

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
LOYALITAS PENGUNJUNG DI TAMAN REKREASI SELECTA  
KOTA BATU**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



**OLEH:**

**MARIANA MBEWA**

**2019120030**

**UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI**

**FAKULTAS EKONOMI**

**MALANG**

**2023**

## RINGKASAN

Bertambahnya destinasi wisata di Kota Batu merupakan bukti cepatnya ekspansi industri pariwisata. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui taktik pemasaran yang digunakan oleh Taman Rekreasi Selecta Kota Batu untuk menarik lebih banyak pengunjung. Teknik pengumpulan informasi seperti rapat, teknik penyelidikan informasi seperti analisis SWOT, dan metode untuk sumber informasi penelitian kualitatif semuanya menggunakan informasi yang diperlukan dan opsional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan (*strengths*) yang dimiliki oleh Taman Rekreasi Selecta Kota Batu lebih besar dibandingkan dengan kelemahan (*weaknesses*), selanjutnya peluang (*opportunities*) yang dimiliki juga lebih besar dibandingkan dengan ancaman (*threats*). Jelas ada lawan baru jika dilihat dari sudut pandang ancaman yang lebih luas, namun ini dapat digunakan sebagai data uji untuk memulai kembali Taman Rekreasi Selecta. Taman Rekreasi Selecta di Kota Batu bergerak ke arah yang benar berkat pelaksanaan rencana pertumbuhan yang dapat meningkatkan penjualan lebih banyak lagi. Ada dua kemungkinan: perluasan pasar dan pengembangan produk. Pengelola Taman Rekreasi Selecta Kota Batu memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi kelemahan dan memperkuatnya. Penataan Taman Rekreasi Selecta di Kota Batu juga mampu merespon pengaruh luar, termasuk peluang dan bahaya. Reaksi-reaksi ini dapat berfungsi sebagai landasan untuk memilih cara bereaksi terhadap peluang dan bahaya yang mungkin muncul setiap saat.

***Kata Kunci: Meningkatkan Loyalitas; Strategi Pemasaran, Taman Rekreasi Selecta; Kota Batu.***

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Menghirup udara segar dapat membantu Anda melawan kelelahan, kebosanan, dan bahkan stres akibat seharian bekerja keras di kantor. Refresh berusaha untuk mengubah penekanan dari pengaturan tipikal untuk mengaktifkan penyegaran adegan. Ini akan berhasil. Perjalanan adalah salah satu metode yang digunakan orang untuk menyiasatinya. Secara hukum, tidak. Menurut Pasal 10 UU 1990, “Pariwisata meliputi segala sesuatu yang berhubungan dengan pariwisata, termasuk komoditas yang dieksploitasi dan daya tarik wisata, serta organisasi yang berafiliasi dengan fasilitas tersebut.”

Semua perjalanan rekreasi ke satu atau lebih destinasi dengan tujuan mengisi waktu luang termasuk dalam pariwisata (Utomo et al. 2017). Gunung Arjuno dan Anjasmoro mengelilingi Taman Rekreasi Selecta yang terletak di Desa Tulungrejo, Kota Batu, Jawa Timur. Dia sangat ingin meninggalkan rumah dan kantornya yang biasa. Suhu di PT berkisar antara 15 hingga 25 derajat pada ketinggian 1150 meter. Seluruh 1.110 anggota Persero, yang masing-masing memiliki 5.000 saham, bekerja di PT. Studi penulis berikutnya sebagian besar berfokus pada perekrutan dan memaksimalkan kemampuan pemasaran perusahaan untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan pendukung.

Radar Malang, Harian Surya, dan kartu ucapan bermitra dengan Selecta Batu sebagai media periklanan cetak. Untuk memperluas jangkauan pemasarannya, Touch juga bekerja sama dengan radio Blitar, Batu TV, dan ATV.

Ini juga memiliki situs web resmi yang dijalankan oleh bisnis untuk pemasaran internet. Agar masyarakat lebih memahami tentang rencana acara Taman Rekreasi Selecta Kota Batu, billboard dan spanduk dipasang di tempat-tempat yang menonjol. Selain itu, dinas pariwisata dan masyarakat umum masing-masing akan mendapatkan pamflet.

Turunnya pengunjung Taman Rekreasi Kota Batu menjadi permasalahan utama yang peneliti lihat. Akibatnya, sangat penting untuk membuat rencana pemasaran yang berfokus pada menjaga hubungan jangka panjang dengan klien dan kolaborasi yang saling menguntungkan. Selecta jelas berusaha mendapatkan klien sebanyak mungkin dengan strategi ini.

Menurut Selecta, pemasaran adalah aktivitas pendukung untuk penjualan, konten instruksional, dan promosi yang ditujukan untuk membantu pengunjung dalam contoh ini, wisatawan menyadari potensi mereka dan meningkatkan minat mereka pada tujuan wisata. permasalahan terkini, dan penulis sangat antusias dalam melakukan penelitian yang disebutkan dalam judul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PENGUNJUNG DI TAMAN REKREASI SELECTA KOTA BATU”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana cara kerja marketing plan di Taman Rekreasi Selecta Kota Batu untuk membuat orang datang kembali?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi metode yang digunakan Taman Rekreasi Selecta di Kota Batu untuk menarik kembali pelanggan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Berikut hasil yang diharapkan dari penelitian ini:

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan masyarakat terhadap kajian ilmu pemasaran di suatu perusahaan, meningkatkan pengetahuan dan pengalaman terkini, serta memperluas wawasan tersebut.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

#### a) Bagi Peneliti

Peneliti percaya bahwa penelitian ini akan dapat memberi mereka lebih banyak informasi tentang masalah yang berkaitan dengan loyalitas pengunjung. Selain itu, studi tersebut menyumbangkan keahlian dan informasi dari organisasi tempat studi tersebut dilakukan.

#### b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Studi ini dapat digunakan sebagai sumber informasi dan bahan penelitian bagi individu yang ingin menilai loyalitas pengunjung.

#### c) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini harus dipertimbangkan saat memilih strategi dan tindakan untuk mempromosikan latihan. Berdasarkan umpan balik yang didapat dari pengunjung mengenai rencana yang telah dilakukan selama ini, perusahaan diharapkan untuk lebih mengoptimalkan strategi pemasaran dengan menggunakan saluran yang telah digunakan selama ini atau dengan memanfaatkan hal-hal baru untuk meningkatkan pendapatan perusahaan.

d) Bagi Akademis

Sarjana masa depan, terutama yang bekerja di domain manajemen pemasaran dan komunikasi perusahaan, akan dapat merujuk hasil penelitian ini dan memperdalam pengetahuan mereka tentang bauran strategi pemasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina,Widaya.(2018)”Analisis Strategi Promosi dan Pelayanan Pariwisata Guna Meningkatkan Jumlah Pengunjung Dipantai Sari Ringgung Pesawaran dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”(Skripsi Sarajana: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeristas Islam Negeri Raden Intan Lampung: Lampung).
- Alfis Shahrin,S.N.(2021). Strategi Marketing Dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan. 10(2), 20-26.
- Arikunto, S. (2002). Metodologi Penelitian. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Aulia,Dian Hardianti.(2020).Strategi Pemasaran Taman Wisata Puncak Bila Kabupaten Sidrap dalam Meningkatkan Minat Wisatawan Analisis Manajemen Syariah (Skripsi Sarjana: Institut Agama Isalm Negeri Parepare).
- David,Fred.R.(2016).Manajemen Strategi, Alih bahasa Alexander Sindoro Rehallindo.Jakarta
- Dawa, Petrus Loba, N. I. Iriani, and R. A. D. Novitawati. Strategi Pemasaran dalam Usaha Mempertahankan Pendapatan di Saat Pandemi *Covid-19 (Studi pada Toko Sumber Jaya Grosir Malang)*. Diss. Fakultas Ekonomi, 2022.
- Fandy,Tjiptono. (2011). Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia
- Kotler,Philip.Keller,Kevin Lane. (2018). Marketing Management Thirteenth Editon,Diterjemahkan Oleh Bob Sabran Dengan Judul,Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga.
- Marwan, R. U. S. L. A. N., M. Rifa'i, and A. P. Nugroho. Pengaruh Promosi, Harga, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Caffe Astetiec Joyo Grend Kota Malang*. Diss. Yayasan Bina Patria Nusantara, 2022.
- Moleong, L. J. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja
- Moleong,Lexy J. (2007). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Novitawati, Retno Ayu Dewi, Ari Mahfud, and Totok Sasongko. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada

Sanger Warung Kopi Aceh Kota Malang." *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* 7.2 (2019): 130-136.

Pariwisata, W. (2013). Pengertian Pariwisata. Retrieved Mei, 7, 2014.

Pemasaran: Bauran Pemasaran 7p (Diposkan Pada 20 november2016) Satria Edia,"Analisis Strategi Promosi Didinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan DiKabupatenKerinci,"*JurnalIlmiahekonomidanbisnis*, Vol.9No.1(Mei2018)H.53.[Http://Eksis.Unbari.Ac.Id/Indeks.Php/EKSIS/Article/View/133](http://Eksis.Unbari.Ac.Id/Indeks.Php/EKSIS/Article/View/133).(Diakses 16 Juni 2021).

*Rangkuti, Freddy. (2001). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta*

Shahrin, Alfis. (2021).Strategi Marketing dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus di PT.Selecta Kota Batu), skripsi,Malang: Fakultas ilmu administrasi,Universitas Islam Malang

Sugiyono. (2007). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Elfabeta

*Sugiyono.(2015:337) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung*

Sugiyono.(2018). Metode Penelitian Penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif,kualitatif dan R&D cetakan 5. Bandung: Alfabeta.

Wening,Nur ,Muhammad Al Hasny dan Ridha Fitry."Strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah kunjungan pada obyek wisata kebun raya dan kebun binatang (KRKB) Gembira Loka di Kota Yogyakarta"*Jurnal kajian bisnis* 22,1(2016)



