

**Strategi Pengembangan Pemasaran Pariwisata  
“*Towilfiets*” Dalam Melestarikan Budaya Kearifan  
Lokal di Dusun Bantar, Desa Banguncipto,  
Kec. Sentolo, Kab. Kulon Progo**

TESIS

Program Magister Tata Kelola Seni  
Konsentrasi Manajemen Budaya dan Pariwisata



Diajukan oleh :

**Arief Yulianto**  
NIM: 1620113420

**Kepada**

**PROGRAM PASCASARJANA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2018**

**Strategi Pengembangan Pemasaran Pariwisata “*Towilfiets*” Dalam  
Melestarikan Budaya Kearifan Lokal di Dusun Bantar,  
Desa Banguncipto, Kec. Sentolo, Kab. Kulon Progo**

**Diajukan Oleh :**

**Arief Yulianto**

**1620113420**

Tesis ini telah dipertahankan pada tanggal 09 Juli 2018  
di depan Dewan Penguji yang terdiri dari

  
**Prof. Dr. Shellyana Junaedi SE., M.Si**  
Pembimbing Utama

  
**T. Handono Eko Prabowo, Ph.D**  
Penguji Ahli

  
**Dr. Dewanto Sukistono, M.Sn**  
Ketua Tim Penguji

Telah diperbaiki dan disetujui untuk diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Magister Seni

Yogyakarta, **30 JUL 2018**

Direktur Program Pascasarjana  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

  
**Prof. Dr. Djohan, M.Si**  
NIP. 196112171994031001

## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar pascasarjana di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



Yogyakarta, 30 Juli` 2018  
Yang Membuat Pernyataan

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Arief Yulianto', written over a light gray circular background.

Arief Yulianto  
NIM. 1620113420

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan karuniaNya sehingga tesis yang berjudul Strategi Pengembangan Pemasaran Pariwisata “*Towilfiets*” Dalam Melestarikan Budaya Kearifan Lokal di Dusun Bantar, Desa Banguncipto, Sentolo, Kulon Progo dapat terselesaikan. Penulisan tesis yang merupakan salah satu syarat memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Tatakelola Seni Institut Seni Indonesia Yogyakarta, dapat diselesaikan atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Djohan, M.Si, selaku direktur Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Shellyana Junaedi, S.E, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak kontribusi terbesar dalam hal pengetahuan, ide, motivasi, dan juga arahan bagi penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
3. T. Handono Eko Prabowo. Ph.d, sebagai dosen penguji ahli yang telah memberikan masukan untuk menjadikan hasil penelitian ini lebih baik lagi.
4. Dr. Dewanto Sukistono, M.Sn, Kepala Program Studi S2 Manajemen Tatakelola Seni Institut Seni Indonesia Yogyakarta dan Selaku Ketua Tim Penguji yang telah mengatur jalannya ujian sampai dengan selesai.
5. Mas Muntowil selaku pemilik dan pengelola *Towilfiets* yang telah bersedia meluangkan waktunya menjadi narasumber dalam penyusunan tesis ini.
6. Ibu Ekasari Winarsiwi sebagai Kepala Seksi Promosi dan Pemasaran – Dinas Pariwisata Kulon Progo yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penyusunan tesis ini.
7. Bapak Bardani sebagai Kepala Seksi Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat Kecamatan Sentolo Kulon Progo, yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penyusunan tesis ini.
8. Bapak Humam Sutopo sebagai Kepala Desa Banguncipto Kabupaten Kulon Progo yang telah memberikan kemudahan bagi penulis dalam memperoleh informasi serta data-data yang diperlukan dalam menyelesaikan tesis ini.
9. Segenap dosen Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
10. Seluruh staff dan karyawan Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang telah membantu kelancaran selama dalam proses perkuliahan.
11. Kedua orang tua tercinta Mama, Papa, Adikku Dwi Prasetyo serta yang tersayang Sovia Nurroifah, dan keluarga besar atas dukungan yang tidak pernah

lelah, selalu berdoa tiada henti dan selalu memberikan semangat serta dukungan baik berupa moril, materiil, serta doa kalian membuatku semakin terpacu untuk menyelesaikan tesis ini.

12. Teman-teman satu kelompok bimbinganku yang hebat. Irma Khairunisa Sambas, Andina Rahayu, dan Aida Christy terima kasih atas segala dukungan dan do'a yang menyertai selama masa proses penelitian.
13. Seluruh teman-teman seperjuangan MTS 2016 yang selalu kompak, saling *support*, melewati suka duka perkuliahan bersama-sama dan yang selalu meluangkan waktunya untuk berdiskusi dan berbagi ilmu.
14. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis ucapkan banyak terimakasih. Semoga Allah memberikan limpahan rahmat-Nya kepada kita semua. Amin.

Penulis menyadari bahwa tesis ini bukanlah sebuah karya yang sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan saran dan kritik agar dapat meningkatkan kualitas penulisan dan memperbaiki kekurangan yang terdapat di dalam tesis ini di masa yang akan datang. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



Yogyakarta, 30 Juli 2018

Arief Yulianto

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	.....	iii
KATA PENGANTAR	.....	iv
DAFTAR ISI	.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	.....	x
DAFTAR TABEL	.....	xi
DAFTAR GAMBAR	.....	xiii
INTISARI	.....	xiv
ABSTRAK	.....	xv
<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b>	
1.1	Latar Belakang	1
1.2	Identifikasi Masalah	7
1.3	Rumusan Masalah	8
1.4	Tujuan Penelitian	8
1.5	Manfaat Penelitian	9
<b>BAB II</b>	<b>TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1	Tinjauan Pustaka	11
2.2	Landasan Teori	17
2.2.1	Strategi Pemasaran	17
2.2.2	Bauran Pemasaran Pariwisata	18
2.2.3	Analisis Lingkungan Internal	19
2.2.4	Analisis Lingkungan Eksternal	21
2.2.5	Analisis SWOT	21
2.2.6	Analisis Pasar Wisata	22
2.2.7	Melestarikan Budaya	25
2.2.8	Kearifan Lokal	25
2.3	Tahapan Riset	28
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
3.1	Pendekatan Penelitian	29
3.2	Lingkup Penelitian	30
3.2.1	Lokasi Penelitian	30
3.2.2	Obyek Penelitian	30
3.2.3	Waktu Penelitian	30
3.3	Metode Kuantitatif	31
3.3.1	Jenis Data	31
3.3.2	Subyek Penelitian	31

	3.3.3 Pengumpulan Data	32
	3.3.4 Analisis Data Kuantitatif	34
3.4	Metode Kualitatif	35
	3.4.1 Jenis Data	35
	3.4.2 Subyek Penelitian	36
	3.4.3 Pengumpulan Data	38
	3.4.4 Analisis Data Kualitatif	40
3.5	Pengujian Instrumen Penelitian	41
3.6	Variabel	43
3.7	Analisis SWOT	45
3.8	Sejarah <i>Towilfiets</i>	54
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1	Proses Wawancara di Lapangan	57
4.2	Analisis	58
	4.2.1 Analisis Deskriptif	59
	4.2.2 Analisis SWOT	67
4.3	Pembahasan	86
	4.3.1 Strategi Generik dan Variasi Strategi yang Diterapkan Saat Ini	86
	4.3.2 Analisis Internal dan Eksternal Pengembangan Pemasaran Pariwisata <i>Towilfiets</i> , Dusun Bantar, Banguncipto, Kulon Progo	87
	4.3.3 Arahkan Strategi Pengembangan Pemasaran <i>Towilfiets</i> Berdasarkan Matrik IE	88
	4.3.4 Arahkan Berdasarkan Analisis SWOT	89
	4.3.5 Arahkan Lain	94
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	
5.1	Temuan	96
5.2	Keterbatasan Penelitian dan Saran	98
	5.2.1 Keterbatasan Penelitian	98
	5.2.2 Saran	98
5.3	Implikasi Manajerial	99
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>100</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Panduan Pertanyaan Penelitian .....	103
Lampiran 2. Kuesioner Bahasa Indonesia .....	107
Lampiran 3. Kuesioner Bahasa Inggris .....	109
Lampiran 4. Transkrip Wawancara dan Pengkodean .....	111
Lampiran 5. Penilaian Responden .....	143
Lampiran 6. Olah Data Pengunjung .....	151
Lampiran 7. Foto Dokumentasi .....	154





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Kunjungan Wisatawan di Daya Tarik Wisata per Kabupaten/Kota pada Tahun 2012-2016.....	06
Tabel 2.1. Tinjauan Pustaka .....	11
Tabel 2.2. Bauran Pemasaran Yang Diperluas Untuk Produk Jasa .....	19
Tabel 2.3. Bauran Pemasaran Produk Pariwisata .....	20
Tabel 3.1. Subyek Penelitian Kuantitatif .....	31
Tabel 3.2. Jadwal Pembagian Kuesioner .....	34
Tabel 3.3. Obyek Wawancara Kualitatif .....	37
Tabel 3.4. Istilah Dalam Keabsahan Data Kualitatif .....	42
Tabel 3.5. Data Variabel Indikasi Penelitian .....	44
Tabel 3.6. Penilaian Bobot Faktor Internal dan Eksternal .....	47
Tabel 3.7. Matrik EFE .....	50
Tabel 3.8. Matrik IFE .....	50
Tabel 3.9. Matrik IE (Internal dan Eksternal) .....	52
Tabel 4.1. Matrik SWOT .....	52
Tabel 4.2. Data Demografi Pengunjung <i>Towilfiets</i> .....	61
Tabel 4.3. Mean Aritmatik Kuesioner Pengunjung .....	66
Tabel 4.4. Penilaian Bobot Faktor Analisis Internal .....	68
Tabel 4.5. Pemberian Peringkat Terhadap Kekuatan .....	69
Tabel 4.6. Pemberian Peringkat Terhadap Kelemahan.....	70
Tabel 4.7. Analisis Matrik IFE .....	71
Tabel 4.8. Penilaian Bobot Faktor Analisis Eksternal.....	72
Tabel 4.9. Pemberian Peringkat Terhadap Peluang .....	73
Tabel 4.10. Pemberian Peringkat Terhadap Ancaman.....	74
Tabel 4.11. Analisis Matrik EFE .....	75
Tabel 4.12. Analisis Matrik IE .....	77
Tabel 4.13. Analisis Matrik IE .....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. 4C Diamond Analysis	17
Gambar 2.2. Tahapan Riset	28
Gambar 3.1. Muntowil Sedang Menjelaskan Proses Menanam Padi Didesanya	55
Gambar 3.2. Muntowil Bersama Pengunjung	55
Gambar 3.3. Kelompok Pecinta Kebaya Yang Berkunjung Ke <i>Towilfiets</i>	56
Gambar 3.4. Muntowil Bersama Pengunjung	56
Gambar 3.5. Peta <i>Towilfiets</i> dalam melakukan Perjalanan Destinasi Wisata	57
Gambar 4.6. Jenis Kelamin Pengunjung	63
Gambar 4.7. Umur Rata-rata Pengunjung	64
Gambar 4.8. Pendidikan Terakhir Pengunjung	64
Gambar 4.9. Pekerjaan Pengunjung	65
Gambar 4.10. Status Perkawinan Pengunjung	65
Gambar 4.11. Wisatawan	66
Gambar 4.12. Koleksi Sepeda Onthel Yang Tersimpan Didalam Joglo <i>Towilfiets</i>	94
Gambar 4.13. Koleksi Sepeda Onthel Yang Tersimpan Didalam Joglo <i>Towilfiets</i>	95



## ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pengembangan pemasaran pariwisata *Towilfiets* dalam melestarikan kearifan lokal yang terletak di Dusun Bantar, Desa Banguncipto, Kulon Progo. *Towilfiets* merupakan tempat wisata minat khusus yang menawarkan paket wisata bersepeda onthel. Keramah tamahan dengan kearifan lokal warga desa disekitar *Towilfiets* menjadi kelebihan dalam paket wisata yang ditawarkan.

Kurangnya promosi pemasaran yang intens menjadi penyebab mengapa pengunjung lokal tidak mengetahui banyak informasi mengenai *Towilfiets*. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisa proses pemasaran yang dilakukan *Towilfiets*, untuk mengetahui potensi wisata dan mengeksplorasi formulasi strategi di *Towilfiets*. Teori pada penelitian ini berpedoman pada teori strategi pemasaran pariwisata dengan bauran 4A (*attraction, accessibility, amenity, ancellery*) + 3P (*price, place, promotion*), sehingga menemukan beberapa variabel yang teridentifikasi dan dimasukkan kedalam analisis lingkungan internal dan eksternal.

Metode penelitian yang digunakan, kualitatif dengan teknik wawancara mendalam dan observasi serta didukung dengan data kuantitatif. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif yang mencakup analisis hasil wawancara, analisis statistik deskriptif dan *mean* aritmatik, serta analisis SWOT yang di dalamnya terdapat tiga tahap formulasi strategi yang terdiri dari tahap masukan yaitu analisis lingkungan eksternal dan internal (EFE dan IFE), tahap pencocokan yaitu analisis matrik IFE, matrik EFE, matrik IE, matrik SWOT, serta tahap keputusan dengan menggunakan hasil analisis matrik SWOT.

Temuan penelitian menyatakan bahwa pada matrik SWOT mendapatkan posisi I yang berarti *Growth and Build* (tumbuh dan bina). Sedangkan pada kuadran SWOT berada pada sisi kuadran I, yaitu *expansion* (mendukung strategi agresif), sehingga diperlukan pemilihan strategi menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang.

**Kata kunci :** Pengembangan, Pemasaran, Pariwisata, *Towilfiets*, Kearifan Lokal

## ABSTRACT

This study discusses the development of marketing *Towilfiets* in preserving local wisdom located in Dusun Bantar, Banguncipto Village, Kulon Progo. *Towilfiets* is a special interesting tourist destination that offers onthel cycling tour packages. Hospitality with the local wisdom of the villagers around *Towilfiets* becomes an advantage the strenghts of *Towilfiets* in the tour packages offered.

The lack of marketing promotion is the cause why local visitors do not know about *Towilfiets*. Therefore, this study aims to identify and analyze the marketing process conducted in *Towilfiets*, to explore the potential of tourism and the strategy formulation in *Towilfiets*. The theory of this research is grounded by the theory of tourism marketing strategy with 4A mix (attraction, accessibility, amenity, ancellery) + 3P (price, place, promotion), so as to find several variables that are identified and incorporated into the analysis of internal and external environment.

This study uses a qualitative research method with an in-depth interview and observation technique supported by quantitative data. The analysis of this research is a descriptive analysis which includes an analysis of interview results, a descriptive statistical analysis and arithmetic mean, and the SWOT analysis in which there are three stages of strategy formulation consisting of input stage, namely external and internal environment analysis (EFE and IFE) matching phase IFE matrix analysis, EFE matrix, IE matrix and SWOT matrix, and decision stage by using SWOT matrix analysis result.

The study findings state that the SWOT matrix gets position I (one) which means Growth and Build (grow and develop), while the SWOT quadrant is on the quadrant I (one), which is expansion (supports an aggressive strategy), so it is necessary to choose a strategy to use power and take advantage of opportunities.

**Keywords:** Development, Marketing, Tourism, Towilfiets, Local Wisdom