

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2004). *Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta.
- Amirullah. (2002). *Pengertian manajemen*. Bandung : Linggajaya
- Andrews, Kenneth. (2014). *The konsep of corporate strategy*. Yogyakarta : PT. Prenhelindo.
- Anoraga. (2004). *Manajemen bisnis*. Jakarta : Salemba Empat. Haml dan prahald. *Pengertian strategi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Aprilianto, J. (2016). Analisis Peran Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Pada Kabupaten dan Kota di Jawa Timur (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Arraniry, F. (2018). Analisis Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Universitas Islam Indonesia, 1–79.
- James, Brian Quinn. (2012). *Strategies for change : logical instrumentalisme*. Bandung : Alfabeta.
- Kotler dan Amstrong. (2006). *Manajemen Pemasaran di Indonesia Jilid II*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, Philip. (2008). *Pemasaran*. Yogyakarta : PT. Prenhalindo. Keown, 2000. *Profit*. Bandung : Linggajaya.
- Moleong, J. Lexy. (2002). *Pengertian strategi*. Bandung : Alfabeta.
- Moleong, Lexy J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Purhantara, Wahyu. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- R. Jauch, Lawrence. (1984). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, Freddy. (2004). *Manajemen bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Rangkuti, Freddy. (2013). *Analisis SWOT teknik membedakan kasus bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2008). *Manajemen strategis*. Yogyakarta : Andi Offset. Suryana, 2013. *Manajemen strategis*. Yogyakarta : Andy Offset.

Tjiptono, Fandy. (2006). *Manajemen Jasa*, Yogyakarta : Andi

Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa, Sleman* : Bayumedia Publishing

Tripomo. (2000). *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung : Alfabeta.

Tripomo. (2005). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta : Salemba Empat

Umar, Husein. (2005). *Strategi manajemen in action* : PT. Gramedia Pustaka Utama.



Lampiran 1.

Wawancara bagian marketing

1. Bagaimana awal mula Taman Wisata Randu Bengkong bisa terbentuk?

Jawaban: kalau untuk awal mula terbentuknya kurang paham mas, karena taman ini terbentuk dari desa sikapatnya mas, saya koordinator saja yang mengurus taman ini bersama staf-staf yang lainnya

2. Hal unik apa yang menarik minat wisatawan dengan objek wisata yang ada, agar wisatawan mendatangi Taman Wisata Randu Bengkong?

Jawaban: Kalau disini daya tariknya yaitu ada taman dan kolam renang, air di kolam renangnya langsung dari sumber mata air dari kaki gunung slamet

3. Apa yang menjadi kekuatan dari wisata Taman Wisata Randu Bengkong agar tetap bisa buka di saat pandemi terjadi seperti sekarang ini?

Jawaban: pemandangan dan kolam renang yang airnya segar

4. Apa saja yang menjadi kelemahan/kendala yang dialami selama ini?

Jawaban: kendalanya yaitu untuk kepengurusan taman ini kurang terkondisikan dengan baik mas, karena masih mengandalkan dari warga yang ada disekitar taman ini

5. Apakah situasi saat ini mempengaruhi harga tiket masuk?

Jawaban: sangat berpengaruh mas, karena taman ini termasuk dengan harga tiket yang paling murah dibandingkan dengan pesaing yang sejenis di Kabupaten Banyumas

6. Kira-kira media apa yang dipakai oleh pihak pengelola untuk melakukan aktivitas pemasaran dalam mempromosikan Taman Wisata Randu Bengkong?

Jawaban: kami sudah ada website, instagram, dan tiktok

7. Apa hambatan yang pihak pengelola alami ketika melakukan promosi Taman Wisata Randu Bengkong?

Jawaban: kami promosiin taman ini hanya sekedar mengambil-ngambil foto dan di upload di medsos. Karena disini belum ada bagian khusus di bidang promosi

8. Apakah situasi saat ini mempengaruhi jumlah pengunjung wisata?

Jawaban: iya mas, sangat berpengaruh, kalau musim libur dan tanggal merah pasti selalu rame, tapi kalo bulan puasa dan saat covid kemarin memang tutup total mas

9. Untuk pengembangan kedepannya apakah ada rencana kerja dengan *stake holder* untuk pengembangan?

Jawaban: paling target kami yaitu lebih memperbaiki dan mengembangkan sarana dan prasarana untuk meningkatkan strategi marketing

10. Apakah dengan dibangunnya Taman Wisata Randu Bengkong berdampak baik pada perekonomian warga?

Jawaban: jelas mas, karena kami juga melibatkan warga. Seperti kantin di taman ini juga dikelola oleh warga. Digilir setiap RW pasti kebagian untuk berdagang disini mas. Selain itu juga ada penyewaan scooter, itu juga dari warga

Pertanyaan Pendapatan

1. Berapa jumlah pengunjung lokawisata dalam satu tahun terakhir?

Jawaban: kalau untuk jumlah pengunjung lumayan banyak mas untuk tahun ini. Ada yang rutin juga kesini seminggu sampai 2 kali kunjungan kesini

2. Berapa harga tiket masuk lokawisata?

Jawaban: harga tiket masuk untuk dewasa 10.000 dan untuk anak-anak 7.000

3. Berapa pendapatan dari penjualan tiket dalam satu tahun terakhir?

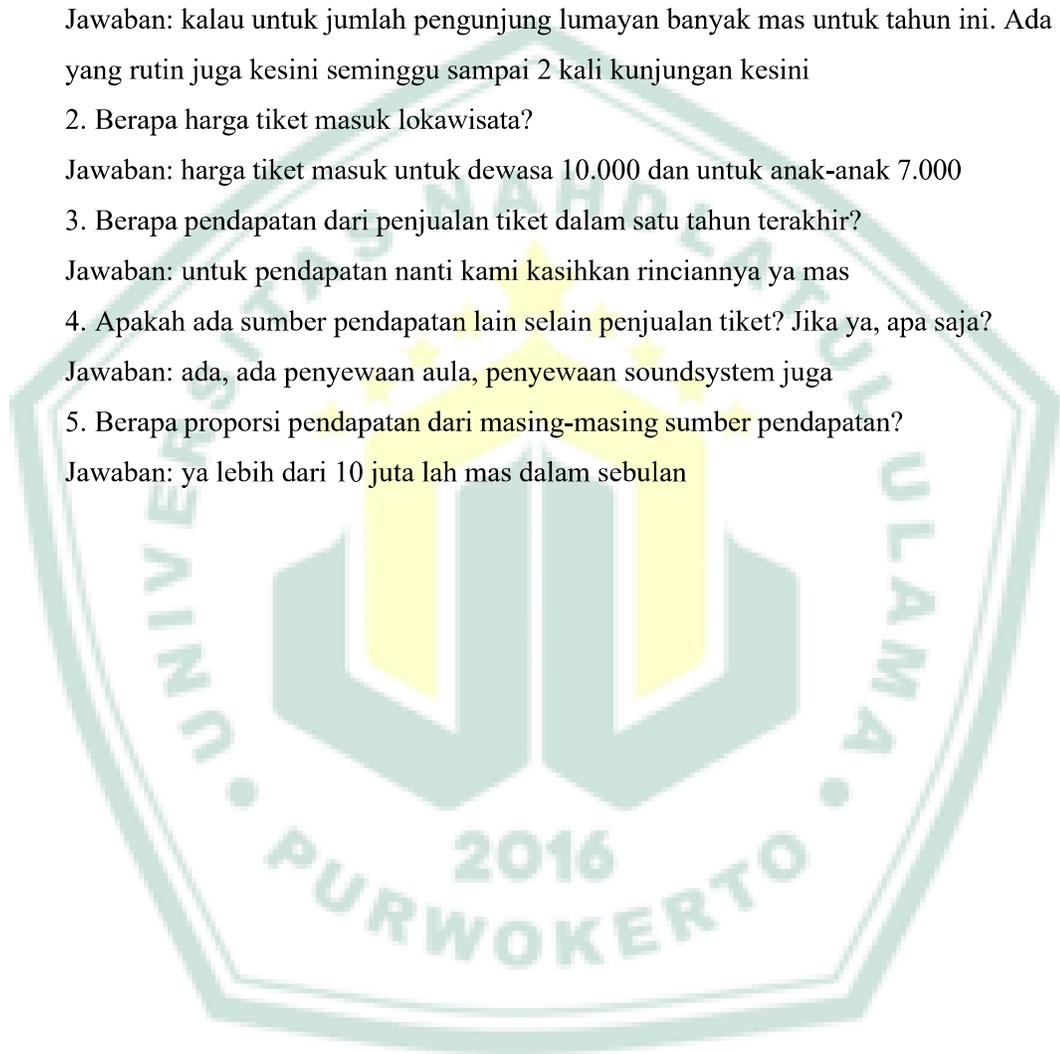
Jawaban: untuk pendapatan nanti kami kasih rincian nya ya mas

4. Apakah ada sumber pendapatan lain selain penjualan tiket? Jika ya, apa saja?

Jawaban: ada, ada penyewaan aula, penyewaan soundsystem juga

5. Berapa proporsi pendapatan dari masing-masing sumber pendapatan?

Jawaban: ya lebih dari 10 juta lah mas dalam sebulan



Lampiran 2. Dokumentasi wawancara





Faktor-faktor segi internal	Skala prioritas (SP)	Konstanta (K)	SP x K
KEKUATAN			
1. Taman Wisata Randu Bengkong telah teruji dan tidak menggunakan bahan-bahan bangunan yang tidak memenuhi standar	4	4	16
2. Harga produk (Tiket masuk) yang terjangkau oleh konsumen dan bersaing oleh perusahaan sejenis.	4	4	16
3. Pengaruh lokasi terhadap kelangsungan usaha yang baik	3	4	12
4. Kegiatan promosi yang dilakukan Taman Wisata Randu Bengkong mencakup seluruh aspek.	3	4	12
5. Memiliki jaringan yang luas dan terintegritas.	3	4	12
6. Taman Wisata Randu Bengkong memiliki sarana fisik dikantor yang menunjang produktifitas karyawan.	3	4	12
7. Reputasi dan citra positif dari masyarakat terhadap Taman Wisata Randu Bengkong	3	4	12
KELEMAHAN			
1. Masih adanya sumber daya manusia yang kurang kompeten.	3	4	12
2. Kadang terjadi ketidaksinkronan antara karyawan dengan atasan yang agak kurang dalam menjalankan tujuan perusahaan.	2	4	8
Total SP x K			112

Lampiran 3. Langkah-Langkah Penghitungan IFAS dan EFAS

Cara menentukan bobot setiap indikator dari faktor-faktor internal maupun eksternal yaitu dengan menggunakan skala prioritas mulai dari :

4 (sangat penting), 3 (penting), 2 (cukup penting), dan 1 (tidak penting).

Sedangkan pada variabel bersifat negatif diberi nilai sebaliknya yaitu :

1 (sangat penting), 2 (penting), 3 (cukup penting), 4 (tidak penting). Skala didapatkan dari hasil wawancara yang diisi oleh responden yang bersifat subjektif terhadap suatu penilaian. Kemudian kalikan nilai prioritas (SP) dengan konstanta (K). Penentuan nilai konstanta didasarkan pada nilai tertinggi yaitu 4, dan diasumsikan semua indikator dianggap baik. Nilai bobot dapat diperoleh dengan cara membagi setiap nilai SP X K dengan nilai total SP x K.

Faktor-faktor segi eksternal	Skala prioritas (SP)	Konstanta (K)	SP x K
Peluang			
1. Citra positif dari masyarakat yang menimbulkan kepercayaan kepada Taman Wisata Randu Bengkong	4	4	16
2. Kesadaran masyarakat akan pentingnya kualitas Taman Wisata Randu Bengkong	3	4	12
3. Produk jasa yang diciptakan Taman Wisata Randu Bengkong mempunyai banyak pilihan dan sesuai minat konsumen.	3	4	12
4. Berkembangnya industri pariwisata di Indonesia	4	4	16
Ancaman			
1. Persaingan yang tinggi dengan perusahaan menjual produk jasa sejenis.	2	4	8
2. Perilaku konsumen yang tidak dapat dipastikan			

dalam memilih objek wisata	2	4	8
3. Semakin tingginya PPN di Indonesia	2	4	8
Total SP dan K			80

Penentuan Bobot Dari Faktor-Faktor Kekuatan Dan Kelemahan

Rumus :
$$\frac{SP \times K}{Total SP \times K}$$

Faktor-faktor segi internal	SP x K	$\frac{SP \times K}{Total SP \times K}$	Bobot
KEKUATAN			
1. Taman Wisata Randu Bengkong telah teruji dan tidak menggunakan bahan-bahan bangunan yang tidak memenuhi standar	16	16 : 112	0,14
2. Harga produk (Tiket masuk) yang terjangkau oleh konsumen dan bersaing oleh perusahaan sejenis.	16	16 : 112	0,14
3. Pengaruh lokasi terhadap kelangsungan usaha yang baik	12	12 : 112	0,1
4. Kegiatan promosi yang dilakukan Taman Wisata Randu Bengkong mencakup seluruh aspek.	12	12 : 112	0,1
5. Memiliki jaringan yang luas dan terintegritas.	12	12 : 112	0,1
6. Taman Wisata Randu Bengkong memiliki sarana fisik dikantor yang menunjang produktifitas karyawan.	12	12 : 112	0,1

7. Reputasi dan citra positif dari masyarakat terhadap Taman Wisata Randu Bengkong	12	12 : 112	0,1
KELEMAHAN			
1. Masih adanya sumber daya manusia yang kurang kompeten.	12	12 : 112	0,1
2. Kadang terjadi ketidaksinkronan antara karyawan dengan atasan yang agak kurang dalam menjalankan tujuan perusahaan.	8	8 : 112	0,7

Faktor-faktor segi eksternal	SP x K	$\frac{SP \times K}{\text{Total SP x K}}$	Bobot
Peluang			
1. Citra positif dari masyarakat yang menimbulkan kepercayaan kepada Taman Wisata Randu Bengkong	16	16 : 80	0,2
2. Kesadaran masyarakat akan pentingnya kualitas Taman Wisata Randu Bengkong	12	12 : 80	0,15
3. Produk jasa yang diciptakan Taman Wisata Randu Bengkong mempunyai banyak pilihan dan sesuai minat konsumen.	12	12 : 80	0,15
4. Berkembangnya industri pariwisata di Indonesia	16	16 : 80	0,2
Ancaman			
1. Persaingan yang tinggi dengan perusahaan menjual produk jasa sejenis.	8	8 : 80	0,1

2. Perilaku konsumen yang tidak dapat dipastikan dalam memilih objek wisata	8	8 : 80	0,1
3. Semakin tingginya PPN di Indonesia	8	8 : 80	0,1

1. IFAS

Berikan rating untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai dari +1 sampai dengan +4 dengan membandingkannya dengan rata-rata pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya jika kelemahan besar sekali (dibanding dengan rata-rata pesaing sejenis) nilainya adalah 1, sedangkan jika nilai kelemahan rendah/di bawah rata-rata pesaing-pesaingnya nilainya 4.

2. EFAS

Berikan rating untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori peluang) diberi nilai dari +1 sampai dengan +4 dengan membandingkan dengan rata-rata pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya, jika ancaman besar sekali (dibanding dengan rata-rata pesaing sejenis) nilainya adalah 1, sedangkan jika nilai ancaman kecil/di bawah rata-rata pesaing-pesaingnya nilainya 4.

Penghitungan Skor

Faktor-faktor internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Kekuatan			
1. Taman Wisata Randu Bengkong telah teruji dan tidak menggunakan bahan-bahan bangunan yang tidak memenuhi standar	0.14	4	(0,14 x 4) 0.56
2. Harga produk (Tiket masuk) yang terjangkau oleh konsumen dan bersaing oleh perusahaan sejenis.	0.14	4	(0,14 x 4) 0.56
3. Pengaruh lokasi terhadap kelangsungan usaha yang baik	0.1	3	(0,1x 3) 0.3
4. Kegiatan promosi yang dilakukan Taman Wisata Randu Bengkong mencakup seluruh aspek.	0.1	3	0.3
5. Memiliki jaringan yang luas dan terintegritas.	0.1	3	(0,1x 3) 0.3
6. Taman Wisata Randu Bengkong memiliki sarana fisik yang menunjang produktifitas karyawan.	0.1	3	(0,1x 3) 0.3
7. Reputasi dan citra positif dari Masyarakat terhadap Taman Wisata Randu Bengkong	0.1	3	(0,1x 3) 0.3
Kelemahan			

1. Masih adanya sumber daya manusia yang kurang kompeten.	0.1	3	(0,1x 3) 0.3
2. Kadang terjadi ketidaksinkronan antara karyawan dengan atasan yang agak kurang dalam menjalankan tujuan perusahaan.	0.07	2	(0,07 x 2) 0.14



Lampiran 4. Daftar Riwayat Hidup



Penulis dengan nama Angkat Wahyu Ayunda yang bertempat tinggal di Sikapat RT 03/01, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Lahir di Banyumas, 12 Februari 1999. Penulis merupakan anak kedua dari 3 bersaudara dari pasangan Bapak Aji Suratno dan Ibu Sri Lestari. Penulis berkewarganegaraan Indonesia dan beragama Islam. Alamat email angkatwahyu01@gmail.com.

Riwayat pendidikan dari penulis sendiri yaitu pendidikan penulis yaitu Sekolah Dasar di SDN 2 Sikapat periode 2004 - 2010, lalu melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMPN 4 Kutasari periode 2010-2013. Kemudian menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Muhammadiyah 1 Purwokerto periode 2013-2016. Selanjutnya pada tahun 2018 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Sosial, Ekonomi, dan Humaniora Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto dan lulus pada tahun 2025. Selama berkuliah penulis mengikuti organisasi UKM olahraga periode yaitu 2018-2023. Prestasi yang diperoleh yaitu perempat final pomrayon sub rayon 3 Jawa Tengah tahun 2018. Disamping itu penulis juga pernah mengikuti peserta futsal pomprov Jawa Tengah 2022 dan peserta peksiminas 2020 sebagai penyanyi tunggal.