

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN .....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN JUDUL .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR DIAGRAM.....	xvii
DAFTAR BAGAN .....	xviii
DAFTAR SINGKATAN .....	xix
INTISARI.....	xx
ABSTRACT .....	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan masalah.....	7

I.3 Tujuan Penelitian.....	7
I.4 Manfaat Penelitian.....	7
I.4.1 Manfaat Praktis .....	7
I.4.2 Manfaat Teoritis .....	8
I.5 Tinjauan Pustaka .....	8
I.6 Landasan Teori.....	13
I.7 Metode Penelitian.....	17
1.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	17
1.7.2 Metode Analisis Data.....	19
I.8 Sistematika Penulisan .....	19

## BAB II PROFIL UMUM DESA BERJO DAN PROFIL UMUM BUMDES DESA BERJO DALAM PENGELOLAAN WISATA AIR TERJUN JUMOG

II.1 Profil Umum Desa Berjo .....	21
II.1.1 Lokasi Daerah Penelitian.....	21
II.1.2 Batas Desa .....	23
II.1.3 Keadaan Geografis dan Kependudukan .....	23
II.1.4 Luas dan Pembagian Wilayah .....	23
II.1.5 Sarana dan Prasarana.....	24
II.1.6 Kondisi Pemerintahan .....	24
II.2 Profil Objek Wisata Air Terjun Jumog .....	25
II.2.1 Sejarah Air Terjun Jumog .....	25

II.2.2 Profil Wisata Air Terjun Jumog.....	27
II.3 Profil Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Desa Berjo, Kecamatan Ngargoyoso, Kabupaten Karanganyar.....	28
II.3.1 Latar Belakang Berdirinya BUMDes Desa Berjo.....	28
II.3.2 Visi dan Misi BUMDes Desa Berjo.....	31
II.3.3 Tugas dan Fungsi (Tupoksi) Pengelola BUMDes .....	31
II.3.4 Struktur Kepengurusan BUMDes (Desa Berjo) .....	32
<b>BAB III STRATEGI PEMASARAN DAN PENERAPANNYA DI OBJEK WISATA AIR TERJUN JUMOG</b>	
III.1 Strategi Pemasaran Berdasarkan Produk .....	37
III.1.1 Attraction (Atraksi).....	37
III.1.2 Amenities (Fasilitas) .....	42
III.1.3 Access (Aksesibilitas).....	48
III.1.4 Ancillary Service ( Pelayanan Tambahan).....	51
III.1.5 Analisis Strategi Pemasaran Berdasarkan Produk.....	57
III.2 Strategi Pemasaran Berdasarkan Promosi.....	69
III.2.1 Analisis Strategi Pemasaran Berdasarkan Promosi.....	75
III.3 Strategi Pemasaran Berdasarkan Harga .....	77
III.3.1 Analisis Strategi Pemasaran Berdasarkan Harga .....	84
III.4 Penerapan Hasil Strategi Pemasaran Objek Wisata Air Terjun Jumog .....	86
III.4.1 Penambahan sarana dan prasarana .....	86

III.4.2	Peningkatan Jumlah Kunjungan Lima Tahun Terakhir.....	90
III.4.3	Berpartisipasi Dalam Pembangunan Desa dan Pembangunan Daerah .....	93
III.4.3.1	Salah Satu Penggerak Roda Perekonomian Desa .....	96
III.4.3.1.A	Sumber Daya Manusia BUMDes Desa Berjo.....	97
III.4.3.1.B	Masyarakat Desa Yang Bekerja Pada Sektor Pariwisata .....	98
III.4.3.1.B.A	Lelang parkir dan ruko BUMDes .....	98
III.4.3.1.B.B	Pengembangan UKM pendukung.....	99
BAB IV	KESIMPULAN DAN SARAN .....	101
IV.1	KESIMPULAN .....	101
IV.2	SARAN .....	102

DAFTAR PUTAKA

LAMPIRAN