

SKRIPSI
STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN
WISATAWAN DI MINI ZOO EXOTARIUM YOGYAKARTA



OLEH
VERONIKA SANTIKA PASKAWATI
418100583

PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN
WISATAWAN DI MINI ZOO EXOTARIUM YOGYAKARTA



OLEH

VERONIKA SANTIKA

418100583

Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing I

Dr. Hj. Sarvani. M. Si
NIDN.0517066001

Pembimbing II

Arif Dwi Saputra/ S. S., M. M
NIDN.0525047001

Mengetahui
Ketua Program Studi

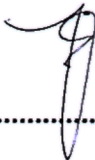
Yudi Setiaji, S.H., M.M
NIDN. 0508066401

BERITA ACARA UJIAN
STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN
WISATAWAN DI *MINI ZOO EXOTARIUM* YOGYAKARTA

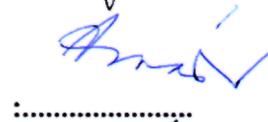
SKRIPSI
OLEH
VERONIKA SANTIKA
418100583
Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji
Dan Dinyatakan **LULUS**
Pada Tanggal 18 Oktober 2022

Tim Penguji :


Penguji Utama : Yudi Setiaji, S.H., M.M
NIDN. 0508066401

.....


Penguji I : Dr. Hj. Saryani, M. Si
NIDN.0517066001

.....


Penguji II : Arif Dwi Saputra, S. S., M. M
NIDN.0525047001

.....


Mengetahui
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta


Drs. Prihatno, M.M
NIDN.0526125901

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Veronika Santika Paskawati
NIM : 418100583
Jurusan : D4 Usaha Perjalanan Wisata
Judul : Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan
Wisatawan di Mini Zoo Exotarium

Dengan ini saya menyatakan bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya. Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi. Kecuali yang telah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, Oktober 2022

Penulis



Veronika Santika
NIM : 418100583

HALAMAN MOTTO

“Berusahalah untuk tidak menjadi manusia yang berhasil, tapi berusahalah menjadi manusia yang berguna.”

(Albert Einstein)

“Sukses bukan tentang apa yang kita capai, tapi seberapa jauh kita memahami dan melewati proses menuju kesuksesan itu sendiri.”

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Yang paling utama dari segalanya, saya mengucapkan Puji dan Syukur kepada sang Maha Pencipta, Tuhan Yesus yang menyertai saya, memberikan saya kekuatan, kesabaran, ketabahan, dan kelancaran dalam pengerjaan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Papa, Mama, dan Adik yang saya cintai. Atas segala dedikasi, cinta, kasih sayang, doa, dan dukungannya kepada saya, dan selalu memberi kepercayaan penuh kepada saya, saya mengucapkan terima kasih banyak.
2. Diri sendiri yang sangat hebat untuk terus berjuang mengalahkan rasa jenuh, malas, lelah, dan bosan. Terimakasih karna sudah berusaha tetap berjuang sampai akhir.
3. Sahabat saya Eka Prasetya yang tak pernah bosan berteman dengan saya, dan selalu menemani saya saat susah dan senang dari awal semester sampai akhir.
4. Partner saya Artigo Krisanggono yang selalu ada dan memotivasi saya dalam mengerjakan Skripsi ini.
5. Almamater tercinta STP AMPTA Yogyakarta, serta seluruh Civitas Akademik Jurusan Usaha Perjalanan Wisata.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Strategi Promosi Mini Zoo Exotarium dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan*”. Hasil menunjukkan bahwa strategi promosi berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan di *Mini Zoo Exotarium*.

Maksud dari penyusunan Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr. Par) pada program studi Usaha Perjalanan Wisata STP AMPTA Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang turut berperan atas terwujudnya skripsi ini.

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Saryani, M. Si selaku pembimbing I yang telah dengan sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Arif Dwi Saputra, S. S, M. M selaku pembimbing II yang telah dengan sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.

3. Bapak Yudi Setiaji, SH. MM selaku Penguji Utama dan Ketua Jurusan Program Studi Usaha Perjalanan Wisata STP AMPTA Yogyakarta.
4. Bapak Drh. Akbar Taruna selaku Direktur Utama *Mini Zoo Exotarium* yang telah memberikan saya izin untuk melakukan penelitian di *Mini Zoo Exotarium*.
5. Ibu Urip Suhartatik, SE selaku *General Manager* yang telah bersedia menjadi Narasumber pada saat saya melakukan penelitian di *Mini Zoo Exotarium*.
6. Seluruh Karyawan *Mini Zoo Exotarium* yang telah memberikan informasi serta membantu saya dalam melakukan penelitian.
7. Semua pihak yang telah ikut serta membantu dan memberikan motivasi untuk dapat melakukan penelitian.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini. Peneliti berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian sejenis. Terimakasih.

Yogyakarta, Oktober 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Teorisasi.....	7
1. Daya Tarik Wisata	7
2. Strategi Promosi	9
3. Konsep Strategi Promosi.....	10
4. Wisatawan.....	15
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Kerangka Pemikiran.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Metode dan Desain Penelitian	25
B. Lokasi dan Waktu	26
C. Teknik Cuplikan dan Subjek Penelitian.....	26

D. Sumber Data.....	27
E. Metode Pengumpulan Data	28
F. Uji Keabsahan Data.....	30
G. Metode Analisis Data.....	35
H. Alur Penelitian	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum.....	38
1. Sejarah Mini Zoo Exotarium.....	38
2. Profil Mini Zoo Exotarium	39
3. Visi dan Misi Mini Zoo Exotarium.....	40
4. Struktur Organisasi Mini Zoo Exotarium	41
B. Hasil Penelitian Mini Zoo Exotarium	46
1. Atraksi Wisata.....	46
2. Amenitas	50
3. Aksesibilitas	53
4. Tiket Masuk	54
C. Pembahasan Hasil Penelitian	55
1. Strategi dan Bentuk Promosi Mini Zoo Exotarium	55
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Promosi	65
KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	71
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kunjungan	3
Tabel 4.1 Data Kunjungan	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	37
Gambar 4.1 Mini Zoo Exotarium.....	40
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	41
Gambar 4.3 Wahana Outbond.....	47
Gambar 4.4 Wahana Kolam Renang.....	47
Gambar 4.5 Zona Satwa	48
Gambar 4.6 Taman Bunga	49
Gambar 4.7 Susur Sungai.....	49
Gambar 4.8 Tangkap Ikan.....	50
Gambar 4.9 WC Umum	51
Gambar 4.10 Gazebo.....	51
Gambar 4.11 Mushola.....	52
Gambar 4.12 Kantin	52
Gambar 4.13 Tempat Cuci Tangan	53
Gambar 4.14 Peta Lokasi Mini Zoo Exotarium	54
Gambar 4.15 Harga Tiket Masuk.....	55
Gambar 4.16 Akun Facebook Mini Zoo Exotarium	59
Gambar 4.17 Akun Instagram Mini Zoo Exotarium.....	60
Gambar 4.18 Akun Tiktok Mini Zoo Exotarium	61
Gambar 4.19 Akun Youtube Mini Zoo Exotarium	62
Gambar 4.20 Brosur Promosi Mini Zoo Exotarium.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Penelitian

Lampiran 2 Surat Balasan Izin Penelitian

Lampiran 3 Lembar Bimbingan Skripsi

ABSTRAK

Lokasi Taman edukasi wisata *Mini Zoo Exotarium* berada di daerah istimewa Yogyakarta, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi *Mini Zoo Exotarium* dalam meningkatkan minat pengunjung. Fokus masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi promosi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisata ke *Mini Zoo Exotarium*. Penelitian ini di latar belakang oleh terjadinya kenaikan dan penurunan pengunjung di setiap tahunnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk promosi yang dilakukan pengelola *Mini Zoo Exotarium*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Pengambilan data dilakukan dengan melalui kegiatan observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh data yang berkaitan dengan strategi promosi. Teknik analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk mengidentifikasi bentuk promosi yang telah dilakukan oleh pihak pengelola *Mini Zoo Exotarium*. Narasumber/Informan dalam penelitian ini yaitu pihak pengelola *Mini Zoo Exotarium* dan wisatawan yang berkunjung.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi promosi *Mini Zoo Exotarium* yang digunakan oleh pihak pengelola yaitu melalui metode bauran promosi (*promotion mix*) dengan berbagai bentuk variabel promosi, diantaranya yaitu melalui promosi personal, media sosial, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Dalam melakukan kegiatan promosi, pihak pengelola *Mini Zoo Exotarium* menyusun dan melakukan strategi berdasarkan permasalahan yang ingin diselesaikan. Hambatan yang dilalui pihak pengelola *Mini Zoo Exotarium* memang menjadi kendala, tetapi tidak menghambat proses strategi promosi.

Kata Kunci : Strategi promosi, Bauran Promosi, *Mini Zoo Exotarium*

ABSTRACT

The location of Mini Zoo Exotarium tourism education center is in a special area of Yogyakarta, this study aims to determine the promotion strategy of Mini Zoo Exotarium in increasing visitor interest. The focus of the problem in this study is how to promote the promotion strategy to increase the number of tourist visits to the Mini Zoo Exotarium. This research is motivated by the increase and decrease in visitors every year. The purpose of this study was to find out how the form of promotion carried out by the Mini Zoo Exotarium manager was.

The method used in this study was descriptive qualitative research. The data collection was implemented through observation, interviews, and documentation activities to obtain data related to promotional strategies. Qualitative descriptive analysis technique is used to identify the form of promotion that has been carried out by the manager of the Mini Zoo Exotarium. The resource persons/informants in this study are the managers of the Mini Zoo Exotarium and visiting tourists.

Based on the research results, the Mini Zoo Exotarium promotion strategy used by the manager is through the promotion mix method with various forms of promotional variables, including through personal promotion, social media, sales promotion, and public relations. In carrying out promotional activities, the manager of the Mini Zoo Exotarium develops and implements strategies based on the problems to be solved. The obstacles that the Mini Zoo Exotarium manager has overcome are indeed an obstacle, but they do not hinder the promotion strategy process.

Keywords : Promotional Strategy, Promotion Mix, Mini Zoo Exotarium

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi. Kedatangan wisatawan pada suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW) menjadi dampak yang paling penting bagi perkembangan suatu objek wisata.

Yogyakarta merupakan kota yang dikenal sebagai salah satu daerah tujuan wisata karna banyaknya objek wisata yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Yogyakarta memiliki beragam jenis bentuk kepariwisataan, baik itu wisata alam, bahari, maupun jenis lainnya. Hal tersebut menjadikan sektor pariwisata di daerah Yogyakarta menjadi maju dan ramai di kunjungi baik oleh wisatawan lokal maupun internasional dan menjadikan sektor pariwisata di daerah Yogyakarta menjadi bagian yang sangat vital bagi perkembangan perekonomian daerah.

Perkembangan dan kemajuan sektor pariwisata salah satunya bergantung pada kualitas suatu produk wisata yang di hasilkan serta diperlukan perencanaan dan strategi yang tepat sehingga objek wisata nantinya akan sesuai dan selaras dengan potensi yang ada di objek wisata tersebut.

Objek wisata *Mini Zoo Exotarium* merupakan salah satu objek wisata baru yang belakangan ini menjadi andalan di Yogyakarta. Bukan hanya menjadi tempat adanya berbagai macam flora dan fauna, *Mini Zoo Exotarium* juga menyuguhkan berbagai macam kegiatan seperti *Outbond* serta edukasi tentang pelestarian flora fauna dan wisatawan yang berkunjung juga dapat bermain dan berinteraksi langsung dengan berbagai macam satwa yang terdapat di *Mini Zoo Exotarium*. *Mini Zoo Exotarium* ini sendiri mempunyai 2 akses pintu masuk dari Jl. Magelang, KM. 08 desa Sendangdadi, atau dari Jl. Kabupaten yang dapat dengan mudah di temukan dan di akses melalui *Google Maps*.

Permasalahan yang terjadi pada wisata cagar alam yakni tidak stabilnya jumlah pengunjung yang datang di setiap tahun nya. Terlebih karena efek *pandemic* Covid-19 wisata cagar alam *Mini Zoo Exotarium* menjadi kurang cocok untuk dikunjungi para wisatawan. Tidak stabilnya jumlah wisatawan yang mengunjungi *Mini Zoo Exotarium* mengindikasikan bahwa angka Covid yang tinggi dan pemberlakuan PPKM darurat yang mengakibatkan ditutupnya destinasi wisata oleh Pemerintah serta belum tercapainya strategi promosi yang maksimal oleh pihak pengelola *Mini Zoo Exotarium*. Terlebih untuk menarik minat kunjung para wisatawan dari dalam dan luar kota. Pihak pengelola perlu memperhatikan dan mengupayakan cara untuk meningkatkan minat kunjung wisatawan, karena untuk menjaga kestabilan jumlah kunjungan wisatawan menjadi sangat penting. Dan yang menjadi kendala dari

pengelola saat ini adalah bagaimana caranya agar para wisatawan tertarik mengunjungi destinasi *Mini Zoo Exotarium*. Untuk itu perlu dikembangkannya ide ide atau gagasan baru dalam upaya mempromosikan *Mini Zoo Exotarium*.

Tabel berikut adalah data jumlah kunjungan wisata cagar alam *Mini Zoo Exotarium* pada periode Januari – Desember 2021 seperti yang terdapat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.1

Bulan	Tahun 2018	Tahun 2021
Januari	5.342	3.344
Februari	4.857	2.736
Maret	7.556	4.881
April	8.365	3.820
Mei	10.854	9.292
Juni	15.470	6.622
Juli	13.064	66
Agustus	7.018	1.616
September	10.765	5.251
Oktober	8.147	10.105
November	8.379	7.001
Desember	10.636	10.781
Total	110.453	65.515

Sumber: Pengelola Administrasi *Mini Zoo Exotarium*.

Berdasarkan tabel diatas, data kunjungan wisata tahun 2021 mengalami penurunan pada bulan Juli dan Agustus. Angka penurunan jumlah pengunjung disebabkan oleh efek pandemi *covid-19* yang mewajibkan ditutupnya semua destinasi wisata selama masa PPKM. *Mini Zoo Exotarium* mulai mengalami kenaikan jumlah pengunjung setelah masa PPKM berakhir, dan total keseluruhan jumlah pengunjung di tahun 2021 mencapai 65.515 Perbedaan data kunjungan tahun 2018 dan 2021 pada tabel 1.1 diatas terletak pada bagaimana strategi promosi yang

dilakukan pihak pengelola *Mini Zoo Exotarium* sebelum adanya pandemi *covid-19* dan saat terjadinya masa pandemi serta penerapan *new normal* pada tahun 2021. Kestabilan jumlah pengunjung *Mini Zoo Exotarium* pada tahun 2018 mengindikasikan bahwa *Mini Zoo Exotarium* sudah melakukan strategi yang tepat untuk promosi. *Mini Zoo Exotarium* masih tetap bertahan di masa pandemi 2021, itu semua juga karena adanya strategi promosi yang dilakukan pihak pengelola agar tetap mempertahankan objek wisata *Mini Zoo Exotarium* dan terus meningkatkan jumlah kunjungan wisata, terlebih angka *Covid-19* yang semakin menurun dan sudah diberlakukannya protokol kesehatan sehingga pengunjung dapat berwisata dengan aman. *Mini Zoo Exotarium* memiliki potensi untuk terus berkembang dan semua itu membutuhkan strategi promosi yang matang, kreatif, inovatif, dan efektif.

Strategi promosi jika dilakukan dengan tepat mampu mendorong perkembangan kemajuan dan peningkatan jumlah kunjung wisatawan di *Mini Zoo Exotarium*.. Promosi mengangkat *rebranding* sebagai strategi yang tepat untuk pemasaran serta mampu menjadikan sebuah objek wisata menjadi lebih dikenal dan dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi objek wisata tersebut. Strategi promosi di masa sekarang menjadi sangat penting dan lebih digencarkan oleh pihak *Mini Zoo Exotarium* yang akan meningkatkan dan menarik minat wisatawan untuk mengunjungi *Mini Zoo Exotarium*. Perlu dikembangkan ide atau gagasan agar strategi dapat berhasil dengan maksimal sehingga masyarakat luas

akan lebih mengenal dan menjadikan objek wisata ini sebagai suatu objek daya tarik.

Oleh sebab itu, peneliti ingin meneliti strategi yang digunakan pihak pengelola *Mini Zoo Exotarium* dalam meningkatkan kunjungan wisatawan serta menjadikan penelitian ini sebagai sarana guna memperluas pola pikir tentang peran promosi.

Dari uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Jogja Exotarium”**

B. Fokus Masalah

Promosi merupakan bagian yang sangat penting dalam pariwisata sekarang ini, berdasarkan latar belakang masalah diatas, yang akan menjadi fokus masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimanakah strategi promosi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di *Mini Zoo Jogja Exotarium*.

Untuk lebih memudahkan dalam penelitian, maka fokus masalah dijabarkan menjadi beberapa pertanyaan, sebagai berikut:

1. Apa sajakah bentuk strategi promosi yang saat ini dilakukan pihak pengelola *Jogja Exotarium*?
2. Faktor pendukung/penghambat dalam melakukan strategi promosi di *Mini Zoo Exotarium*?

C. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan apa saja bentuk strategi promosi objek wisata *Mini Zoo Jogja Exotarium*.
2. Mengetahui faktor pendukung dan penghambat apa saja yang dilalui pihak pengelola dalam mengelola dan melakukan strategi promosi di objek wisata *Mini Zoo Jogja Exotarium*.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti :

Peneliti dapat menambah wawasan serta melatih pola pikir yang matang mengenai upaya apa yang dapat dilakukan untuk menjadikan sebuah objek wisata menjadi lebih luas dan lebih dikenal oleh masyarakat serta para wisatawan.

2. Bagi STP AMPTA :

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan literatur bagi mahasiswa atau pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut serta memperluas ilmu pengetahuan khususnya mengenai Strategi promosi untuk meningkatkan minat kunjung wisatawan di *Jogja Exotarium*.

3. Bagi Pengelola

Menjadi bahan pertimbangan dalam berbagai upaya peningkatan sarana promosi dan pemasaran *Jogja Exotarium*.