

Peningkatan Pemasaran Pada Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi

Lia Liliawati¹, Zahra Aldira²

^{1,2}Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Sukabumi
Jl. Babakan Sirna No. 25 Kota Sukabumi Jawa Barat, Telp/Fax. (0266) 215417, Indonesia
lialiliawati@polteksmi.co.id¹

Abstrak

Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi merupakan wisata alam perkebunan dan peternakan dengan konsep wisata yang menggabungkan aspek hiburan dengan informasi dan pembelajaran. Dengan persaingan bisnis yang semakin kuat terutama di dunia pariwisata, pemasaran menjadi aspek yang sangat penting dalam pengembangan sebuah eduwisata terutama dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung. Maka dari itu peneliti akan mengidentifikasi peningkatan pemasaran di Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi peningkatan pemasaran Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif dan menggunakan teknik pengumpulan data antara lain observasi, mini FGD, studi kepustakaan, dan penyebaran angket/kuisisioner kepada 94 responden yaitu pengunjung Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi. Dari hasil kuisisioner tersebut dapat diketahui sejauh mana pemasaran yang telah dilakukan oleh Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi dalam meningkatkan jumlah pengunjung Eduwisata.

Kata kunci: Eduwisata, Pemasaran

Abstrack

Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi is a natural plantation and livestock tour with the concept of tourism that combines aspects of entertainment with information and learning. concept that combines aspects of entertainment with information and learning. With business competition especially in the world of tourism, marketing is a very important aspect in the development of an edu-tourism, especially in an effort to increase the number of visitors. especially in an effort to increase the number of visitors. Therefore, researchers will This research aims to identify marketing improvements at Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi. This research aims to determine the marketing improvement strategy of Indo Natural Farm Sukabumi Eduwisata. The research methods used are qualitative and quantitative methods and use data collection techniques including observation, mini FGDs, literature studies, and distributing questionnaires to 94 respondents, namely visitors to Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi. From the results of the questionnaire, it can be seen to what extent the marketing that has been carried out by Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi. done by Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi in increasing the number of visitors to Eduwisata.

Keywords: Edu-tourism, Marketing

I. PENDAHULUAN

Wisata edukasi ialah sebuah konsep yang memberikan pengajaran bersifat non formal kepada wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata. Tujuannya adalah untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan serta memperoleh pengetahuan baru. Di tempat tersebut wisatawan dapat melaksanakan kegiatan belajar sambil bermain maupun kegiatan wisata lainnya. Demikian pengembangan pariwisata disuatu daerah akan menghasilkan banyak sekali manfaat baik secara sosial, budaya dan ekonomi. Khususnya di era saat ini sekolah tidak hanya melakukan pembelajaran di dalam kelas saja tetapi ada beberapa sekolah yang mengharuskan siswa-siswinya melakukan pembelajaran di luar sekolah, salah satunya dengan berkunjung ke wisata edukasi.

Salah satu tempat wisata edukasi di Sukabumi yaitu Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi. Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi merupakan wisata alam perkebunan dan peternakan dengan konsep wisata edukasi yang menggabungkan aspek hiburan dengan informasi dan pembelajaran untuk menciptakan pengalaman yang bermanfaat dan menarik dengan menyediakan berbagai kegiatan edukasi yang dapat diikuti oleh wisatawan diantaranya, mengenal berbagai jenis kambing perah, pemerah susu kambing, feeding kambing, mengolah susu kambing, mengenal tanaman dan menanam tanaman. Lokasi eduwisata bisa dijelajahi oleh wisatawan dengan menggunakan pemandu yang sudah disiapkan oleh pihak eduwisata. Pemandu yang sudah disiapkan tersebut yaitu menjelaskan semua proses pengolahan susu kambing dan bercocok tanam agar wisatawan mendapatkan pengalaman serta pengetahuan baru.

Dengan persaingan bisnis yang semakin kuat terutama di dunia pariwisata, pemasaran menjadi aspek yang sangat penting dalam pengembangan sebuah eduwisata terutama dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung dengan menentukan alternatif strategi untuk mengatasi berbagai permasalahan internal maupun eksternal, maka perlu dikaji kembali mengenai strategi-strategi yang harus digunakan.

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi Tahun 2024

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Juni	83
2	Juli	55
3	Agustus	55
4	September	74
5	Oktober	365
6	November	390
7	Desember	268
8	Januari	70
9	Februari	162
10	Maret	157
11	April	28
12	Mei	180
	Total	1887

Sumber: Eduwisata Indo Natral Farm Sukaumi (2024)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa data tersebut adalah jumlah data kunjungan Indo Natural Farm selama bulan Juni 2023 sampai dengan bulan Mei 2024. Dalam data tersebut dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan Indo Natural Farm mengalami peningkatan dan penurunan jumlah kunjungan yang tidak stabil dari bulan juni 2023 hingga bulan Mei 2024.

Berikut dibawah ini merupakan permasalahan-permasalahan yang terjadi di Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi. Maka diperlukannya kemampuan pemasaran yang harus dikuasai oleh pihak Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi agar mampu bertahan dalam persaingan bisnis dan mengidentifikasi strategi pemasaran yang efektif untuk memaksimalkan potensi Pendidikan wisata sebagai produk, serta mengatasi hambatan yang mungkin muncul dalam penerapannya.

No	Permasalahan-permasalahan Pada Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi
1	Kurangnya staf yang terlatih dalam mendukung program edukasi
2	Promosi melalui media sosial belum maksimal
3	Keterbatasan anggaran untuk promosi dan pengembangan fasilitas
4	Fasilitas yang tersedia kurang memadai
5	Teknologi informasi yang dimiliki kurang mendukung
6	Wisatawan yang berkunjung tergantung pada cuaca dan kebijakan sekolah

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diuraikan bahwasannya pada Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi memiliki permasalahan-permasalahan mulai dari bidang SDM, pemasaran, dan keuangan, yang di mana hal tersebut menyebabkan tidak stabilnya jumlah pengunjung eduwisata setiap tahunnya. Maka diperlukannya kemampuan pemasaran yang harus dikuasai oleh pihak Indo Natural Farm Sukabumi agar mampu bertahan dalam persaingan bisnis.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Rodger.D dalam Mafazah, L., dkk. (2022), eduwisata atau wisata edukasi ialah sebuah program yang ditujukan untuk peserta yang sedang berwisata, peserta tersebut melaksanakan perjalanan secara berkelompok ke sebuah lokasi yang sudah ditentukan dengan tujuan yakni, memperoleh pengalaman belajar yang berhubungan langsung terhadap lokasi yang mereka tuju.

Menurut Terry dalam Mendo, A. Y., dkk. (2022:2), manajemen merupakan suatu proses khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan pengorganisasian, pergerakan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya. Dengan demikian istilah manajemen megacu pada upaya-upaya untuk meggerakan organisasi melalui implementasi fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian dalam rangka mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif.

Menurut Shinta dalam Charviandi, A., dkk. (2023:3), Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang

bernilai kepada pihak yang lain atau semua kegiatan yang menyangkut produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.

Menurut Shinta dalam Charviandi, A., dkk. (2023:3), Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan, mengorganisasikan, mengkoordinasikan serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif.

Menurut Rangkuti, F. (2017:3), Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Dalam perkembangannya, konsep mengenai strategi terus berkembang. Definisi strategi yang dikemukakan oleh Chandler (1962:13) menyebutkan bahwa "Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut".

Menurut Rangkuti, F. (2017:2), pimpinan suatu organisasi setiap hari berusaha mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan dan kekuatan-kekuatan eksternal (peluang dan ancaman) suatu pasar. Kegiatannya meliputi pengamatan secara hati-hati persaingan, peraturan, tingkat inflasi, siklus bisnis, keinginan dan harapan konsumen, serta faktor-faktor lain yang dapat megidentifikasi peluang dan ancaman. Suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada. Proses analisis, perumusan dan evaluasi startegi-strategi itu disebut perencanaan strategi. Tujuan utama perencanaan strategi adalah agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Jadi perencanaan strategis penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengankeinginan konsumen dengan dukunga yang optimal dari sumber daya yang ada.

III. METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:9) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme atau enterpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara, dan dokumentasi). Menurut Sugiyono (2019:8) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu,

pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Adapun cara yang digunakan penulis dalam pengumpulan data yaitu menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

1. Observasi (Observation)
Cara memperoleh data dengan metode ini yaitu penulis datang langsung ke tempat yang menjadi tujuan penelitian untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan demi kelengkapan data dalam penulisan Tugas Akhir.
2. Mini FGD (Focus Group Discussion)
Dalam tesknik pengumpulan data ini, penulis melakukan diskusi kecil dengan pemilik dan petugas administrasi di Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi. Tujuan dari mini FGD ini yaitu untuk mendapatkan indikator alat penelitian yaitu kuisisioner.
3. Angket (Questionnaire)
Metode ini merupakan pengumpulan data melalui daftar pertanyaan kepada pengunjung Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi dengan menyebarkan angket secara langsung dan melalui WhatsApp guna mengetahui sejauh mana permasalahan-permasalahan pada Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi. Dalam penyebaran angket ini menggunakan perhitungan bobot dan rating dalam analisis SWOT dengan beberapa indikator yang didapatkan dari hasil Mini FGD.
4. Studi Kepustakaan
Dalam teknik pengumpulan data ini, penulis mengumpulkan informasi melalui sumber-sumber baik dari buku maupun jurnal yang berhubungan dengan masalah-masalah yang diteliti oleh penulis.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.1
Permasalahan Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi

No	Permasalahan-permasalahan Pada Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi
1	Kurangnya staf yang terlatih dalam mendukung program edukasi
2	Promosi melalui media sosial belum maksimal
3	Keterbatasan anggaran untuk promosi dan pengembangan fasilitas
4	Fasilitas yang tersedia kurang memadai
5	Teknologi informasi yang dimiliki kurang mendukung
6	Wisatawan yang berkunjung tergantung pada cuaca dan kebijakan sekolah

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi memiliki beberapa permasalahan mulai dari bidang sumber daya manusia, keuangan, dan yang paling utama dalam bidang pemasaran. Maka dari itu diperlukan pengujian untuk mengetahui sejauh mana permasalahan-permasalahan yang dihadapi dan juga untuk menentukan strategi yang akan digunakan nantinya untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Tabel 4.1
Hasil Uji Kuisioner kepada Pengunjung
Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi

No	Item	R table	R hitung Persepsi	R hitung Ekspektasi	Keterangan
1	X1	0,361	0,529	0,497	Valid
2	X2	0,361	0,713	0,39	Valid
3	X3	0,361	0,425	0,469	Valid
4	X4	0,361	0,504	0,483	Valid
5	X5	0,361	0,683	0,605	Valid
6	X6	0,361	0,596	0,583	Valid
7	X7	0,361	0,621	0,463	Valid
8	X8	0,361	0,616	0,558	Valid
9	X9	0,361	0,404	0,414	Valid
10	X10	0,361	0,373	0,494	Valid
11	X11	0,361	0,646	0,552	Valid
12	X12	0,361	0,429	0,659	Valid
13	X13	0,361	0,877	0,428	Valid
14	X14	0,361	0,65	0,641	Valid
15	X15	0,361	0,621	0,395	Valid
16	X16	0,361	0,845	0,43	Valid
17	X17	0,361	0,809	0,419	Valid
18	X18	0,361	0,783	0,514	Valid
19	X19	0,361	0,895	0,407	Valid
20	X20	0,361	0,876	0,44	Valid
21	X21	0,361	0,884	0,426	Valid
22	X22	0,361	0,933	0,41	Valid
23	X23	0,361	0,406	0,763	Valid
24	X24	0,361	0,806	0,405	Valid
25	X25	0,361	0,824	0,528	Valid
26	X26	0,361	0,883	0,471	Valid
27	X27	0,361	0,435	0,458	Valid
28	X28	0,361	0,883	0,443	Valid
29	X29	0,361	0,794	0,403	Valid
30	X30	0,361	0,805	0,394	Valid

31	X31	0,361	0,727	0,497	Valid
32	X32	0,361	0,653	0,56	Valid
33	X33	0,361	0,365	0,448	Valid
34	X34	0,361	0,362	0,516	Valid
35	X35	0,361	0,558	0,393	Valid
36	X36	0,361	0,744	0,421	Valid
37	X37	0,361	0,792	0,492	Valid
38	X38	0,361	0,71	0,44	Valid
39	X39	0,361	0,772	0,65	Valid
40	X40	0,361	0,548	0,67	Valid

Berdasarkan hasil uji kuisioner penilaian kondisi saat ini dan penilaian urgensi penanganan menunjukkan bahwa keseluruhan item pernyataan yang disebar kepada pengunjung Eduwisata Indo Natural farm Sukabumi dapat disimpulkan bahwa setiap butir pernyataan tersebut valid.

Dihasilkan alternatif strategi yang dapat diambil oleh pemilik atau pengelola Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif yaitu sebagai berikut:

1. Mengembangkan kemampuan staf dengan memberikan pelatihan kepada setiap pegawai Agar Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi memiliki kemampuan yang lebih baik lagi dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung perlu diberikan pelatihan khusus mengenai service excellent kepada setiap pegawai. Pelatihan tersebut dapat dilakukan sebulan sekali atau tergantung puhak Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi.
2. Memanfaatkan sosial media untuk menjangkau promosi secara luas Media sosial dimanfaatkan untuk menjangkau promosi secara luas karena media sosial saat ini sangat mudah diakses oleh semua kalangan.
3. Membuat konsep wisata yang berbeda dari tempat lain untuk membuat pengunjung tertarik Konsep wisata yang menarik dan berbeda dari tempat lain dapat membuat pengunjung tertarik untuk berkunjung ke eduwisata.
4. Mempertahanan fasilitas bahkan menambah fasilitas yang dimiliki eduwisata untuk meminimalisir pesaing baru

Dengan mempertahankan fasilitas dan menambah fasilitas eduwisata dapat meminimalisir pesaing baru

5. Mengembangkan desain konten visual yang menarik di berbagai situs media sosial sehingga lebih tertata dan pengunjung dapat dengan mudah mengakses semua informasi yang disampaikan.
Desain konten visual di media sosial dibuat menarik dan serapi mungkin agar memudahkan pengunjung dalam mengakses semua informasi yang disampaikan oleh Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi.
6. Menyediakan program eduwisata yang sesuai dengan kurikulum agar sekolah atau lembaga tertarik untuk bekerja sama.
Pihak Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi menyediakan program yang berkaitan dengan kurikulum sekolah untuk membangun kemitraan yang lebih luas, hal tersebut dapat dilakukan dengan cara melakukan survey terlebih dahulu untuk mengetahui program edukasi apa yang sesuai dengan kurikulum sekolah mulai dari Paud, TK, SD, SMP, dan SMA.

Kendala-Kendala yang ada dalam Pelaksanaan Peningkatan Pemasaran Pada Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi

Berikut adalah beberapa kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi peningkatan pemasaran pada Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi:

1. Eduwisata indo natural farm belum dikenal oleh Masyarakat luas karena promosi melalui media digital belum efektif sehingga pengunjung mempertimbangkan kunjungannya karena kurangnya promosi.
2. Terdapat beberapa fasilitas yang kurang memadai seperti toilet, mushola, ruangan seminar, ketersediaan air bersih, dan kantin.
3. Kurangnya spot foto dan area bermain yang tersedia di lokasi eduwisata indo natural farm yang mengakibatkan pengunjung mulai bosan karena belum adanya inovasi dari pihak eduwisata.
4. kurangnya tanda penunjuk mengenai informasi lokasi eduwisata, serta tidak adanya transportasi umum
5. Penataan tanaman dan pagar kandang hewan ternak kurang aman dan belum tertata secara baik.
6. Memiliki keterbatasan kemampuan dalam menanggapi keluhan atau masalah pengunjung baik secara langsung maupun tidak langsung.

7. Terdapat eduwisata lain dengan lokasi yang lebih strategis
8. Wisatawan yang berkunjung ke eduwisata indo natural farm tergantung pada cuaca dan kebijakan sekolah.

Solusi-Solusi untuk Mengatasi Kendala-Kendala yang dihadapi dalam Pelaksanaan Peningkatan Pemasaran Pada Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi.

Agar pelaksanaan peningkatan strategi pemasaran pada Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi berjalan dengan baik, maka diberikan penyelesaian untuk mengatasi kendala-kendala yang muncul dalam pelaksanaan strategi peningkatan pemasaran pada Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi sebagai berikut:

1. Pihak Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi telah berusaha memanfaatkan media sosial seperti whatsapp, instagram dan radio dalam mempromosikan eduwisata yaitu dengan memposting kegiatan edukasi, memperlihatkan sarana dan prasarana yang ada untuk menarik pengunjung.
2. Pihak Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi telah berusaha melakukan pemeliharaan fasilitas secara berkala untuk menjaga fasilitas dalam kondisi baik.
3. Pihak Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi telah berusaha menambah area bermain dengan memanfaatkan pemandangan dan lahan yang tersedia di eduwisata seperti menambah permainan gocart.
4. Pihak Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi telah mencantumkan informasi lokasi eduwisata di berbagai akun media sosial untuk mempermudah pengunjung Ketika akan berkunjung ke Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi.
5. Pihak Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi berusaha memperbaiki penataan tanaman dan keamanan kandang hewan ternak dengan melakukan pemeriksaan rutin.
6. Pihak Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi berusaha memperbaiki dengan cara pengunjung dapat mengadakan keluhannya ke nomor telepon yang tersedia di berbagai media sosial Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi untuk mengadakan keluhannya.

7. Pihak Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi telah berusaha meningkatkan pengalaman pengunjung dengan menawarkan program edukasi yang menarik seperti mengolah susu kambing, mengolah kopi, dan menanam tanaman, serta memberikan fasilitas yang nyaman seperti tempat parkir yang luas dan terdapat area istirahat.
8. Pihak Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi telah berusaha menyediakan aktivitas edukasi yang bisa dilakukan di dalam ruangan sebagai alternatif saat cuaca tidak mendukung seperti mengadakan seminar, melakukan proses pengolahan susu dan kopi di dalam ruangan.

V. KESIMPULAN

1. Strategi peningkatan pemasaran pada Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi pada sudah agak baik namun belum seluruhnya. Sehingga dalam hal ini Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi harus mengoptimalkan kembali strategi-strategi dalam peningkatan pemasaran agar Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi bisa lebih komprehensif dalam menghadapi persaingan di bidang pemasaran agar mampu bertahan di tengah persaingan.
2. Kendala-kendala yang ditemukan pada pelaksanaan strategi peningkatan pemasaran pada Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi adalah Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi belum dikenal oleh masyarakat luas karena promosi dan sistem informasi yang dimiliki belum cukup baik, terdapat beberapa fasilitas yang belum memadai, kurangnya spot foto dan area bermain, kurangnya tanda penunjuk lokasi eduwisata serta tidak adanya transportasi umum, penataan tanaman dan kandang ternak kurang aman, memiliki keterbatasan dalam menanggapi keluhan pengunjung, terdapat eduwisata lain yang lebih strategis dan wisatawan yang berkunjung tergantung pada cuaca dan kebijakan sekolah.
3. Solusi-solusi untuk mengatasi kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi peningkatan pemasaran pada Eduwisata Indo Natural Farm Sukabumi diantaranya yaitu, memanfaatkan media sosial dalam mempromosikan eduwisata, melakukan pemeliharaan fasilitas secara

berkala, menambah area bermain, memperbaiki informasi lokasi, memperbaiki penataan tanaman dan kandang ternak, memberikan nomor telepon khusus untuk mengadakan keluhan, menawarkan program edukasi yang menarik dan menyediakan aktivitas edukasi di dalam ruangan

REFERENSI

- [1] A. Charviandi, H. Noviany, Y. Suhartini, A. Wijaya dan M. A. F. Abdullah, *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)*, Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2023.
- [2] L. Mafazah, H. Baskoro dan D. F. Sophia, "Analisis Strategi Promosi Eduwisata Di Kabupaten Jember Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pasca Pandemi Covid-19," *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, pp. 234-246, 2022.
- [3] A. Y. Mendo, I. Y. Niode dan U. Kango, *Pengantar Manajemen dan Bisnis*, Lombok Tengah: Yayasan Hamjah Diha, 2022.
- [4] M. E. Widiana, *Buku Ajar Pengantar Manajemen*, Jawa Tengah: CV. Pena Persada, 2020.
- [5] Y. Pratama, F. I. Sani, M. A. F. Abdullah, H. Noviany, S. Narulita, O. Hapsara, I. Zulkarnain, R. Fermayani, R. S. R. Sembiring, A. dan D. Islam, *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran (Analisis dan Startegi di Era Digital)*, Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2023.
- [6] H. Sofia, M. Jannah dan V. Hadyarti, "Analisis SWOT sebagai Strategi Peningkatan Pengunjung Eduwisata Garam Madura," *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, pp. 171-176, 2022.
- [7] I. Larasaty, "Strategi Pemasaran UPT Museum Balanga sebagai Wisata Edukasi di Kota Palangkaraya," *DESKOVI: Art and Design Journal*, pp. 126-133, 2020.
- [8] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2019.
- [9] Nazarudin, *Manajemen Strategik*, Palembang: CV. Amanah, 2020.
- [10] F. Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017.
- [11] F. Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017.

- [12] H. Kurniawan, G. Rusmayadi, K. A. H. Achjar, P. Merliza, D. Suprayitno, A. Subiyantoro, S. Y. Kusumastuti, H. T. A. Nengsih, I. M. Hutabarat, N. dan S. Noorzaman, Buku Ajar Statistika Dasar, Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- [13] Firdaus, Metodologi Penelitian kuantitatif Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistic Version 26.0, Riau: Dotplus Publisher, 2021.

