

STRATEGI PEMASARAN WISATA EDUKASI PERHUTANI *FORESTRY* *INSTITUTE*

Oleh:

IDA AYU CAHYA PUSPITASARI¹

SILVI NUR OKTALINA²

INTISARI

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memengaruhi pendapatan daerah maupun nasional karena pariwisata terus mengalami perkembangan sehingga daya tarik wisatawan terhadap variasi objek wisata semakin meningkat. Perum Perhutani Madiun melalui Perhutani *Forestry Institute* merintis usaha baru berupa Wisata Edukasi sebagai salah satu wisata alternatif di Kota Madiun yang terdiri dari 7 obyek wisata yaitu Forest Cafe & d'Arboretum, Forest Shop, Guest House Eboni, Apartemen Pandita Wana, Arboretum Selatan, Inspiration Room dan Gedung Grha Wanajava. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan April - Mei 2021 bertempat di Wisata Edukasi Perhutani *Forestry Institute*, khususnya Forest Cafe & d'Arboretum. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dimana mencoba untuk menjelaskan mengenai strategi pemasaran Forest Cafe & d'Arboretum melalui data-data terkait produk, harga, promosi dan tempat yang dimiliki Forest Cafe & d'Arboretum. Teknik pengambilan data ada 3 yaitu wawancara, kuesioner dan observasi. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik *Purposive Sampling* dimana informan yaitu pengelola Forest Cafe & d'Arboretum ditentukan terlebih dahulu dengan tujuan memperoleh kedalaman informasi yang diinginkan. Adapun sampel penelitian lain adalah pengunjung Forest Cafe & d'Arboretum yang berperan sebagai responden ditentukan melalui teknik *Accidental Sampling* dengan jumlah keseluruhan 60 responden. Secara umum strategi pemasaran yang digunakan oleh pengelola Forest Cafe & d'Arboretum yaitu melalui media sosial dan *mouth to mouth*. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk diaplikasikan pada Forest Cafe & d'Arboretum menggunakan metode Analisis SWOT, dimana rekomendasi strategi pemasaran yang sesuai yaitu Strategi *Agresif*.

Kata kunci : Pariwisata, Wisata Edukasi, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

¹Mahasiswa Pengelolaan Hutan Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada

²Dosen Pembimbing Proyek Akhir Pengelolaan Hutan Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada

MARKETING STRATEGY of WISATA EDUKASI PERHUTANI *FORESTRY INSTITUTE*

By:

IDA AYU CAHYA PUSPITASARI¹

SILVI NUR OKTALINA²

ABSTRACT

Tourism is one sector that affects regional and national income because tourism continues to develop so that tourist attraction to various tourist objects is increasing. Perum Perhutani Madiun through the Perhutani Forestry Institute started a new business in the form of Educational Tourism as an alternative tourism in Madiun City which consists of 7 attractions, namely Forest Cafe & d'Arboretum, Forest Shop, Ebony Guest House, Pandita Wana Apartment, South Arboretum, Inspiration Room and Building Grha Wanajava. This research was carried out in April - May 2021 at the Perhutani Forestry Institute Educational Tour, especially the Forest Cafe & d'Arboretum. This research is a qualitative descriptive study which tries to explain the marketing strategy of Forest Cafe & d'Arboretum through data related to products, prices, promotions and places owned by Forest Cafe & d'Arboretum. There are 3 data collection techniques, namely interviews, questionnaires and observation. Determination of the sample is carried out using the purposive sampling technique where the informant, namely the manager of the Forest Cafe & d'Arboretum is determined in advance with the aim of obtaining the desired depth of information. The other research samples are Forest Cafe & d'Arboretum visitors who act as respondents determined through the Accidental Sampling technique with a total of 60 respondents. In general, the marketing strategy used by Forest Cafe & d'Arboretum managers is through social media and mouth to mouth. This study aims to formulate the right marketing strategy to be applied to Forest Cafe & d'Arboretum using the SWOT Analysis method, where the recommendation for the appropriate marketing strategy is the Aggressive Strategy.

Keywords: Tourism, Educational Tourism, Marketing Strategy, SWOT Analysis

¹Student of Forest Management, Vocational School, Universitas Gadjah Mada

² Lectures of Forest Management, Vocational School, Universitas Gadjah Mada