BAB II

PROMOSI OBJEK WISATA *THE WONDERFUL* ICAKAN

II.1 Promosi

II.1.1 Pengertian Promosi

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran, yaitu aktivitas yang berusaha menyebarkan informasi, membujuk, dan mengingatkan masyarakat akan produknya, agar bersedia menerima, membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan, berikut ini adalah pengertian promosi dari para ahli :

- Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo (1993) mengatakan bahwa "promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menyebabkan pertukaran dalam pemasaran."

- Harini (2008) mengatakan bahwa "promosi adalah salah satu bentuk komunikasi, yaitu suatu tahap khusus dimaksudkan untuk dapat merebut kesediaan menerima dari orang lain atas ide, barang dan jasa."

II.1.2 Jenis – Jenis Promosi

Berikut ini adalah jenis – jenis promosi :

- Periklanan (*Advertising*)

  Bentuk promosi non personal dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembelian. Periklanan menawarkan suatu produk kepada konsumen dengan cara mengemukakan alasan supaya membeli.

- Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*)

  Bentuk promosi secara personal dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk membujuk konsumen secara langsung atau kegiatan mempromosikan suatu produk dengan cara mendatangi ke tempat konsumen berada, oleh seorang wiraniaga. Dengan adanya kontak langsung antara wiraniaga dan konsumen, maka terjadilah komunikasi dua arah.

  Tugas seorang wiraniaga adalah sebagai berikut :

  - Memberikan informasi produk kepada konsumen
  - Menjelaskan manfaat produk kepada konsumen
  - Menjawab pertanyaan dari konsumen
  - Mengarahkan konsumen agar terjadi transaksi

- Publisitas (*Publicity*)

  Bentuk promosi non personal yang dilakukan sebuah perusahaan yang menjual produk baik di media cetak dan media elektronik. Cara ini sangat baik untuk memperkenalkan perusahaan atau produk yang dihasilkan, karena cara ini dinilai sangat cepat untuk menaikkan tingkat penjualan sebuah produk.

- Promosi Penjualan (*Sales promotion*)

  Bentuk promosi ini berbeda dari ketiga bentuk promosi diatas yang ditujukan untuk mengajak konsumen untuk melakukan pembelian. Promosi penjualan menawarkan suatu produk dengan cara memberikan suatu hal yang dapat memicu konsumen agar membeli produk yang disediakan. Hal yang diberikan kepada masyarakat untuk memancing melakukan pembelian ini bisa berupa uang, barang atau pelayanan tambahan lainya yang biasanya tidak disertakan bersama produk tersebut.

Dari berbagai jenis promosi yang telah disebutkan diatas, promosi yang akan dilakukan pada promosi objek wisata *The Wonderful* Icakan adalah promosi berupa periklanan.

- Pengertian Periklanan

  Menurut Rhenald Kasali (1992:21), "secara sederhana iklan didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan oleh suatu masyarakat lewat suatu media. Namun demikian, untuk membedakannya dengan pengumuman biasa, iklan lebih diarahkan untuk membujuk orang supaya membeli".

- Fungsi Periklanan

  Menurut Djayakusumah (1982:60) adalah "fungsi periklanan adalah memperkuat dorongan kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap suatu produk untuk mencapai pemenuhan kepuasannya. Agar iklan berhasil merangsang tindakan pembeli".

- Jenis iklan

  1. *Comercial Advertising* (Iklan komersial)

     Iklan komersial adalah iklan yang bertujuan untuk mendukung kampanye pemasaran suatu produk atau jasa.

  2. *Public Service Advertising* (Iklan Layanan Masyarakat)

     Iklan layanan masyarakat merupakan bagian dari kampanye sosial marketing yang bertujuan menjual gagasan atau ide untuk kepentingan atau pelayanan masyarakat. Biasanya pesan iklan layanan masyarakat berupa ajakan,

pernyataan atau himbauan kepada masyarakat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan demi kepentingan umum atau merubah perilaku yang "tidak baik" supaya menjadi lebih baik.

Jenis iklan yang akan dilakukan pada objek wisata *The Wonderful* Icakan adalah jenis iklan *Comercial Advertising* (Iklan komersial), karena tujuan dibuatnya iklan Icakan berupa kampanye pemasaran suatu produk dibidang pariwisata.

II.1.3 Fungsi Promosi

Promosi mempunyai 5 fungsi yang sangat penting bagi suatu perusahaan, yaitu:

- *Informing* (memberikan informasi)

  Promosi membuat konsumen sadar akan produk - produk baru, memberi tahu konsumen tentang berbagai fitur dan manfaat sebuah merek pada produk, serta memfasilitasi penciptaan citra sebuah perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa tersebut.

- *Persuading* (membujuk)

  Promosi yang baik akan mampu membujuk pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang ditawarkan.

- *Reminding* (mengingatkan)

  Promosi menjaga agar produk – produk dari sebuah perusahaan agar tetap segar dalam ingatan para konsumen.

- *Adding Value* (menambah nilai)

  Promosi yang efektif dapat menyebabkan sebuah produk dipandang lebih elegan, lebih bergaya, lebih bergengsi dan dapat lebih unggul dari tawaran pesaing.

Dalam upaya mengajak masyarakat untuk lebih banyak dan lebih sering datang ke lokasi Icakan maka promosi yang harus dilakukan Icakan pada saat ini yaitu promosi tahap kedua, yaitu promosi *persuading*.

II.2 Profil *The Wonderful* Icakan

The Wonderful Icakan merupakan tempat wisata keluarga. Nama Icakan sendiri di ambil dari bahasa daerah tersebut yang berarti kubangan air.

Gambar II.1 Logo *The Wonderful* Icakan

Icakan terletak di jln. Jln. Baregbeg - Jalatrang Desa Sukamulya, Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis. Lokasi Icakan berjarak sekitar 6 KM dari jalan utama Ciamis – Kawali dengan kondisi jalan yang kurang baik dikarenakan masih terdapat banyaknya lubang – lubang di sepanjang jalan yang dilalui, akan tetapi semuanya tidak terasa buruk karena para pengunjung di sepanjang jalan akan disuguhi keindahan alam sekitar berupa bukit – bukit kecil dan hutan sehingga menimbulkan suasana sejuk dan nyaman.

Icakan mulai dibangun pada tahun 2006 dilahan perkebunan masyarakat seluas 26 hektar dan mulai dibuka pada awal tahun 2012, dan sampai saat ini Icakan masih terus memperbaiki sarana yang ada dan menambah jumlah wahana yang ada agar dapat menarik lebih banyak pengunjung dan memberikan rasa puas terhadap pengunjung yang datang.

Keindahan alam perbukitan di sekitar lokasi Icakan menjadikan lokasi Icakan sangat memanjakan mata dan nyaman untuk dikunjungi, mulai dari hijaunya rimbunan pepohonan, danau buatan yang indah, udara yang sejuk,

serta air yang sangat jernih menjadi nilai lebih Icakan di mata pengunjung daripada tempat wisata lainnya.

Konsep Icakan adalah *One stop recreation*, yaitu menyediakan berbagai macam jenis rekreasi dalam satu lingkungan tempat wisata. Dengan mengusung konsep tersebut pihak Icakan ingin menegaskan bahwa *The Wonderful* Icakan merupakan sebuah tempat wisata yang memiliki beragam jenis wahana di dalamnya.

II.2.1 Wahana dan Sarana *The Wonderful* Icakan

The Wonderful Icakan adalah tempat wisata yang memiliki wahana yang banyak dan beragam, selain itu Icakan juga memiliki sarana yang baik sebagai penunjang kenyamanan pengunjung.

Berikut ini adalaha wahana dan sarana yang terdapat di Icakan diantaranya :

1. Bebek Air



Gambar II.2 Bebek Air
(sumber : dokumen pribadi)\

Bebek air adalah salah satu wahana yang ada di Icakan, lokasinya terletak didanau buatan, danau buatan ini tepat berada di sebelah pintu masuk ke lokasi Icakan. Selain dapat menaiki wahana

bebek air pengunjung juga dimanjakan dengan indahnya danau buatan yang dipenuhi ikan koi selain itu danau ini juga dikelilingi oleh pohon dan rerumputan yang hijau dan indah dipandang mata.

2. Balon Air



Gambar II.3 Balon Air
(sumber : dokumen pribadi)

Tidak jauh berbeda berbeda dengan bebek air, balon air juga terletak di danau buatan hanya saja disini pengunjung masuk kedalam balon berukuran besar yang di isi dengan udara berupa oksigen.

3. Pacuan Kuda



Gambar II.4 Pacuan Kuda
(sumber : dokumen pribadi)

Pacuan kuda adalah salah satu wahana yang berada di Icakan disini pengunjung akan menunggangi kuda dan akan diajak mengitari sebuah area lapangan.

4. *Flying Fox*



Gambar II.5 *Flying Fox*
(sumber : dokumen pribadi)

Flying Fox adalah salah satu wahana yang sangat mendebarkan dan sangat membutuhkan keberanian yang kuat.

5. Kolam Renang Anak



Gambar II.6 Kolam Renang Anak
(sumber : dokumen pribadi)

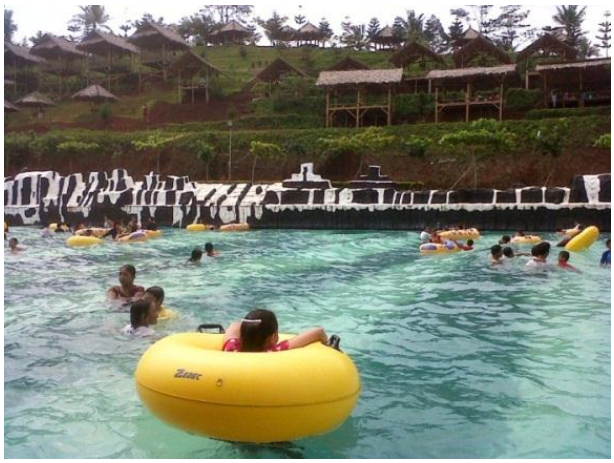
Kolam renang anak adalah salah satu wahana favorit di Icakan, karena di wahana inilah anak– anak berkumpul dan bermain air. Air bersih dan sarana penunjang seperti perosotan dan air tumpahan dari ember yang berukuran besar menjadi salah satu faktor pendukung wahana ini sehingga sangat diminati pengunjung.

6. Kolam Berombak



Gambar II.7 Kolam Berombak 1

(sumber : dokumen pribadi)



Gambar II.8 Kolam Berombak 2

(sumber : dokumen pribadi)

Kolam ini banyak dikunjungi oleh pengunjung mulai dari usia remaja hingga dewasa. Air yang jernih serta adanya gelombang yang menyerupai ombak di kolam ini menjadi daya tarik tersendiri bagi

wahana tersebut sehingga menjadi salah satu wahana favorit bagi pengunjung.

7. Kolam Arus



Gambar II.10 Kolam Arus
(sumber : dokumen pribadi)

Kolam ini masih terbilang baru di bangun, pada wahana ini para pengunjung akan berenang menggunakan sebuah ban untuk mengikuti arus yang mengalir di kolam ini.

8. Roller Coaster Mini



Gambar II.11 Roller Coaster Mini
(sumber : dokumen pribadi)

Pada wahana ini khususnya untuk anak – anak di bawah 12 tahun, pengunjung akan dibawa naik turun sesuai dengan rel yang terdapat pada wahana tersebut dengan menggunakan tunggangan yang menyerupai kereta mini.

9. Mesjid Ar-Rahman



Gambar II.12 Mesjid Ar-Rahman
(sumber : dokumen pribadi)

Salah satu sarana penunjang ibadah di Icakan, mesjid ini terletak di atas bukit seberang danau. Mesjid ini sangat menarik dari segi asitekturnya, sehingga banyak pengunjung yang melakukan foto keluarga di sekitar mesjid tersebut sebelum maupun sesudah beribadah.

10. Saung lesehan



Gambar II.13 Saung lesehan 1

(sumber : dokumen pribadi)



Gambar II.14. Saung Lesehan 2

(sumber : dokumen pribadi)

Sarana lain yang terdapat di Icakan adalah Saung lesehan yang berjumlah 26 buah, saung lesehan ini tersebar di beberapa area, yaitu di atas area kolam renang dan di atas area danau buatan.

Saung lesehan ini kebanyakan dijadikan tempat untuk beristirahat sambil memandangi pemandangan di sekitar lokasi Icakan.

II.2.2 Harga Tiket *The Wonderful* Icakan

Berikut Ini adalah daftar harga tiket di lokasi *The Wonderful* Icakan :

1. Tiket Masuk
   - Tiket Masuk : Rp 5.000
   - Parkir Mobil : Rp 5.000
   - Parkir Motor : Rp 2.000
2. Tiket Wahana
   - Bebek Air : Rp 10.000
   - Balon Air : Rp 10.000
   - Pacuan Kuda : Rp 10.000
   - Kolam Renang : Rp 10.000
   - *Flying Fox* : Rp 10.000
   - Roller Coaster Anak : Rp 10.000

II.3 Analisis Masalah

II.3.1 Analisis SWOT

Pengertian SWOT menurut A. Wijaya Tunggal (2001:74-75), "SWOT adalah singkatan dari kata kekuatan (*strenghts)*,kelemahan (*weakness*), kesempatan atau peluang (*opportunities)*, dan ancaman (*threats*) dilingkungan perusahaan itu sendiri".

Berikut ini adalah analisis SWOT dari objek wisata The Wonderful Icakan dan Pangandaran Waterpark :

A. The Wonderful Icakan

The Wonderful Icakan memiliki tempat yang luas dan didukung oleh udara yang sejuk, air yang bersih, dan memiliki pemandangan yang indah sehingga nyaman untuk dikunjungi masyarakat ketika

menghabiskan masa – masa liburan keluarga. Icakan merupakan satu – satunya tempat wisata yang memiliki banyak wahana yang menarik sehingga pengunjung tidak merasa bosan saat liburan khususnya saat berada di Icakan, didukung dengan harga yang lebih murah dari tempat wisata lainnya.

Dibalik kelebihan tersebut Icakan memiliki kekurangan yaitu ; jarangnya angkutan umum sehingga pengunjung merasa kesulitan saat mengunjungi lokasi tersebut dan memilih untuk menggunakan kendaraan pribadi, selain itu *sygn system* menuju lokasi juga kurang baik dan jalan yang dilalui juga berlubang sehingga tidak sedikit pengunjung yang bertanya – tanya mengenai jalan yang tepat menuju lokasi Icakan kepada masyarakat sekitar. Di Icakan fasilitas berupa mushola jarang di temui sehingga pengunjung yang akan beribadah harus menuju mesjid Ar-Rahman yang berada puncak bukit, selain itu fasilitas ruang ganti baju yang kurang terawat dengan keadaan tidak adanya gantungan baju dan pintu tanpa pengunci pintu kebanyakan hilang oleh pengunjung yang jahil.

Sebagai tempat wisata yang mempunyai banyak wahana, Icakan mampu mempunyai kesempatan untuk bersaing dengan objek wisata lain di Kabupaten Ciamis, akan tetapi lokasi jalan yang jauh disertai akses jalan yang kurang baik menjadi acaman tersendiri bagi Icakan untuk besaing dengan tempat wisata lain.

B. Pangandaran Waterpark

Pangandaran waterpark memiliki tempat yang bagus untuk dikunjungi keluarga saat liburan karena lokasinya yang berhadapan langsung dengan pantai, serta didukung dengan akses jalan yang baik serta banyaknya kendaraan umum yang melalui lokasi tersebut menjadi kelebihan dari Pangandaran Waterpark.

Kekurangan dari Pangandaran Waterpark adalah lokasi yang kurang luas, harga tiket yang mahal hanya untuk tempat wisata berupa waterboom.

Berada di lingkungan wisata pantai Pangandaran menjadi kesempatan Pangandaran Waterpark untuk lebih banyak dikunjungi masyarakat, akan tetapi hal tersebut juga bisa menjadi ancaman karena ada pula masyarakat yang lebih memilih berenang di pantai daripada di *watreboom.*

II.3.2 Target Audiens

1. Geografis

   Target *audiens The Wonderful* Icakan secara geografis yaitu masyarakat yang sedang liburan maupun yang tinggal menetap di daerah yang merupakan wilayah Priangan Timur yaitu Kab. Tasikmalaya, Kota Tasikmalaya, Kab. Garut, Kab. Ciamis, Kab. Sumedang, Kota Banjar dan Kab. Pangandaran.

2. Demografis
   - Target : Keluarga Muda
   - Gender : Laki - laki dan perempuan
   - Usia : 25 – 30 tahun
   - Status : Belum menikah, menikah
   - Pekerjaan : Pelajar, mahasiswa, pegawai negeri, pegawai swasta

3. Psikografis

   Target *audiens* The *Wonderful* Icakan secara psikologis yaitu masyarakat yang merasa jenuh dan lelah dengan aktifitasnya sehari – hari sehingga membutuhkan liburan dan meluangkan waktu untuk menghibur diri.

II.4 *Marketing Mix*

Marketing mix merupakan kombinasi dari empat unsur yang merupakan inti dari sistem pemasaran pada sebuah perusahaan.

Unsur - unsur tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat unsur yaitu :

a. *Product* (Produk)

"Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar". (Kotler & Armstrong, 2001, h.346)

The Wonderful Icakan merupakan sebuah objek wisata yang memiliki beragam wahana, selain memiliki beragam wahana Icakan juga memiliki keindahan alam terbuka dengan kesejukan udara pegunungan, hal ini menjadi salah satu kelebihan Icakan dari pada tempat wisata yang serupa.

b. *Price* (Harga)

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa.

Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut pihak Icakan menetapkan harga tiket masuk seharga Rp 5.000 per orang dan Rp 10.000 per wahana.

c. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah bagaimana perusahaan mengkomunikasikan produk/jasanya kepada saluran distribusi dan pasar sasarannya untuk mempengaruhi sikap dan prilaku konsumen. Jenis-jenis promosi dibedakan menjadi tiga yaitu penjualan pribadi (*personal selling*), penjualan massa (*mass selling*) dan promosi penjualan (*sales promotion*).

Icakan sebagai salahsatu perusahaan yang menjual jasa dibidang pariwisata juga sangat perlu melakukan promosi agar dapat menarik lebih banyak pengunjung.

Seiring perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, promosi dapat dilakukan dengan lebih mudah, yaitu dengan cara menggunakan web dan media sosial yang saat ini sangat disukai masyarakat.

d. *Place* (Tempat)

Lokasi Icakan yang terdapat di area perbukitan yang sejuk menjadi tempat yang tepat untuk dipilih Icakan untuk dibangun sebuah objek wisata.