

**KAJIAN PENGGUNAAN TEMA EDUPARK DI SINDU KUSUMA,
SLEMAN, YOGYAKARTA**

SKRIPSI



**Untuk memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Pariwisata**

Oleh

INTAN PUTRI KUSUMA DEWI

NO. MHS : 513100221

**PROGRAM STUDI HOSPITALITY
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

2017

**KAJIAN PENGGUNAAN TEMA EDUPARK DI SINDU KUSUMA,
SLEMAN, YOGYAKARTA**



Oleh

INTAN PUTRI KUSUMA DEWI

NO. MHS : 513100221

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

Ali Hasan, SE., MM

NIDN. 0007106001

Menyetujui
Ketua Jurusan

Saptin Dwi Setyo Hastuti, M.Pd

NIDN. 0527048702

Arif Dwi Saputra, S.S.,M.M

NIDN. 0525047001

BERITA ACARA UJIAN

**KAJIAN PENGGUNAAN TEMA EDUPARK DI SINDU KUSUMA,
SLEMAN, YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Oleh
INTAN PUTRI KUSUMA DEWI
No. Mhs : 513100221
Jurusan : Hospitality

Telah Dipertahankan DiDepan Tim Penguji Dan Dinyatakan
Lulus
Pada Tanggal: 30 Maret 2017

Penguji : Nikasius Jonet, S.Sos, M.Si (_____)
NIDN : 0518117401

Pembimbing I : Ali Hasan, SE., MM (_____)
NIDN : 0007106001

Pembimbing II : Saptin Dwi Setyo Hastuti, M.Pd (_____)
NIDN : 0527048702

Mengetahui
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Drs. H. Santosa, MM
NIDN : 0519045901

PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Intan Putri Kusuma Dewi

NIM : 513100221

Program Studi : S1 Hospitality

Judul Skripsi : KAJIAN PENGGUNAAN TEMA EDUPARK DI SINDU
KUSUMA, SLEMAN, YOGYAKARTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak ada 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 diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 17 Maret 2017

Intan Putri Kusuma Dewi
NIM. 513100221

HALAMAN MOTTO

“Semua mimpi kita dapat menjadi kenyataan, jika kita punya keberanian untuk mewujudkannya”-Walt Disney-

“Learn From Yesterday, Live For Today, Hope For Tomorrow”-Albert Einstein-

“Jalani Hari Dengan Senyum Untuk Menyembunyikan Setitik Kesedihanmu “-Intan-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama, Intan persembahkan skripsi ini teruntuk Ayah dan Ibu yang selalu memberikan kasih sayang yang luar biasa untuk Intan. Terimakasih sudah memberikan banyak pelajaran agar Intan menjadi anak yang kuat.

Selanjutnya, teruntuk kedua adik Intan. Terimakasih Rio dan Alfajr sudah menghibur sewaktu Intan bosan ngerjain skripsi ini.

Terimakasih Mas Dimas Sunardiyono untuk perhatian, pengertian, hiburan dan semangatnya supaya Intan jadi orang yang rajin terutama pas skripsian.

Sahabatnya Intan, Prajawati Septiana Dyah Ayu (Ayoek) dan Osylia (Acil), yang tidak bosan jalan bareng terus dan mendengar curhatannya Intan semasa kuliah.
Terimakasih untuk perjuangan bersamanya.

Feronika Candra Dewi yang enggak pernah lupa dan selalu kasih nasihat bijak untuk Intan, biarpun sekarang beda pulau.

Jaja dan Sidik terimakasih juga buat saran-saran tidak bermutu kalian selama ini

Dan yang terakhir untuk teman-teman Hospitality A, pengalaman yang luar biasa selama kenal dengan kalian

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kehadiran Allah S.W.T. atas segala rahmat dan karunia yang telah dilimpahkan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Kajian Penggunaan Tema Edupark Di Sindu Kusuma, Sleman, Yogyakarta” dengan baik.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan dan dorongan dari berbagai pihak yang sangat membantu dalam mengatasi segala kesulitan yang dihadapi. Pada kesempatan ini tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu selama penulis melakukan studi, penelitian, bimbingan penulisan dan lain-lain, antara lain kepada :

1. Bapak Ali Hasan, SE.,MMselakuDosenPembimbingPertama yang telahsabardalammemberikanbimbingandanpengarahandalampenyusunan skripsi ini.
2. Miss Saptin Dwi Setyo Hastuti, M.PdselakuDosenPembimbingKedua yang telahmemberikanbimbingan yang sangatbaikdansabardalammemberikanpengarahandalampenulisanskripsi ini.
3. BapakNikasius Jonet, S.Sos, M.SiselakuDosenPengujiUtama yang telahmemberikankritikdan saran yang sangatbermanfaatuntukmenyempurnakanskripsi ini.

4. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S., MM selaku Ketua Jurusan S1 Hospitality Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
5. Bapak Drs. H Santosa, MM selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
6. Bapak Fajar Andri Dwi Cahyono selaku *Manager Marketing & Sales* Sindu Kusuma Edupark.
7. Mas Bimo K. Jati selaku *Supervisor Marketing & Sales* dan Mas Zhodiq Alhadiid Akbar selaku *Marketing Communication* Sindu Kusuma Edupark penulis ucapkan terima kasih atas waktunya untuk diwawancara sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Mbak Nita, Mbak Rahma, Mbak Novi penulis ucapkan terimakasih telah membantu kelancaran pengumpulan data kelengkapan skripsi ini.
9. Semuapihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Dalam penulisan Skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi bahasa, materi dan pembahasannya, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan Skripsi ini. Dan semoga Skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 17 Maret 2017

Penulis,

Intan Putri Kusuma Dewi
NIM. 513100221

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN	JUDUL i
.....	
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
.....	
HALAMAN	PERSEMBAHAN vi
.....	
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR	TABEL xiv
.....	
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR	LAMPIRAN xviii
.....	
ABSTRAK	xix
.....	
ABSTRACT	xx
 BAB I PENDAHULUAN	
A. LatarBelakang	1
B. FokusMasalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. ManfaatPenelitian	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori	5
1. <i>Brand</i> (Merek)	5
a. Pengertian <i>Brand</i>	5
b. Tujuan Penggunaan <i>Brand</i>	6
c. Alternatif <i>Branding</i>	7
d. Keputusan Memilih Strategi <i>Branding</i>	8
e. <i>Brand Equity</i>	9
f. Tahapan Perkembangan Ekuitas Merek	10
g. <i>Brand Equity</i> Terintegrasi Dengan Promosi	11
h. <i>Brand Value</i>	12
i. Strategi Membangun <i>Brand Value</i>	12
2. <i>Theme Park</i> (Taman Bertema)	13
3. Strategi Pemasaran	15
a. Segmentasi.....	17
b. <i>Targeting</i>	18
c. <i>Positioning</i>	19
d. <i>Differensiasi</i>	20
e. Bauran Pemasaran	20
f. Merek	21
g. Pelayanan	22
h. Proses	22
i. Promosi	23

4. Wisatawan	26
a. Proses Pengambilan Keputusan	27
b. Kepuasan Wisatawan	28
c. Metode Pengukuran Kepuasan Wisatawan	31
d. Teknik Pengukuran Kepuasan Wisatawan	31
e. Loyalitas Wisatawan	32
f. <i>Customer Relationship Marketing</i>	33
B. Kerangka Pemikiran	35
C. Penelitian terdahulu	36

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Dan Desain Penelitian.....	38
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	38
C. Teknik Cuplikan	39
D. Sumber Data	39
1. Data Primer	39
2. Data Sekunder	40
E. Teknik Pengumpulan Data	40
1. Observasi	40
2. Wawancara	41
3. Kuesioner (Angket)	41
4. Dokumentasi	42
5. Studi Pustaka.....	42

6. Triangulasi	42
F. KeabsahanData	42
1. Validitas	42
2. Reliabilitas	44
G. MetodeAnalisisData	44
1. ReduksiData	44
2. PenyajianData	45
3. VerifikasiData	45
H. AlurPenelitian	45
1. PembuatanProposal	45
2. PengumpulanData	45
3. Triangulasi	46
4. Reduksi	46
5. Verifikasi	46
6. Penyajian	46
I. JadwalPenelitian	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. GambaranUmumSinduKusumaEduPark	47
1. ProfilSinduKusumaEduPark.....	47
2. FasilitasSinduKusumaEduPark.....	50
3. StrukturOrganisasi	51
4. <i>Job Description Marketing & Sales Department</i>	53

5. <i>Standar Operasional Prosedur (SOP) Marketing & Sales Department</i>	65
B. Hasil Dan Pembahasan	72
1. Hasil Penelitian	72
2. Pembahasan	97
a. Tema Edupark Dalam Strategi Pemasaran	97
b. Kesesuaian Tema Edupark Dengan Penyajiannya	103
c. Minat Pengunjung Terhadap Tema Edupark	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	110
B. Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 2.1 : Indikator Variabel Bauran Pemasaran	21
Tabel 2.2 : Aspek Kepuasan Wisatawan	29
Tabel 4.1 : Hasil Wawancara Dengan <i>Supervisor Marketing & Sales</i>	72
Tabel 4.2 : Hasil Wawancara Dengan <i>Marketing Communication ...</i>	76
Tabel 4.3 : Profil Responden	80
Tabel 4.4 : Usia Responden	81
Tabel 4.5 : Domisili Responden	82
Tabel 4.6 : Pendidikan Terakhir Responden	83
Tabel 4.7 : Pekerjaan Responden	84
Tabel 4.8 : Penghasilan Responden	84
Tabel 4.9 : Faktor Minat Dan <i>Differensiasi</i>	85
Tabel 4.10 : Wahana Diminati	86
Tabel 4.11 : Pendapat Mengenai Harga	87
Tabel 4.12 : Kesesuaian Harga	88

Tabel 4. 13	: PendapatLokasi	88
Tabel 4. 14	: Fasilitas	89
Tabel 4. 15	: SumberInformasi	89
Tabel 4. 16	: PengetahuanTema	90
Tabel 4. 17	: WaktuMengetahuiKeberadaanTema	91
Tabel 4. 18	: PendapatMengenaiTema	91
Tabel 4. 19	: KeterkaitanProdukDenganEdukasi	92
Tabel 4. 20	: KesesuaianTema	92
Tabel 4. 21	: KeinginanMerekomendasikan	93
Tabel 4. 22	: KepuasanResponden	94
Tabel 4. 23	: EstimasiDenganRealita	95
Tabel 4. 24	: Tingkat Kepuasan	95
Tabel 4. 25	: FrekuensiKunjungan	96
Tabel 4. 26	: KunjunganUlang	97

DAFTAR GAMBAR

		Hal
Gambar 2.1	: <i>TanggaBrand Equity</i>	9
Gambar 2.2	: <i>IntegrasiPromosi</i>	11
Gambar 2.3	: <i>MembangunBrand Value Yang Sukses</i>	12
Gambar 2.4	: <i>Unsur Pemasaran</i>	17
Gambar2.5	: <i>Customer Satisfaction Measurement Process</i>	30
Gambar 2.6	: <i>Tahap Loyalitas</i>	33
Gambar 2.7	: <i>Tangga Customer Relationship Marketing (CRM)</i> ...	34
Gambar 2.8	: <i>Kerangka Teoritis</i>	35
Gambar 4.1	: <i>Struktur Organisasi SKE</i>	52
Gambar 4.2	: <i>Responden Sedang Mengisi Kuesioner</i>	99
Gambar 4.3	: <i>Responden Sedang Mengisi Kuesioner</i>	99
Gambar 4.4	: <i>Responden Sedang Mengisi Kuesioner</i>	100
Gambar 4.5	: <i>Flyer SKE</i>	101
Gambar 4.6	: <i>Shooting FTV</i>	102

Gambar 4.7	: Instagram Resmi SKE	102
Gambar 4.8	: Twitter Resmi SKE	103
Gambar 4.9	: <i>Sales Call</i> Ke Sekolah	104
Gambar 4.10	: <i>Sales Call</i> Ke Instansi	104
Gambar 4.11	: Kegiatan <i>Outbound</i>	105
Gambar 4.12	: Anak-Anak Diajarkan Membuat Gelang	105
Gambar 4.13	: Proses Wawancara Dengan <i>Marketing Communication</i>	106
Gambar 4.14	: Kalimat Persuasi Di Brosur	108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : LembarBimbingan

Lampiran 2 : SuratKeteranganPenelitian

Lampiran 3 : DokumentasiPenelitian

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji (1) penggunaan tema Edupark dalam pemasaran (2) kesesuaian tema dengan penyajiannya (3) minat pengunjung terhadap tema yang digunakan di Sindu Kusuma Edupark, Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang menganalisa hasil wawancara dari *marketing & sales department* dan kuesioner dari pengunjung Sindu Kusuma Edupark. Hasil penelitian ini adalah (1) penggunaan tema Edupark untuk memberikan *benefit* atau nuansa baru bagi pariwisata Yogyakarta (2) implementasi kurang optimal dikarenakan faktor ketersediaan produk dan SDM di SKE dan (3) tingkat *brand awareness* pengunjung yang kurang mengenai keberadaan tema

Kata kunci : *Branding*, Wisata Buatan, Sindu Kusuma Edupark (SKE)

ABSTRACT

This study aims to assess (1) the use of themes Edupark in marketing (2) conformity with the presentation theme (3) the interest of visitors to the theme used in SinduKusumaEdupark, Yogyakarta.

This research is a qualitative research. The analytical method used in this research is descriptive qualitative, that to analyze the results of the interviews of the marketing and sales department and questionnaires from visitors SinduKusumaEdupark. The results of this study were (1) the use of themes Edupark to provide benefits or new shades for tourism in Yogyakarta (2) the implementation of a less than optimal due to the availability of product and human resources in SKE and (3) the visitors who less understand about the existence of a theme

Keywords: Branding, Man Made Tourism, SinduKusumaEdupark (SKE)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Daerah Istimewa Yogyakarta atau yang biasa disebut Yogyakarta, merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang terkenal di tingkat nasional dan internasional karena menjadi tempat tujuan pariwisata andalan. Berbagai bentuk wisata tersedia di Yogyakarta. Bentuk wisata yang ditawarkan di Yogyakarta mulai dari wisata budaya, wisata alam, sampai wisata buatan yang memiliki daya tarik tersendiri. Wisata-wisata tersebut tersebar di kota dan beberapa kabupaten yang ada di Yogyakarta. Yogyakarta mempunyai 1 kota madya dan 4 kabupaten antara lain, Kota Jogja, Kabupaten Kulon Progo, Kabupaten Bantul, Kabupaten Gunung Kidul dan Kabupaten Sleman.

Kabupaten Sleman merupakan satu dari beberapa wilayah di Yogyakarta yang memiliki potensi wisata yang dapat dikembangkan. Sebagai contohnya adalah potensi wisata buatan seperti Taman Pelangi, Jogja Bay Pirates Adventure Waterpark dan Sindu Kusuma Edupark. Wisata buatan seperti taman hiburan dan edukasi menyumbang peranan terhadap timbulnya minat wisatawan untuk berkunjung. Penyelenggaraan kegiatan ini juga telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 17 Ayat 2G tentang penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi dengan

subjenis usaha, Taman Bertema. Dalam hal ini Taman Bertema merupakan sub golongan kegiatan yang mencakup pengoperasian berbagai macam atraksi.

Atraksi yang dimaksud dalam peraturan tersebut adalah seperti permainan menggunakan mekanik, permainan menggunakan air, permainan pertunjukan, pameran dengan tema tertentu dan lapangan piknik. Berdasarkan ketetapan yang ada, Taman Bertema dianggap layak untuk dihadirkan sebagai sarana hiburan dan rekreasi bagi masyarakat. **Sindu Kusuma Edupark** atau yang biasa disebut **SKE** merupakan satu-satunya *theme park* yang ada di Yogyakarta. SKE adalah sebuah taman bertema edukasi yang dibangun oleh Kusuma Agrowisata Group. SKE berdiri di atas lahan seluas 7 hektar tepatnya di Sinduadi, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Sebagai sebuah *theme park*, SKE menyediakan produk wisata yang menarik untuk dinikmati oleh pengunjung yang datang.

Produk wisata yang disediakan SKE berupa wahana-wahana permainan untuk anak-anak sampai dewasa, sehingga akan memberikan hiburan bagi seluruh anggota keluarga. Terdapat 19 wahana permainan di SKE antara lain *seg way*, *ferrish wheel*, *trampoline*, *mini swinger*, *carousel*, *arcade game* dan *cinema 7D*. Wahana permainan maupun fasilitas pendukung lainnya yang tersedia tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi diharapkan mengandung unsur edukasi sesuai dengan konsep atau tema yang diangkat oleh SKE. Penggunaan tema tersebut juga dapat berpengaruh terhadap kegiatan pemasaran yang dijalankan guna mempertahankan

eksistensi SKE. Strategi pemasaran yang baik perlu dilakukan oleh pengelola agar SKE dapat menarik wisatawan dan juga membuat wisatawan tersebut berkunjung ulang. Pemasaran dapat dilakukan berdasarkan *segmentation, targeting, dan positioning*. Hal ini dimaksud agar promosi yang dilakukan tepat sasaran dan sesuai dengan tujuan perusahaan.

Kegiatan promosi bisa dilakukan dengan cara pengemasan produk dan *branding*. Pengemasan produk mencakup berbagai macam bentuk penawaran, seperti barang fisik, jasa, gagasan maupun kombinasinya. Sedangkan, *branding* mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam pembelian suatu produk. *Branding* yang menarik dan sesuai dengan produk yang ditawarkan bisa membantu pelanggan memvisualisasikan dan memahami jasa yang bersifat abstrak. Pengelola Sindu Kusuma Edupark memfokuskan branding pada tema edukasi yang diharapkan menjadi suatu motivasi kepada wisatawan untuk mengunjungi Sindu Kusuma Edupark.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “**Kajian Penggunaan Tema Edupark di Sindu Kusuma, Sleman, Yogyakarta**”

B. Fokus Masalah

Fokus masalah dalam penelitian ini adalah desain tema edukasi (Edupark) dalam kaitannya dengan strategi pemasaran, kesesuaian tema dengan penyajiannya dan juga minat wisatawan dengan tema yang digunakan di Sindu Kusuma Edupark, Sleman, Yogyakarta.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran desain tema edukasi (Edupark) dalam kaitannya dengan strategi pemasaran, kesesuaian tema dengan penyajiannya dan juga minat wisatawan dengan tema yang digunakan di Sindu Kusuma Edupark, Sleman, Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak berikut :

1. Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai makna penggunaan tema dalam suatu objek wisata

2. Pengelola Sindu Kusuma Edupark

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa bahan masukan dan dijadikan pertimbangan dalam pengembangan objek wisata buatan Sindu Kusuma Edupark.
- b. Untuk memberikan gambaran mengenai dunia pariwisata di Sindu Kusuma Edupark, sehingga dapat menambah wawasan publik.

3. Lembaga STP AMPTA Yogyakarta

Bagi lembaga Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan acuan bagi mahasiswa dalam

mengerjakan Tugas Akhir Perkuliahan atau Skripsi khususnya jurusan *Hospitality*.