

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi telah berkembang sangat pesat dan mengalami perubahan yang berkesinambungan. Setiap pelaku usaha di setiap kategori bisnis, dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Sandria, 2019). Bukan hanya bisnis manufaktur, sektor jasa juga mengalami peningkatan yang dramatis yang dikenal sebagai “*Great Forward*” atau kemajuan yang luar biasa dalam dunia jasa. Berdasarkan sifatnya, jasa mempunyai keunikan yaitu sifatnya yang tidak berwujud (*intangibility*), penyampaian yang bervariasi (*variability*), proses produksi dan konsumsi yang dilakukan bersamaan (*simultaneity*) serta tidak tahan lama (*imperishability*). Hal tersebut memiliki esensi utama yaitu perlunya keterlibatan secara langsung karyawan dalam *delivery process*, sehingga peran karyawan menjadi ujung tombak keberhasilan jasa (Sandria, 2019).

Pariwisata merupakan salah satu bidang yang mempunyai peluang besar sebagai faktor untuk memajukan perekonomian nasional. Sektor pariwisata diharapkan dapat berperan sebagai sumber andalan pemasukan devisa, dan merupakan bidang yang mampu menciptakan lapangan kerja dan juga meningkatkan investasi. Perkembangan pariwisata juga mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Kepariwisata merupakan bagian integral dari Pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam Masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional.

Sektor pariwisata sendiri bagi Indonesia merupakan salah satu sektor penting, karena sektor ini memberikan sumbangan yang cukup besar sebagai penghasil devisa, dan tercatat berdasarkan ranking devisa, sektor pariwisata sendiri termasuk kedalam peringkat lima besar pada tahun 2019, tepatnya berada pada urutan keempat dibawah minyak bumi dan gas, batu bara dan minyak kelapa sawit, dan

penerimaan devisa tersebut mengalami peningkatan dari tahun 2011 hingga saat ini, Besarnya sumbangan dari sektor wisata ini, membuat pemerintah Indonesia terus mengembangkan destinasi wisata yang ada diseluruh penjuru Indonesia, mulai dari sabang hingga Merauke (Yandi, Mahaputra, & Mahaputra, 2023).

Seperti yang diketahui Indonesia adalah negara kepulauan yang memiliki ragam suku, adat istiadat dan budaya, serta dilimpahi oleh sumber daya alam baik di darat maupun di lautan. Dimana di daratan berupa pegunungan, perbukitan, hutan, sungai-sungai, danau-danau yang diperkaya dengan beraneka ragam *flora* dan *fauna*. Begitupula dengan laut yang dimiliki, Indonesia memiliki laut yang biru dengan pasir yang putih sehingga menjadikan Indonesia tampak eksotis di mata dunia. Selain keindahan alamnya, Indonesia juga memiliki beragam budaya dan seni yang tak kalah menarik untuk dinikmati oleh wisatawan yang berkunjung. Kemudian Indonesia juga memiliki banyak situs peninggalan sejarah yang tentunya akan sangat menarik sekali bagi wisatawan untuk mengenali dan melihatnya secara lebih dekat, sehingga menjadikan berbagai daerah di Indonesia sangat layak sekali untuk dikunjungi oleh para wisatawan baik regional maupun mancanegara (Yandi et al., 2023).

Pariwisata berbasis edukasi dan rekreasi di Indonesia terus berkembang, seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan destinasi yang tidak hanya menghibur tetapi juga mendidik, tetapi juga telah berkembang menjadi sektor strategis yang mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional. Dalam konteks ini, destinasi wisata yang menawarkan konsep edukatif dan rekreatif sangat dibutuhkan oleh masyarakat, terutama keluarga dan institusi pendidikan. Pengembangan Pariwisata berhubungan dengan pelestarian nilai-nilai dan pengembangan kepribadian budaya bangsa dengan memanfaatkan seluruh potensi dan sumber daya alam daerah setempat (Oktavia & Sriayudha, 2018).

Kota Jambi Merupakan salah satu daerah di Provinsi Jambi yang memiliki potensi pariwisata yang sangat baik untuk dapat dikembangkan sebagai asset di sektor pariwisata (Oktavia & Sriayudha, 2018). Salah satu wisata yang memiliki potensi besar yang menggabungkan dua aspek yaitu wisata berbasis edukasi dan rekreasi di Provinsi Jambi adalah Kampoeng Radja. Kampoeng Radja adalah taman

wisata keluarga dan edukasi yang terletak di Jalan Lingkar Barat No.108, Kenali Besar, Kota Jambi. Berada tepatnya 400 m sebelah utara simpang rimbo atau 300 m dari terminal Alam Barajo, Dengan luas area sekitar 8 hektar, Kampoeng Radja menawarkan berbagai wahana permainan dan fasilitas rekreasi yang dapat dinikmati oleh semua kalangan usia. Sejak dibuka pada 1 April 2006, Kampoeng Radja telah menjadi destinasi wisata favorit warga Jambi dan sekitarnya. Taman ini merupakan tempat rekreasi keluarga, karena seluruh wahana maupun fasilitas dapat dinikmati oleh seluruh kalangan; mulai anak – anak, remaja, dewasa hingga usia lanjut.

Sejak dibuka pengunjung Kampoeng Radja terus meningkat, Tahun 2009 ini pengunjung berkisar antara 13.000 – 15.000 orang perbulan. Pengunjung berasal dari seluruh Kabupaten / Kota di Provinsi jambi, maupun dari kota-kota besar luar provinsi jambi. Pengunjung mancapai puncak (*peak season*) di hari Sabtu dan Minggu atau pada hari-hari libur dikutip dari laman Detik.com. Saat pertama kali di buka, wahana yang tersedia adalah *Flying Fox*, *Outbond Area*, Sepeda Air, *Pait Ball*, Tahun 2007 Wahana Renang (*Jasmine water Park*) mulai dibangun. Tahun 2008 Jasmine water Park dibuka untuk umum. Selanjutnya, bulan Juni 2009 ada penambahan fasilitas seluncuran (*water slide*). Pada tahun yang sama ada penambahan wahana baru yaitu *go cart* dan kereta api mini, mobil golf, ombang-ambing. Fasilitas baru juga tersedia, yaitu parkir roda 4 dan parkir roda 2 yang lebih representative. Area Parkir roda 4 sangat unik, karena pertama kali adanya di Jambi yaitu dibangun berundak (*terasering*).

Pada tahun 2025 Wahana baru yaitu *Rainbow Slide* merupakan wahana seluncuran warna-warni ini diresmikan pada Februari 2025 oleh Dr. dr. Hj. Nadiyah Maulana, Sp.OG, istri Wali Kota Jambi. *Rainbow Slide* menjadi wahana ke-17 di Kampoeng Radja dan langsung disambut antusias oleh pengunjung, terutama anak-anak (Pratama & Komaini, 2019). Dalam upaya mempertahankan eksistensi serta meningkatkan kunjungan wisatawan, Kampoeng Radja tidak hanya mengandalkan fasilitas, tetapi juga aktif menyelenggarakan berbagai *event* tematik dan merupakan Salah satu upaya Kampoeng Radja dalam menarik minat pengunjung dengan menyelenggarakan berbagai *event*, salah satunya adalah "Lari Balok".

Lari Balok merupakan *Event* olahraga, terutama yang bersifat rekreasi seperti lari balok, kini semakin diminati masyarakat Indonesia. Merupakan sebuah perlombaan yang menggabungkan unsur olahraga dan permainan tradisional. *Event* ini tidak hanya bertujuan untuk menghibur, tetapi juga untuk melestarikan budaya lokal dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan fisik yang sehat. *Event* ini menjadi daya tarik tersendiri terutama bagi anak-anak sekolah, namun dari hasil pengamatan selama masa magang, terlihat bahwa tingkat partisipasi peserta masih belum optimal. Hal ini menandakan adanya celah dalam proses komunikasi dan pemasaran kepada publik.

Kampoeng Radja tidak hanya dikenal sebagai taman hiburan dengan berbagai wahana seru, tetapi juga sebagai destinasi agrowisata yang menawarkan pengalaman edukasi dan interaksi dengan alam. Di sini, pengunjung dapat mengikuti kegiatan wisata edukasi seperti menanam padi, menangkap ikan, pembibitan ikan, serta belajar tentang pertanian dan peternakan. Kegiatan ini sangat cocok untuk siswa dan guru yang ingin mengadakan kunjungan belajar yang menyenangkan dan bermanfaat.

Suasana asri dengan banyaknya pepohonan dan area terbuka hijau mendukung kegiatan agrowisata yang menyenangkan dan edukatif. Udara sejuk dan lingkungan yang alami menjadikan Kampoeng Radja tempat yang ideal untuk belajar mengenal alam dan lingkungan secara langsung, termasuk *trekking* dan penanaman pohon. Fasilitas pendukung seperti area *camping* dan *gathering* juga mendukung aktivitas agrowisata yang lebih luas dan interaktif. Dengan demikian, agrowisata di Kampoeng Radja tidak hanya berfungsi sebagai tempat rekreasi, tetapi juga sebagai sarana edukasi lingkungan dan pertanian yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pelestarian alam dan pengembangan sumber daya lokal (Jastin, 2024).

Pentingnya strategi pemasaran yang efektif, Pemasaran bukan sekedar promosi, tetapi serangkaian proses strategis untuk menciptakan nilai, membangun hubungan dengan konsumen, dan mempertahankan loyalitas mereka. strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan, termasuk melalui segmentasi pasar, penentuan target pasar, serta bauran pemasaran

(*product, price, place, promotion*). Lebih lanjut, Getz (2005) menyatakan bahwa *event marketing* adalah proses penting dalam mengomunikasikan nilai unik dari suatu kegiatan kepada target audiens, yang harus dilakukan secara terencana untuk menciptakan keterlibatan (*engagement*) dan antusiasme publik terhadap *event*. Penerapan *event marketing* yang tepat akan menentukan seberapa besar perhatian dan minat yang bisa ditarik dari masyarakat.

Salah satu yang menjadi bahasan laporan ini adalah Strategi Pemasaran jasa terhadap Minat Kunjungan/ di Taman Wisata Kampoeng Radja Jambi Melalui *Event* Tematik Lari Balok dan Agrowisata. Permasalahan yang perlu mendapat perhatian dalam upaya untuk meningkatkan Minat Kunjungan di Kampoeng Radja Jambi adalah pengelolaan unsur – unsur bauran pemasarannya. Dilihat dari aspek bauran pemasarannya, Kampoeng Radja memiliki beragam produk wahana permainan dan *Event* Tematik yang digemari masyarakat Jambi mulai dari permainan untuk anak – anak, remaja dan orang tua. Keberagaman wahana tersebut terus berganti dalam kurun waktu lima tahun sekali untuk dapat menekan angka kejenuhan pengunjung. Harga yang ditawarkan untuk dapat menikmati seluruh wahana tidak tergolong mahal dan masih terjangkau oleh ekonomi masyarakat Jambi dan pengunjung luar Jambi, bahkan terdapat penawaran untuk harga paket edukasi dan penyewaan aula *indoor* dan *outdoor* untuk berbagai acara. Lokasi Kampoeng Radja yang sangat strategis berada di tengah kota dan di pinggir jalan dengan akses jalan aspal yang lebar akan memudahkan pengunjung untuk datang menghabiskan waktu santai dan liburan bersama keluarga. Media promosi yang digunakan taman wisata ini sangat beragam mulai dari media massa, media cetak, media elektronik, media sosial hingga kerjasama dengan beberapa *vendor* seperti *Tribun Family Card* dan lain sebagainya (Sandria, 2019).

Untuk dapat melayani para pengunjung baik di hari biasa maupun di musim puncak keramaian, Kampoeng Radja memiliki tenaga kerja yang siap pakai, ahli, pengetahuan tinggi dan berpengalaman di bidangnya sehingga pengunjung merasa puas. Proses penyampaian jasa sangat akrab, ramah dan santun. Beberapa fasilitas fisik yang ada di Kampoeng Radja seperti lahan parkir kendaraan yang memadai, perpaduan warna yang menarik, fisik wahana yang selalu diperbarahui, desain

interior, music, susunan dan tata letak wahana, kerapian dan kebersihan seragam karyawan, dan lainnya juga sangat mendukung tercapainya kepuasan pengunjung. Dengan pelayanan yang baik dan pengelolaan setiap unsur bauran pemasaran maka Taman Wisata Kampoeng Radja dapat meningkatkan kepuasan pengunjung yang tentunya akan berdampak pada pengulangan kedatangan pengunjung. Selain hal tersebut dapat membantu memenangkan persaingan, juga dapat meningkatkan penjualan.

Strategi pemasaran memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan keputusan pelanggan dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan (Syadzwina et al., 2024). Pada gilirannya kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan. Dengan mengaitkan setiap unsur bauran pemasaran 4P terhadap event lari balok dan agrowisata, pihak pengelola dapat memastikan strategi pemasaran berlangsung optimal, dan dapat menjadi sarana pelestarian budaya dan alam. Hal ini mendorong peningkatan minat kunjungan dan partisipasi, serta memperkuat posisi Kampoeng Radja sebagai destinasi wisata edukasi dan rekreasi terbaik di Jambi. Melalui Strategi pemasaran yang menggunakan unsur bauran pemasaran 4P ini terbukti mampu Meningkatkan Minat Masyarakat dalam mengikuti berbagai *event* tematik dan kunjungan ke Taman Wisata Kampoeng Radja.

Berdasarkan uraian diatas, diharapkan dapat ditemukan solusi dan pendekatan baru untuk meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran, memperluas jangkauan *audiens*, serta meningkatkan minat kunjungan wisatawan secara signifikan, yang dituangkan dalam bentuk tulisan yang diberikan judul **“Strategi Pemasaran Taman Wisata Kampoeng Radja untuk meningkatkan minat kunjungan Wisatawan melalui *event* tematik lari balok dan Agrowisata”**.

1.2 Masalah Pokok Laporan

1. Strategi pemasaran apa yang telah diterapkan oleh Taman Wisata Kampoeng Radja dalam promosi *event* Lari Balok dan Agrowisata di Kampoeng Radja?
2. Apa saja faktor yang menjadi faktor penghambat dan pendukung dalam meningkatkan minat kunjungan Wisatawan melalui event Tematik?
3. Bagaimana Strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan minat kunjungan melalui penguatan event tematik?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

1. Untuk memperoleh pengalaman dari pekerjaan nyata yang sesuai dengan teori yang diperoleh di bangku kuliah (sesuai dengan latar belakang pendidikannya) sehingga siap bersaing di dunia kerja nantinya.
2. Sebagai salah satu syarat dan kewajiban mahasiswa yang akan menyelesaikan mata Kuliah Kerja Magang Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Memperoleh pengetahuan baru terkait pengelolaan, pengembangan objek wisata dan mengetahui strategi pemasaran di Kampoeng Radja serta pemberdayaan masyarakat lokal di kawasan wisata seperti Kampoeng Radja.
4. Mendorong kolaborasi antara mahasiswa dengan masyarakat dan pihak pengelola wisata untuk mendukung pengembangan ekonomi lokal dan pengelolaan sumber daya secara berkelanjutan.

1.3.2 Manfaat

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa dapat menerapkan pengetahuan teoritis ke dalam dunia praktik sehingga mampu menumbuhkan pengetahuan kerja sesuai dengan latar belakang bidang ilmu, mahasiswa dapat melatih kemampuan mahasiswa untuk menjadi pribadi yang mandiri, mampu bersikap, memecahkan masalah dan

mengambil Keputusan dalam bekerja, Mahasiswa dapat menumbuhkan kemampuan berinteraksi sosial dengan orang lain di dalam dunia kerja.

2. Bagi Kampoeng Radja

Mendapatkan tenaga tambahan yang membantu pengelolaan dan pengembangan objek wisata, Memberikan masukan strategis untuk meningkatkan efektivitas pemasaran *event*, dan Penguatan hubungan dengan institusi pendidikan yang dapat mendukung keberlanjutan pengembangan wisata.

3. Bagi Akademisi

Menambah referensi dalam studi pemasaran *event* dan pariwisata edukatif, Meningkatkan kualitas lulusan yang siap pakai dan memiliki pengalaman lapangan, dan Memperluas jejaring dan kerja sama dengan pihak industri dan komunitas lokal untuk pengembangan kurikulum dan riset.

4. Bagi Masyarakat

Meningkatkan kesadaran akan pentingnya partisipasi dalam kegiatan yang menggabungkan unsur edukasi dan rekreasi, Meningkatkan kesadaran dan pelestarian budaya serta bahasa daerah sebagai bagian dari identitas lokal yang dipromosikan di Kampoeng Radja, dan Memperkuat solidaritas sosial dan kebersamaan masyarakat melalui kegiatan bersama yang melibatkan mahasiswa dan pengunjung wisata.

1.4 Metode Penulisan

Metode penulisan dalam laporan ini mengikuti struktur dan format standar laporan akademik yang sistematis dan jelas agar mudah dipahami pembaca. Secara umum, metode penulisan mencakup beberapa aspek berikut:

- a) Pendekatan dan Jenis Penelitian: Laporan menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus untuk menganalisis strategi pemasaran dan partisipasi peserta pada event di Kampoeng Radja.

b) Jenis dan Sumber Data:

1. Data primer diperoleh melalui observasi langsung, wawancara kepada pihak pengelola dan pengunjung. Data sekunder diambil dari literatur, jurnal, dan dokumen terkait.
2. Data Sekunder: Merupakan data yang diperoleh dari pihak instansi serta dari buku, Internet dan literatur yang sesuai dengan tema laporan.
 - c) Metode Pengumpulan Data: Meliputi pengumpulan data lapangan melalui wawancara dan observasi, serta studi pustaka untuk mendukung analisis.
 - d) Teknik Analisis Data: Data dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan mengelompokkan temuan berdasarkan tema strategi pemasaran dan partisipasi peserta.

1.5 Waktu dan Tempat Magang

Nama : Taman wisata Kampoeng Radja

Alamat/Tempat : Jalan Lingkar Barat No.108, Kenali Besar, Kota Jambi.

Waktu : 08 Februari – 18 April 2025

Telephone : 0812-8990-9180

Penulis ditempatkan di bawah Divisi Pemasaran (Marketing komunikasi) dan *Event*, yang bertanggung jawab atas perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi berbagai *event*, termasuk *event* lari balok.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam menyusun Laporan Tugas Akhir ini, agar dalam pembahasan terfokus pada pokok permasalahan dan tidak melebar kemasalah yang lain, maka penulis membuat sistematika penulisan Laporan Tugas Akhir sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis membahas tentang Latar Belakang Masalah, Masalah pokok laporan, Tujuan dan Manfaat, Metode Penulisan, dan Sistematika Penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSAKA

Dalam bab ini penulis tentang Konsep Strategi Pemasaran, Faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan, Daya Tarik wisata, Event Lari Balok, Program dan Kegiatan, Agrowisata, Studi terkait Kampoeng Radja.

BAB 3 PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis membahas tentang Gambaran Umum Taman Wisata Kampoeng Radja, Hasil Magang, Pembahasan, dan Solusi.

BAB 4 PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang Kesimpulan dan Saran.