

## Bauran Pemasaran Wana Wisata Coban Putri, Dusun Krajan, Desa Tlekung, Kota Batu, Jawa Timur

Inggar Bagus Prayogi <sup>1</sup>, Gde Indra Bhaskara <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Pariwisata, Fakultas Pariwisata,  
Universitas Udayana

Email:[inggargmac@gmail.com](mailto:inggargmac@gmail.com)<sup>1\*</sup>

### Abstrak

Wana Wisata Coban Putri merupakan salah satu air terjun yang ada di Kota Batu. Namun, berbeda dengan Wana Wisata lainnya, Pengelolaan Wisata Coban Putri dikelola oleh swasta dan belum berkembang dengan baik. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi bauran pemasaran Wana Wisata Coban Putri di Kota Batu, Jawa Timur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan untuk penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang berasal dari pengamatan langsung dari lapangan penelitian melalui observasi dan wawancara. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari dokumentasi atau studi pustaka untuk melengkapi data primer yang diperoleh di lapangan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran Wana Wisata Coban Putri dapat diterima, namun untuk bagian variabel proses dirasa kurang memadai karena wisatawan yang menggunakan bus harus dapat menjangkau akses Shuttle Car dari tempat parkir yang letaknya cukup jauh ke kawasan Wana Wisata Coban Putri.

**Kata Kunci:** *Taman Wisata, Coban Putri, Bauran Pemasaran*

### Abstract

Wana Wisata Coban Putri is one of the waterfalls in Batu City. However, unlike other Wana Wisata, Coban Putri Tourism Management is privately managed and not well developed. This research is conducted to identify the marketing mix of Wana Wisata Coban Putri in Batu City, East Java. The method used in this research is descriptive qualitative and for determining the informants is using purposive sampling technique. The data sources used are primary and secondary data sources. Primary data in this study is data that comes from direct observation from the research field through observation and interviews. Meanwhile, secondary data in this research is data obtained from documentation or literature study to complement primary data obtained in the field. The results show that the marketing mix of Wana Wisata Coban Putri is acceptable, however for the variable part of the process it was deemed insufficient because tourists who used the bus should be able to attain Shuttle Car access from the parking lot which located fairly far to the Wana Wisata Coban Putri area.

**Keywords:** *Tourism Park, Coban Putri, Marketing Mix.*

### PENDAHULUAN

Salah satu daya tarik utama di Kota Batu adalah Wana Wisata seperti pegunungan, bukit, goa, dan air terjun. Air terjun yang sedang naik daun saat ini adalah air terjun Coban Putri yang ada di Desa Tlekung, Kota Batu. Meski air terjun ini terbilang baru dibuka untuk umum, namun pengembangannya cukup serius digalakan oleh pihak pengelola. Wisatawan yang datang tidak hanya melihat dan menyaksikan keindahan air terjun Coban Putri saja, bahkan mereka pun bisa menginap di areal air terjun Coban Putri dengan membawa tenda mereka sendiri.

Pembangunan sektor pariwisata di Kota Batu terbilang cepat. Fasilitas pendukung seperti hotel, rumah makan, tempat hiburan, pusat oleh-oleh dan sebagainya saat ini menjamur di Kota Batu. Bahkan banyak destinasi pariwisata baru di Kota Batu yang tidak bisa dianggap sepele keberadaannya. Air terjun Coban Putri

sudah dibuka untuk umum, namun masih saja dikatakan kurang menarik dan tidak banyak diketahui oleh wisatawan domestik maupun mancanegara yang mengunjungi Kota Batu. Air terjun Coban Putri bisa dibilang kurang terkenal dibandingkan destinasi pariwisata lain yang ada di Kota Batu. Hal ini didasari oleh kurangnya strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola terkait tentang keberadaan Air Terjun Coban Putri, sehingga Air Terjun Coban Putri kurang dikenal oleh masyarakat luas.

Landasan konsep penelitian ini adalah Konsep Pariwisata (UU RI No.10 tahun 2009), Konsep Strategi Pemasaran (Kotler (1998:57) dalam Ramli (2008:10)), Konsep Komponen Produk Pariwisata (Cooper dkk, 1995), dan Konsep Wana Wisata (Keputusan Menteri Kehutanan RI No:687/KptsII/1989).

Telaah penelitian sebelumnya penelitian yang dilakukan oleh Ika Suryono Djunaid (2018) dengan judul Analisis Bauran Pemasaran (Marketing mix) Jasa Penginapan Berbasis Syariah Di Hotel Sofyan Inn Srigunting Bogor. Penelitian ini menganalisis bauran pemasaran pada sebuah hotel Syariah yang ada di Kota Bogor. Metode yang digunakan adalah dengan mengidentifikasi bauran pemasaran yang digunakan oleh pihak pengelola. Peneliti mengintegrasikan nilai-nilai Syariah yang kemudian di aplikasikan ke dalam kepariwisataan yang dimana berwujud Hotel Syariah Sofyan Inn Srigunting, peneliti juga mendeskripsikan 7 aspek bauran pemasaran yang dijabarkan dalam bentuk kuantitatif deskriptif dengan hasil bahwa bauran pemasaran Hotel Syariah Sofyan Inn Srigunting sudah baik, namun pada variabel Physical Evidence peneliti menyimpulkan bahwa perlu sedikit perbaikan pada kamar-kamar yang disediakan agar pengunjung yang datang merasa lebih nyaman dan puas

## **METODE**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Wana Wisata Air Terjun Coban Putri, Desa Tlekung, Kecamatan Junrejo, Kota Batu. Kawasan Wana Wisata Air Terjun Coban Putri sendiri tepat berada di area kaki Gunung Panderman. Dipilihnya lokasi tersebut sebagai lokasi penelitian berdasarkan pertimbangan Belum ada penelitian serupa oleh peneliti sebelumnya di Wana Wisata Air Terjun Coban Putri yang berkaitan dengan bauran pemasaran di Wana Wisata Air Terjun Coban Putri, Desa Tlekung, Kecamatan Junrejo, Kota Batu dan daya tarik Wana Wisata Air Terjun Coban Putri merupakan daya tarik dengan potensi besar namun pemasaran yang kurang begitu baik. Ruang lingkup penelitian yaitu Analisis strategi pemasaran Wana Wisata Air Terjun Coban Putri dengan batasnya yaitu Marketing Mix Wana Wisata Air Terjun Coban Putri.

Jenis data penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif berupa hasil observasi, studi penelitian sebelumnya dan hasil wawancara oleh peneliti. Data primer dan sekunder adalah data primer hasil dari kegiatan observasi lapangan dan wawancara responden dari pengelola destinasi Wana Wisata Air Terjun Coban Putri. Data sekunder berupa literatur penelitian yang dianggap peneliti hampir sama dengan fokus atau lokus penelitian yang dilakukan oleh peneliti dan sumber online.

Adapun teknik pengumpulan data yaitu observasi partisipasi dimana peneliti terjun langsung ke lingkup yang diteliti. Teknik Wawancara ini ditunjukkan kepada pengelola daya tarik wisata untuk mengetahui strategi pemasaran daya tarik Wana Wisata Air Terjun Coban Putri. Teknik penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling, responden yang dimaksud adalah pihak pemasaran dari Wana Wisata Coban Putri dan juga pihak Human Resources Manager, karena responden tersebut dinilai dapat memberikan informasi-informasi yang diperlukan di penelitian ini. Teknik analisis data deskriptif kualitatif digunakan menguraikan informasi untuk memperoleh data yang jelas dan objektif mengenai manajemen yang ada di Wana Wisata Coban Putri.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Gambaran Umum Wana Wisata Coban Putri**

Nama Coban Putri sendiri diambil dari cerita sejarah yang berkembang di masyarakat setempat. Menurut Suwandi, ketua CV. Alam Sari, nama Coban Putri diambil karena pada zaman Kerajaan Singosari, air terjun tersebut sering disinggahi oleh Putri Ken Dedes, permaisuri Ken Arok raja Singosari. Sementara itu sebelum Wana Wisata Coban Putri dibuka untuk umum, nama tempat ini bukan Coban Putri, namun bernama Coban Ketokan dalam Bahasa Jawa yang berarti pancuran air yang terpotong, karena sumber air yang berasal dari Parang Gedeg yang ada di sisi timur Gunung Panderman mengalir ke dua air terjun, yaitu Coban Rais dan juga Coban Putri sehingga dinamakan dengan Coban Ketokan.

Aliran air Coban Putri sendiri terbagi menjadi dua, yaitu Coban Mbok dan Coban Anak. Nama Coban Putri sendiri tercipta berdasarkan cerita di masyarakat sekitar yang meyakini bahwa ada seorang ibu yang

mengajak anaknya untuk mencari rumput pakan ternak mereka disekitar air terjun. Sang anak yang masih kecil bermain-main di dekat jurang yang berada di sekitar air terjun yang naas anak tersebut jatuh kedalam jurang, ibu tersebut panik karena anaknya terjatuh ke jurang kemudian mencoba menolong anaknya. Namun Ibu anak tersebut juga terjatuh ke dalam jurang itu. Mereka berdua semalaman terjebak di jurang tersebut sampai esok paginya ada pencari rumput juga yang mendengar teriakan minta tolong dari mereka, kemudian mereka ditolong dan keduanya selamat. Sejak saat itulah masyarakat mengganti nama Coban Ketokan Menjadi Coban Putri untuk mengingat pengorbanan seorang ibu kepada anaknya, sekaligus menamai aliran air terjun dengan nama Coban Mbok dan Coban Anak.

Wana Wisata Coban Putri resmi mulai dibuka untuk umum sejak tahun 2017 yang berada di Dusun Krajan, Desa Tlekung, Kecamatan Junrejo, Kota Batu yang dikelo oleh CV. Alam Lestari yang diketuai oleh Bapak Suwandi. Dengan tinggi air terjun 35 meter dan lebar sekitar 3 meter dan ada dua aliran air sehingga terkesan seperti air terjun kembar.

## **B. Kondisi Eksisting Wana Wisata Coban Putri**

Kegiatan kepariwisataan di Wana Wisata Coban Putri dibidang berada dalam tahap pengembangan dimana dalam penyelenggaraan pariwisata di daya tarik wisata ini wisatawan banyak berujung hanya saja perlu banyak hal yang dibenahi agar wisatawan yang datang merasa nyaman. Untuk mengetahui lebih dalam kegiatan pariwisata di Wana Wisata Coban Putri, dapat dilihat pada relevansi komponen produk pariwisata dengan kondisi eksisting dilapangan sebagai berikut:

### **a. Attraction**

Atraksi yang disuguhkan adalah pemandangan 2 air terjun kurang lebih setinggi 35 Meter yang disebut dengan Coban Ibu dan Coban Anak, dengan debit air yang tidak terlalu deras sehingga wisatawan dapat mendekati pada jarak yang aman untuk mengambil foto atau sekedar menikmati pemandangan.

### **b. Amenity**

Sedangkan untuk fasilitas pendukung, Wana Wisata Coban Putri bisa dikatakan memiliki fasilitas yang kurang untuk menunjang kebutuhan wisatawan yang berkunjung. Hal ini nampak pada kurangnya fasilitas parkir mobil dan bus, sehingga wisatawan yang datang perlu berjalan sekitar 20 menit untuk menuju air terjun. Namun untuk fasilitas seperti toilet, musholla dan kantin tersedia di area air terjun bagi wisatawan yang memerlukan.

### **c. Accessibility**

Akses menuju Wana Wisata Coban Putri ini bisa dibidang cukup strategis karena berada pada Jalur Lingkar Barat (JALINBAR) yang merupakan jalur penghubung antar Kota dan Kabupaten di Jawa Timur, sehingga cukup mudah untuk menemukan Wana Wisata Coban Putri ini. Untuk akses menuju air terjun wisatawan memiliki dua opsi, wisatawan dapat menikmati air terjun dengan memarkir kendaraan roda 4 dan roda 2 mereka di area air terjun, namun jika tempat parkir yang ada di bawah penuh makn pilihannya adalah parkir di dekat loket masuk yang dimana wisatawan akan berjalan menurun selama 20 menit untuk menuju area air terjun. Jalan yang dilalui untuk menuju area air terjun disediakan anak tangga yang sudah di paving block sehingga wisatawan tidak kesulitan berjalan menuju area air terjun.

### **d. Ancillary**

Dalam kelembagaan Wana Wisata Coban Putri dikelola dan diatur oleh CV. Alam Sari dengan Bapak Suwandi sebagai ketua CV. Alam Sari mengatur seluruh kegiatan kepariwisataan yang ada di Wana Wisata Coban Putri. Sementara itu Lembaga lain yang turut membantu dalam penyelenggaraan pariwisata adalah Lembaga Masyarakat Dalam Hutan.

## **C. Bauran Pemasaran Wana Wisata Coban Putri**

Dalam pemasaran dikenal dengan istilah Segmenting, Targeting, dan Positioning dimana ketiga hal ini saing terkait dengan satu sama lainnya yang berguna untuk mengetahui arah dan tujuan pemasaran sebuah usaha. Tidak berbeda jauh di dunia pariwisata yang erat kaitannya dengan ekonomi, diperlukan perencanaan pemasaran yang baik guna mendapatkan langkah yang tepat dalam pemasaran sebuah destinasi, sehingga pemasaran dilakukan dengan cara yang tepat dan dapat mendatangkan banyak wisatawan. Adapun Segmenting, Targeting, dan Positioning dari Wana Wisata Coban Putri dijabarkan sebagai berikut :

### **1. Segmenting**

Segmenting merupakan tindakan mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli dan konsumen

secara terpisah. Masing-masing segmen konsumen memiliki karakteristik, kebutuhan produk, dan bauran pemasaran tersendiri. Pihak pengelola menempatkan Wana Wisata Coban Putri pada segmentasi pasar wisatawan keluarga dan pelajar.

## 2. Targeting

Targeting merupakan tindakan memilih dan mengevaluasi satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki. Dalam hal ini pengelola Wana Wisata Coban Putri menargetkan pada wisata keluarga dan juga ke sekolah-sekolah yang ada di kawasan Malang Raya.

## 3. Positioning

Langkah Positioning yang diambil adalah dengan cara bekerjasama dengan salah satu pihak penyelenggara wisata alam atau agent kegiatan wisata yaitu Ciliwung Camp.

Bauran pemasaran adalah serangkaian variabel pemasaran (product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process) yang dipakai oleh perusahaan untuk mempengaruhi permintaan pasar terhadap permintaan barang atau jasa yang dihasilkan oleh pihak perusahaan. Dalam upaya meraih dan mendatangkan wisatawan, pengelola Wana Wisata Coban Putri membuat paket-paket wisata yang dimana bekerjasama dengan pihak Ciliwung Camp dengan cara dibuat semenarik mungkin dan dikemas dalam bentuk Adventure yang dimana memanfaatkan kondisi alam yang memungkinkan untuk dilakukan kegiatan tersebut.

Pada saat ini Wana Wisata Coban Putri dalam menjalankan strategi pemasaran untuk mendatangkan wisatawan, selain menggunakan Word-Of-mouth dan juga bekerja sama dengan Ciliwung Camp untuk memasukkan kegiatan yang ada di Wana Wisata kedalam paket wisata Ciliwung Camp. Adapun ringkasan masing-masing variabel marketing mix yang digunakan pada Wana Wisata Coban Putri diuraikan sebagai berikut:

### 1. Produk (Product)

Daya Tarik utama dari Wana Wisata Coban Putri adalah air terjun yang mengalir dari sumber air Parang Gedeg yang ada di kaki Gunung Panderman.



Gambar 1. Foto aliran air terjun Coban Putri dari ketinggian  
Sumber: Wordpress.com

Namun tidak seperti air terjun yang lain dimana area air terjun dipenuhi dengan batuan-batuan sungai yang besar dan terkadang susah untuk dilalui ketika wisatawan ingin mendekati air terjun, di Wana Wisata Coban Putri ini area sekitar air terjun tidak dipenuhi batuan-batuan besar yang menjadi penghalang wisatawan untuk mendekat ke area air terjun. Sehingga pengelola Wana Wisata Coban Putri berinisiasi untuk mencipatakan daya Tarik yang dirasa pas untuk tempat ini yaitu Camp Ground yang berada tidak jauh dari air terjun. Berikut produk atau daya Tarik Wana Wisata Coban Putri yang dapat diuraikan oleh peneliti :

- a) Camp Ground, pihak pengelola Wana Wisata Coban Putri menyediakan lahan untuk wisatawan yang ingin berkemah di sekitaran area air terjun. Untuk tenda dan peralatan berkemah wisatawan dapat membawa sendiri peralatan yang nantinya dibutuhkan oleh wisatawan selama berkemah di Wana Wisata Coban Putri, karena pihak pengelola tidak menyediakan persewaan alat berkemah seperti tenda, peralatan masak, dan sebagainya.
- b) Flying Fox, Panjang jalur Flying Fox ini kurang lebih 100 Meter. Wisatawan akan mendapatkan alat-alat pelindung seperti Harness dan helm yang nantinya akan dipasang oleh petugas yang berjaga di titik mula yang berada di ketinggian 15 Meter. Daya Tarik ini aman untuk semua kelompok umur, karena alat

pengaman yang dapat disesuaikan dengan ukuran tubuh wisatawan yang berniat mencoba daya Tarik ini.

- c) Panjat Tebing, ini merupakan daya Tarik yang banyak diminati oleh kalangan muda terutama mahasiswa dan mahasiswi yang ada di Malang Raya. Untuk daya Tarik ini, pihak pengelola bekerja sama dengan pihak Ciliwung Camp untuk menjadi instruktur dalam kegiatan panjat tebing. Segala peralatan disiapkan oleh pihak Ciliwung Camp yang berupa Webing, Carabiner, Harness, Helm, dan sarung tangan. Wisatawan dapat merasakan panjat tebing tepat disamping air terjun sehingga adrenalin wisatawan yang mencoba panjat tebing di Wana Wisata Coban Putri akan tertantang.
- d) Offroad Jeep, untuk daya tarik ini pihak pengelola Wana Wisata Coban Putri bekerjasama dengan pihak Batu Jimny Club. Adapun pernyataan pengelola Wana Wisata Coban Putri terkait Offroad Jeep. Berikut adalah hasil wawancara melalui telepon :“Untuk offroadnya, dari pihak pengelola bekerjasama dengan Batu offroad itu mas, jadi misal dari pihak Batu offroad ada tamu ya mereka menghubungi kita, begitupun sebaliknya kalau kita ada tamu yang ingin naik jeep di jalur yang disediakan ya kami mengkontak pihak Batu Jimny Club mas” (wawancara melalui 14 Mei 2020)
- e) Spot Selfie Tangan Dewa, Wana Wisata Coban Putri merupakan salah satu pionir di Kota Batu dalam hal ini. Karena Wana Wisata Coban Putri adalah destinasi pariwisata pertama yang menawarkan sebuah atraksi untuk berfoto dengan latar belakang pegunungan dengan pemandangan yang indah sangat cocok untuk kalangan muda yang memiliki hobi bersosial media. Daya tarik ini terletak tidak jauh dari loket masuk Wana Wisata Coban Putri.
- f) Harga (Price)

Pihak pengelola Wana Wisata Coban Putri memiliki beberapa pertimbangan terkait harga yang dipatok untuk wisatawan yang berkunjung ke Wana Wisata Coban Putri. Seperti harga tiket saat ini adalah Rp.10.000,- diambil dengan beberapa pertimbangan, seperti pemeliharaan dan pengelolaan sumber daya yang bekerja di Wana Wisata Coban Putri. Awal mula pengelolaan Wana Wisata Coban Putri tiket masuk sempat dijual seharga Rp.4.000,- karena masih terbatasnya pekerja, akses, atraksi dan pemeliharaan.

Sementara untuk harga atraksi yang ditawarkan bervariasi dan dapat diuraikan sebagai berikut :

#### a.Camp Ground

Harga yang ditawarkan oleh pihak pengelola adalah sebesar Rp.200.000,- per 24 jam dengan luas lahan 5x5 meter persegi, dan Rp.10.000,- per 24 jam untuk setiap wisatawan yang menyewa lahan untuk berkemah di Wana Wisata Coban Putri. Pihak pengelola tidak menyediakan peralatan berkemah seperti tenda, kayu bakar, tali, dan sebagainya. Pihak pengelola juga menjabarkan, untuk pelajar yang ingin menggunakan lahannya untuk kegiatan seperti pramuka, keagamaan, atau diklat akan diberikan harga khusus atau potongan harga.

#### b.Flying Fox

Pihak pengelola menawarkan harga sebesar Rp. 20.000,- untuk sekali trip Flying Fox. Harga ini sudah termasuk alat keselamatan yang disediakan.

#### c.Panjat tebing

Pihak pengelola mematok harga sebesar Rp. 55.000,- untuk sekali panjat. Wisatawan akan dipandu oleh instruktur dari Ciliwung Camp, dan akan diberikan pembekalan dasar tentang cara memanjat tebing sehingga semua wisatawan dapat mencoba merasakan memanjat tebing di area air terjun.

#### d.Offroad Jeep

Pihak pengelola mematok harga Rp. 200.000 per mobil untuk sekali jalan, yang dapat ditempuh selama 1 jam melewati trek yang disediakan oleh pihak pengelola. Untuk peserta yang ikut dikenakan Rp. 10.000 per

orang untuk membayar tiket.

#### e.Spot Selfie

Untuk daya tarik ini pihak pengelola mengenakan harga Rp.10.000,-. Pihak pengelola memberikan aturan untuk maksimal 2 orang selama 10 menit untuk berfoto di spot foto ini.

#### 3.Saluran Distribusi (Place)

Wana Wisata Coban Putri terletak di Jalan Raya Jalur Lingkar Barat Dusun Krajan, Desa Tlekung, Kecamatan Junrejo, Kota Batu. Letak yang strategis tidak jauh dari pusat Kota Batu dapat memudahkan akses menuju Wana Wisata Coban Putri ini. Secara topografi, letak Wana Wisata Coban Putri ini berada di sebelah selatan dibawah kaki Gunung Penderman dikelilingi dengan perkebunan warga dan juga hutan pinus yang menyebabkan udara di area Wana Wisata Coban Putri ini menjadi sejuk.

Secara demografi, letak Wana Wisata Coban Putri terletak berdekatan dengan Dusun Krajan dan Dusun Dresel sehingga sering dilalui oleh warga sekitar yang berkegiatan sehari-hari sebaga peternak dan petani. Kemudian untuk sarana dan prasaran umum, Wana Wisata Coban Putri dekat dengan Rumah Sakit Baptis Kota Batu. Dalam menyajikan pengalaman yang akan dinikmati oleh wisatwan, pihak pengelola Wana Wisata Coban Putri menggunakan saluran distribusi tidak langsung atau Saluran Satu Tingkat (One Level Channel) dimana saluran satu tingkat berisi satu perantara penjualan yaitu pihak pengecer (retailer). Pengecer membeli produk dari produsen dan kemudian menjualnya kepada pelanggan, yaitu melalui perantara penyedia jasa, dan komunitas yang berkerjasama untuk menyalurkan pengalaman yang ditawarkan. Dalam saluran distribusi ini, pihak pengelola sebagai produsen bekerja sama dengan komunitas Batu Jimny Club dan juga Ciliwun Camp untuk mendatangkan wisatawan ke Wana Wisata Coban Putri

#### 4.Promosi (Promotion)

Untuk promosi pihak pengelola Wana Wisata Coban Putri memiliki beberapa cara dalam pelaksanaannya, langkah-langkah promosi yang dilakukan dapat dijabarkan sebagai berikut :

##### a.Word-Of-Mouth Marketing

Pihak pengelola melakukan promosi dengan cara ini karena dinilai sebagai cara yang paing efektif dan dapat dipercaya. Cara yang diambil adalah dengan memberikan pelayanan yang maksimal terhadap kebutuhan wisatawan maka wisatawan tersebut akan memberitahukan kepada orang terdekat di daerah asalnya bahwa Wana Wisata Coban Putri adalah sebuah destiansi pariwisata yang wajib untuk dikunjungi bila wisatawan berkunjung ke Kota Batu.

##### b.Bekerjasama denga pihak Ciliwung Camp

Pengelola Wana Wisata Coban Putri melakukan kerjasama dengan Ciliwung Camp dimana Ciliwung Camp adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang persewaan alat-alat kegiatan outdoor dan adventure seperti berkemah, panjat tebing, hiking, mototrail riding, dan masih banyak lagi. Kerjasama yang dijalin berupa memasukan Wana Wisata Coban Putri kedalam paket wisata yang dikemas oleh pihak Ciliwung Camp, dan atraksi yang ditawarkan adalah panjat tebing.

#### 5.Personel (People)

Pegawai dan staff yang terlibat dalam pengelolaan Wana Wisata Coban Putri berjumlah 24 orang dan 2 pegawai tambahan dari Ciliwung Camp termasuk Suwandi sebagai Pemilik CV. Alam Sari yang mengelola Wana Wisata Coban Putri sebagai pengawas harian di lokasi Wana Wisata Coban Putri. Sementara untuk pekerja lainnya dibagi sesuai dengan jobdesk yang telah diberikan, para pekerja bekerja dengan system pergantian shift selama 5 jam sekali. Pembagian tuags dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a) 2 pekerja berjaga di loket pembelian tiket
- b) 2 pekerja sebagai petugas keamanan

- c) 2 pekerja bekerja memeriksa aliran air terjun
- d) 3 pekerja bekerja sebagai petugas kebersihan
- e) 1 pekerja bertugas menjaga stan makanan
- f) 1 petugas sebagai penjaga Spot Selfie Tangan Dewa
- g) 1 petugas sebagai penjaga Flying Fox
- h) 2 petugas sebagai pemandu panjat tebing

#### 6. Bukti Fisik (Physical Evidence)

Bukti fisik yang berada di Wana Wisata Coban Putri adalah Essential Evidence atau bukti fisik yang dapat dirasakan ketika mengunjungi tempat tersebut. Dalam hal ini Wana Wisata Coban Putri memiliki suasana yang menimbulkan energi positif. Kemudian kemudahan akses melalui aplikasi Among Tani menjadi salah satu bukti fisik, karena wisatawan dapat merasakan pelayanan tentang informasi yang dibutuhkan melalui visualisasi gambar dan tulisan yang dimuat kedalam aplikasi tersebut. Kemudian kelengkapan sarana seperti mushola, kantin, dan juga tempat sampah yang dapat memudahkan kebutuhan wisatawan juga termasuk kedalam bukti fisik yang dapat dilihat wujudnya dan dirasakan kegunaannya.

#### 7. Proses (Process)

Pelayanan para petugas yang ada di Wana Wisata Coban Putri terhadap kebutuhan wisatawan yang datang selalu diawasi oleh pengawas harian. Setiap hari menjelang jam operasional selalu diadakan rapat persiapan atau briefing, sehingga pelayanan yang diberikan selalu dalam standar yang sudah disusun. Dalam pelaksanaan sehari-hari, para pegawai selalu ditekanan untuk memberikan senyum dan selalu membantu apa yang dibutuhkan oleh wisatawan. Terkait dengan kebutuhan wisatawan, pihak pengelola juga berkerjasama dengan Dinas Pariwisata Kota Batu terkait dengan kemudahan mengakses informasi tentang Wana Wisata Coban Putri melalui aplikasi Among Tani yang dapat diunduh di gawai wisatawan yang hendak ke Kota Batu atau mencari informasi tentang Wana Wisata Coban Putri.

### SIMPULAN

Berikut adalah simpulan sesuai dengan pembahasan Bauran Pemasaran Wana Wisata Coban Putri dari segi Segmenting (pihak pengelola Wana Wisata Coban Putri menempatkan segmentasi pasar pada pasar wisatawan keluarga dan juga pelajar), segi Targeting (setelah mengetahui segmentasi pasar yang akan dimasuki ,pihak pengelola Wana Wisata Coban Putri mentargetkan instansi-instansi pemerintahan dan juga pelajar yang ada di wilayah Malang Raya), dan segi Positioning (pihak pengelola menempatkan komunikasi dengan pelanggan dengan cara menempatkan diri kerjasama dengan Ciliwung Camp selaku penyedia jasa wisata alam di Kota Malang). Sementara itu untuk variable Marketing Mix atau Bauran Pemasaran dapat diuraikan sebagai berikut yaitu pertama Product (Produk) daya tarik yang ditawarkan oleh pengelola adalah Air Terjun, Camping Ground, Offroad Jeep, Flying Fox, Spot Selfie, dan Panjat Tebing. Kedua Price (Harga) yang diberikan oleh pengelola sebagai yaitu Tiket Masuk Rp. 10,000/orang, Camping Ground : Rp. 210.000/malam/orang, Offroad Jeep : Rp. 210.000/orang/mobil, Flying Fox : Rp. 20.000/orang, Spot Selfie : Rp. 10.000/orang, Panjat Tebing: Rp. 55.000/orang. Ketiga Place (Saluran distribusi) terletak di Jalan Raya Jalur Lingkar Barat, Dusun Krajan, Desa Tlekung, Kecamatan Junrejo, Kota Batu, Jawa Timur. Saluran distribusi yang digunakan adalah Saluran satu jalur atau One Level Channel yang menghubungkan produsen ke pengecer atau retail dan disalurkan kembali ke konsumen. Keempat Promotion (Promosi) yang utama dilakukan adalah Word-of-Mouth Marketing yang dinilai pas untuk sebuah Wana Wisata yang baru saja dikelola dengan harga yang murah dan efektif. Kelima Physical Evidence (Bukti Fisik) yang dapat dirasakan disana adalah suasana yang memebrikan energi positif karena dikelilingi oleh pohon-pohon yang ridnang dan berada dekat dengan air terjun. Keenam Process (Proses) dalam penyampaian produk, Wana Wisat Coban Putri mengedepankan

kenyamanan wisatawan yang datang dengan memberikan senyum saat wisatawan datang. Setiap hari dilakukan Rapat briefing harian untuk menyelaraskan tugas dan tujuan yang diinginkan, yaitu wisatawan merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi dengan baik.

Saran untuk pengelola agar mengajukan kerjasama dengan Dinas terkait khususnya pada sektor pemasaran agar pemasaran yang dilakukan oleh pihak Wana Wisata Coban Putri agar lebih tertata dan tidak ada ketimpangan dengan Wana Wisata lain yang ada di Kota Batu . Untuk pengelola, agar melakukan promosi dengan masif, salah satunya dengan membuat website atau juga akun media sosial lainnya. Sehingga dalam perkembangannya Wana Wisata Coban Putri dapat berdiri sendiri tanpa bantuan dari pihak luar. Salah satu cara yang mungkin bisa dilakukan adalah memberikan stiker kepada wisatawan yang datang ke Wana Wisata Coban Putri untuk ditempelkan di kendaraan mereka, sehingga dapat dijadikan souvenir ketika kembali ke daerah asal wisatawan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, Buchari. 2000. Manajemen Pemasaran Jasa. Bandung : ALFABETA.
- Asni 2018, Pengelolaan Wana Wisata Coban Rondo Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Di Sekitar Kawasan Hutan, diakses pada tanggal 15 Mei 2020 , < <http://eprints.umm.ac.id/41310/> >
- Fandy, Tjiptono 2000, Manajemen Jasa, Edisi Kedua. Yogyakarta : Andy Offset
- Sabariah, Erika. 2013. Manajemen Strategis. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Francois Vellas. 2008. Pemasaran Pariwisata Internasional. Jakarta : YOI.
- Kotler, Philip. 1994. Marketing. Jilid 1. Phineche Inc. England.
- Djunaid, Ika Suryono 2018 'Analisis Bauran Pemasaran (Marketing mix) Jasa Penginapan Berbasis Syariah Di Hotel Sofyan Inn Srigunting Bogor, Jurnal Manajemen Perhotelan, Vol.1 (No. 1 ) : no. 1 - no 91.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan
- Sugitono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Suryana. 2010. Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Jakarta : Universitas Pendidikan Indonesia
- Keputusan Menteri Kehutanan RI No;687/KptsII/1989