 4.4 Matriks SWOC.....	48



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Analisis .....	19
Gambar 4.1 Matriks SPACE.....	45
Gambar 4.2 Matriks Kuadran.....	46
Gambar 4.3 Strategi Bauran Pemasaran.....	58

