

**STRATEGI INOVASI PRODUK DALAM UPAYA MENINGKATKAN
KUNJUNGAN WISATAWAN DI OBJEK WISATA SANGGALURI
PURBALINGGA**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**

Oleh:

SOFHATURROHMAH NINGSIH

NIM. 1423203167

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO**

2018

**UPAYA STRATEGI INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN
KUNJUNGAN WISATAWAN DI OBJEK WISATA SANGGALURI
KABUPATEN PURBALINGGA**

Sofhaturrohmah Ningsih

NIM 1423203167

E-mail: ysofhaturrahmah@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Perkembangan industri pariwisata merupakan suatu fenomena yang menarik, meskipun pariwisata juga merupakan sektor yang sensitif terhadap perubahan yang terjadi baik secara internal maupun eksternal. Kabupaten Purbalingga memiliki wilayah yang sangat potensial di bidang pariwisata karena mempunyai banyak objek wisata yang menarik. Objek wisata sanggaluri selalu melakukan pengembangan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Indikator keberhasilan suatu objek wisata dapat di ukur dengan jumlah kunjungan wisatawan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi inovasi produk yang diterapkan di objek wisata sanggaluri.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Informasi mengenai penelitian didapatkan dari teknik-teknik pengumpulan data yang telah dilakukan subyek penelitian yaitu pengelola objek wisata sanggaluri. Metode analisis data yang digunakan adalah teknik deskriptif- kualitatif . penelitian ini dilakukan di objek wisata sanggaluri purbalingga selama bulan maret 2018 sampai juli 2018.

Hasil penelitiannya adalah upaya strategi inovasi produk dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di objek wisata sanggaluri purbalingga ada 3 strategi yaitu penambahan komponen baru/ wahana baru, pengenalan proses baru dan membuka pasar baru. Strategi inovasi produk yang menjadi unggulan di objek wisata sanggaluri kabupaten purbalingga untuk meningkatkan kunjungan wisatawan yaitu menggunakan strategi inovasi produk dengan melakukan penambahan wahana baru di setiap tahunnya.

Kata kunci : Strategi Inovasi Produk, Kunjungan Wisatawan , Objek Wisata Sanggaluri

**THE EFFORTS OF PRODUCT INNOVATION STRATEGIES IN INCREASING
TOURIST ARRIVALS IN SANGGALURI PURBALINGGA**

Sofhaturrohmah Ningsih

NIM 1423203167

E-mail: ysofhaturohmah@gmail.com

*Sharia Economics Departement Islamic Economic and Business Faculty State
Institute on Islamic Studies Purwokerto*

ABSTRACT

The development of the tourism industry is a interesting phenomenon, although tourism is also a sector that sensitive to changes that occur both externally and internally. Purbalingga regency has a very potential area in the field of tourism because it has many interesting attractions. Sanggaluri tourism object always develop to increase tourist visitation by doing product innovation strategy. Indicators of success of a tourist attraction can be measured by the number of tourist visits. This research was conducted to find out the product innovation strategy applied in the tourism object of Sanggaluri.

This was a qualitative research that used some data collection techniques to obtain some information needed in this research that was sanggaluri touring organizer. Data analysis method used in this research was a descriptive- qualitative technique. This research was conducted at objek wisata sanggaluri purbalingga in march 2018 to july 2018.

The result of this research is the efforts of product innovation strategies in increasing tourist arrivals in sanggaluri contains three strategies that are addition of new component/ new vehicle, introduction of new process and opening new market. Product innovation strategy that becomes the pre-eminent tourism object in purbalingga regency to increase tourist visitation that is using product innovation strategy by adding new rides in every year.

*Key words: Product Innovation Strategy, Tourist Visitation, Sanggaluri
Tourist Attraction.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
PEDOMAN TRANSLITRASI	ix
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	
.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
LAMPIRAN	xxi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
D. Kajian Pustaka	11
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Strategi Inovasi Produk	20
B. Pengembangan Produk	24
C. Produk wisata	26

1. Komponen Produk Wisata.....	30
D. Wisatawan.....	33
E. Motivasi Wisatawan.....	35
F. Landasan Teologis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41
C. Sumber Data.....	41
D. Teknik Pengumpulan Data.....	42
E. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan	
A. Gambaran Umum Objek Wisata Sanggaluri Purbalingga.....	47
1. Sejarah Berdirinya Objek Wisata Sanggaluri.....	47
2. Visi dan Misi Objek Wisata Sanggaluri.....	49
B. Struktur Organisasi Objek Wisata Sanggaluri.....	50
C. Produk Wisata Objek Wisata Sanggaluri.....	51
D. Upaya Strategi Inovasi Produk Di Objek Wisata Sanggaluri.....	60
1. Komponen Produk Baru Objek Wisata Sanggaluri.....	61
2. Pengenalan Proses Baru.....	71
3. Membuka Pasar Baru.....	72
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri pariwisata merupakan suatu fenomena yang menarik, meskipun pariwisata juga merupakan sektor yang sensitif terhadap perubahan yang terjadi baik secara internal maupun eksternal yang sangat berpengaruh terhadap jumlah dan minat wisatawan yang mengunjungi suatu negara, provinsi maupun daerah. Industri tersebut secara langsung memberikan dampak terhadap ekonomi, sosial dan budaya.¹ Pariwisata di Indonesia sudah berkembang pesat dimana yang dahulunya berupa wisata kelompok atau massa sekarang menjadi pola wisata individu atau wisata keluarga yang lebih fleksibel dalam perjalanan wisata, sehingga para wisatawan dapat lebih berinteraksi dengan alam, budaya dan masyarakat.

Perjalanan wisata merupakan kegiatan meninggalkan tempat tinggal untuk berlibur mencari udara segar yang baru untuk memenuhi rasa ingin tahu, ketenangan saraf, maupun menikmati keindahan alam. Berpariwisata merupakan suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggal.² Parameter keberhasilan sebuah objek wisata yaitu salah satunya dengan melihat pertumbuhan jumlah wisatawan. Karena dengan peningkatan jumlah wisatawan, otomatis akan diikuti oleh perkembangan sarana dan prasarana pendukung objek wisata. Dalam era perdagangan bebas dan globalisasi saat ini, terjadi pergeseran strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Kepuasan konsumen merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, karena

¹ Ilham Surgawi, Sutopo, Analisis Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Objek Wisata, *Jurnal Administrasi Bisnis.*, vol 5, No 2. 2016. hlm 2

² Gamal Suwanto, *Dasar-Dasar Pariwisata*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 1997) hlm. 3

konsumen akan menyebarluaskan rasa puasnyanya kepada konsumen yang lainnya, sehingga akan menaikkan reputasi perusahaan.³ Dengan memberikan jasa yang sesuai dengan harapan konsumen, diperkirakan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata.⁴

Seiring perkembangan yang positif pariwisata dunia dan di Indonesia pada khususnya. Dirasakan perlu pengembangan pariwisata dilakukan dengan konsisten baik skala nasional maupun regional, salah satunya pembangunan dengan kebijakan yang mengarah dan berpihak untuk mengembangkan pariwisata. Produk wisata merupakan *prime bussiness* untuk menunjang kegiatan secara keseluruhan, ketiadaan produk yang berkualitas akan menjadi kendala dalam menjalankan bisnis ini, sehingga harapan atau tujuan yang akan dicapai terkendala. Inovasi adalah aspek penting dalam sebuah organisasi maupun perusahaan untuk mencapai tujuan. Hal ini dikarenakan keadaan atau kondisi lingkungan yang terus mengalami perubahan, sehingga menuntut penyesuaian yang terus-menerus. Harapannya agar mampu bersaing merebut pasar wisatawan potensial.⁵ Penyelenggaraan pariwisata berlomba-lomba memberikan produk terbaik kepada para wisatawan, menonjolkan daya tarik dari masing-masing produk yang dimiliki.

Angka kunjungan wisatawan di Indonesia terus meningkat , beberapa kota besar di Indonesia menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan nusantara maupun mancanegara untuk dikunjungi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik jumlah kunjungan wisatawan mancanegara atau wisman ke Indonesia November 2017 naik 5,86 persen di banding jumlah kunjungan pada november 2016 yaitu 1.000.000 kunjungan menjadi 1.060.000 juta kunjungan. Sementara itu, jika

³ Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabet, 2015) hlm. 18

⁴ I Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata*, (Yogyakarta: Andi, 2012) hlm. 32

⁵ Muh Yunus, *Inovasi dan Kreativitas dalam Pemasaran*, (Malang, UIN-Malika Press: 2010) hlm. 13

dibandingkan dengan oktober 2017, jumlah kunjungan wisman pada November 2017 mengalami penurunan sebesar 8,42 persen. Secara kumulatif (Januari-November) 2017 jumlah kunjungan wisman ke Indonesia mencapai 12.680.000 juta kunjungan atau naik 21,84 persen dibandingkan dengan kunjungan wisman pada periode yang sama tahun sebelumnya yang berjumlah 10.410.000 juta kunjungan.⁶

Jawa Tengah yang merupakan salah satu wilayah di kawasan Indonesia dikenal sebagai provinsi yang memiliki kekayaan budaya dan pariwisata yang banyak dan beraneka ragam jenis. Keanekaragaman potensi dan daya tarik wisata ini akan memicu wisatawan untuk datang ke atraksi - atraksi wisata di Jawa Tengah. Jawa Tengah merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia yang memiliki daya Tarik wisata budaya dan alam yang beraneka ragam. Kunjungan wisatawan ke Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2011 yaitu 22.231.246 wisatawan, kunjungan wisatawan terus meningkat dari tahun ke tahun tercatat dari tahun 2011-2016 menjadi 37.478.700 wisatawan. Adapun jumlah kunjungan wisatawan ke Provinsi Jawa Tengah dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini:

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2011-2016

No	Tahun	Wisatawan		Jumlah
		Mancanegara	Domestik	
1	2011	392.895	21.838.351	22.231.246
2	2012	372.463	25.240.021	25.612.484
3	2013	388.143	29.430.609	29.818.752
4	2014	419.584	29.852.095	30.271.679
5	2015	375.166	31.432.080	31.807.246
6	2016	578.924	36.899.776	37.478.700

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah Tahun 2016

⁶ <http://www.bps.go.id> , Badan Pusat Statistik, di akses pada Sabtu, 20 April 2018 pukul 08:27 WIB

Kabupaten Purbalingga merupakan salah satu kota yang memiliki wilayah yang sangat potensial baik di bidang industri maupun pariwisata. Kabupaten Purbalingga memiliki potensi wisata yang sangat besar. Saat ini kabupaten purbalingga mempunyai beberapa objek wisata antara lain:

Tabel 1.2 Daftar Objek Wisata Kabupaten Purbalingga

No	Nama Objek Wisata	Keterangan
1.	Gua Lawa	Goa alam yang terletak di bawah permukaan tanah di lereng gunung slamet yang terbentuk dari aliran lava yang membeku.
2.	Pendakian Gunung Slamet	Objek wisata bagi pencinta alam yang ingin menikmati keindahan gunung slamet
3.	Wana Wisata Serang	Tempat wisata yang menawarkan panorama indah
4.	MTL. Jend. Soedirman	Museum yang didirikan untuk mengenang pahlawan jenderal soedirman
5.	Petilasan Ardi Walet	Petilasan atau makam
6.	Owabong	Tempat wisata keluarga yang memiliki wahana permainan berupa kolam renang, arena gokart, waterboom, dan coralia.
7.	Sanggaluri Park	Taman bermain anak sekaligus wisata edukatif bagi masyarakat Purbalingga. Terletak di jl BUPER Perkemahan. Desa Kutasari
8.	Kol. Tirto Asri	Pemandian ini merupakan salah satu yang tertua di Kab Purbalingga
9.	Purbasari Pancuran Mas	Terletak di Desa Purbayasa, 03/02 kecamatan padamara, Kab Purbalingga

10.	BUPER Munju Luhur	Areal petualangan tetap yang di bnagun dengan luas 2 hektar.
-----	-------------------	--

Sumber: Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata Kabupaten Purbalingga Tahun 2018

Topografi Purbalingga cukup mendukung , bumi dan kekayaan Kabupaten Purbalingga masih tergolong potensial karena terdapat Pegunungan Slamet dengan ketinggian puncak dari permukaan air laut sekitar 3.400 M dan masih aktif. Potensi wisata di Kabupaten Purbalingga begitu besar, ditandai dengan semakin tumbuh dan berkembangnya objek dan daya tarik wisata yang ada, Kabupaten Purbalingga menjadi peringkat 4 kunjungan wisatawan terbanyak di Jawa Tengah seiring dengan meningkatnya angka kunjungan wisata yang dilakukan masyarakat Purbalingga dan wisatawan yang datang berkunjung ke Kabupaten ini.⁷ Hal ini dibuktikan pada tahun pada tahun 2013, wisatawan yang berkunjung ke purbalingga tercatat sebanyak 1.458.546 orang.⁸

Tabel 1.3 Jumlah Kunjungan Wisata di Kabupaten Purbalingga Tahun 2013-2017

No	Nama Objek Wisata	Tahun				
		2013	2014	2015	2016	2017
1	Gua Lawa	44.605	42.850	52.050	61.123	50.251
2	Pendk. G Slamet	8.400	856	7.000	18.745	13.113
3	Wana Wisata Serang	3.530	3.543	6.196	10.331	4.058
4	MTL. Jend Soedirman	10.130	9.494	10.191	12.780	9.150
5	Petilasan Adi Walet	4.235	1.570	5.652	7.890	5.696
6	Owabong	894.646	787.495	793.253	969.477	848.662

⁷ <https://jatengprov.go.id>: “Kabupaten Purbalingga Mendapat Kunjungan DPRD Batang”, di akses pada sabtu, 27 januari 2018 pukul 16:40 WIB

⁸ Istiqomah, *Social Enterpreneurship (belajar dari purbalingga)*, (Pembkab Purbalingga bagian Humas Setda, Purbalingga, 2010). hlm. 117.

7	Sanggaluri	259.629	225.652	229.691	245.005	194.036
8	Kol. Tirto Asri	93.199	95.866	89.968	109.797	74.594
9	Purbasari Pancuran Mas	109.685	122.437	114.598	134.944	120.707
10	BUPER Munju Luhur	30.487	30.264	34.756	32.070	17.858
	Jumlah	1.458.546	1.320.027	1.343.355	1.602.162	1.338.125

Sumber: Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata Kabupaten Purbalingga Tahun 2018

Tabel 1.3 di atas memperlihatkan jumlah kunjungan wisata di Kabupaten Purbalingga terbanyak terjadi pada tahun 2016 yaitu 1.602.162 wisatawan. Dari beberapa tempat wisata di Kabupaten Purbalingga, ada salah satu objek wisata potensial yang harus dikunjungi karena merupakan sebuah kompleks wisata edukasi. Tempat wisata ini bernama Sanggaluri yang merupakan singkatan dari Sanggar Luru Ilmu. Objek wisata Sanggaluri merupakan salah satu objek wisata andalan di Kabupaten Purbalingga. Sanggaluri terletak 7 KM dari pusat kota Purbalingga tepatnya di Jalan Raya BUPER (Bumi Perkemahan) Kutasari Purbalingga yang berdiri pada akhir tahun 2007 yang digolongkan menjadi objek wisata pendidikan. Sanggaluri adalah objek wisata pendidikan, objek wisata ini juga mengenalkan hewan seperti kebun binatang pada umumnya, hanya saja objek wisata ini mengkhususkan pada jenis binatang tertentu yakni memfokuskan pada serangga dan *reptile*. Selain objek atau daya tarik wisata dari sanggaluri sendiri, potensi lain yang ditawarkan oleh sanggaluri adalah:⁹

1. Fasilitas seperti: tempat parkir yang luas, toilet, kantin, gazebo dan mushola.
2. Tempat kerajinan/ oleh-oleh
3. Hiburan dan event-event

⁹ Wawancara dengan Saudara Miko sebagai Bidang Marketing Sanggaluri Park, pada Sabtu 9 Januari 2018 pukul 11.00 WIB

4. Kemudahan akomodasi seperti : jalan aspal yang lebar dan halus, adanya transportasi menuju objek wisata.

Dalam kegiatan pariwisata, jumlah pengunjung merupakan hal yang penting sebab jumlah pengunjung mempengaruhi besarnya pendapatan pariwisata tersebut. Pendapatan pariwisata tersebut diperoleh dari tiket pariwisata, retribusi dan kegiatan pengeluaran yang dilakukan pengunjung.¹⁰ Dengan kata lain jumlah kunjungan wisatawan menjadi penting dalam menentukan besar kecilnya pendapatan pariwisata atas pengeluaran yang dilakukan oleh wisatawan.

Walaupun objek wisata sanggaluri bukan satu-satunya objek wisata yang ada di Kabupaten Purbalingga, namun setiap bulannya tidak pernah sepi pengunjung apalagi dimasa liburan sekolah. Hal ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1.4 Jumlah pengunjung objek wisata Sanggaluri pada tahun 2013-2017

No	Tahun	Jumlah Wisatawan
1	2013	246.180
2	2014	225.652
3	2015	229.691
4	2016	245.005
5	2017	194.036
	Total	1.140.564

Sumber : Sanggaluri Purbalingga Tahun 2018

Dari tabel 1.4 di atas dapat dilihat kunjungan wisatawan ke Objek Wisata Sanggaluri baik wisatawan lokal maupun dari luar Kabupaten Purbalingga pada tahun 2013 adalah 246.180 orang, pada tahun 2014 mengalami penurunan menjadi 225.652 orang, pada tahun 2015 mengalami peningkatan kunjungan wisatawan menjadi 229.691, pada tahun 2016 mengalami peningkatan kembali yang lebih signifikan

¹⁰ Yoeti, Oka A, *Tours and Marketing* , (Jakarta : Pradnya Paramitha, 2003), hlm. 30

menjadi 245.005, akan tetapi pada tahun 2017 mengalami penurunan ke angka 194.036. Data tersebut menunjukkan tingkat kunjungan ke objek wisata Sanggaluri dari tahun 2013 hingga 2017 terjadi peningkatan dan penurunan jumlah kunjungan ke objek wisata sanggaluri yang dilakukan wisatawan.

Data di atas menjadi catatan bagi pihak pengelola kawasan objek wisata untuk terus meningkatkan kunjungan wisatawan karena banyaknya objek wisata di Kabupaten Purbalingga menyebabkan objek wisata terus berusaha meningkatkan kualitas dan kuantitas pariwisatanya. Oleh karena itu, objek wisata Sanggaluri selalu melakukan upaya pengembangan dalam produk wisatanya untuk meningkatkan daya saing, mempertahankan pariwisata dan juga meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Pengembangan produk wisata yang dilakukan yaitu dengan melakukan penambahan atraksi/produk dan pembaharuan produk yang ada di objek wisata pada setiap tahunnya. Adapun penambahan objek wisata dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.5 Data penambahan produk objek wisata dari tahun 2013-2017

No	Tahun	Produk Wisata
1	2013	Taman Reptil dan Pembedahan
2	2014	Wahana Rumah Kelinci dan Kuda
3	2015	Taman Tertib Lalu Lintas
4	2016	Manasik Haji
5	2017	Taman Cita-cita

Sumber: Sanggaluri Purbalingga tahun 2018

Selain melakukan penambahan produk wisata pada setiap tahunnya pihak pengelola objek wisata selalu melakukan upaya pengembangan salah satunya dengan melakukan realisasi program rencana pengembangan yang dilaksanakan setiap dua

kali dalam setahun. Upaya pengembangan yang pernah dilakukan oleh Sanggaluri Park antara lain:¹¹

1. Mengganti nama objek wisata yang pada awalnya *Reptile* dan *Insect Park* menjadi *Reptile Fun Park* pada tahun 2009 kemudian yang terakhir pada tahun 2010 diresmikan menjadi Sanggaluri *Park*. Produk yang ditawarkan bukan lagi hanya mengenalkan reptile dan serangga, melainkan terdapat museum uang, taman cita-cita dan lainnya, sehingga nama objek wisata tersebut di ubah.
2. Mengembangkan potensi lahan yang luas dengan menambahkan museum uang.
3. Melakukan kerjasama dengan Dinas Pertanian membentuk Taman Buah.
4. Mengembangkan koordinasi dengan pemerintah, masyarakat dan swasta yaitu:
 - a. Kerjasama dengan swasta antara lain dengan: investor, sponsor dan organisasi Perhimpunan Kebun Binatang Seindonesia (PKBSI)
 - b. Kerjasama dengan pemerintah berupa kebijakan-kebijakan baru sebagai upaya pengembangan wisata
 - c. Memberikan paket wisata
 - d. Kerjasama dengan Dinas Pertanian dan Pengadaan Taman Buah
 - e. Kerjasama dengan masyarakat atau penduduk sekitar. Hal ini berupa keamanan dan masyarakat di ijinan berdagang disekitar objek wisata. Kerjasama dengan masyarakat yang berupa pengunjung anatara lain membuka layanan saran dan kritik.

¹¹ Wawancara dengan Febri Ika sebagai Spv Marketing Sanggaluri Park, pada sabtu 9 Januari 2018 pukul 08:30

- f. Mengembangkan wahana interaksi dengan hewan yang ada.

Terkait dengan strategi pengembangan yang dilakukan, ada salah satu strategi unggulan yaitu produk wisata sebab produk wisata inilah yang ditawarkan kepada wisatawan yang meliputi: penambahan jenis atraksi wisata dan membarui fasilitas yang ada di dalam objek wisata.¹² Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Strategi Inovasi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Sanggaluri Kabupaten Purbalingga”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan pada latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah atau pertanyaan penelitian ini adalah: Bagaimana Strategi Inovasi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Sanggaluri Kabupaten Purbalingga?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian ini adalah:

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Inovasi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Sanggaluri Kabupaten Purbalingga.

2. Manfaat dari Penelitian adalah:

- a. Bagi Penulis, Sebagai sarana untuk menambah wawasan keilmuan dan pengetahuan terkait dengan masalah penelitian serupa.
- b. Bagi Mahasiswa, Sebagai referensi pengetahuan mahasiswa tentang bidang jasa pariwisata. Dengan adanya penelitian ini diharapkan mahasiswa mengerti

¹² Wawancara dengan Febri Ika sebagai Spv Marketing Sanggaluri Park, pada sabtu 9 Januari 2018 pukul 10.00

tentang bagaimana Strategi Inovasi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Sanggaluri Kabupaten Purbalingga.

- c. Bagi Objek Wisata Sanggaluri Kabupaten Purbalingga Sebagai sumbangan pemikiran serta bahan pertimbangan dalam mengevaluasi program yang akan dilakukan dalam melakukan strategi inovasi produk dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan di objek wisata.

D. Kajian Pustaka

Di bawah ini penulis akan menyajikan teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, sebagai alat dukung penelitian dari aspek ilmiah dari pakar ilmu pengetahuan.

Konsep inovasi produk diperlukan oleh sebuah kawasan wisata untuk dapat menjadi kawasan yang baik yaitu dalam rangka mencapai angka kunjungan wisatawan yang tinggi. Meningkatnya kunjungan yang dilakukan oleh wisatawan berimplikasi kepada banyak hal di dalam lembaga tersebut, misalnya kesejahteraan karyawan membaik, ekonomi masyarakat sekitar membaik disebabkan pengelola memberi andil kepada masyarakat tersebut. Pengertian mengenai konsep inovasi produk diantaranya adalah menurut menurut Joseph Schumpeter (dalam Felix Janszen : 2000) "*The commercialization of all new combinations based upon the application of*".¹³

1. *New materials and components* (material dan komponen baru)
2. *The introduction of new processes* (pengenalan proses baru)
3. *. The opening of new markets* (membuka pasar baru)
4. *. The introduction of new organizational forms"* (pengenalan format baru organisasi)

¹³ Nana Herdiana A, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Pradnya, 2011), hlm. 92

Dari definisi tersebut diketahui bahwa inovasi termasuk membuat produk atau komponen baru, membuat pasar baru atau memperkenalkan produk baru ke pasar yang sudah ada. Inovasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan sangat beragam, hal ini juga tergambar dari beberapa teori yang menunjukkan bahwa pengembangan produk tidak hanya menciptakan produk yang benar-benar baru, melainkan ada cara lain untuk memberikan nilai tambah kepada produk yang ada lebih dulu, misalnya dengan memodifikasi.

Produk wisata merupakan objek yang di tawarkan dari pemasaran pariwisata. Produk wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya sampai ke daerah tujuan wisata yang dipilihnya dan sampai kembali ke rumah dimana ia berangkat.¹⁴

Menurut Oka A. Yoeti sebagaimana dikutip oleh Gamal Suswanto, Yoeti telah membuat rumusan tentang unsur utama produk wisata, yaitu :¹⁵

1. Daya tarik daerah tujuan wisata,
2. Fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata
3. Aksesibilitas atau Kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata tersebut

Di bawah ini penulis akan menyajikan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, antara lain:

Skripsi Agung Raharjo Wibowo Kusomo berjudul “Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi kasus pada Industri Kecil dan Menengah Batik Pekalongan)”.

¹⁴ Gamal Suwanto, *Dasar-Dasar Pariwisata*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), hlm. 48

¹⁵ *Ibid.*,

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi produk sebagai upaya mempengaruhi kinerja pemasaran untuk peningkatan keunggulan bersaing berkelanjutan. Permasalahan riset bersumber pada 2 (dua) hal yaitu pertama adalah research gap dari Baker dan Sinkula . Permasalahan kedua bersumber dari research problem yaitu kurangnya inovasi produk (dari pra survei). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja pemasaran dapat ditingkatkan melalui keunggulan bersaing dimana keunggulan bersaing dapat tercipta dengan melakukan inovasi produk. Faktor yang berpengaruh terhadap inovasi produk adalah orientasi pasar dan orientasi teknologi.

Skripsi Tiara Dini Arifah berjudul “Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah pada Usaha Mikro dan Kecil (Study Kasus: BPRS Khasanah Ummat Kembaran Banyumas)”, untuk mengetahui strategi pengembangan produk pembiayaan yang digunakan BPRS adalah dengan mengoptimalkan mutu produk, pengembangan arsitektur produk tidak signifikan karena merupakan produk jasa, aplikasi desain industri dengan cara megoptimalkan fungsinya sebagai modal kerja, penilaian atas persyaratan/ kebutuhan manufaktur sangatlah mudah dan cara pencairannya yang cepat.

Penelitian tesis oleh Aprilia Listiyani dengan judul “Pengaruh Karakteristik Produk Terhadap Intensi Pembelian Produk Private Label Carrefour” menjelaskan bahwa product involvement, Type of product switching cost mempengaruhi intensi pembelian produk private label Carrefour. Sedangkan store image tidak berpengaruh terhadap intensi pembelian product private label Carrefour karena positioning product private label di benak konsumen secara umum masih dianggap sebagai produk dengan harga murah dan berkualitas di bawah produk national brand.

Jurnal Pemasaran Pariwisata, Journal, Vol.II, No.1, 2012 yang di tulis oleh Rela Trigantiarsyah dan Hari Mulyadi dengan judul “Pengembangan Produk Wisata Dengan Menggunakan Teknik Tourism Opportunity Spectrum Terhadap Keputusan

Berkunjung” Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif dan verikatif pengaruh pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik tourism opportunity spectrum terhadap keputusan berkunjung ke atraksi wisata Cukang Taneuh dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Penilaian pengunjung terhadap keputusan berkunjung ke atraksi wisata Cukang Taneuh juga dinilai tinggi atau baik. Penilaian tertinggi ada pada indikator pemilihan produk, pemilihan merek, dan pemilihan waktu kunjungan. Sedangkan penilaian terendah terdapat dalam indikator pemilihan jumlah kunjungan kemudian Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik tourism opportunity spectrum yang terdiri dari aksesibilitas, karakteristik sarana pariwisata, interaksi sosial, dan derajat manajemen kontrol secara bersama-sama mempengaruhi keputusan berkunjung pengunjung untuk berkunjung ke atraksi wisata Cukang Taneuh. Besarnya pengaruh pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik tourism opportunity spectrum terhadap keputusan berkunjung adalah sebesar 93,2%, sedangkan sisanya sebesar 6,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Skripsi Angga Pradika yang berjudul “Strategi Pengembangan Objek Wisata Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati, penelitian ini faktor pendorong yang memperoleh kategori yang sangat tinggi adalah panorama alam yang indah, sejuk dan masih asli serta suasana objek wisata yang memberikan kenyamanan bagi pengunjung objek wisata. Sedangkan faktor penghambat yang memperoleh kategori sangat tinggi yaitu keterbatasan anggaran biaya sarana dan prasarana objek wisata dan berkembangnya objek wisata lain yang meningkatkan persaingan. Kontribusi objek wisata waduk gunungrowo indah dari tahun ke tahun persentasinya menurun, tentunya hal ini menyebabkan pendapatan retribusi dari objek wisata tersebut juga ikut menurun.

Jurnal Administrasi Bisnis vol. 51 No. 2 yang ditulis oleh Saga Ardian Gurindawangsa dan Topowijono yang berjudul Analisis Strategi Pengembangan

Produk Agrowisata Studi Kasus Pada Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang Jawa Timur, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan daya Tarik dan potensi yang dimiliki oleh Desa Wisata Gubugklakah beberapa ada yang memiliki daya Tarik yang kuat terhadap wisatawan dan memungkinkan menjadi objek daya tarik unggulan . daya Tarik tersebut antara lain yaitu: wisata air terjun Coban Pelangi, Wisata Alam Ledok, Agrowisata Apel, Agrowisata Sayur, Agro susu Nusa Pelangi, Kesenian dan Budaya. Mayoritas dari daya Tarik tersebut adalah agrowisata, hal ini membuat potensi agrowisata sangat besar untuk dikembangkan.

Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 2 No. 2 yang ditulis oleh Febri Cahya Dwi dan Mardiyono yang berjudul Strategi Pengembangan Pariwisata oleh Pemerintah Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Studi Kasus Pada Dinas Pemuda, Olaharaga, kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto. Berdasarkan hasil penelitian Kabupaten Mojokerto sebenarnya mempunyai obyek wisata yang berpotensi menarik minat para wisatawan dari dalam maupun dari luar daerah Kabupaten Mojokerto, terdapat 10 obyek wisata daerah yang juga dikelola Pemerintah Daerah khususnya dibawah pengawasan Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto sebagai pengelola pariwisata tersebut. Sepuluh Obyek wisata tersebut masing-masing mempunyai daya tarik tersendiri, akan tetapi Pemerintah Daerah Kabupaten Mojokerto masih kurang optimal dalam mengembangkan potensi yang dimiliki tiap-tiap obyek tersebut. Akan tetapi pihak dinas terus berusaha melakukan upaya agar potensi pariwisata bisa dikembangkan yaitu dengan melakukan strategi pengembangan. Strategi yang dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata meliputi: Pengembangan Obyek Wisata yaitu berupa program-program atau rencana pengembangan potensi-potensi-potensi di masing-masing obyek wisata yang dikembangkan lagi agar wisatawan atau pengunjung semakin banyak dan semakin menarik patut dikunjungi. Kemudian melakukan promosi wisata dengan

Meningkatkan adanya event atau acara yang berupa adanya gus yuk dan raka-raki, membuat acara seperti festival-festival. Dan yang terakhir yaitu Pembinaan Usaha Pariwisata dengan cara Meningkatkan adanya kelompok sadar wisata (masyarakat) daerah Kabupaten Mojokerto dan membutuhkan adanya kerjasama dengan pihak yang bersangkutan dengan pariwisata.

Tabel 1.6 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Skripsi Agung Raharjo Wibowo Kusomo (2010) berjudul Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi kasus pada Industri Kecil dan Menengah Batik Pekalongan).	kinerja pemasaran dapat ditingkatkan melalui keunggulan bersaing dimana keunggulan bersaing dapat tercipta dengan melakukan inovasi produk. Faktor yang berpengaruh terhadap inovasi produk adalah orientasi pasar dan orientasi teknologi	Lokasi penelitian berbeda, Objek yang teliti inovasi produk dalam keunggulan bersaing
2.	Skripsi Tiara Dini Arifah berjudul Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah pada Usaha Mikro dan Kecil (Study Kasus: BPRS Khasanah Ummat Kembaran Banyumas),	strategi pengembangan produk pembiayaan yang digunakan BPRS adalah dengan mengoptimalkan mutu produk, pengembangan arsitektur produk tidak signifikan karena merupakan produk jasa, aplikasi desain industri dengan cara megoptimalkan fungsinya sebagai modal kerja, penilaian atas persyaratan/ kebutuhan manufaktur sangatlah mudah dan cara	Lokasi penelitian berbeda, Objeknya pada produk BPRS Khasanah Ummat

		pencairannya yang cepat	
3.	Tesis Aprilia Listiyani (2011) dengan judul pengaruh karakteristik produk terhadap intensi pembelian produk <i>private label Carrefour</i> .	product involvement, <i>Type of product switching cost</i> mempengaruhi intensi pembelian produk <i>private label Carrefour</i> . Sedangkan <i>store image</i> tidak	Lokasi penelitian berbeda, jenis penelitian kuantitatif
4.	Rela Trigantiarsyah dan Hari Mulyadi (2012), dengan judul Pengembangan Produk Wisata Dengan Menggunakan Teknik <i>Tourism Opportunity Spectrum Terhadap Keputusan Berkunjung</i> .	Penilaian tertinggi ada pada indikator pemilihan produk, pemilihan merek, dan pemilihan waktu kunjungan. Besarnya pengaruh pengembangan produk wisata dengan menggunakan teknik <i>tourism opportunity spectrum</i> terhadap keputusan berkunjung adalah sebesar 93,2%, sedangkan sisanya sebesar 6,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.	Lokasi penelitian yang berbeda, jenis yang digunakan kuantitatif, Dengan metode deskriptif dan verikatif.
5.	Skripsi Angga Pradikta yang berjudul “Strategi Pengembangan Objek Wisata Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati,	penelitian ini faktor pendorong yaitu panorama alam yang indah, sejuk dan masih asli serta suasana objek wisata yang memberikan kenyamanan bagi pengunjung objek wisata. Sedangkan faktor penghambat yaitu keterbatasan anggaran biaya sarana dan prasarana objek wisata	Tempat penelitian berbeda, objek yang diteliti objek wisatanya untuk meningkatkan PAD, jenis penelitiannya kuantitatif

		<p>dan berkembangnya objek wisata lain yang meningkatkan persaingan. Kontribusi objek wisata waduk gunungrowo indah dari tahun ke tahun persentasinya menurun.</p>	
6.	<p>Jurnal oleh Saga Ardian Gurindawansa dan Topowijono yang berjudul Analisis Strategi Pengembangan Produk Agrowisata Studi Kasus Pada Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang Jawa Timur,</p>	<p>daya Tarik dan potensi yang dimiliki oleh Desa Wisata Gubugklakah beberapa ada yang memiliki daya Tarik yang kuat terhadap wisatawan dan memungkinkan menjadi objek daya tarik unggulan . daya Tarik tersebut antara lain yaitu: wisata air terjun Coban Pelangi, Wisata Alam Ledok, Agrowisata Apel, Agrowisata Sayur, Agro susu Nusa Pelangi, Kesenian dan Budaya. Mayoritas dari daya Tarik tersebut adalah agrowisata, hal ini membuat potensi agrowisata sangat besar untuk dikembangkan</p>	<p>Tempat penelitian yang berbeda, jenis penelitian kualitatif</p>

7.	<p>Jurnal ditulis oleh Febri Cahya Dwi dan Mardiyono yang berjudul Strategi Pengembangan Pariwisata oleh Pemerintah Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Studi Kasus Pada Dinas Pemuda, olahraga, kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto.</p>	<p>Pemerintah Daerah Kabupaten Mojokerto masih kurang optimal dalam mengembangkan potensi yang dimiliki tiap-tiap obyek tersebut. Akan tetapi pihak dinas terus berusaha melakukan upaya agar potensi pariwisata bisa dikembangkan yaitu dengan melakukan strategi pengembangan. Strategi yang dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata meliputi: Pengembangan Obyek Wisata, melakukan promosi wisata dan yang terakhir yaitu Pembinaan Usaha Pariwisata dengan cara Meningkatkan adanya kelompok sadar wisata (masyarakat)</p>	<p>Lokasi penelitian berbeda, jenis penelitian kualitatif</p>
----	--	---	---

IAIN PURWOKERTO

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan dengan membandingkan antara teori dengan praktek sebagaimana telah dipaparkan di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan di objek wisata sanggaluri menggunakan strategi inovasi produk dengan tiga cara yaitu :

1. Komponen baru produk merupakan strategi inovasi produk unggulan yang diterapkan di objek wisata sanggaluri. Karena pada setiap tahunnya objek wisata sanggaluri menambah wahana baru. Selain penambahan wahana baru juga membarui fasilitas dan aksesibilitas.
2. Pengenalan proses baru merupakan strategi inovasi produk yang lain yang digunakan oleh pihak pengelola sanggaluri. Inovasi produk yang dilakukan oleh pihak pengelola sanggaluri melalui pengenalan proses baru yaitu dengan cara mengembangkan model dan bentuk-bentuk tambahan pada produk lama dengan melakukan modifikasi.
3. Membuka pasar baru, merupakan strategi inovasi produk terakhir yang diterapkan oleh objek wisata sanggaluri. Objek wisata bukan hanya untuk anak kecil akan tetapi wahana yang ada di objek wisata sanggaluri bisa dinikmati oleh orang dewasa.

B. Saran

1. Dalam memasarkan produk wisata hendaknya pihak pemasar objek wisata lebih sering mengadakan kegiatan promosi agar para calon wisatawan mengetahui adanya produk baru/ wahana baru yang dimiliki objek wisata sanggaluri.

2. Pihak pengelola masih harus meningkatkan fasilitas yang dibutuhkan oleh pengunjung. Fasilitas tersebut disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung seperti: atap sepanjang jalan menuju museum, tempat makan dan taman bermain.
3. Pihak pengelola lebih memaksimalkan lagi sumber daya yang ada di objek wisata agar dapat dikelola dengan baik.
4. Pihak pemerintah diharapkan lebih maksimal dalam menjalankan tugasnya sebagai Pembina dan pengawas yang salah satunya adalah dengan membantu dari pendanaan agar objek wisata bisa terus melakukan pengembangan.
5. Dalam membuat wahana baru lebih baik melihat pada dana yang ada agar bisa membuat wahana dengan semaksimal mungkin bukan hanya melihat dari skala prioritas keinginan para pengunjung.
6. Melengkapi keamanan disekitar objek wisata sanggaluri karena peneliti melihatnya jarangny bagian keamanan yang berkeliling disekitar objek wisata.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabet.
- Arifah, Tiara Dini. 2017. Skripsi: *Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Masyarakat pada Usaha Mikro dan Kecil*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.
- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian Edisi Baru*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2009. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arjana, I Gusti Bagus. 2006. *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana.
- Bungin, Burhan. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dwi, Febri dan Mardiyono. *Jurnal Administrasi Bisnis. Vol.2 No.2* Strategi Pengembangan Pariwisata oleh Pemerintah Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Studi Kasus Pada Dinas Pemuda, olahraga, kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto.
- Gunawan, Iman. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Gurindawangsa, Saga Ardian dan Topowijono. 2017. *Jurnal Administrasi Bisnis. Analisis Strategi Pengembangan Produk Agrowisata Studi Kasus Pada Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang Jawa Timur*
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research Jilid I*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hasan, M Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesiayanta.
- Herdiana A, Nana. 2011. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Pradnya.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung, Alfabeta.

- Husein, Umar. 2005. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ilham, Surgawi, Sutopo. 2016. *Jurnal Pariwisata* vol. 5. *Analisis Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian,,,*
- Oka A, Yoeti. 2003. *Tours and Marketing* . Jakarta : Pradnya Paramitha.
- Keller, dan Kotler. 2011. *Marketing Management Edisi 13*. Yogyakarta: Pradnya.
- Kusumo, Agung Raharjo Wibowo Kusumo. 2010. Skripsi: *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kimerja Pemasaran untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi kasus pada Industri Kecil dan Menengah Batik Pekalongan*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Martina, Sopa. 2013. *Jurnal Program Ilmu Perhotelan* Vol. 4 No. 2 : *Strategi Inovasi Produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Minat Berkunjung Wistawan*.
- Pradika, Angga. 2013. Skripsi: *Strategi Pengembangan Objek wisata waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati*. Fakultas Ekonomi Pembangunan Universitas Semarang.
- Rakhmat, Jallaluddin. 2000. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sjafrijal. 2008. *Ekonomi Regional*, Jakarta: Niaga Swadaya.
- Sugiyono. 2007. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*, Yogyakarta: Andi
- Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Trigantiarsyah, Rela dan Hari Mulyadi. 2012. *Jurnal Pemasaran Pariwisata*, Vol.II, No.1, *Pengembangan Produk Wisata Dengan Menggunakan Teknik Tourism Opportunity Spectrum Terhadap Keputusan Berkunjung*.

Utama, I Gusti Bagus Rai. 2012. *Pemasaran Pariwisata*, Yogyakarta: Andi.

Utama, I Gusti Bagus Rai. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wardiyanta. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.

Yunus, Muh. 2010. *Inovasi dan Kreativitas dalam Pemasaran*, Malang: UIN-Malika Press.



IAIN PURWOKERTO