



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/N/2023

Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Kampung Wisata
Labirin Bogor

Skripsi

Oleh

Andrew Eustakius Gunawan

6082001043

Bandung

2024



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/N/2023

Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Kampung Wisata
Labirin Bogor

Skripsi

Oleh

Andrew Eustakius Gunawan

6082001043

Pembimbing

Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA.

Bandung

2024

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi


Nama : Andrew Eustakius Gunawan
Nomor Pokok : 6082001043
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Kampung Wisata Labirin Bogor

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Selasa, 02 Juli 2024
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Roni Tua, S.IP., M.T.

:  _____

Sekretaris

Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA.

:  _____

Anggota

Marihot Tua Efendi Hariandja, Drs., M.Si.

:  _____

Mengesahkan,
Pj. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Orpha Jane

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Andrew Eustakius Gunawan
NPM : 6082001043
Program Studi : Administrasi Bisnis Program Sarjana
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Kampung
Wisata Labirin Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 13 Juni 2024



Andrew Eustakius Gunawan

ABSTRAK

Nama : Andrew Eustakius Gunawan
NPM : 6082001043
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Kampung Wisata
Labirin Bogor

Kota Bogor mempunyai beberapa kampung yang memiliki potensi untuk menjadi suatu kampung wisata. Dalam konteks ini, Pemerintah Kota Bogor turut berperan aktif dalam mengembangkan sektor pariwisata dengan menetapkan beberapa kampung sebagai destinasi wisata. Langkah ini tidak hanya diharapkan dapat meningkatkan taraf ekonomi masyarakat desa, namun juga untuk melestarikan warisan budaya lokal yang khas. Oleh karena itu, guna menarik perhatian lebih banyak wisatawan, penting untuk merancang strategi pemasaran yang efektif. Salah satu contoh kampung yang telah menjadi destinasi wisata adalah Kampung Wisata Labirin Bogor, yang terletak di kawasan Kota Bogor.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pemasaran di sektor pariwisata yang diterapkan oleh pengelola Kampung Wisata Labirin Bogor. Strategi ini dievaluasi dengan menilai pengaruh bauran pemasaran serta faktor internal dan eksternal. Hasil akhirnya berupa analisis teknik untuk meningkatkan perkembangan Kampung Wisata Labirin Bogor. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengeksplorasi dan menghasilkan data terkait konteks penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Data tersebut kemudian dianalisis melalui proses reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Uji kredibilitas dilakukan dengan teknik triangulasi sumber dan pemeriksaan anggota (*member check*) untuk memastikan keakuratan data.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pola hubungan yang kurang ideal antara pengelola dan masyarakat telah menghambat implementasi strategi pemasaran pariwisata yang efektif di Kampung Wisata Labirin Bogor. Meskipun sumber daya manusia melimpah, peningkatan kerja sama dengan masyarakat sangat penting. Selain itu, Kampung Wisata Labirin Bogor menghadapi tantangan dalam promosi akibat keterbatasan dalam mengelola media sosial. Oleh karena itu, meskipun sumber daya manusia sangat penting, masyarakat masih memiliki pandangan positif dan negatif terkait kampung wisata tersebut.

Kata Kunci: strategi pemasaran pariwisata, Kampung Wisata Labirin Bogor, bauran pemasaran, faktor internal, faktor eksternal

ABSTRACT

Name : Andrew Eustakius Gunawan
Student ID : 6082001043
Title : *Analysis Tourism Marketing Strategy of Labyrinth Bogor Tourist Village*

The city of Bogor has several villages that have the potential to become tourist destinations. In this context, the Bogor City government also plays an active role in developing the tourism sector by designating several villages as tourist destinations. This step is expected not only to improve the economic status of rural communities, but also to preserve the unique local cultural heritage. Therefore, in order to attract more tourists, it is important to design effective marketing strategies. One example of a village that has become a tourist destination is Labirin Bogor Tourist Village, located in the Bogor City area.

This study aims to examine the marketing strategies in the tourism sector implemented by the management of Labirin Bogor Tourist Village. These strategies are evaluated by assessing the influence of the marketing mix as well as internal and external factors. The final outcome consists of a technical analysis to enhance the development of Labirin Bogor Tourist Village. This research employs a qualitative descriptive method to explore and generate data related to the research context. Data collection is conducted through interviews, observations, and document studies. The data is then analyzed through data reduction, data presentation, and drawing conclusions and verification. Credibility testing is carried out using source triangulation and member checks to ensure data accuracy.

The results of this study indicate that the less-than-ideal relationship between the management and the community has hindered the effective implementation of tourism marketing strategies in Labirin Bogor Tourist Village. Despite abundant human resources, enhancing cooperation with the community is crucial. Additionally, Labirin Bogor Tourist Village faces challenges in promotion due to limitations in managing social media. Therefore, although human resources are essential, the community still holds both positive and negative views regarding the tourist village.

Keywords: tourism marketing strategy, Labirin Bogor Tourist Village, marketing mix, internal factors, external factors

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya. Sehingga peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Kampung Wisata Labirin Bogor**” dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam proses pengerjaan penulisan skripsi, peneliti menyadari bahwa keberhasilan dalam perencanaan, penelitian, dan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, Oleh karena itu, pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, kekuatan, dan perlindungan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
2. Kedua orang tua, Gunawan dan Lilis Sutina yang selalu memberikan dukungan, perhatian dan doa terbaiknya bagi peneliti dalam proses penyusunan skripsi.
3. Sесilia Febrinia, selaku adik kandung peneliti yang memberikan dukungan, nasihat, dan berbagai bentuk perhatian yang berarti bagi peneliti.

4. Bapak Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA. selaku dosen pembimbing skripsi yang sangat sabar dan responsif dalam meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing peneliti, mulai dari pemaparan materi, arahan, saran, solusi, hingga semangat dan dukungan yang diberikan selama penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana serta dosen FISIP dan MKU di Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan bekal ilmu selama menempuh studi dari awal semester hingga akhir.
6. Bapak Awaludin, Ibu Eka, Bapak Ncep Musa, dan Ka Denny selaku narasumber yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan wawasannya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat mengolah dan menyusun data yang diberikan dengan baik.
7. Seluruh sahabat dan teman dekat peneliti yang selalu memberi dukungan secara emosional, motivasi, dan memberi bantuan di tengah kesulitan yang dialami dan dirasakan oleh peneliti.
8. Seluruh mahasiswa/i Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana angkatan 2020 Universitas Katolik Parahyangan sebagai teman seperjuangan satu angkatan peneliti.
9. Semua pihak yang telah memberikan semangat, dukungan, bantuan, dan doa bagi peneliti dalam penyelesaian skripsi yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, mengingat keterbatasan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti memohon maaf bila terdapat kekeliruan dan kesalahan dalam penyusunan skripsi ini. Peneliti terbuka akan segala bentuk kritik dan saran yang membangun dari semua pihak yang membaca skripsi ini untuk perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, peneliti berharap dengan disusunnya skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi pihak-pihak yang terkait. Terima kasih.

Bandung, 11 Juni 2024



Andrew Eustakius Gunawan

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | viii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN | x |
| BAB 1 | 1 |
| PERMASALAHAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Identifikasi Permasalahan | 5 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4. Objek Penelitian | 5 |
| 1.4.1 Profil Kampung Labirin Bogor | 5 |
| 1.4.2 Visi dan Misi Kampung Wisata Labirin Bogor | 6 |
| 1.4.2.1 Visi | 6 |
| 1.4.2.2 Misi | 7 |
| 1.4.3 Akses dan Lokasi | 7 |
| 1.4.4 Produk Atau Jasa Yang Dihasilkan | 8 |
| 1.4.5 Struktur Organisasi | 8 |
| 1.5 Batasan Penelitian | 9 |
| BAB 2 | 11 |
| KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI | 11 |
| 2.1. Teori dan Konsep | 11 |
| 2.1.1 Pemasaran | 11 |
| 2.1.2 Strategi Pemasaran | 12 |
| 2.1.3 Strategi Pemasaran Pariwisata | 13 |
| 2.1.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) | 15 |
| 2.1.4.1 Elemen Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) | 16 |
| 2.1.5 Analisis SWOT | 19 |

| | |
|---|-----|
| 2.1.5.1 Faktor-Faktor Dalam Analisis SWOT | 20 |
| 2.1.5.2 Model Analisis SWOT | 21 |
| 2.1.6 Kampung Wisata..... | 24 |
| 2.1.6.1 Indikator Kampung Wisata | 25 |
| 2.1.7 Penelitian Terdahulu | 26 |
| 2.2. Metodologi | 36 |
| 2.2.1 Metode Penelitian | 36 |
| 2.2.2 Instrumen Penelitian | 38 |
| 2.2.3 Teknik Pengumpulan Data..... | 40 |
| 2.2.3.1 Wawancara..... | 41 |
| 2.2.3.2 Observasi..... | 42 |
| 2.2.3.3 Studi Dokumentasi | 44 |
| 2.2.4 Teknik Analisis Data | 45 |
| BAB 3 | 50 |
| HASIL DAN TEMUAN | 50 |
| 3.1. Hasil Penelitian..... | 50 |
| 3.1.1 Uji Kredibilitas | 50 |
| 3.1.2 Hasil Wawancara dan Observasi | 53 |
| 3.2 Pembahasan Hasil Penelitian..... | 82 |
| 3.2.1 Strategi Pemasaran Pariwisata Kampung Wisata Labirin Bogor | 82 |
| 3.2.2 Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal Strategi Pemasaran Pariwisata Kampung Wisata Labirin Bogor | 103 |
| 3.3. Temuan..... | 111 |
| BAB 4 | 117 |
| KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI | 117 |
| 4.1. Kesimpulan..... | 117 |
| 4.2. Rekomendasi | 119 |
| 4.3. Implikasi | 121 |
| DAFTAR PUSTAKA | 123 |
| LAMPIRAN | 130 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 2.1 Matriks SWOT | 23 |
| Tabel 3.1 Tabel Narasumber | 55 |
| Tabel 3.2 Matriks SWOT Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Kampung Wisata Labirin Bogor | 106 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----|
| Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Bogor | 2 |
| Gambar 1.2 Logo Kampung Wisata Labirin Bogor..... | 6 |
| Gambar 1.3 Peta Lokasi Kampung Labirin..... | 7 |
| Gambar 1.4 Struktur Organisasi Kampung Wisata Labirin Bogor | 9 |
| Gambar 3.1 Sungai untuk <i>water sporting</i> | 58 |
| Gambar 3.2 Produk Wisata Kampung Wisata Labirin Bogor | 59 |
| Gambar 3.3 Jembatan Menuju Kampung Wisata Labirin Bogor..... | 65 |
| Gambar 3.4 Pintu masuk dari jalan Suryakencana..... | 65 |
| Gambar 3.5 Toilet umum Kampung Wisata Labirin Bogor | 66 |
| Gambar 3.6 Media Sosial Kampung Wisata Labirin Bogor (<i>instagram</i>) | 69 |
| Gambar 3.7 Konten media sosial Kampung Wisata Labirin Bogor..... | 69 |
| Gambar 3.8 Review para wisatawan | 75 |
| Gambar 3.9 Pemain kesenian angklung | 84 |
| Gambar 3.10 Proses pembuatan emping jengkol..... | 85 |
| Gambar 3.11 Para wisatawan bermain perahu karet | 85 |
| Gambar 3.12 Daftar harga paket wisata | 88 |
| Gambar 3.13 Pos keamanan Kampung Wisata Labirin Bogor | 90 |
| Gambar 3.14 Peta Kampung Wisata Labirin Bogor | 92 |
| Gambar 3.15 Konten <i>reels</i> sebagai promosi | 96 |
| Gambar 3.16 Pengelola dan kru | 98 |
| Gambar 3.17 Mural tentang kebersihan lingkungan | 101 |
| Gambar 3.18 Papan petunjuk jalan Kampung Wisata Labirin Bogor..... | 102 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1. Lembar Persetujuan Narasumber..... | 130 |
| Lampiran 2. Instrumen Penelitian | 132 |
| Lampiran 3. Pedoman Wawancara | 134 |
| Lampiran 4. Dokumentasi..... | 136 |
| Lampiran 5. Transkrip Wawancara..... | 138 |

BAB 1

PERMASALAHAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak keberagaman, mulai dari adat, bahasa, budaya, agama dan suku. Pada dasarnya, Indonesia adalah negara yang memiliki suatu daya tarik atas keberagamannya. Jika dikelola dengan baik, keberagaman yang ada di Indonesia dapat menumbuhkan ekonomi masyarakat dan negara, salah satunya adalah potensi industri pariwisata, karena seiring berjalannya waktu, industri pariwisata di Indonesia mulai tumbuh dan berkembang dengan baik, terkhususnya setelah pandemi Covid-19. Menurut Muljadi & Andri Warman (2016), pariwisata memiliki potensi yang besar untuk berkembang di masa yang akan mendatang dan akan mengalami perubahan yang besar secara alami.

Kota Bogor memiliki tempat wisata yang beragam, mulai dari wisata alam, kuliner, hingga budaya. Dewasa ini, sektor pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan yang perlu diberdayakan, karena selain sebagai sumber penerimaan daerah, sektor pariwisata juga membangkitkan sektor perekonomian masyarakat. Oleh karena itu, pengembangan sektor pariwisata Bogor diarahkan kepada peningkatan seluruh potensi pariwisata yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung.

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Bogor, dapat dilihat berdasarkan sumber data

yang menunjukkan bahwa pada tahun 2023, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bogor sebanyak 6.180.677 wisatawan nusantara dan 138.731 wisatawan mancanegara (Badan Pusat Statistik Jawa Barat, 2023).

| Kabupaten/Kota | Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata (Orang) | | | | | | | | |
|----------------|--|--------|---------|---------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | Wisatawan Manca Negara | | | Wisatawan Nusantara | | | Jumlah | | |
| | 2021 | 2022 | 2023 | 2021 | 2022 | 2023 | 2021 | 2022 | 2023 |
| Bogor | 2 609 | 86 361 | 138 731 | 1 762 279 | 3 292 268 | 6 180 677 | 1 764 888 | 3 378 629 | 6 319 408 |

Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Bogor
Sumber: Badan Pusat Statistik Jawa Barat, 2023

Oleh karena itu, dalam industri pariwisata harus memiliki daya tarik terkait wisatanya itu sendiri, yang mana suatu tempat wisata harus memiliki keterikatan sebagai tempat rekreasi, pengembangan diri, atau sebagai sarana untuk mempelajari keunikan dari tempat wisata-nya itu sendiri baik yang bisa dikunjungi dalam waktu sementara ataupun ditinggali (Tuohino & Konu, 2014). Maka dari itu, dalam industri pariwisata harus menghasilkan suatu daya tarik unggulan terhadap destinasi wisata-nya.

Dengan melihat peran industri pariwisata dalam kacamata pertumbuhan ekonomi menjadikan hal ini sebagai peluang bagi para masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan perekonomian mereka. Keberadaan dari sektor pariwisata dapat membuat peningkatan terhadap peluang usaha dan menciptakan sebuah lapangan pekerjaan dengan tujuan meningkatkan pendapatan setempat (Anisah & Riswandi, 2015). Dengan adanya sektor pariwisata agar para masyarakat mengetahuinya, dibutuhkan suatu strategi pemasaran untuk memperkenalkan

tempat wisata itu sendiri. Tujuannya, agar strategi pemasaran dapat dilakukan dengan efektif sesuai kebutuhan industri pariwisata, yang kemudian dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.

Dewasa ini, pengembangan kampung wisata sangat berdampak besar bagi industri pariwisata. Kampung wisata merupakan suatu bentuk lingkungan pemukiman yang memiliki ciri khusus seperti alam maupun budaya yang sesuai dengan tuntutan wisatawan, di mana mereka dapat mengenal, menghayati, menikmati, mencintai serta mempelajari kekhasan desa itu sendiri beserta segala daya tariknya (Susyanti & Latianingsih, 2015). Kampung wisata merupakan salah satu destinasi yang menarik untuk dikunjungi. Di sana, wisatawan dapat belajar mengenai budaya yang hadir di setiap kampung wisata dan kehidupan masyarakat yang berada di dalamnya. Oleh karena itu, untuk mengoptimalkan potensi-potensi yang berada di dalam kampung wisata tetap membutuhkan partisipasi masyarakatnya, untuk menjaga potensi daya tarik bagi para wisatawan yang berkunjung.

Di Kota Bogor sendiri terdapat beberapa kampung wisata, salah satunya adalah Kampung Wisata Labirin yang berlokasi di tengah Kota Bogor, lebih tepatnya di Jalan Kebon Jukut, Kelurahan Babakan Pasar, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor. Hal ini dipilih sebagai objek penelitian, karena Kampung Wisata Labirin Bogor memiliki lokasi yang strategis. Keberagaman budaya dan kebersamaan masyarakat Kampung Wisata Labirin Bogor menunjukkan antusiasme dalam memajukan industri pariwisata lokal, khususnya di kawasan tempat tinggal masyarakat setempat yang dijadikan sebagai tempat wisata dalam

rangka menonjolkan berbagai potensi yang terdapat di dalam Kampung Wisata Labirin Bogor, sehingga menciptakan kesan daya tarik bagi wisatawan yang ingin berkunjung.

Kesan tersebut bisa dirasakan ketika wisatawan mempunyai pengalaman berjalan di tengah kampung melalui jalan yang sempit dengan berbagai simpangan yang penuh cat mural di tembok serta berbagai ornamen yang ada di Kampung Wisata Labirin Bogor. Selain itu, para wisatawan juga akan disuguhkan dengan kebudayaan yang ada di Kampung Wisata Labirin Bogor itu, seperti pertunjukan tari jaipong atau permainan angklung, yang mana hal ini dipentaskan sendiri oleh masyarakat Kampung Wisata Labirin Bogor.

Lokasi Kampung Wisata Labirin Bogor yang berada di bantaran sungai membuat para wisatawan dapat juga menikmati permainan *rafting*, yakni kegiatan mengarungi sungai dengan perahu karet yang dipandu oleh *guide* dengan memperhatikan debit air sungai yang tersedia.

Pengembangan Kampung Wisata Labirin Bogor tidak hanya melibatkan berbagai aspek di dalam masyarakat, namun juga melibatkan peran dari berbagai pihak yang membantu proses pengembangannya, seperti pemerintah, pihak-pihak lain, serta partisipasi masyarakatnya sendiri, sehingga dianggap sebagai suatu hal utama dalam mencapai tujuan dari pengembangannya. Untuk itu, Kampung Wisata Labirin Bogor membutuhkan strategi pemasaran yang tepat agar para wisatawan dapat mengenal eksistensi dan keunikan dari destinasi wisata ini.

1.2. Identifikasi Permasalahan

Berdasarkan latar belakang di atas yang telah diuraikan oleh peneliti, maka identifikasi permasalahan penelitian tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut, yaitu. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk Kampung Labirin Bogor?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi permasalahan yang ada, maka tujuan peneliti di dalam penelitian ini adalah. Mengetahui strategi pemasaran apa yang tepat untuk diimplementasikan kepada Kampung Wisata Labirin Bogor

1.4. Objek Penelitian

1.4.1 Profil Kampung Labirin Bogor

Kampung Wisata Labirin Bogor merupakan suatu kampung wisata yang berlokasi di tengah Kota Bogor, lebih tepatnya berlokasi di Jalan Kebon Jukat, Kelurahan Babakan Pasar, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor. Kampung Wisata Labirin Bogor awalnya merupakan kampung biasa yang kemudian dijadikan sebagai kampung wisata karena dicetuskan oleh sebuah komunitas yang berfokus terhadap pendidikan dan pemberdayaan ekonomi, yang mana anak didik dari komunitas ini mayoritas merupakan warga Kampung Wisata Labirin Bogor. Awal mula namanya disebut Kampung Wisata Labirin Bogor karena komunitas yang mengajar anak-anak di Kampung Wisata Labirin Bogor sering mengalami kebingungan untuk mencari akses jalan yang disebabkan oleh banyaknya gang di dalam pemukiman tersebut. Oleh karena itu, nama labirin diambil untuk menggambarkan kondisi lingkungan tersebut.

Kondisi lingkungan di Kampung Wisata Labirin Bogor dihiasi oleh ornamen-ornamen serta mural di tembok tembok rumah warganya. Hal ini membuat tampilan visual tempat wisata ini menjadi lebih indah.

Kampung Wisata Labirin Bogor memiliki sentra kesenian di dalamnya, seperti tari jaipong dan permainan angklung yang diajarkan serta dikembangkan sendiri oleh masyarakat Kampung Wisata Labirin Bogor. Selain itu, Kampung Wisata Labirin Bogor menawarkan makanan khasnya yaitu emping jengkol. Kampung Wisata Labirin Bogor juga menawarkan wisata alam seperti mengarungi sungai menggunakan perahu karet di sekitar area wisata tersebut.



Gambar 1.2 Logo Kampung Wisata Labirin Bogor
Sumber: Dokumentasi Peneliti

1.4.2 Visi dan Misi Kampung Wisata Labirin Bogor

1.4.2.1 Visi

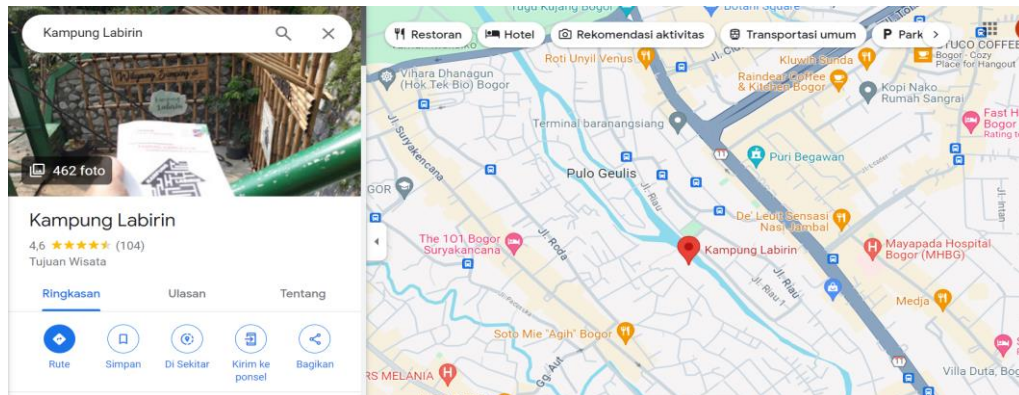
Menjadikan Kampung Wisata Labirin Bogor memiliki kegiatan positif yang melibatkan semua warga dalam membangun wilayahnya menjadi kampung yang dapat dikunjungi dan dinikmati

semua orang. Sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat dengan banyak datangnya para wisatawan.

1.4.2.2 Misi

Membangun kesadaran masyarakat untuk peduli dengan wilayah atau lingkungan, dalam hal perbaikan, pembangunan, dan penataan wilayah yang bertujuan untuk terciptanya Kampung Wisata Labirin Bogor dengan cara gotong royong semua warga, sehingga tercapai kemajuan Kampung Wisata Labirin Bogor yang akan berdampak pada kesejahteraan warganya.

1.4.3 Akses dan Lokasi



Gambar 1.3 Peta Lokasi Kampung Labirin

Sumber: *Google Maps*

Kampung Wisata Labirin Bogor berlokasi di Jalan Kebon Jukat, Kelurahan Babakan Pasar, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor. Akses menuju lokasi terdapat 2 pintu masuk, yaitu:

- 1) Jalan Riau (Terminal Baranangsiang), Melalui jembatan penghubung antara Kampung Wisata Labirin Bogor dan kompleks Jalan Riau yang berada tepat di belakang terminal Baranangsiang atau Mesjid Raya Bogor.
- 2) Jalan Suryakencana, melalui Jalan Roda atau Pasar Bogor Suryakencana dan masuk ke Jalan Roda III atau Gang Litih. Untuk akses ke Jalan Roda ada di jalur SSA (Sistem Satu Arah) OTISTA (Otto Iskandar Di Nata).

1.4.4 Produk Atau Jasa Yang Dihasilkan

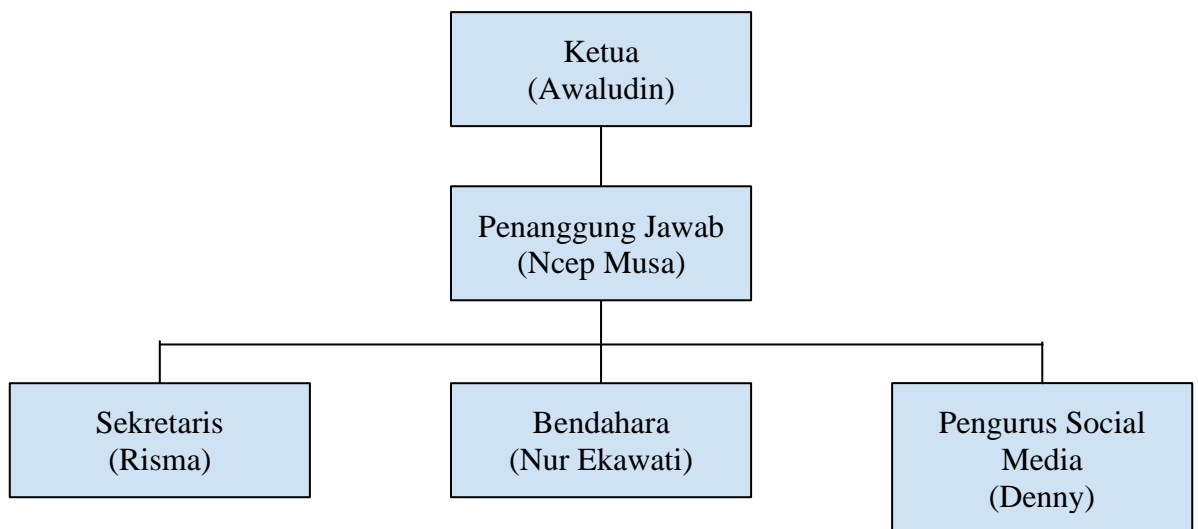
Produk atau jasa yang dihasilkan dari Kampung Wisata Labirin Bogor adalah pertunjukan seni tari jaipong, permainan angklung, makanan seperti emping jengkol, dan *merchandise* Kampung Wisata Labirin Bogor itu sendiri berupa baju, gantungan kunci, topi dan jaket, serta wahana bermain air seperti mengarungi sungai (*rafting*).

1.4.5 Struktur Organisasi

Di dalam pengelolaan Kampung Wisata Labirin Bogor, terdapat struktur organisasi yang bertujuan agar setiap individu dalam kepengurusan menjadi lebih bertanggung jawab atas jabatan yang dijalankan olehnya.

Berikut merupakan struktur organisasi pengurus Kampung Wisata Labirin

Bogor:



Gambar 1.4 Struktur Organisasi Kampung Wisata Labirin Bogor

Sumber: Pengelola Kampung Wisata Labirin Bogor

1.5 Batasan Penelitian

Dalam membatasi ruang lingkup dan indikator pembahasan, penelitian ini berfokus dalam menjelaskan fenomena dan berbagai isu yang terjadi terhadap:

- 1) Subjek Penelitian, yaitu aktor-aktor kunci yang berperan penting dalam Kampung Wisata Labirin Bogor dan terlibat secara langsung dalam proses pengelolaan keberlangsungan Kampung Wisata Labirin Bogor.
- 2) Objek penelitian berfokus pada Kampung Wisata Labirin Bogor.
- 3) Penelitian ini berfokus pada analisis strategi pemasaran pariwisata dari Kampung Wisata Labirin Bogor, dengan indikator variabel *marketing mix* dan analisis SWOT, yang kemudian dilihat melalui faktor internal dan

eksternal. Dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing Kampung Wisata Labirin Bogor.

- 4) Periode waktu penelitian, penelitian ini dilakukan selama 4 bulan dimulai dari bulan Maret-Juni 2024. Mulai dari tahap pengumpulan data, analisis data, hingga melakukan penyesuaian kembali dengan referensi yang ada.