

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN HUTAN PINUS PENGGER**

**SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DLINGO**

**BANTUL DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

**(Studi Kasus: Dusun Sendangsari Desa Terong**

**Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul**

**Daerah Istimewa Yogyakarta)**



**Disusun oleh:**

**AYU KURNIAWATI WIBOWO**

**NIM : 513100248**

**JURUSAN HOSPITALITY**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**

**YOGYAKARTA**

**2017**

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN HUTAN PINUS PENGGER**

**SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DLINGO**

**BANTUL DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

**(Studi Kasus: Dusun Sendangsari Desa Terong**

**Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul**

**Daerah Istimewa Yogyakarta)**



**Disusun oleh:**

**AYU KURNIAWATI WIBOWO**

**NIM : 513100248**

**JURUSAN HOSPITALITY**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**

**YOGYAKARTA**

**2017**

**SKRIPSI**  
**STRATEGI PEMASARAN HUTAN PINUS PENGGER**  
**SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DLINGO**  
**BANTUL DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**  
**(Studi Kasus: Dusun Sendangsari Desa Terong**  
**Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul**  
**Daerah Istimewa Yogyakarta)**



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh**  
**Derejat Sarjana Pariwisata**

**Oleh:**

**AYU KURNIAWATI WIBOWO**

**NIM : 513100248**

**JURUSAN HOSPITALITY**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**  
**YOGYAKARTA**

**2017**

**Halaman Pengesahan Skripsi**

**STRATEGI PEMASARAN HUTAN PINUS PENGGER  
SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DLINGO  
BANTUL DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
(Studi Kasus: Dusun Sendangsari Desa Terong  
Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul  
Daerah Istimewa Yogyakarta)**



**Disusun oleh:  
AYU KURNIAWATI WIBOWO  
NIM : 5131003248**

**Telah disetujui oleh :**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dra. Sri Larasati, MM**

**Dra. Nuharani EK, M.Pd**

**NIDN. 0511095401**

**NIDN. 0530046603**

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan**

**ArifDwiSaputra, SS., M.M  
NIDN. 0527047001**

**Berita Acara Ujian**  
**STRATEGI PEMASARAN HUTAN PINUS PENGGER**  
**SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DLINGO**  
**BANTUL DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**  
**(Studi Kasus: Dusun Sendangsari Desa Terong**  
**Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul**  
**Daerah Istimewa Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

**Oleh**  
**AYU KURNIAWATI WIBOWO**  
**NIM : 513100248**  
**Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji**  
**Dan Dinyatakan Lulus**  
**Pada Tanggal : 15 April 2017**

**TIM PENGUJI :**

<b>Penguji Utama</b>	<b>: Yudi Setiaji, S.H., M.M</b>	<b>(</b>	<b>)</b>
	<b>NIDN : 0508066401</b>		
<b>Penguji II</b>	<b>: Dra. Sri Larasati, MM</b>	<b>(</b>	<b>)</b>
	<b>NIDN : 0511095401</b>		
<b>Penguji III</b>	<b>: Dra. Nuharani EK, M.Pd</b>	<b>(</b>	<b>)</b>
	<b>NIDN : 0530046603</b>		

**Mengetahui,**

**Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**

**(Drs. H. Santosa, MM)**  
**NIDN : 0519045901**

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ayu Kurniawati Wibowo

NIM : 513100248

Program Studi : Hospitality

Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN HUTAN PINUS PENGGER  
SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DLINGOBANTUL  
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (Studi Kasus:  
Dusun Sendangsari Desa Terong Kecamatan Dlingo Kabupaten  
Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta)

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacud dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 11 April 2017

Ayu Kurniawati Wibowo  
NIM: 513100248

## HALAMAN MOTTO

*“ Kenyamanan adalah penjara kebebasan dan hambatan untuk berkembang”*

( John F. Kenedy )

*“ Waktu dan situasi dapat berlalu dengan cepat*

*Maka tetaplah dengan apa yang akan membawamu pada perkembangan  
yaitu fokus pada masa depan”*

( AKW~)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini ananda persembahkan untuk orang-orang yang selalu memberikan motivasi dan mendoakan ananda dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini, yaitu:

1. Ibu dan Bapak terhebat, yang telah bersusah payah untuk menyekolahkan saya dari sekolah dasar sampai dengan bangku kuliah ini, yang selalu memberikan motivasi kehidupan, yang selalu memberikan ridho, dan yang selalu mengingatkan hiduplah sesuai dengan kaidahmu sebagai pemeluk islam yang sejati.
2. Dan juga ananda persembahkan untuk keluarga, sanak saudara tersayang yang telah memberi semangat dan do'a dalam pencapaian yang sedang ananda raih.



## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadirat Allah SWT Karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya berupa kesehatan dan kesempatan serta jalan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar keserjanaan di jurusan Hospitality Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Skripsi ini disusun berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan di Hutan Pinus Pengger Dlingo Bantul Yogyakarta, yang dilaksanakan mulai bulan Januari 2017 sampai dengan April 2017 dan penelitian dilapangan pada tanggal 13 Maret 2017 sampai dengan tanggal 12 April 2017. Penelitian ini didasari ketertarikan penulis untuk meneliti strategi pemasaran Hutan Pinus Pengger Dlingo Bantul.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan proposal, pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi sehingga pelaksanaan dan penyusunan dapat diselesaikan dengan tepat waktu adapun pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Ibu Dra. Sri Larasati, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan pengarahan dan saran yang berharga bagi penulis.
2. Ibu Dra. Nuharani EK, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Yudi Setiaji, S.H., M.M selaku Dosen Penguji yang telah berkenan untuk menguji isi skripsi ini.

4. Bapak Arif Dwi Saputra, SS.,M.M. selaku Ketua Jurusan Prodi Hospitality Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyusun proposal skripsi.
5. Bapak Drs. Santosa, M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah membantu dalam hal perijinan.
6. Bapak Sumar selaku Ketua Objek Wisata Hutan Pinus Pengger Dlingo Bantul yang telah memberikan izin dan membantu dalam penelitian ini.
7. Semuapihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah berjasakepadapenulisdalam penyusunan skripsi.

Semoga segalakebaikan yang telah diberikan kepadapenulismendapatkanbalasandari Allah SWT.Penulismengharapkansemogaskripsiinibermanfaatbagisemuapihak yang membacanya.

Yogyakarta, 10 April 2017

Ayu Kurniawati Wibowo

513100248



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN BERITA ACARA SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN SKRIPSI .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
ABSTRAK .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. LatarBelakang .....	1
B. FokusMasalah.....	2
C. TujuanPenelitian.....	3
D. ManfaatPenelitian.....	3
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>5</b>
A. LandasanTeori .....	5
1. Pariwisata.....	5
2. DayaTarikWisata .....	7
a. Definisi Daya Tarik Wisata .....	7
b. Jenis Daya Tarik Wisata .....	8

3.	Wisatawan.....	9
4.	Strategi.....	10
	a.    Pengertian Strategi .....	10
	b.    Tujuan Strategi .....	10
	c.    Konsep Strategi .....	11
	d.    Tipe-tipe Strategi.....	11
	e.    Jenis-jenis Strategi .....	12
5.	Perencanaan Strategi .....	13
	a.    Perumusan Strategi .....	14
6.	Pemasaran Jasa .....	15
7.	Pemasaran Pariwisata .....	16
8.	Konsep Pemasaran .....	17
9.	Komponen Bauran pemasaran .....	18
10.	Analisis SWOT .....	21
	a.    Pengertian SWOT .....	21
	b.    Matrik SWOT .....	23
B.	Kerangka Pemikiran.....	25
C.	Penelitian Terdahulu .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>28</b>
A.	Metode dan Jenis Penelitian.....	28
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	28
C.	Teknik Cuplikan.....	28

D.	Sumber Data.....	29
	1. Data Primer .....	29
	2. Data Sekunder .....	29
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	30
	1. Observasi.....	30
	2. Wawancara .....	30
	3. Dokumentasi .....	31
F.	Keabsahan Data .....	31
G.	Metode Analisis Data .....	32
	1. Reduksi Data .....	32
	2. Display Data .....	33
	3. Pengambilan Keputusan dan Verifikasi.....	33
H.	Analisis SWOT .....	34
	1. Identifikasi Faktor Eksternal dan Internal Lingkungan Objek Wisata Hutan Pinus Pengger .....	34
	2. Alternatif Strategi dengan Matriks SWOT .....	34
I.	Alur Penelitian .....	37
J.	Jadwal Penelitian .....	38
<b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>		<b>37</b>
A.	Gambaran Umum Objek Wisata Hutan Pinus Pengger Dlingo Bantul.....	39
	1. Profil.....	39
	a. Objek Wisata Hutan Pinus Pengger .....	39

b.	Lokasi Objek Wisata Hutan Pinus Pengger .....	40
c.	Organisasi Kepengurusan Objek Wisata Hutan Pinus Pengger .....	41
d.	Struktur Organisasi Anggota Kelompok Objek Wisata Hutan Pinus Pengger .....	41
e.	Fasilitas Objek Wisata Hutan Pinus Pengger .....	43
f.	Kegiatan di Objek Wisata Hutan Pinus Pengger ...	47
g.	Spot Objek Wisata Hutan Pinus Pengger .....	51
2.	Analisis SWOT .....	55
a.	<i>Strenght</i> (Kekuatan) .....	55
b.	<i>Weakness</i> (Kelemahan) .....	56
c.	<i>Opportunity</i> (Peluang) .....	56
d.	<i>Threat</i> (Ancaman) .....	57
3.	Alternatif Strategi Dengan Matriks SWOT .....	59
a.	Strategi S-O (Kekuatan-Peluang) .....	59
b.	Strategi W-O (Kelemahan-Peluang) .....	61
c.	Strategi S-T (Kekuatan-Ancaman) .....	63
d.	Strategi W-T (Kelemahan-Ancaman) .....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>66</b>
A.	Kesimpulan .....	66
B.	Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>69</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Diagram Matriks SWOT .....	23
Tabel 1.2 Struktur Organisasi Anggota Kelompok Hutan Pinus Pengger.....	41
Tabel 1.3 Matriks SWOT Hutan Pinus Pengger .....	57



## DAFTAR GAMBAR

Gambar2.1 Objek Wisata Hutan Pinus Pengger .....	39
Gambar 2.2 Lokasi Objek Wisata Hutan Pinus Pengger .....	40
Gambar 2.3 Watu Ngadeg .....	48
Gambar 2.4 Watu Lampeng .....	49
Gambar 2.5 Puncak Pengger .....	50
Gambar 2.6 Goa Macan .....	51
Gambar 2.3 Asuma Padukarsa .....	51
Gambar 2.4 Marmati .....	53
Gambar 2.5 Cetta Abipraya .....	54
Gambar 2.6 Pancawara .....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian Dari STP AMPTA
- Lampiran 2 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian Dari  
Pengelola Objek Wisata Hutan Pinus Pengger
- Lampiran 3 Wawancara Penelitian
- Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Hutan Pinus Pengger Dlingo Bantul Yogyakarta berdasarkan pada permasalahan strategi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alternatif strategi pemasaran yang sudah diterapkan oleh pengelola serta untuk mengetahui strategi pemasaran yang bisa dilakukan dalam memasarkan Objek Wisata Hutan Pinus Pengger oleh pengelola. Analisis data dilakukan melalui analisis kualitatif, berupa analisis mengenai lingkungan eksternal dan internal serta analisis SWOT.

Peluang terbesar pemasaran adalah lokasi objek wisata yang strategis dan inovasi spot baru yang unik dengan konsep alam. Sedangkan ancaman terbesar adalah adanya objek wisata disekitar objek wisata Hutan Pinus Pengger. Kekuatan terbesar adalah keunikan, keindahan objek yang dilengkapi dengan fasilitas pendukung yang terbuat dari bahan baku alam serta pemandu yang ramah. Sedangkan kelemahan utama pada fungsional pemasaran adalah kegiatan promosi yang kurang optimal.

Berdasarkan analisis SWOT terdapat 4 strategi pemasaran, yaitu: 1. Strategi S-O (*Strenght-Opportunity*) yaitu melakukan inovasi terhadap spot-spot baru agar lebih unik, mengupayakan sistem informasi yang baik untuk wisatawan, masyarakat diupayakan dapat menyediakan transportasi lokal. 2. Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*) yaitu mengupayakan penawaran kerjasama dengan media massa, berpartisipasi dengan *event* yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Yogyakarta, mengupayakan kerjasama dengan biro perjalanan, sosialisasi ke sekolah-sekolah karena adanya area berkemah ataupun area outbond. 3. Strategi S-T (*Strenght-Threats*) yaitu perbaikan lahan parkir, mengupayakan kerjasama dengan Pinus Mangunan untuk masuk dalam objek yang ditawarkan, menentukan lokasi spot yang strategis untuk memudahkan kegiatan wisatawan, lebih memunculkan spot baru yang menonjol dibandingkan yang dimiliki oleh objek wisata lainnya. 4. Strategi W-T (*Weakness-Threat*) yaitu mengoptimalkan aktifitas promosi dengan meningkatkan intensitas membagikan brosur ditempat umum, menyediakan petugas disetiap spot untuk menjamin keamanan wisatawan.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Alternatif Strategi Pemasaran.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kabupaten Bantul merupakan salah satu Kabupaten di Yogyakarta yang dikenal karena destinasi wisata yang dapat memikat para wisatawan, memiliki potensi wisata yang cukup besar meliputi taman hiburan, wisata budaya atau sejarah, edukasi dan sentra industri kerajinan serta wisata alam salah satunya yaitu wisata alam Pinus Pengger.

Wisata alam Hutan Pinus Pengger terletak di Dusun Sendangsari Desa Terong Kecamatan Piyungan Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. Keunggulan Hutan Pinus Pengger dibandingkan pinus lainnya yang ada di Dlingo yaitu memiliki banyak nuansa yang ditawarkan untuk memanjakan dan menghilangkan kepenatan, menikmati kesejukan pemandangan dari ketinggian (*sunrise & sunset*), pemandu yang ramah-ramah, terdapat watu ngadeg yang artinya batu berdiri, terdapat tempat untuk *camping* serta di dukung dengan fasilitas yaitu mushola, toilet, tempat parkir yang memadai, *wifi*, gazebo, tempat-tempat duduk, tempat berjualan makanan dan minuman ringan dengan model lesehan, ayunan, *icon-icon* pendukung dan *spot*. Yang mana pembangunannya bernuansa alam, yaitu dengan dominan menggunakan bahan-bahan lokal yang terbuat dari kayu dan bambu sehingga Hutan Pinus Pengger terasa lebih

alami. Namun yang menjadi permasalahan yaitu pemasaran Objek Wisata Hutan Pinus Pengger yang belum dilakukan secara optimal sehingga belum banyak diketahui oleh masyarakat, merupakan objek wisata baru yang sudah diresmikan dan didukung oleh fasilitas yang memadai. Karena keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) pada pengetahuan bidang pemasaran dalam memasarkan Hutan Pinus Pengger sehingga menyebabkan belum diketahui secara luas adanya wisata alam baru yaitu Hutan Pinus Pengger oleh wisatawan.

Dengan fasilitas yang dimiliki Hutan Pinus Pengger, namun masih terdapat permasalahan yang ditemukan yaitu kurangnya penanganan pemasaran untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan memilih strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan oleh pengelola. Oleh karena itu penulis mengambil judul **“STRATEGI PEMASARAN HUTAN PINUS PENGGER SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DLINGO BANTUL DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”**.

## **B. Fokus Masalah**

Hutan Pinus Pengger merupakan salah satu wisata alam baru yang ada di Dlingo Kabupaten Bantul, akan tetapi terdapat permasalahan yakni kurangnya penanganan pemasaran. Oleh sebab itu perlu adanya strategi pemasaran Hutan Pinus Pengger yang bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Dari latar belakang diatas dapat diketahui fokus masalahnya adalah:

1. Bagaimana alternatif strategi pemasaran yang diterapkan oleh pengelola Hutan Pinus Pengger Dlingo?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang bisa dilakukan pengelola Hutan Pinus Pengger Dlingo?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang akan diteliti oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana alternatif strategi pemasaran yang diterapkan oleh pengelola Hutan Pinus Pengger.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang bisa dilakukan pengelola Hutan Pinus Pengger Dlingo.

### **D. Manfaat Penelitian**

Setelah melakukan penelitian maka diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Hutan Pinus Pengger Dlingo

Dapat digunakan sebagai saran dan sebagai bahan referensi dalam menerapkan strategi pemasaran Hutan Pinus Pengger Dlingo.

## 2. Bagi Lembaga STP AMPTA Yogyakarta

Memberikan pengetahuan baru kepada mahasiswa atau mahasiswi dengan mengetahui ilmu mengenai strategi pemasaran Hutan Pinus Pengger Dlingo, khususnya jurusan Hospitality dan dapat dijadikan referensi dalam melakukan penelitian.

## 3. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan tingkat kemampuan berpikir penulis sehingga mampu menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama pendidikan di STP Ampta yogyakarta terhadap proses penelitian yang sesungguhnya.