

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MEMPERKENALKAN DAYA TARIK  
WISATA WATU GOYANG  
(Studi Kasus Pada Wisata Watu Goyang)**

**SKRIPSI**



disusun oleh

Ikhhfan Yusuf Kurniawan

18.96.0780

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2022**

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MEMPERKENALKAN DAYA TARIK  
WISATA WATU GOYANG  
(Studi Kasus Pada Wisata Watu Goyang)**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana

pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

Ikhfan Yusuf Kurniawan

18.96.0780

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2022**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MEMPERKENALKAN DAYA TARIK  
WISATA WATU GOYANG  
(Studi Kasus Pada Wisata Batu Goyang)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Ikhfan Yusuf Kurniawan**

**18.96.0780**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 05 Maret 2022

**Dosen Pembimbing,**

**Angga Intueri Mahendra P., S.Sos, M.I.Kom**

**NIK. 190302339**

## PENGESAHAN

### SKRIPSI

#### STRATEGI PEMASARAN UNTUK MEMPERKENALKAN DAYA TARIK WISATA WATU GOYANG

(Studi Kasus Pada Wisata Watu Goyang)

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ikhsan Yusuf Kurniawan

18.96.0780

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 18 Maret 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Angga Intueri Mahendra P., S.Sos., M.I.Kom

NIK. 190302339

Riski Damastuti, S.Sos., M.A

NIK. 190302475

Monika Pretty Aprilla, S.I.P., M.Si

NIK. 190302478

Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 05 April 2022

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom

NIK. 190302125

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah dipublikasi oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah esensi dari tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 22 Maret 2022

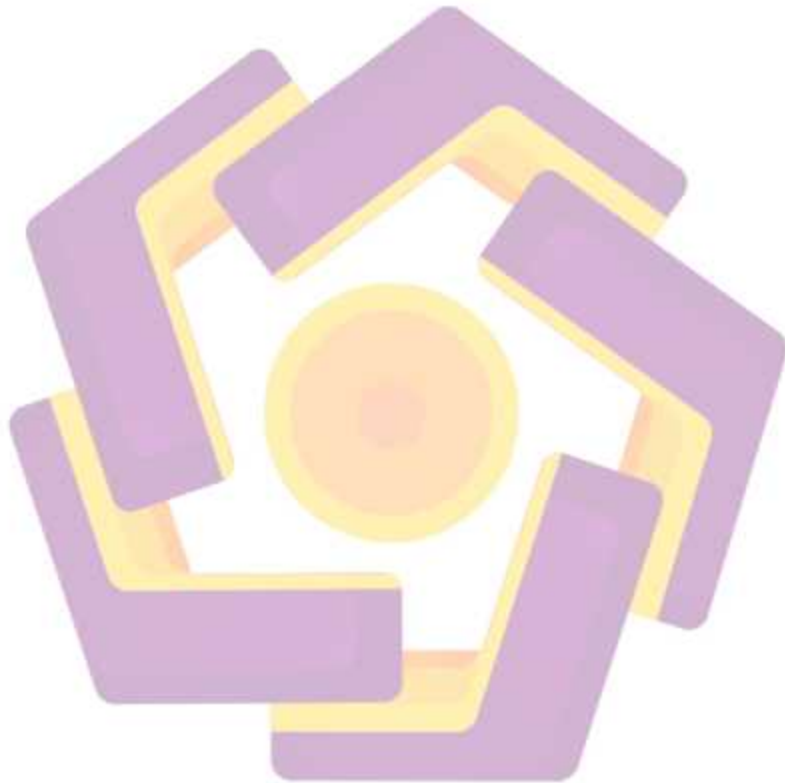


Bdhar, Yusef Kurniawati

NIM. 18.96.0780

### **MOTTO**

Berpikir positif dalam segala hal karena berfikir positif akan membuat hidup lebih tenang, selalu bersyukur atas segala yang sudah didapatkan, dan menjadi orang yang bermanfaat bagi orang lain.



## PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT atas terselesaikannya penulisan skripsi ini, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT yang telah memberikan rizki yang melimpah serta keberkahan di dalamnya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar
2. Orang tua yakni bapak dan ibu yang selalu memberikan dukungan, motivasi, doa restu, serta pengorbanannya sehingga saya bisa berada di titik ini
3. Seluruh keluarga dan saudara yang telah memberikan bantuan dan doanya
4. Kekasih saya yang selalu memberikan *support* dan doa selama saya mengerjakan skripsi
5. Seluruh teman dan sahabat saya yang sudah memberikan *support*, doa, dan banyak membantu selama saya mengerjakan skripsi
6. Seluruh pihak-pihak yang terlibat yang telah memberi saya dukungan dan bantuan selama saya mengerjakan skripsi
7. Terutama untuk diri saya sendiri yang telah berjuang dan melangkah hingga sejauh ini

## KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta)
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. (Kaprosdi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Angga Intueri Mahendra P., S.Sos., M.I.Kom. (Dosen Pembimbing Skripsi), Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, motivasi, masukan, serta kesabarannya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan membalas kebaikan bapak.
5. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta yang telah mengajarkan dan membekali ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kedua orang tua yaitu Bapak Parjono dan Ibu Farida Ariyani yang sudah menjadi orang tua terhebat, yang telah mendidik, merawat, dan selalu mendoakan, serta banyak sekali pengorbanan yang sudah beliau lakukan kepada penulis. Jasanya tidak dapat dibalas dengan apapun, semoga bapak dan ibu tetap berada dalam lindungan, kasih sayang, kemuliaan dari Allah SWT.
7. Rosyid Samsul Anwar, S.Pd. (Pengelola Wisata Watu Goyang), Terima kasih saya ucapkan atas segala bantuan dan dukungan selama saya melakukan penelitian di



Wisata Watu Goyang. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan membalas kebaikan bapak.

8. Suhardi, S.Sos. (Pengelola Wisata Watu Goyang). Terima kasih saya ucapkan atas segala bantuan dan dukungan selama saya melakukan penelitian di Wisata Watu Goyang. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan membalas kebaikan bapak.
9. Seluruh teman dan sahabat yang telah memberikan banyak bantuan, dukungan, motivasi, dan doanya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan kalian.
10. Semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Yogyakarta, 21 Februari 2022



Ikhsan Yusuf Kurniawan

## DAFTAR ISI

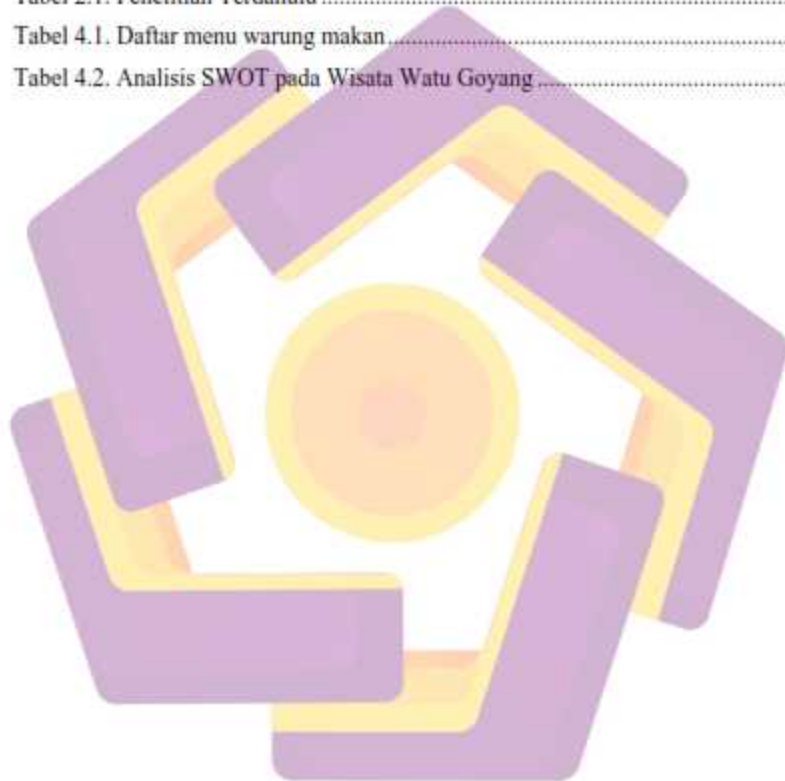
HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
INTISARI .....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
a. Manfaat Akademis .....	12
b. Manfaat Praktis .....	12
1.5 Sistematika Bab .....	12
BAB II .....	15

<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	15
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	15
<b>2.1.1 Strategi Pemasaran</b> .....	15
<b>a. Bauran Pemasaran</b> .....	16
<b>2.1.2 Anallsis SWOT</b> .....	26
<b>a. Pengertian Anallsis SWOT</b> .....	26
<b>b. Faktor-Faktor Anallsis SWOT</b> .....	27
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	32
<b>2.3 Kerangka Berplkr</b> .....	38
<b>BAB III</b> .....	40
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	40
<b>3.1 Desain Penelitian</b> .....	40
<b>3.2 Subjek Penelitian</b> .....	41
<b>3.3 Jenis dan Sumber Data</b> .....	42
<b>a. Data Primer</b> .....	42
<b>b. Data Sekunder</b> .....	42
<b>3.4 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	43
<b>3.5 Teknik Anallsis Data</b> .....	45
<b>3.6 Pemeriksaan Keabsahan Data</b> .....	47
<b>BAB IV</b> .....	49
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	49
<b>4.1 Hasil Temuan</b> .....	49
<b>4.1.1 Wisata Watu Goyang</b> .....	49
<b>A. Profil Wisata Watu Goyang</b> .....	49

B.	Struktur Organisasi .....	49
C.	Sejarah Wisata Watu Goyang .....	50
<b>4.1.2</b>	<b>Strategi Pemasaran pada Wisata Watu Goyang .....</b>	<b>52</b>
A.	<i>Product</i> (Produk) .....	52
B.	<i>Price</i> (Harga) .....	59
C.	<i>Promotion</i> (Promosi) .....	62
D.	<i>Place</i> (Tempat) .....	66
E.	<i>People</i> (Orang) .....	69
F.	<i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik) .....	72
G.	<i>Process</i> (Proses) .....	79
<b>4.2</b>	<b>Pembahasan .....</b>	<b>83</b>
<b>4.2.1</b>	<b>Analisis SWOT terhadap 7P yang ada di Wisata Watu Goyang ...</b>	<b>84</b>
A.	Analisis Kekuatan ( <i>Strength</i> ) Wisata Watu Goyang .....	84
B.	Analisis Kelemahan ( <i>Weakness</i> ) Wisata Watu Goyang .....	87
C.	Analisis Peluang ( <i>Opportunities</i> ) Wisata Watu Goyang .....	88
D.	Analisis Ancaman ( <i>Threats</i> ) Wisata Watu Goyang .....	90
<b>BAB V</b>	<b>.....</b>	<b>94</b>
<b>PENUTUP</b>	<b>.....</b>	<b>94</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>94</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran .....</b>	<b>95</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>.....</b>	<b>99</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Jumlah Potensi Objek Wisata Kabupaten Bantul.....	3
Tabel 1.2. Data Pengelola Potensi Objek Wisata Kabupaten Bantul.....	5
Tabel 1.3. Data Pendapatan Wisata Watu Goyang .....	10
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 4.1. Daftar menu warung makan.....	61
Tabel 4.2. Analisis SWOT pada Wisata Watu Goyang .....	92

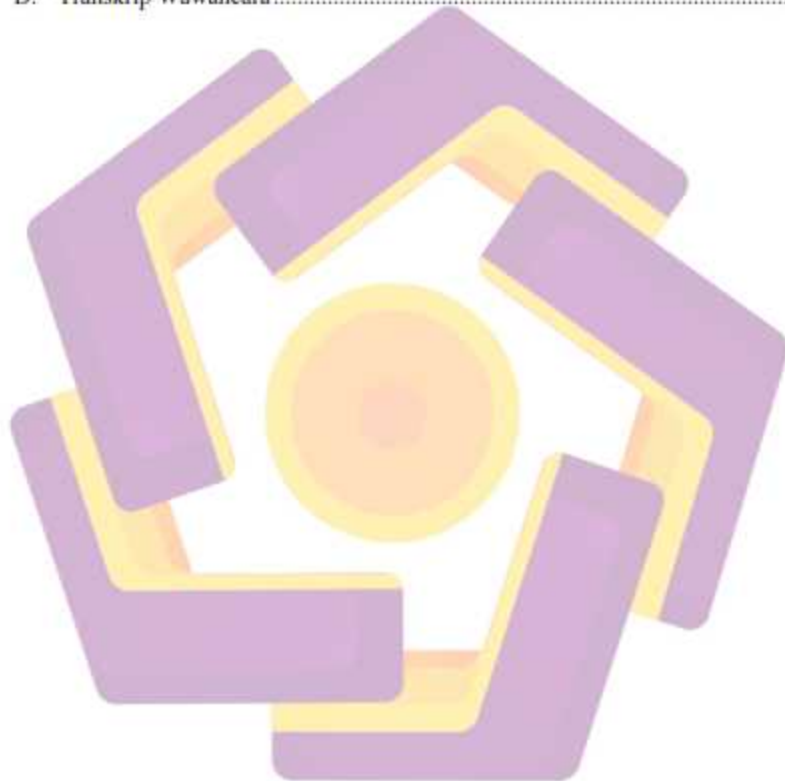


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Statistik Jumlah Potensi Objek Wisata Kabupaten Bantul.....	3
Gambar 4.1. Spot foto menara & helipad .....	57
Gambar 4.2. Spot foto jembatan .....	57
Gambar 4.3. Spot foto kupu-kupu.....	58
Gambar 4.4. Spot foto gunung.....	58
Gambar 4.5. <i>Instagram</i> Wisata Watu Goyang.....	64
Gambar 4.6. <i>Facebook</i> Wisata Watu Goyang.....	64
Gambar 4.7. <i>Banner</i> Promosi Wisata Watu Goyang .....	65
Gambar 4.8. <i>Banner</i> Promosi Wisata Watu Goyang .....	65
Gambar 4.9. Spot foto menara & helipad .....	73
Gambar 4.10. Spot foto jembatan .....	73
Gambar 4.11. Spot foto kupu-kupu.....	74
Gambar 4.12. Spot foto gunung.....	74
Gambar 4.13. <i>Icon</i> Watu Goyang .....	77
Gambar 4.14. Penjelasan sejarah Watu Goyang .....	78

## DAFTAR LAMPIRAN

A. Dokumentasi .....	1
B. Surat Izin Penelitian.....	3
C. Surat Balasan Objek Penelitian .....	4
D. Transkrip Wawancara.....	5



## INTISARI

Wisata Watu Goyang memiliki nilai sejarah yang cukup menarik, lokasinya pun di pinggir jalan utama wisata Mangunan, dan sudah menerapkan beberapa strategi pemasaran, namun jumlah pendapatan Wisata Watu Goyang setiap tahunnya masih kurang stabil dan kondisi wisatanya masih terbilang sepi. Dari situ penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan rumusan masalah yang pertama Bagaimanakah strategi pemasaran Wisata Watu Goyang guna memperkenalkan daya tarik wisatanya dan meningkatkan jumlah kunjungan wisata, yang kedua Bagaimanakah kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari Wisata Watu Goyang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran untuk memperkenalkan daya tarik Wisata Watu Goyang dan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada Wisata Watu Goyang. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kekuatan yang dimiliki Wisata Watu Goyang yaitu produk berupa pemandangan alam dan pemandangan *sunset* di sore hari serta *track Jeep* di dalam area wisata, harga meliputi tarif masuk, tarif parkir, tarif *track Jeep*, dan harga di warung makan yang murah dan terjangkau, tempat atau lokasinya yang strategis, pengelolanya ramah dan sopan kepada pengunjung, bukti fisik seperti spot foto, toilet, warung makan, dan *track Jeep*, dan proses pelayanan yang komunikatif, ramah, dan sopan. Kemudian kelemahannya yaitu harga sewa pendopo yang terlalu mahal dan kurang sesuai, promosi yang dilakukan masih kurang stabil, kurangnya SDM di bagian promosi *online*, sebagian produk yang ditawarkan kurang terawat, dan tempat atau lokasi berupa jalan masuk masih cor blok nanjak tinggi dan jalan naik bukit sebagian masih bebatuan. Kemudian peluangnya yaitu keunggulan pemandangan alam, *sunset*, dan pemandangan kota di malam hari yang indah, tempat atau lokasinya yang strategis, pengembangan wisata mengikuti *trend* saat ini, dan menjalin kerjasama dengan penyedia jasa *Jeep Wisata*. Terakhir ancaman yang dimiliki Wisata Watu Goyang yaitu munculnya wisata baru yang serupa dan berkembangnya wisata sekitar, gencarnya promosi yang dilakukan kompetitor, dan faktor cuaca terutama pada musim hujan.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Pariwisata



## ABSTRACT

*Wisata Watu Goyang has an interesting historical value, its location is on the side of the main Mangunan tourism road, and has implemented several marketing strategies, but the annual income of Wisata Watu Goyang is still less stable and tourism conditions are still relatively quiet. From there, the author is interested in conducting research with the formulation of the first problem, how is the marketing strategy of Wisata Watu Goyang in order to introduce its tourist attraction and increase the number of tourist visits, the second what are the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of Wisata Watu Goyang.*

*This study aims to find out how the Marketing Strategy is to introduce the attractiveness of Wisata Watu Goyang and to find out the strengths, weaknesses, opportunities, and threats in Wisata Watu Goyang. This study uses a descriptive type of research with a qualitative approach. This research method uses a case study method. Data collection techniques through observation, interviews, and documentation. Data analysis using SWOT analysis.*

*The results of the study can be concluded that the strengths of Wisata Watu Goyang are products in the form of natural scenery and sunset views in the afternoon and the Jeep track in the tourist area, prices include entrance fees, parking fees, Jeep track rates, and prices at cheap and cheap food stalls, affordable, strategic place or location, friendly and polite management to visitors, physical evidence such as photo spots, toilets, food stalls, and Jeep tracks, and a communicative, friendly, and polite service process. Then the weaknesses are the rental price of the pavilion which is too expensive and not suitable, the promotion is still not stable, the lack of human resources in the online promotion section, some of the products offered are not well maintained, and the place or location in the form of an entrance is still east as high as blocks and roads up hill some are still rocks. Then the opportunities are the advantages of natural scenery, sunsets, and beautiful city views at night, strategic places or locations, tourism development following current trends, and collaborating with Jeep Tour service providers. Finally, the threats that Wisata Watu Goyang has are the emergence of new similar tours and the development of local tourism, the incessant promotions carried out by competitors, and weather factors, especially during the rainy season.*

**Keyword:** *Marketing Strategy, SWOT Analysis, Tourism*