

## 5. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini merupakan analisa dari data – data yang telah didapat dari hasil studi literatur dari berbagai sumber, hasil survei secara langsung di Wana Wisata Curug Cilember, serta hasil wawancara dengan ketua pengurus Wana wisata Curug Cilember yaitu Bapak Ade, pihak dari PT. PERHUTANI yaitu Ir. Teguh Purwanto dan masyarakat di sekitar obyek. Dalam bab ini, penulis akan memaparkan langkah – langkah yang tepat dalam mempromosikan Wana Wisata Curug Cilember sesuai dengan segmen pasarnya seperti yang dianjurkan Reilly dalam bukunya *Travel and Tourism Marketing Techniques*.

### 5.1 Promosi Untuk Menjangkau Segmen Grup Yang Jumlah Anggotanya Sedikit ( Minority Citizen )

Segmen grup yang jumlah anggotanya sedikit adalah suatu kelompok atau grup yang mempunyai hobi serta minat yang sama, tetapi mereka kurang menyukai petualangan yang menantang, misalnya : dalam satu grup sama-sama menyukai dan tertarik pada fotografi (suka memotret pemandangan alam, flora dan fauna), ada juga yang menyukai anggrek, kupu – kupu, *camping* dan *jogging* di alam bebas.

Menurut Reilly dalam buku *Travel & Tourism Marketing, techniques second edition* halaman 31

#### a. *Product* atau Barang

Produk yang ditawarkan oleh pihak Wana Wisata Curug Cilember untuk dapat menarik minat pengunjung sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan mereka dan dikemas dalam bentuk yang menarik, misalnya : Pecinta kupu-kupu dapat menikmati berbagai jenis kupu-kupu di tempat penakaran kupu-kupu, mengamati proses metamorfosis dari kepompong menjadi kupu-kupu di laboratorium kupu-kupu dan mengoleksi berbagai macam kupu-kupu yang telah diawetkan dalam bentuk cinderamata yang dapat dibeli di *souvenir shop*. Pengunjung yang suka olahraga, khususnya *jogging* di alam terbuka, pihak Wana Wisata Curug Cilember juga sudah menyediakan

*jogging track*, sepanjang kurang lebih lima kilometer. Dan untuk wisatawan yang menyukai alam bebas dan berkemah, pihak Wana Wisata Curug Cilember telah menyediakan *camping ground* untuk memberi kesempatan pada mereka agar dapat lebih dekat dengan alam. Sedangkan bagi sebagian orang yang suka fotografi, Wana Wisata Curug Cilember menawarkan pemandangan hutan dan air terjun yang masih alami beserta dengan fauna dan habitatnya di alam bebas yang cukup bagus untuk didokumentasikan. Tidak ketinggalan juga bagi para pecinta anggrek, di taman anggrek mereka dapat menikmati berbagai macam koleksi anggrek serta mendapatkan informasi tentang cara perawatannya.

Menurut Kotler dalam buku Manajemen Pemasaran halaman 82

b. *Price* atau Harga

Harga yang ditetapkan sebaiknya disesuaikan dengan produk yang ditawarkan. Dalam hal ini harga yang ditawarkan oleh pihak Wana Wisata Curug Cilember tidak mahal dan terjangkau, misalnya : jika anda ingin menikmati koleksi berbagai macam jenis anggrek dan foto – foto, tiap orang hanya akan dikenakan biaya tiket masuk sebesar Rp 3500,00 per orang, biaya ini sudah termasuk biaya asuransi untuk tiap orang. Pengunjung yang ingin melihat berbagai macam jenis kupu – kupu, dikenakan biaya tiket masuk dan biaya tambahan Rp 2000,00 per orang untuk dapat masuk ke Taman Kupu – Kupu. Bagi pengunjung yang menyukai berkemah sambil menikmati alam bebas, pihak Wana Wisata Curug Cilember telah menyediakan *camping ground* untuk disewakan sebesar Rp 15.000,00 per orang per malam ( tidak perlu membayar tiket masuk ). Sedangkan bagi mereka yang suka olahraga *jogging* sambil menikmati keindahan alam di Curug Cilember, hanya dikenakan biaya tiket masuknya saja. Pihak Wana Wisata Curug Cilember juga memberikan potongan harga tiket masuk agar dapat menarik minat banyak pengunjung untuk datang, misalnya : potongan harga 10% akan diberikan untuk 50 – 100 orang yang masuk ( dalam satu kelompok ), sedangkan untuk 100 – 200 orang yang masuk ( dalam satu kelompok ) akan diberikan potongan

sebesar 15%.

Menurut Kotler dalam buku Manajemen Pemasaran halaman 82

c. *Promotion* atau Promosi

Untuk dapat menjangkau segmen grup yang jumlah anggotanya sedikit, pihak Wana Wisata Curug Cilember perlu menentukan kiat promosi apa yang akan digunakan. Dalam mempromosikan Wana Wisata Curug Cilember, pihak pengelola dapat menggunakan *leaflets* atau selebaran yang dikemas dalam bentuk yang menarik dan dilengkapi berbagai informasi tentang Wana Wisata Curug Cilember secara lengkap dan mendetail. Hal ini berarti bahwa semua informasi tentang transportasi untuk mencapai kawasan Wana Wisata Curug Cilember serta akomodasi, rumah makan, hiburan, toko cinderamata dan apa saja yang ditawarkan oleh pihak Wana Wisata Curug Cilember untuk segmen grup kecil, perlu tertera didalam selebaran misalnya: untuk grup yang suka fotografi, di dalam selebaran sebaiknya disertai gambar – gambar flora dan fauna. Alat promosi lain yang dapat digunakan untuk mempromosikan Wana Wisata Curug Cilember adalah media massa, baik melalui media televisi maupun surat kabar. Untuk menjangkau media, pihak Wana Wisata Curug Cilember sebaiknya mengundang wartawan dari berbagai media atau mengadakan jumpa pers untuk meliput Wana Wisata Curug Cilember dan kegiatan menarik yang dapat dilakukan disana, baik melalui media televisi maupun surat kabar karena kedua media ini biasanya banyak diminati dan dinikmati oleh banyak orang di waktu senggang, di samping itu melalui kedua media tersebut pihak Wana Wisata Curug Cilember dapat mencari sponsor juga. Cara lain yang dapat ditempuh untuk menjangkau pengunjung agar mau datang ke Wana Wisata Curug Cilember adalah dengan memasang papan reklame atau *billboard* di jalur alternatif, misalnya : di jalur Bogor – Puncak atau Puncak–Bogor dan disertai dengan slogan yang menarik agar orang mudah mengingatnya, misalnya : “ Dapatkan pengalaman yang menarik di Wana Wisata Curug Cilember, Cisarua, Bogor”

d. *Place* atau Tempat

Selain alat-alat promosi di atas pihak Wana Wisata Curug Cilember juga perlu menentukan dimana lokasi atau tempat yang tepat agar kelompok grup kecil sebagai target market mendapatkan kemudahan perolehan informasi tentang Wana Wisata Curug Cilember. Dalam hal ini pihak Wana Wisata Curug Cilember dapat berupaya mendatangi beberapa perkumpulan-perkumpulan, misalnya : perkumpulan pecinta anggrek, perkumpulan pecinta kupu-kupu, perkumpulan yang suka foto – foto alam dan juga di berbagai perkumpulan-perkumpulan yang anggotanya suka olahraga *jogging* atau *camping* di alam terbuka, dengan tujuan untuk membagi-bagikan selebaran secara cuma-cuma.

## 5.2 Promosi Untuk Menjangkau Segmen Pasutri ( Pasangan Suami Istri )

Bagi pasangan suami istri, baik yang sudah menikah atau yang sedang berbulan madu dapat menjadikan Wana Wisata Curug Cilember di Bogor ini menjadi alternatif yang cukup bagus untuk bersantai dan melepas kepenatan. Pasangan suami istri biasanya menyukai suasana yang romantis dan membutuhkan ketenangan karena sehari-harinya jarang menghabiskan waktu bersama. Hal ini dapat dijadikan peluang emas bagi Wana Wisata Curug Cilember untuk menjadikan segmen pasutri sebagai target market.

a. *Product* atau Barang

Untuk pasangan suami istri, Wana Wisata Curug Cilember menawarkan suasana yang penuh ketenangan dan kenyamanan di pondok wisata yang terletak di tengah hutan dan juga *candle night dinner* yang romantis. Bagi suami istri yang menyukai makan – makan di alam bebas dapat melakukan acara *barbeque* di obyek ini dengan membawa sendiri bahan-bahannya. Selain itu, para pasangan suami istri juga dapat menikmati taman kupu – kupu untuk melihat berbagai macam kupu – kupu dan berbagai koleksi anggrek yang indah dan asri di taman anggrek, serta bersantai di sekitar air terjun curug ke tujuh yang menyegarkan dan menikmati piknik bersama di taman keluarga dengan pemandangannya yang fantastik.

b. *Price* atau Harga

Harga yang ditawarkan oleh pihak Wana Wisata Curug Cilember tergolong relatif terjangkau karena harga yang diberikan sesuai dengan kepuasan yang akan diperoleh oleh pasangan suami istri, misalnya : bagi pasangan suami istri yang ingin bermalam di pondok wisata sambil menikmati gemericik air terjun di tengah hutan, akan dikenakan biaya sesuai dengan jenis kamarnya, untuk tipe Pondok Meranti harga yang ditawarkan Rp.500.000,00 per malam ( pada hari libur dan pada hari besar ) dan Rp.300.000,00 per malam ( pada hari biasa ). Sedangkan untuk tipe Pondok Merkusi, harga yang ditawarkan Rp.300.000,00 per malam ( pada hari libur atau pada hari besar ) dan Rp.200.000,00 per malam ( pada hari biasa ). Fasilitas yang didapat dari pondok wisata adalah air panas dan makan pagi, dapur, sedangkan untuk *candle light dinner* akan dikenakan biaya tambahan Rp.100.000,00 per orang. Untuk dapat melakukan acara *barbeque* di obyek ini, tiap orang akan dikenakan biaya sebesar Rp.50.000,00. Untuk pasangan suami istri yang ingin melihat-lihat atau foto di taman kupu-kupu akan dikenakan biaya Rp.3500,00 per orang untuk tiket masuk di pintu depan dan biaya tambahan Rp.2000,00 per orang untuk dapat memasuki tempat penakaran kupu-kupu. Sedangkan bagi pasangan suami istri yang ingin melihat - lihat koleksi anggrek dan berpiknik di taman keluarga, hanya akan dikenakan biaya Rp.3500,00 per orang untuk tiket masuk saja

c. *Promotion* atau Promosi

Alat - alat promosi yang sebaiknya digunakan untuk menjangkau segmen pasangan suami istri adalah :

- Media Koran atau Surat Kabar

Koran atau surat kabar yang meliput tentang Wana Wisata Curug Cilember dan aktivitas yang ditawarkan disana, untuk menjangkau media surat kabar Wana Wisata Curug Cilember perlu untuk mengundang wartawan atau melakukan konferensi pers untuk memperkenalkan Wana Wisata Curug Cilember pada masyarakat luas, misalnya melalui koran Jawa Pos, Surya, Kompas, Jakarta Pos, Suara

Pembaharuan. Dan didalam koran – koran tersebut sebaiknya dimuat gambar pondok wisata, taman keluarga dan taman anggrek.

- Media Majalah

Majalah yang memuat informasi tentang keunggulan Wana Wisata Curug Cilember dan apa saja yang ditawarkan di Wana Wisata Curug Cilember, disertai juga dengan gambar-gambar atau foto panorama yang menarik di Wana Wisata Curug Cilember, misalnya melalui majalah pariwisata, majalah Femina, dan Kartini yang biasanya dibaca oleh para wanita karena wanita lebih mudah terpengaruh dan mempengaruhi suami serta keluarganya ( hasil wawancara dengan para ibu yang penulis jumpai ).

Alat promosi yang pertama dan yang kedua tersebut terbilang efektif karena pasangan suami istri pada umumnya membaca koran atau majalah di waktu senggang.

- Siaran Radio

Siaran radio swasta yang menyiarkan tentang Wana Wisata Curug Cilember yang menawarkan paket *romantic holiday* atau paket *honeymoon* bagi pasangan suami istri. Siaran radio ini dapat menjangkau pasangan suami istri yang ada di luar kota melalui berbagai saluran radio, misalnya saluran radio swasta Suara Surabaya, Merdeka FM, Global FM di Surabaya, dan bekerjasama dengan saluran radio yang terdapat di Bandung, Yogyakarta, Denpasar, Malang, Jakarta.

- Selebaran

Selebaran yang dikemas dengan semenarik mungkin misalnya : dengan membuat tema *romantic weekend* atau *romantic holiday* atau *honeymoon package* untuk menarik minat para pasangan suami istri. Dan di dalam selebaran tersebut juga dilengkapi berbagai informasi tentang transportasi untuk mencapai obyek, akomodasi, rumah makan, hiburan, toko cinderamata dan apa saja yang ditawarkan untuk segmen pasangan suami istri, serta dilengkapi gambar pondok wisata, taman keluarga dan taman anggrek.

- *Booklets* atau Buku Panduan Kecil

Pihak Wana Wisata Curug Cilember sebaiknya menjual *booklets* atau buku panduan kecil di toko cinderamata yang didalamnya berisi informasi lengkap tentang Wana Wisata Curug Cilember, mulai dari transportasi untuk menjangkau Wana Wisata Curug Cilember, akomodasi yang tersedia disertai dengan harga kamarnya, rumah makan, hiburan dan toko cinderamata.

d. *Place* atau Tempat

Selain hal tersebut diatas pihak Wana Wisata Curug Cilember perlu juga untuk menentukan tempat atau lokasi agar segmen pasangan suami istri memperoleh kemudahan dalam perolehan informasi. Dalam hal ini, untuk media koran atau surat kabar dan majalah, para pasangan suami istri dapat dengan mudah memperolehnya di kios-kios yang ada. Sedangkan untuk penyebaran selebaran dan *booklets*, pihak Wana Wisata Curug Cilember sebaiknya membagikan selebaran dan *booklets* di beberapa tempat yang biasanya dikunjungi oleh suami istri, misalnya : di mal-mal dengan menunjuk beberapa *salesman* dan *salesgirl* untuk membagikan selebaran; di kantor-kantor dengan menunjuk beberapa pegawai untuk melakukan *personal selling*, mengundang *manager* dan pegawai tersebut mempresentasikan Wana Wisata Curug Cilember melalui video; di tempat-tempat arisan dengan menunjuk beberapa pegawai untuk melakukan *personal selling* dan memberikan informasi secara langsung pada ibu-ibu.

### 5.3 Promosi Untuk Menjangkau Segmen Anak – Anak Sekolah

Anak-anak sekolah membutuhkan konsep pendidikan yang sederhana dan ramah lingkungan. Dalam hal ini, pihak Wana Wisata Curug Cilember sudah menyediakan tenaga pembimbing atau *guide* yang dapat melatih mereka agar dapat lebih akrab dengan flora dan fauna.

a. *Product* atau Barang

Untuk segmen anak-anak sekolah, pihak Wana Wisata Curug Cilember sudah mengemas produk dengan cara yang berbeda pula dan disesuaikan dengan kebutuhan anak-anak sekolah yaitu hal-hal yang lebih bersifat

mendidik dan menambah pengetahuan biologi, misalnya : di Wana Wisata Curug Cilember ini anak-anak sekolah dapat mempelajari jenis-jenis kupu-kupu, dan cara menakarkannya. Mereka juga dapat mengamati secara langsung proses metamorfosis dari kepompong menjadi kupu-kupu di laboratorium kupu - kupu. Selain itu anak-anak sekolah dapat belajar lebih banyak tentang berbagai macam jenis anggrek dan cara perawatannya. Sedangkan bagi anak-anak sekolah ( khususnya para pramuka ) dapat belajar kemandirian dialam bebas dan pihak Wana Wisata Curug Cilember sudah menyediakan *camping ground* yang dapat digunakan para pramuka untuk kemping dan membuat api unggun.

b. *Price* atau Harga

Harga yang ditawarkan pihak Wana Wisata Curug Cilember untuk anak-anak sekolah adalah sebagai berikut : anak-anak sekolah akan dikenakan Rp.3500,00 per orang untuk tiket masuk dan biaya tersebut termasuk biaya asuransi bagi tiap orang. Pihak Wana Wisata Curug Cilember juga memberikan potongan 10 % bagi 50 – 100 orang yang masuk ( dalam satu kelompok ) dan potongan 15 % bagi 100 – 200 orang yang masuk ( dalam satu kelompok ). Biaya untuk menggunakan fasilitas *camping ground* adalah Rp.15.000,00 per orang per malam ( tanpa harus membayar tiket masuk). Harga tersebut diatas termasuk cukup relatif terjangkau bagi anak-anak sekolah mengingat bahwa mereka datang untuk keperluan pendidikan dan untuk belajar sesuatu dari alam.

c. *Promotion* atau Promosi

Untuk dapat menjangkau segmen anak-anak sekolah pihak Wana Wisata Curug Cilember dapat menggunakan bantuan beberapa alat – alat promosi sebagai berikut :

- Selebaran atau *leaflets*

Pihak Wana Wisata Curug Cilember sebaiknya menunjuk beberapa pegawai untuk melakukan *personal selling* di sekolah-sekolah dengan membagi-bagikan selebaran dan memberikan informasi secara langsung pada pihak sekolah. Selebaran dibuat tema atau slogan yang menarik disertai gambar laboratorium kupu – kupu dan *camping ground*.

Selebaran tersebut juga harus dilengkapi tentang semua informasi tentang transportasi yang dapat digunakan untuk menjangkau Wana Wisata Curug Cilember, akomodasi, fasilitas-fasilitas apa saja yang ditawarkan dan juga aktivitas apa saja yang dapat dilakukan disana. Cara lain yang dapat dilakukan oleh pihak Wana Wisata Curug Cilember adalah dengan menunjuk seorang *sales* untuk memberikan *souvenir* berupa pajangan untuk meja atau memberikan bolpen dengan slogan yang menarik untuk anak-anak di sekolah-sekolah secara cuma-cuma melalui guru di sekolah.

- Majalah

Misalnya : majalah *sport* dan majalah-majalah untuk pria karena Wana Wisata Curug Cilember juga menawarkan *hiking*, *trekking*, dan petualangan yang menantang disana. Jadi melalui informasi ini segmen spesial market bisa mengetahui dimana mereka dapat menyalurkan hobinya.

d. *Place* atau Tempat

Pihak Wana Wisata Curug Cilember sebaiknya juga menetapkan lokasi atau tempat yang tepat untuk penyampaian informasi, supaya anak-anak sekolah tidak mengalami kesulitan untuk memperoleh informasi tentang Wana Wisata Curug Cilember. Dalam hal ini pihak Wana Wisata Curug Cilember perlu untuk mendatangkan beberapa staf ke sekolah-sekolah dan membagikan brosur-brosur dan selebaran serta beberapa *display materials* seperti pajangan-pajangan untuk meja dan bolpen-bolpen. Hal ini dimaksudkan agar anak-anak sekolah tertarik dan ingin tahu lebih banyak tentang Wana Wisata Curug Cilember.

#### 5.4 Promosi Untuk Menjangkau Segmen *Special Market*

Yang digolongkan penulis dalam segmen *special market* adalah orang-orang atau sekelompok orang yang menyukai kegiatan dialam bebas dan penuh tantangan.

a. *Product* atau Barang

Bagi para petualang ini, pihak Wana Wisata Curug Cilember menawarkan beberapa produk sebagai berikut : penelusuran jalur (*trekking* dan *hiking* ), sepeda gunung ( menggunakan *jogging track* ) dari curug ke curug di Wana Wisata Curug Cilember, panjat tebing ( *climbing* ) dan *bungee jumping*, hal-hal tersebut merupakan tantangan tersendiri khususnya bagi kaum muda.

b. *Price* atau Harga

Harga yang ditetapkan oleh pihak Wana Wisata Curug Cilember adalah sebagai berikut : untuk penelusuran jalur ( *trekking* dan *hiking* ) dan *climbing* dikenakan biaya Rp.50.000,00 per orang dan akan didampingi seorang pemandu atau *guide*. Untuk *bungee jumping* (hasil wawancara dengan Bapak Ade, tanggal 27-31 Juni 2002: *bungee jumping* ini masih merupakan rencana) akan dikenakan biaya Rp.150.000,00 untuk satu kali lompatan, dibawah pengawasan tenaga – tenaga ahli Sedangkan untuk bersepeda gunung dikenakan biaya Rp.15.000,00 per orang.

c. *Promotion* atau Promosi

Untuk dapat menjangkau *special market*, sebaiknya pihak Wana Wisata Curug Cilember menentukan alat promosi yang dapat digunakan, misalnya :

- Selebaran atau *leaflets*

Pihak Wana Wisata Curug Cilember menyebarkan selebaran yang berisi tentang informasi lengkap tentang Wana Wisata Curug Cilember antara lain : aktivitas menarik apa yang dapat dilakukan disana, transportasi untuk ke sana, akomodasi, rumah makan, hiburan, toko cinderamata dan hiburan. Dalam penyusunan selebaran dibuat agar dapat lebih menarik minat pengunjung, pihak Wana Wisata Curug Cilember membuat suatu slogan yang menarik contohnya : “Bergabunglah dengan petualangan lintas alam yang seru di Wana Wisata Curug Cilember”.

- *Booklets* atau Buku Panduan Kecil

Membagi bagikan *booklets* yang didalamnya juga berisi informasi lengkap tentang Wana Wisata Curug Cilember, mulai dari transportasi,

akomodasi disertai dengan harga kamarnya, rumah makan, hiburan dan toko cinderamata.

- Siaran Radio Swasta

Radio sering didengarkan oleh banyak orang dimana-mana, diwaktu senggang atau waktu mengendarai mobil, selain itu media radio juga dapat menjangkau special market diluar kota.

- Papan Reklame atau *Billboard*

Papan reklame yang dipasang disepanjang jalur alternatif, misalnya : dijalur Bogor-Puncak atau Puncak-Bogor. Papan reklame tersebut sebaiknya dilengkapi dengan gambar dan slogan yang menarik yang berkaitan dengan petualangan, akan lebih baik lagi jika menggunakan cat yang mengandung fosfor agar dapat menyala dimalam hari, contohnya : "Nikmati Petualangan Seru di Wana Wisata Curug Cilember, Cisarua, Bogor!"

d. *Place* atau Tempat

Lokasi yang tepat untuk penyebaran selebaran dan *booklets* dapat dilakukan dibeberapa perkumpulan, misalnya : perkumpulan pecinta alam dan matrapala. Sedangkan lokasi yang tepat untuk memasang papan reklame atau *billboard* adalah disepanjang jalur alternatif, misalnya : di jalur Bogor - Puncak atau Puncak - Bogor.

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian pada bab 5 ini, penulis berkesimpulan bahwa langkah - langkah promosi dapat ditentukan dengan cermat apabila segmen pasar atau target pasar sudah ditetapkan menurut produk yang tersedia.