PELAKSANAAN PROMOSI TAMAN WISATA SURYA FAM'S KECAMATAN KUANTAN TENGAH PROVINSI RIAU

Oleh : Enrica Seavina Puspanegara

Pembimbing : Mariaty Ibrahim

Jurusan Ilmu Administrasi - Program Studi Usaha Perjalanan Wisata

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl.H.R.Soebrantas Km.12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax.0761-63277

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan promosi Taman Wisata Surya Fam's di Kecamatan Kuantan Tengah, Kabupaten Kuantan Singingi, Provinsi Riau. Strategi promosi yang diterapkan meliputi *personal selling*, *mass selling*, *sales promotion*, *public relation*, dan *direct marketing*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial, seperti TikTok, Facebook, dan Instagram, berperan signifikan dalam meningkatkan popularitas taman wisata. Strategi *personal selling* yang melibatkan komunikasi langsung dan kreativitas juga berhasil menarik perhatian pengunjung. Selain itu, promosi berbasis komunitas, seperti pemberian diskon untuk rombongan, turut mendukung peningkatan jumlah kunjungan. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi kendala seperti keterbatasan sumber daya manusia dan kurangnya pengetahuan teknologi untuk mendukung promosi digital. Penelitian menyimpulkan bahwa promosi yang terencana dan terintegrasi mampu meningkatkan daya tarik Taman Wisata Surya Fam's sebagai destinasi wisata keluarga unggulan. Rekomendasi yang diberikan meliputi pelatihan bagi pengelola, penguatan promosi digital, serta kerja sama dengan pemerintah daerah untuk memperluas jangkauan promosi. Strategi ini diharapkan dapat mendorong pengembangan taman wisata secara berkelanjutan.

Kata Kunci : Taman Wisata Surya Fam's, Promosi, Destinasi Wisata Keluarga, Pengembangan Wisata, Kendala Promosi.

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of Surya Fam's Tourism Park promotion in Kuantan Tengah District, Kuantan Singingi Regency, Riau Province. The promotional strategies implemented include personal selling, mass selling, sales promotion, public relations, and direct marketing. The research method used is descriptive qualitative, with data collected through interviews, observations, and documentation. The results of the study indicate that promotion through social media, such as TikTok, Facebook, and Instagram, plays a significant role in increasing the popularity of the tourism park. Personal selling strategies involving direct communication and creativity also succeeded in attracting visitors. In addition, community-based promotions, such as providing discounts for groups, also support the increase in the number of visits. However, this study also identified obstacles such as limited human resources and lack of technological knowledge to support digital promotion. The study concluded that planned and integrated promotions can increase the attractiveness of Surya Fam's Tourism Park as a leading family tourism destination. Recommendations provided include training for managers, strengthening digital promotions, and collaborating with local governments to expand the reach of promotions. This strategy is expected to encourage the development of tourism parks in a sustainable manner.

Keywords: Surya Fam's Tourism Park, Promotion, Family Tourism Destination, Tourism Development, Promotion Constraints.

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi telah berkembang karena banyaknya wisatawan yang datang, baik untuk tujuan liburan maupun bisnis. Hal ini terlihat dari berbagai destinasi dan pertunjukan tradisional yang menarik di wilayah ini. Fandy Tjiptono (2015) menyatakan bahwa “promosi adalah kategori komunikasi pemasaran dimana tindakan pemasaran dilakukan untuk menginformasikan, mempengaruhi, mengingatkan, atau membujuk pasar sasaran tentang perusahaan dan penawarannya guna mendorong mereka menerima, membeli, dan tetap setia kepada perusahaan produk perusahaan”. Promosi pariwisata terkait erat dengan aktivitas komunikasi dan publikasi yang bertujuan untuk menciptakan persepsi yang baik tentang industri pariwisata. Wisatawan domestik dan asing, dapat menemukan berbagai produk dalam produk pariwisata. Untuk menjangkau audiens yang diinginkan, promosi harus dilakukan secara efektif untuk mencapai hasil terbaik, berkomunikasi secara konsisten melalui berbagai media, baik cetak maupun elektronik.

Taman Wisata Surya Fam's berlokasi di Kecamatan Kuantan Tengah, tepatnya di Jl. Jendral Sudirman, Sawah, Desa Beringin. Akses ke lokasi wisata ini dapat dilakukan dengan kendaraan pribadi maupun angkutan umum, dan berjarak sekitar 3 kilometer dari Taluk Kuantan, ibu kota Kabupaten Kuansing. Taman Wisata Surya Fam's menawarkan konsep wisata keluarga yang inovatif di Kabupaten Kuansing Singingi. Berikut adalah data mengenai pengunjung objek wisata Taman Wisata Surya Fam's:

Tabel 1. 1 Data Pengunjung Objek Wisata Taman Wisata Surya Fam's

NO	TAHUN	JUMLAH
1	2021	17.362 pengunjung
2	2022	37.563 pengunjung
3	2023	62.085 pengunjung

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi, 2024

Jumlah kunjungan telah mengalami fluktuasi yang signifikan dari tahun 2021 hingga 2023, menurut data yang tercatat. Pada tahun 2021, jumlah pengunjung mencapai 17.362, kemudian naik drastis

menjadi 37.563 pada tahun 2022, dan naik lagi menjadi 62.085. Kenaikan jumlah pengunjung pada tahun 2022 dan 2023 menunjukkan minat pengunjung yang mungkin meningkat. Untuk meningkatkan pemahaman tentang perubahan ini, analisis tambahan mungkin diperlukan untuk mengidentifikasi komponen yang mempengaruhinya. Ini mungkin termasuk perubahan dalam tren, kebijakan yang diterapkan, atau jenis pariwisata tertentu yang mungkin terjadi selama periode tersebut.

Taman Wisata Surya Fam's merupakan destinasi rekreasi yang dirancang khusus untuk keluarga, menawarkan layanan yang sesuai untuk berbagai usia, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Sebagai salah satu tempat wisata favorit di Kabupaten Kuantan Singingi, taman ini dilengkapi dengan berbagai wahana hiburan yang menarik dan menyenangkan. Salah satu daya tarik utama dari Taman Wisata Surya Fam's adalah spot-spot yang instagramable, seperti taman bunga dan 5 jembatan, yang memberikan pilihan latar belakang foto yang menarik bagi pengunjung.

Promosi merupakan bagian penting dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan daya tarik suatu destinasi wisata. Dalam konteks Taman Wisata Surya Fam's, pelaksanaan promosi dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi, baik secara langsung maupun digital. Upaya ini bertujuan untuk memperkenalkan taman wisata ini kepada masyarakat luas, meningkatkan jumlah kunjungan, serta membangun citra positif yang dapat mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung.

Dengan adanya strategi promosi yang efektif dan berkelanjutan, tujuan dari mempromosikan Taman Wisata Surya Fam's adalah untuk meningkatkan kesadaran wisatawan tentang keberadaan objek wisata di Desa Beringin, Kecamatan Kuantan Tengah, Provinsi Riau. Selain itu, promosi ini juga bertujuan untuk memberikan informasi tentang berbagai fasilitas dan atraksi yang ditawarkan oleh Taman Wisata Surya Fam's dan meningkatkan kunjungan ulang dari pengunjung sebelumnya dengan menciptakan pengalaman yang positif. Penulis memiliki ketertarikan untuk mengeksplorasi isu ini karena masih

minimnya penelitian yang secara khusus membahas mengenai Pelaksanaan Promosi Taman Wisata Surya Fam's yang terletak di Kecamatan Kuantan Tengah, Provinsi Riau.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka dapat dikemukakan rumusan masalah yang akan diteliti adalah Bagaimana pelaksanaan promosi yang dilakukan dan Apa Saja Kendala Promosi Taman Wisata Surya Fam's Kecamatan Kuantan Tengah Provinsi Riau.

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan perhatian pada Pelaksanaan Promosi Taman Wisata Surya Fam's, Kecamatan Kuantan Tengah, Provinsi Riau. Hal ini dilakukan mengingat adanya berbagai persoalan yang terkait dengan topik penelitian ini.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pelaksanaan promosi dan mengetahui kendala promosi Taman Wisata Surya Fam's Kecamatan Kuantan Tengah Provinsi Riau.

1.5 Manfaat Penelitian

Berikut ini adalah manfaat penelitian, yaitu:

1. Menambah ilmu pengetahuan tentang pelaksanaan promosi Taman Wisata Surya Fam's Kecamatan Kuantan Tengah Provinsi Riau.
2. Memperluas pemahaman mengenai pelaksanaan promosi Taman Wisata Surya Fam's Kecamatan Kuantan Tengah Provinsi Riau.
3. Penelitian ini dapat menjadi sebagai bahan referensi mengenai pelaksanaan promosi Taman Wisata Surya Fam's Kecamatan Kuantan Tengah Provinsi Riau.

Tinjauan Pustaka

2.1 Pelaksanaan

Menurut Westra (2014), "pelaksanaan didefinisikan sebagai upaya untuk menerapkan semua rencana dan kebijaksanaan yang telah dibuat dan ditetapkan dengan melengkapi semua persyaratan alat-alat yang diperlukan, siapa yang akan melaksanakan, dimana

pelaksanaan akan dimulai, dan kapan dimulai". Kegiatan pelaksanaan merujuk pada proses atau tindakan nyata yang dilakukan untuk mewujudkan suatu rencana atau program yang telah disusun sebelumnya. Kegiatan ini untuk mencapai tujuan tertentu, seperti meningkatkan kesadaran publik, menarik pengunjung, atau memperkenalkan produk dan layanan.

2.2 Strategi Promosi

Istilah yang merujuk kepada perencanaan dan pelaksanaan kegiatan untuk mengkomunikasikan nilai suatu produk atau layanan kepada audiens yang ditargetkan. Strategi promosi menurut Moekijat (2000) adalah: "Kegiatan perusahaan untuk mendorong penjualan dengan mengarahkan komunikasi-komunikasi yang meyakinkan kepada para pembeli". Sedangkan Charles W. Lamb, Hair, dan McDaniel (2001) menyatakan bahwa "strategi promosi adalah rencana untuk penggunaan elemen promosi yang optimal: periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan promosi penjualan".

2.3 Bauran Promosi

Bauran promosi mengacu pada inisiatif yang bertujuan membimbing seseorang untuk mempelajari produk perusahaan, memahaminya, mengubah perspektif mereka, menghargainya dan mempercayainya, setelah itu mereka akan membelinya dan tidak pernah melupakannya (Ismanto, 2020). Oleh karena itu, bauran promosi mencakup berbagai alat, teknik, atau pendekatan yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menunjukkan keunggulan produk mereka, dengan tujuan meyakinkan konsumen agar melakukan pembelian dan berlangganan. Kombinasi dari berbagai strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasa kepada pelanggan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan penjualan melalui berbagai metode komunikasi.

2.4 Taman Tematik

Menurut Ramadhon (2008), Taman Tematik, atau Taman Hiburan Tematik, adalah jenis taman yang berbeda dari jenis taman lainnya. Setiap taman tematik memiliki fitur yang berbeda dari taman tematik lainnya, dan fiturnya disesuaikan

dengan tema yang digunakan. Taman yang dirancang dengan konsep atau tema tertentu untuk menciptakan pengalaman unik bagi pengunjung. Tema yang digunakan bisa berdasarkan budaya, alam, sejarah, fantasi, atau konsep khusus lainnya.

Metode Penelitian

3.1 Desain Penelitian

Seluruh rantai tindakan yang diperlukan untuk merencanakan dan menjalankan suatu penelitian termasuk dalam desain penelitian. Saryono (2010) menyatakan bahwa “penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat diukur, dijelaskan, atau dijelaskan melalui pendekatan kuantitatif”. Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan mengumpulkan data secara menyeluruh untuk mempelajari fenomena. Fokus penelitian ini bukan pada jumlah data, melainkan pada kedalaman informasi yang dapat memberikan penjelasan menyeluruh mengenai fenomena yang sedang diteliti.

3.2 Lokasi dan Waktu

Lokasi pelaksanaan penelitian ini adalah di Taman Wisata Surya Fam’s yang beralamat di Jalan Jendral Sudirman, Sawah, Kec. Kuantan Tengah, Kabupaten Kuantan Singingi

Tabel 3. 1 Rencana Jadwal Penyelesaian Tugas Akhir

Kegiatan	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
Proses Penentuan Masalah, Tujuan dan Batasan Masalah	■	■	■				
Pengantaran Surat Penelitian				■	■		
Wawancara key informan				■	■	■	
Penulisan Kesimpulan				■	■	■	
Tugas Akhir							■

Sumber : *Olahan Penulis, 2025*

Penulis ini melakukan pada Bulan Agustus 2024 hingga Februari 2025.

3.3 Jenis dan Sumber data

3.3.1 Data Primer

Data primer adalah jenis informasi yang dikumpulkan langsung dari sumber asli oleh peneliti. Untuk mengumpulkan data primer untuk penelitian ini, wawancara dilakukan dengan manajer, manajer promosi, staf, dan pengunjung. Hasil

wawancara dan observasi langsung informan merupakan komponen penting dari data primer yang digunakan dalam penelitian ini.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan melalui analisis dokumen yang terkait dengan masalah dan tujuan penelitian. Jenis data ini diambil dari sumber-sumber lain atau merupakan data yang telah diproses sebelumnya. Contohnya termasuk arsip atau dokumen yang dimiliki oleh pengelola, yang berfungsi untuk mendukung pelaksanaan penelitian. Selain itu, data sekunder berupa berbagai buku dan sumber informasi online yang dapat digunakan sebagai referensi tambahan untuk memberikan konteks dan dukungan terhadap data primer yang telah dikumpulkan. Dengan demikian, data sekunder memainkan peran penting dalam memperkaya pemahaman dan analisis dalam penelitian.

3.4 Key Informan

Dalam penelitian kualitatif, pemilihan informan adalah komponen yang paling penting untuk dipertimbangkan saat mengumpulkan data. Pemilihan orang yang akan memberikan informasi yang relevan dan mendalam tentang topik penelitian adalah bagian dari proses ini, dan sangat penting untuk memilih informan yang tepat karena mereka akan menjadi sumber utama data yang akan digunakan untuk menganalisis dan menginterpretasikan temuan penelitian. Menurut Lexy J. Moleong (2014), “orang yang dikenal sebagai informan memiliki kemampuan untuk memberikan lebih dari sekedar rincian tentang situasi dan kondisi yang mendukung penelitian, tetapi juga memiliki kemampuan untuk memberikan masukan terkait sumber-sumber bukti yang dapat mendukung penelitian tersebut”. Oleh karena itu, informan penelitian ini adalah orang-orang yang dianggap memiliki pengetahuan akurat tentang bagaimana Taman Wisata Surya Fam’s dipromosikan. Informan dalam penelitian ini adalah:

1. Pengelola Taman Wisata Surya Fam’s
2. Pengunjung Taman Wisata Surya Fam’s

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Wawancara

Menurut Sudijono (2011) menganggap “wawancara sebagai metode pengumpulan data untuk mendapatkan keterangan”.

Proses ini dilakukan melalui tanya jawab lisan yang dilakukan secara langsung, secara sepihak, dan dengan alasan khusus. Untuk mengetahui bagaimana promosi dilaksanakan di Taman Wisata Surya Fam's di Kecamatan Kuantan Tengah, Kabupaten Kuantan Singingi, penelitian ini menggunakan pengamatan langsung di lokasi. Tujuan dari teknik ini adalah untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat tentang kegiatan promosi yang sedang berlangsung.

3.5.2 Observasi

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa “observasi adalah metode pengumpulan data unik”. Observasi tidak terbatas pada orang itu termasuk objek alam lainnya. Untuk mengetahui bagaimana promosi dilaksanakan di Taman Wisata Surya Fam di Kecamatan Kuantan Tengah, Kabupaten Kuantan Singingi, penelitian ini menggunakan pengamatan langsung di lokasi. Tujuan dari metode ini adalah untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat tentang upaya promosi yang sedang berlangsung.

Jenis observasi yang berbeda adalah observasi non-partisipasi, dimana peserta diamati tanpa terlibat dalam interaksi langsung; observasi partisipan, di sisi lain, melibatkan peneliti yang terlibat dalam kelompok yang diteliti untuk memperoleh informasi melalui pengalaman mereka sendiri. Tujuan observasi adalah untuk mengumpulkan informasi dan mendeskripsikan peristiwa, orang, dan aktivitas dari sudut pandang orang yang diamati.

3.5.3 Dokumentasi

Suharsini Arikunto menyatakan bahwa “metode dokumentasi adalah teknik pencarian data yang mencakup catatan, buku, transkrip, surat kabar, berita, majalah, notulen rapat, agenda, dan foto-foto kegiatan”. Informasi yang dikumpulkan dari observasi dan wawancara dilengkapi dengan metode penelitian dokumentasi ini.

Pengumpulan data dimungkinkan melalui proses dokumentasi, yaitu memeriksa data yang tercatat. Secara etimologis, kata “dokumen” mengacu pada berbagai macam gaya penulisan, dan dari sinilah asal kata “dokumentasi”. Peneliti menggunakan teknik ini untuk memeriksa

berbagai dokumen, termasuk notulensi konferensi, novel, majalah, buku harian, dan peraturan.

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2018), analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari dokumentasi, wawancara, dan catatan lapangan. Ini dicapai dengan mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, menentukan mana yang penting dan yang perlu dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh orang lain dan diri sendiri. Berbeda dengan Moleong (2017) menyatakan bahwa “analisis data adalah proses mengurutkan dan mengorganisasikan data ke dalam kategori, pola, dan satuan uraian dasar”. Tujuan dari analisis data adalah untuk menemukan tema dan membuat hipotesis kerja berdasarkan informasi yang ada.

Data yang diperoleh dari studi pustaka dan penelitian lapangan dianalisis melalui metodologi analisis kualitatif dalam penelitian ini. Metode ini bergantung pada kemampuan peneliti untuk memastikan kebenaran informasi, fakta, dan data. Selanjutnya, hasil analisis akan dihubungkan dengan teori-teori yang relevan untuk mencari solusi untuk masalah yang telah dibuat.

Hasil dan Pembahasan

4.1 Gambaran Umum Kabupaten Kuantan Singingi

Kabupaten Kuantan Singingi (Kuansing) merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Riau, Indonesia. Daerah ini dikenal juga sebagai Rantau Kuantan, yang merupakan wilayah perantauan bagi masyarakat Minangkabau, atau yang dikenal dengan istilah “Rantau nan Tigo Jurai”. Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat Kuansing mempraktikkan adat istiadat dan menggunakan bahasa Minangkabau sebagai bagian dari identitas budaya mereka. Perluasan geografis Kabupaten Indragiri Hulu menyebabkan terbentuknya Kabupaten Kuantan Singingi yang terletak di sebelah barat daya Provinsi Riau.

4.2 Gambaran Umum Desa Beringin Jaya

Desa Beringin Jaya merupakan daerah yang terletak pada daerah dataran rendah namun berbukit yang tanahnya sangat cocok untuk dijadikan lahan perkebunan. Dengan demikian sebagian besar masyarakat Desa Beringin Jaya memanfaatkan lahan atau tanah tersebut sebagai lahan perkebunan sawit yang merupakan mata pencaharian utama masyarakat setempat.

Desa Beringin Jaya dipimpin oleh seorang Kepala Desa yang dalam melaksanakan tugasnya berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah Kabupaten Kuantan Singingi. Penduduk yang berdomisili di Desa Beringin Jaya pada umumnya adalah orang suku Jawa dan suku Sunda. Namun beberapa tahun terakhir sudah ada beberapa pendatang yang berasal dari Sumatera Utara. Berdasarkan perhitungan penduduk sampai akhir tahun 2011 jumlah penduduk Beringin Jaya Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi berjumlah 3823 jiwa yang terdiri dari 1013 KK.

4.3 Sejarah Taman Wisata Surya Fam's Kecamatan Kuantan Tengah Provinsi Riau

Taman Wisata Surya Fam's berlokasi di Dusun Mulyo Rejo, yang terletak di Kecamatan Kuantan Tengah, Kabupaten Kuantan Singingi, Provinsi Riau. Taman Wisata Surya Fam's berada di Jalan Jenderal Sudirman atau Jalan Batu Ampar. Lokasinya tidak jauh dari Arena Pacu Jalur Teluk Kuantan, berjarak sekitar 2.3 km. Taman Wisata Surya Fam's ini mulai dirintis sebagai sebuah kawasan wisata alam oleh warga lokal yang memiliki visi untuk memanfaatkan potensi keindahan alam Kuansing.

Ibu Suryani, S.Pd.i, selaku pengelola, memutuskan untuk menamai lokasi ini Taman Wisata Surya Fam's. Nama 'Surya' dan 'Fam's' dipilih karena usaha ini merupakan inisiatif keluarga Ibu Suryani yang bertujuan untuk menciptakan lapangan kerja serta membantu sanak saudara dan masyarakat sekitar. Selain itu, mereka berkomitmen untuk melestarikan lingkungan alam dan menginginkan tempat wisata yang alam dan asri, sekaligus menjadi tujuan yang ramai dikunjungi di Kuansing.

Taman Wisata Surya Fam's mulai dikembangkan pada tahun 2021 dengan modal yang signifikan, mengingat bibit bunga yang digunakan didatangkan dari Pekanbaru. Tekad kuat untuk memanfaatkan lahan yang ada dan kerja sama tim yang solid menjadi pondasi utama dalam proyek ini. Dengan

mengedepankan pendekatan yang ramah lingkungan dan memanfaatkan sumber daya lokal, Taman Wisata Surya Fam's diciptakan sebagai tempat yang ideal untuk keluarga, komunitas, maupun wisatawan individu. Upaya tersebut terbukti berhasil, dan saat ini taman ini telah menjelma menjadi salah satu destinasi wisata akhir pekan yang populer di kalangan warga Kuansing. Keberadaan taman ini tidak hanya memberikan ruang rekreasi, tetapi juga menjadi tempat berkumpul yang menyenangkan bagi masyarakat untuk menikmati keindahan alam dan berinteraksi dengan sesama pengunjung.

Surya Fam Park buka setiap hari dari pukul 08.30 hingga 17.30 WIB. Pengunjung harus membeli tiket masuk dan tiket parkir kendaraan di postiket. Tiket masuk seharga Rp 15.000 per orang, dan tiket parkir untuk kendaraan roda empat seharga Rp 5.000, dan untuk kendaraan roda dua seharga Rp 2.000. Dengan membeli tiket masuk, pengunjung dapat mengeksplorasi berbagai area menarik, seperti Tanaman Bunga, Jembatan, serta menikmati pemandangan persawahan dan perbukitan. Terdapat pula kolam renang yang dapat diakses dengan biaya Rp 5.000 per orang untuk mandi sepuasnya, lengkap dengan gazebo gratis untuk keluarga yang menunggu. Setelah berenang, pengunjung dapat menikmati berbagai makanan dan minuman yang tersedia di kantin. Selain itu, tersedia tiket terusan untuk wahana sepeda gantung dengan harga Rp 15.000 per orang, memberikan pengalaman tambahan yang seru bagi pengunjung.

4.4 Pelaksanaan Promosi Taman Wisata Surya Fam's Kecamatan Kuantan Tengah Provinsi Riau

Taman Wisata Surya Fam's mengerti bahwa kegiatan promosi dalam menawarkan produk ini sangat penting dan berpengaruh terhadap keberhasilan penjualan. Selain itu, sangat banyak keuntungan yang didapat dari kegiatan promosi ini seperti kenaikan omset pemasukan pengelola, kenaikan keuntungan objek wisata ini, produk yang ditawarkan lebih dikenal oleh target dan juga menjalin relasi yang lebih luas dengan pengunjung. Promosi merupakan salah satu cara untuk menginformasikan dan mengedukasi siapa saja yang melihat barang yang diberikan mengenai hal tersebut.

Menurut teori yang disajikan pada bab 2, ada 5 jenis promosi yang dapat dilakukan yaitu personal selling, mass selling, sales promotion, public relation, dan direct

marketing. Taman Wisata Surya Fam's merupakan objek wisata yang telah melakukan 5 jenis promosi tersebut. Berikut merupakan hasil wawancara yang telah dilakukan penulis tentang bagaimana Pelaksanaan Promosi Taman Wisata Surya Fam's Kecamatan Kuantan Tengah Provinsi Riau dalam mempromosikan produknya kepada pengunjung. Berikut dibawah ini merupakan hasil wawancara penelitian penulis dengan para informas terkait Pelaksanaan Promosi Taman Wisata Surya Fam's, juga beberapa poin yang berhubungan dengan kendala pelaksanaan promosi yang dihadapi pengelola Taman Wisata Surya Fam's:

4.4.1 Personal Selling

4.4.1.1 Kemampuan Komunikasi

Pengelola menekankan pentingnya pendekatan langsung melalui komunikasi tatap muka dengan pengunjung, yang dianggap sebagai metode yang paling efektif untuk membangun hubungan yang baik. Selain itu, penggunaan media komunikasi seperti WhatsApp dan media sosial juga menjadi bagian dari strategi untuk menjangkau pengunjung secara lebih luas.

4.4.1.2 Pengetahuan Produk

Pengelola berkomitmen untuk menciptakan pengalaman yang nyaman dan menyenangkan dengan menambah fasilitas. Pengelola dapat membuat strategi promosi yang lebih baik dengan memahami produk dan kebutuhan pengunjung. Dengan beberapa produk dan fasilitas yang ditawarkan di Taman Wisata Surya Fam's, Ibu Atin sebagai Pengunjung memberikan umpan balik positif tentang pengalaman di taman, dengan harapan agar pengelola dapat menambah lebih banyak wahana di masa yang akan datang.

4.4.1.3 Kreativitas

Pengelola menawarkan wahana secara bertahap, memperkenalkan variasi yang berbeda di setiap tahapnya. Hal ini membangun rasa penasaran dan antusiasme untuk kembali bagi pengunjung. Kombinasi kreativitas dalam konsep wahana dan inovasi dalam strategi peluncuran akan membantu Taman Wisata Surya Fam's berkembang secara berkelanjutan dan selalu relevan dengan tren serta ekspektasi pengunjung. Sikap kreatif dan inovatif merupakan kunci utama untuk menarik dan mempertahankan minat pengunjung.

4.4.2 Mass Selling

4.4.2.1 Media Cetak

Pengelola memilih untuk melakukan promosi melalui media cetak pada saat pertama kali buka, khususnya dengan menyebarkan brosur ke daerah sekitar. Strategi ini terbukti efektif, karena Ibu Suryani mencatat peningkatan jumlah pengunjung setelah beberapa minggu. Seiring perkembangan waktu, Taman Wisata Surya Fam's beralih ke media digital, terutama media sosial, untuk memperluas jangkauan promosi mereka.

4.4.2.2 Media Digital Interaktif

Pengelola mencatat bahwa banyak pengunjung yang mengunggah postingan mengenai kunjungan mereka, yang seringkali menyertakan video dan foto yang menarik. Media sosial memainkan peran penting dalam mempromosikan taman tersebut. Beberapa media sosial yang digunakan oleh Taman Wisata Surya Fam's adalah sebagai berikut:

1. Instagram, dengan nama akun @suryafamsgallery. Taman Wisata Surya Fam's menggunakan Instagram sebagai alat promosi dengan cara membuat postingan dan cerita.
2. Facebook, salah satu platform media sosial yang paling efektif digunakan oleh pengelola dan pengunjung. Pengelola juga menjadikan akun pribadinya, dengan nama akun "Suryani Suryani" , untuk untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menarik perhatian calon pengunjung.
3. TikTok, dengan nama pengguna @suryaniyani85_ dan nama Surya FAM'S. Platform ini, terkenal dengan video singkatnya yang menarik dan viral.

4.4.3 Sales Promotion

4.4.3.1 Potongan Harga/Diskon

Terdapat sejumlah kebijakan diskon yang dirancang secara khusus untuk menarik perhatian dan minat pengunjung dengan fokus utama kepada kelompok rombongan. Pengelola juga menerapkan strategi penurunan harga tiket pada hari-hari tertentu yang bukan hari libur. Program diskon tidak hanya berhasil menarik pengunjung baru, tetapi juga berperan dalam meningkatkan loyalitas

pelanggan dan mendukung peningkatan jumlah kunjungan secara keseluruhan. Kebijakan ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang tepat dapat membangun hubungan yang saling menguntungkan antara pengelola dan pengunjung.

4.4.3.2 Perlombaan

Ibu Suryani sebagai pengelola, berencana untuk mengadakan perlombaan yang menarik dan seru, dengan tujuan utama tidak hanya menarik pengunjung untuk datang, tetapi juga mendorong mereka untuk berpartisipasi aktif. Konsep perlombaan yang direncanakan seperti lomba fotografi di area wisata. Perlombaan fotografi ini dijadwalkan akan dilaksanakan pada bulan April tahun 2025, bertepatan dengan ulang tahun Taman Wisata Surya Fam's. Pendekatan promosi berbasis perlombaan yang diusulkan Ibu Suryani juga berfungsi untuk memperkuat hubungan antar kelompok komunitas seperti acara sekolah dan meningkatkan interaksi sosial.

4.4.4 Public Relation

4.4.4.1 Lobi dengan Publik

Pengelola mengambil inisiatif untuk melobi aparat keamanan agar dapat bekerja sama dalam menjaga keselamatan pengunjung. Diskusi dan kerja sama ini bertujuan untuk meningkatkan keamanan di area taman, yang pada gilirannya dapat memberikan rasa tenang kepada pengunjung. Ini menunjukkan bahwa lobi dengan publik, dalam hal ini melalui kerjasama dengan aparat keamanan, merupakan langkah penting dalam public relation. Berikut adalah beberapa hal penting yang dapat diambil dari wawancara:

1. Peningkatan pengunjung dan tantangan keamanan, dianggap sebagai perkembangan positif.
2. Peran public relation dalam membangun kepercayaan, lobi dengan aparat keamanan merupakan bagian penting dari strategi public relation yang berfokus pada membangun kepercayaan publik.
3. Menciptakan lingkungan aman dan nyaman, kerjasama dengan aparat keamanan diharapkan dapat membuat pengunjung merasa aman dan nyaman.
4. Dukungan terhadap perkembangan Taman Wisata Surya Fam's, langkah ini tidak hanya mendukung keamanan,

tetapi juga berkontribusi pada perkembangan dan kesuksesan jangka panjang.

4.4.5 Direct Marketing

4.4.5.1 Pemasaran dari mulut ke mulut

Jaringan pribadi memiliki peran penting dalam menarik pengunjung ke Taman Wisata Surya Fam's. Pengelola menyebutkan bahwa adiknya yang bekerja di kantor camat memberikan informasi kepada temantemannya mengenai keberadaan taman ini. Taman Wisata Surya Fam's telah menyediakan beberapa lokasi foto yang menarik dan instagramable, yang semakin mendorong pengunjung untuk mengambil gambar dan membagikannya. Dengan demikian, pemasaran mulut ke mulut menjadi salah satu faktor utama yang membuat taman ini semakin dikenal tanpa memerlukan biaya iklan yang besar. Hasil dari wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ibu Ransiaty sebagai pengunjung menunjukkan bahwa salah satu cara terbaik untuk memperkenalkan Taman Wisata Surya Fam's kepada pengunjung adalah melalui pemasaran dari mulut ke mulut. Pendekatan pemasaran ini menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung sebelumnya sangat berpengaruh dalam menarik pengunjung baru.

4.5 Kendala Pelaksanaan Promosi Taman Wisata Surya Fam's Kuantan Tengah Provinsi Riau

Dalam pelaksanaan promosi di Taman Wisata Surya Fam's, tim yang terlibat dalam promosi terbatas, mencakup beberapa orang yang terlibat dengan banyak tugas, beberapa diantaranya sulit untuk melakukan promosi dengan efisiensi maksimal.

Terbatasnya sumber daya manusia, kesimpulan dari hasil wawancara peneliti dengan pengelola, Taman Wisata Surya Fam's mengalami sumber daya manusia yang terbatas dalam kegiatan promosi, ini dapat menjadi sebuah tantangan. ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengatasi keterbatasan ini:

1. Membentuk tim
2. Optimalisasi sumber daya yang ada
3. Memanfaatkan teknologi
4. Pengembangan konten digital
5. Kerjasama dengan sukarelawan lokal
6. Memanfaatkan mitra strategi

- Moekijat. 2000. Manajemen pemasaran. Bandung : Mandar maju.
- Moleong, L. 2014. Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ni Wayan Wahyu Astuti. 2013. Prospek Pengembangan Agrowisata Sebagai Wisata Alternatif di Desa Pelaga. Soshum jurnal Sosial dan Humaniora Vol. 3. No. 3. November 2013.
- Nurdin Hidayah. 2019. Pemasaran Destinasi Pariwisata. Bandung: Alfabeta.
- Nurisjah S. 2001. Pengembangan Kawasan Wisata Agro (Agrotourism). Buletin Taman dan Lanskap Indonesia 2001. 4(2): 20-23.
- Prasiasa, Dewa Putu Oka. 2013. Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat. Jakarta: Salemba Medika.
- Rai Utama, I Gusti Bagus. 2017. Pemasaran Pariwisata. Yogyakarta: Andi. (EBook Diakses pada Tanggal 24 Oktober 2019)
- Ramadhon, Putera. (2008). Pengelolaan Lanskap Kawasan Bertema (Theme Park) di Dunia Fantasi. Skripsi. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi yang kreatif & Analisis kasus – Integrated Marketing Communication. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Saryono, 2010. Metode Penelitian Kualitatif, PT. Alfabeta, Bandung.
- SK. MENPARPOSTEL No.: KM. 98 / PW.102 / MPPT-87. Tentang Pariwisata Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan
- Srikatanyoo, N. and K. Campiranon. 2008. Identifying needs of agritourists for sustainable tourism development. A paper presented at ANZMAC in Sydney, Australia.
- Sudijono, Anas. 2011. Evaluasi Pendidikan. Jakarta; Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung
- Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, (Jakarta: Rineka Cipta 2006), hal 140.
- Suryadana, M. L. dan Octavia, V. 2015. Pengantar Pemasaran Pariwisata. Bandung: Alfabet.
- Suwantoro, Gamal. 2004. Dasar-dasar Pariwisata. Penerbit AndiYogyakarta
- Tjokroadmudjoyo dalam Dwi Purnama Wati, (2014). Pelaksanaan Fungsi Pengawasan Pendidikan Agama Islam Terhadap Guru Pendidikan Agama Islam. Lampung: Universitas Lampung. Hlm 7.
- Wahab. 2003. Manajemen Kepariwisataan. Pradnya Paramitha : Jakarta
- Wiestra, (2014). Pelaksanaan kegiatan. Jakarta.
- Yusuf, Muri. 2013. Metode Pembelajaran Kualitatif, Kuantitatif, dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Rineka Cipta