



Implementasi Marketing Untuk Mempertahankan Loyalitas Wisatawan Di Taman Botani Sukorambi

Nurul Setianingrum¹, Windu Adi Saputra², Achmad Abil Musyarrof³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

²Akuntansi Syariah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

¹nurulsetia.febi@uinkhas.ac.id, ²saputrawinduadi@gmail.com, ³abilmsyrf@gmail.com

| Info Artikel | Abstrak |
|--|---|
| <p>Masuk: 15 Februari 2024</p> <p>Diterima: 29 Februari 2024</p> <p>Diterbitkan: 01 Maret 2024</p> <p>Kata Kunci: Implementasi, Marketing, Loyalitas</p> | <p>Taman Botani Jember adalah salah satu destinasi wisata yang menarik di Jember, Indonesia. Untuk mempertahankan loyalitas wisatawan, implementasi strategi pemasaran yang efektif sangat penting. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk mempertahankan loyalitas wisatawan Taman Botani Jember. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi pemasaran yang melibatkan personalisasi pengalaman wisatawan, promosi yang menarik, penggunaan media sosial secara efektif, serta kerjasama dengan pihak terkait dapat membantu mempertahankan loyalitas wisatawan di Taman Botani Jember. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya pengembangan strategi pemasaran yang berkelanjutan untuk memastikan pengalaman positif dan memperkuat ikatan emosional wisatawan dengan Taman Botani Jember.</p> |

PENDAHULUAN

Kegiatan marketing dalam penerapan Implementasi strategi pemasaran yang efektif merupakan kunci dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Kesadaran para calon pelanggan terhadap produk, pembelian awal yang menimbulkan kesan positif atau negatif, kepuasan pelanggan, dan keputusan para pelanggan untuk membeli lagi merupakan faktor-faktor krusial dalam mempertahankan loyalitas pelanggan .

Selain itu, implementasi relationship marketing juga menjadi strategi penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Relationship marketing membantu perusahaan dalam membangun hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan, yang menjadi tujuan utama perusahaan agar dapat bertahan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan . Implementasi strategi pemasaran yang fokus pada mempertahankan loyalitas pelanggan melalui kepuasan, relationship marketing, dan strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan menjadi hal yang sangat penting dalam konteks bisnis.

Dalam konteks persaingan usaha yang semakin ketat, mempertahankan pelanggan yang telah ada dan terus menggarap pelanggan potensial baru menjadi hal penting. Preferensi dan loyalitas pelanggan menjadi kunci kesuksesan suatu produk, dan strategi pemasaran dapat bertujuan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan . Taman Botani Sukorambi merupakan taman wisata alam terdekat dari kota Jember dengan konsep Rekreasi sambil Belajar, menyajikan aneka ragam koleksi tanaman, hewan, permainan, dan wahana-wahana yang dapat dinikmati oleh pengunjung dari segala umur . Namun, pandemi Covid-19 telah menyebabkan penurunan kunjungan wisatawan secara signifikan akibat adanya kebijakan pembatasan sosial berskala besar .

Dalam konteks ini, implementasi strategi digital marketing dapat menjadi kunci dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dan mempertahankan loyalitas mereka. Dengan memanfaatkan media digital, Taman Botani Sukorambi dapat memperluas jangkauan promosi dan membangun kembali minat wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut. Selain itu, penggunaan digital marketing juga dapat membantu dalam menyediakan informasi terkini mengenai protokol kesehatan dan keamanan bagi pengunjung, sehingga membangun kepercayaan dan rasa aman bagi para wisatawan. Dalam menghadapi perubahan besar di sektor pariwisata akibat pandemi, implementasi strategi digital marketing yang tepat dapat menjadi solusi untuk mempertahankan loyalitas wisatawan. Dengan memanfaatkan media digital, Taman Botani Sukorambi dapat tetap terhubung dengan para pengunjung, memberikan informasi terkini, serta menciptakan pengalaman yang menarik dan berkesan bagi para wisatawan.

Dengan demikian, implementasi strategi digital marketing yang efektif dapat membantu Taman Botani Sukorambi untuk tetap relevan, meningkatkan kunjungan wisatawan, dan mempertahankan loyalitas mereka di tengah tantangan

yang dihadapi akibat pandemi Covid-19. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengetahui dan mengamati lebih lanjut mengenai “Implementasi Marketing Untuk Mempertahankan Loyalitas Wisatawan Di Taman Botani Sukorambi Kabupaten Jember”

METODE

A. Pendekatan dan Jenis Pengabdian

Kegiatan Pengabdian ini dilakukan di Taman Botani Sukorambi jember dengan memberikan gambaran lengkap dan apa adanya tentang objek yang diperoleh dengan lebih menekankan makna daripada generalisasi. Metode pengumpulan data sekunder dan primer yaitu melalui wawancara bersama beberapa karyawan yang ada di perusahaan.

B. Langkah-Langkah Yang Dilakukan

Langkah-langkah yang dilakukan untuk melakukan laporan pengabdian kolaboratif yaitu sebagai berikut:

1. Menentukan objek yang akan digunakan dalam laporan pengabdian kolaboratif.
2. Menentukan judul dari laporan pengabdian kolaboratif yang sesuai dengan tema yang di ambil yaitu tentang koperasi.
3. Menentukan metode laporan pengabdian kolaboratif yang akan digunakan.
4. Mencari data laporan koperasi dengan meminta pada karyawan dan literatur lainnya seperti jurnal-jurnal di media sosial
5. Lalu penulis menyimpulkan hasil dari diskusi yang dilakukan ke dalam sebuah laporan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Taman Botani Sukorambi merupakan taman botani yang terletak di Sukorambi, Kabupaten Jember, Jawa Timur, Indonesia. Taman ini didirikan oleh Bapak H. Abdul Kahar Muzakir pada tahun 2007 . Bapak Abdul Kahar Muzakir ingin menciptakan tempat rekreasi alami sebagai alternatif bagi masyarakat Jember dan sekitarnya. Selain itu, tujuan pendirian taman ini adalah untuk menyediakan sarana belajar tentang alam, meningkatkan kesadaran masyarakat akan lingkungan, tanaman, dan binatang, serta memberikan sumbangsih di bidang pendidikan.

Taman Botani Sukorambi memiliki luas sekitar 12 hektar dan menawarkan berbagai koleksi tanaman, hewan, permainan, dan wahana yang dapat dinikmati oleh pengunjung dari segala umur. Taman ini juga memiliki fasilitas Pondok Gaharu yang baru, yang dapat digunakan untuk berbagai kegiatan.

Taman Botani Sukorambi terletak sekitar 7 kilometer di sebelah barat Kota Jember, dengan alamat Jalan Mujahir, Sukorambi, Jember, Jawa Timur, Indonesia. Tempat ini menjadi destinasi wisata yang cocok untuk segala usia, karena fasilitasnya lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan setiap anggota keluarga. Selain itu, taman ini juga menjadi tempat wisata keluarga yang menarik untuk dikunjungi, terutama pada akhir pekan.

Taman Botani Sukorambi tidak hanya menawarkan rekreasi, tetapi juga menjadi tempat edukasi. Di sini, pengunjung dapat belajar tentang berkebun dengan teknik hidroponik dan menikmati koleksi flora dan fauna yang tersebar di berbagai sudut taman. Taman ini juga menjadi tempat yang indah untuk berfoto dan menikmati pemandangan alam yang segar.

Jadi, Taman Botani Sukorambi didirikan oleh Bapak H. Abdul Kahar Muzakir pada tahun 2006 dengan tujuan menciptakan tempat rekreasi alami, menyediakan sarana belajar tentang alam, dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan lingkungan. Taman ini menawarkan berbagai koleksi tanaman, hewan, permainan, dan wahana yang dapat dinikmati oleh pengunjung dari segala umur. Taman Botani Sukorambi terletak di Sukorambi, Kabupaten Jember, Jawa Timur, sekitar 7 kilometer di sebelah barat Kota Jember.

Visi Dan Misi Organisasi

Visi Taman Botani Sukorambi mungkin berfokus pada:

- Taman Botani Sukorambi sebagai sarana edukasi wisata alam sekaligus tempat rekreasi bagi pelajar/mahasiswa khususnya dan masyarakat pada umumnya, dan sebagai salah satu ikon wisata Kabupaten Jember.

Misi Taman Botani Sukorambi mungkin meliputi:

- Melengkapi koleksi flora, fauna dan sarana wisata edukasi yang berkaitan dengan alam terutama bagi pelajar dan mahasiswa.
- Memberikan program-program agar seluruh lapisan masyarakat, kelompok dan keluarga di Jember dapat berwisata di Taman Botani Sukorambi.
- Mengadakan acara yang berkaitan dengan alam dan Pendidikan
- Bekerja sama dengan sekolah, perguruan tinggi, swasta dan instansi terkait wisata edukasi.
- Memberikan info terhadap pengunjung tentang taman wisata lain di kota Jember.
- Mendukung program-program pemerintah terkait kepariwisataan, Pendidikan, dan ekonomi.

- Dengan semakin majunya perekonomian dan berkembangnya pariwisata Jember yang memicu banyaknya permintaan pembudidayaan ikan air tawar segar, maka Taman Botani Sukorambi juga menyediakan segala macam permintaan dalam jumlah tertentu dan dalam jangka panjang.

Tugas Pokok Unit Kerja

Taman Botani Sukorambi Jember memiliki tugas pokok untuk menyediakan tempat rekreasi alami bagi masyarakat Jember dan sekitarnya. Taman ini juga bertujuan untuk menjadi sarana belajar tentang alam, meningkatkan kesadaran masyarakat akan lingkungan, tanaman, dan binatang. Taman Botani Sukorambi menawarkan berbagai koleksi tanaman, hewan, permainan, dan wahana yang dapat dinikmati oleh pengunjung dari segala usia.

Meskipun tidak ada informasi yang spesifik mengenai unit kerja dalam Taman Botani Sukorambi Jember, dapat diasumsikan bahwa terdapat berbagai unit kerja yang terlibat dalam menjalankan berbagai aspek operasional taman ini. Beberapa unit kerja yang mungkin terlibat antara lain:

1. Unit Perawatan Tanaman: Bertanggung jawab untuk merawat dan memelihara berbagai koleksi tanaman yang ada di taman. Mereka melakukan pemangkasan, penyiraman, pemupukan, dan perawatan lainnya untuk menjaga keindahan dan kesehatan tanaman.
2. Unit Perawatan Hewan: Bertanggung jawab untuk merawat dan memelihara hewan-hewan yang ada di taman. Mereka memberikan makanan, perawatan kesehatan, dan menciptakan lingkungan yang sesuai untuk hewan-hewan tersebut.
3. Unit Kebersihan: Bertanggung jawab untuk menjaga kebersihan dan keindahan taman. Mereka melakukan pembersihan, pengelolaan sampah, dan pemeliharaan fasilitas umum di dalam taman.
4. Unit Keamanan: Bertanggung jawab untuk menjaga keamanan pengunjung dan fasilitas di dalam taman. Mereka melakukan patroli keamanan, pengawasan, dan penegakan aturan taman.
5. Unit Pelayanan Pengunjung: Bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pengunjung. Mereka memberikan informasi, menjawab pertanyaan, dan membantu pengunjung dalam menikmati fasilitas dan kegiatan di dalam taman.

Pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) ini dimulai pada tanggal 26 Desember 2023, yang mana diawali dengan koordinasi penempatan tugas oleh Kepegawaian Taman Botani Kabupaten Jember sekaligus dosen pamong pada saat pelaksanaan PPL. Dilanjutkan dengan pengenalan tempat kerja yang dijelaskan oleh Kepegawaian, dimana kami ditempatkan di Bidang Umum dan Marketing. Selanjutnya yaitu sedikit sambutan prakata dari bapak manajer umum/ SDM yaitu bapak Andi Harianto, SS. Dan dosen pamong lapangan yaitu bapak Rizky Perdana I.C., SE. Sekaligus pengenalan dan juga penerimaan mahasiswa PPL di Taman Botani Sukorambi Jember. Selanjutnya dijelaskan mengenai seksi-seksi yang ada di bidang Umum dan Marketing yang meliputi pekerjaan apa saja yang dilakukan di dalam ruangan khususnya bidang Umum dan Marketing. Selanjutnya diperkenalkan kepada beberapa karyawan yang ada di bidang Umum dan Marketing. Tujuan dari pengenalan tersebut dilakukan tidak lain karena untuk mempermudah pada saat proses pelaksanaan PPL berlangsung, dimana untuk membuat komunikasi dapat terjalin dengan baik dan juga program kerja yang akan di laksanakan dapat menjadi lebih mudah.

- a. Who : Siapa yang bertanggung jawab mempertahankan loyalitas wisatawan?
Mempertahankan loyalitas wisatawan dapat menjadi tanggung jawab bersama antara manajemen taman botani, pemerintah setempat, dan masyarakat sekitar. Manajemen taman botani bertanggung jawab untuk menyediakan pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan, termasuk kualitas pelayanan, kebersihan, dan keamanan. Pemerintah setempat dapat bertanggung jawab dalam memastikan infrastruktur pendukung dan keamanan di sekitar taman botani. Sementara itu, masyarakat sekitar juga memiliki peran dalam mempertahankan kebersihan dan keamanan lingkungan sekitar taman botani, yang juga dapat memengaruhi pengalaman wisatawan. Tanggung jawab mempertahankan loyalitas wisatawan di Taman Botani Jember dapat menjadi tanggung jawab bersama antara manajemen taman botani, pemerintah setempat, dan masyarakat sekitar. Dengan kerjasama yang baik antara ketiga pihak tersebut, dapat diharapkan pengalaman wisatawan di Taman Botani Jember tetap memuaskan dan mempertahankan loyalitas mereka.
- b. What : Apa itu marketing Taman Botani
Taman Botani, atau kebun botani, adalah suatu lahan yang ditanami berbagai jenis tumbuhan yang ditujukan untuk keperluan koleksi, penelitian, dan konservasi ex-situ (di luar habitat). Selain untuk penelitian, kebun botani dapat berfungsi sebagai sarana wisata dan pendidikan bagi pengunjung. Taman Botani juga dapat memiliki fungsi sebagai tempat pendidikan, konservasi, dan penelitian. Tumbuhan koleksi dipelihara dan diberi keterangan nama serta informasi lainnya yang berguna bagi pengunjung. Taman Botani juga dapat memiliki bangunan khusus untuk menumbuhkan koleksi yang tidak dapat hidup pada iklim alami tempat itu atau memerlukan perawatan khusus, seperti rumah kaca atau klimatron. Taman Botani juga dapat memiliki perpustakaan dan herbarium yang diperlukan untuk kegiatan penelitian dan dokumentasi. Taman Botani dapat menjadi tempat yang menarik untuk dikunjungi dan dapat memberikan pengalaman edukatif serta rekreasi bagi pengunjung.
Marketing Taman Botani melibatkan promosi sebagai tempat wisata yang menarik, edukatif, dan rekreasi, serta menekankan pada keberagaman koleksi tumbuhan, kegiatan penelitian, dan pendidikan bagi pengunjung. Dengan strategi pemasaran yang tepat, Taman Botani dapat menarik minat pengunjung dan mempertahankan loyalitas mereka.
- c. When : Kapan dapat mengimplementasikan mempertahankan loyalitas wisatawan?

Anda dapat mengimplementasikan program loyalitas pelanggan sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk mempertahankan loyalitas wisatawan Taman Botani. Dengan program loyalitas, Anda dapat menciptakan berbagai kampanye pemasaran melalui program loyalitas pelanggan, baik secara online maupun offline. Program loyalitas bertujuan untuk meningkatkan retensi pelanggan, memotivasi wisatawan untuk berkunjung lebih sering, dan membangun hubungan yang kuat antara wisatawan dan destinasi pariwisata. Dengan cara ini, program loyalitas dapat membantu meningkatkan pendapatan bisnis, mengurangi tingkat perpindahan pelanggan ke pesaing, dan menciptakan komunitas pelanggan yang setia dalam jangka panjang. Oleh karena itu, implementasi program loyalitas wisatawan dapat membantu dalam mempertahankan loyalitas wisatawan Taman Botani.

- d. Why : Kenapa loyalitas wisatawan sangat penting?
Loyalitas wisatawan terhadap Taman Botani sangat penting karena dapat membantu dalam meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi dan menikmati pengalaman di taman botani tersebut. Daya tarik objek wisata, seperti Taman Botani, adalah faktor penting yang menjadi tujuan wisatawan untuk datang ke suatu daerah tertentu. Dengan demikian, menjaga loyalitas wisatawan akan membantu dalam mempertahankan daya tarik objek wisata dan meningkatkan minat wisatawan untuk kembali berkunjung.
Selain itu, memiliki pelanggan yang loyal juga penting bagi bisnis, karena mereka dapat membantu dalam menjaga keberlangsungan pertumbuhan perusahaan. Loyalitas pelanggan dapat membuat bisnis bertahan lama dan kuat, serta membantu dalam meningkatkan angka penjualan. Oleh karena itu, menjaga loyalitas wisatawan terhadap Taman Botani juga memiliki dampak positif dalam konteks bisnis pariwisata.
Dengan demikian, menjaga loyalitas wisatawan terhadap Taman Botani tidak hanya penting untuk mempertahankan daya tarik objek wisata, tetapi juga untuk mendukung keberlangsungan pertumbuhan bisnis pariwisata.
- e. Where : Dimana wisatawan dapat melakukan kritik dan saran?
Wisatawan Taman Botani dapat memberikan kritik dan saran melalui beberapa saluran yang disediakan oleh manajemen Taman Botani. Salah satu saluran yang umum digunakan adalah melalui formulir atau buku tamu yang tersedia di lokasi Taman Botani. Selain itu, wisatawan juga dapat memberikan kritik dan saran melalui media sosial resmi Taman Botani, seperti halaman Facebook, Instagram, atau situs web resmi. Beberapa wisatawan juga mungkin memberikan kritik dan saran melalui platform ulasan wisata seperti Trip Advisor atau situs sejenisnya.
Diharapkan bahwa dengan memberikan kritik dan saran, wisatawan dapat membantu manajemen Taman Botani untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengunjung di Taman Botani Jember.
- f. How : Bagaimana cara marketing mempertahankan loyalitas wisatawan.
Untuk mempertahankan loyalitas wisatawan, terdapat beberapa strategi pemasaran yang dapat diterapkan:
- Kemudahan Bertransaksi: Memperhatikan bagaimana cara bertransaksi di tempat wisata, seperti menyediakan sistem transaksi yang mudah dan beragam alat pembayaran, dapat membuat wisatawan merasa nyaman dan kembali untuk melakukan pembelian di lain waktu .
 - Penawaran Menarik: Menyediakan produk atau penawaran yang menarik, serta program loyalitas, dapat membantu mempertahankan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa mendapatkan nilai tambah dari kunjungan mereka cenderung lebih loyal.
 - Kualitas Produk dan Pelayanan: Menjaga dan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan juga merupakan faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pengunjung. Kualitas produk dan pelayanan yang baik akan membantu membangun loyalitas pelanggan jangka panjang .
 - Menciptakan Nilai bagi Pengunjung: Dengan menciptakan nilai bagi pengunjung, seperti pengalaman yang memuaskan dan program loyalitas yang menarik, destinasi pariwisata dapat menarik kunjungan yang berulang dan meningkatkan loyalitas pengunjung .

Dengan menerapkan strategi marketing yang memperhatikan kemudahan bertransaksi, penawaran menarik, kualitas produk dan pelayanan, serta menciptakan nilai bagi pengunjung, destinasi pariwisata, termasuk Taman Botani Jember, dapat mempertahankan loyalitas pengunjung secara efektif.

Implementasi marketing merupakan suatu proses penerapan pemasaran dalam rangka meningkatkan penjualan, kesadaran kualitas, dan interaksi dengan konsumen. Ini juga dapat melibatkan penggunaan berbagai teknik pemasaran, termasuk pemasaran digital, pemasaran media sosial, dan strategi pemasaran terpadu dalam marketing Taman Botani Sukorambi Jember. Dan penggunaan teknik pemasaran yang sesuai dengan perkembangan teknologi. Misalnya, penerapan digital marketing dapat membantu Taman Botani untuk mendapatkan perkembangan bisnis dengan menarik perhatian pengunjung secara tepat dan cepat.

Implementasi marketing untuk mempertahankan loyalitas pengunjung dapat dilakukan melalui relationship marketing. Relationship marketing merupakan suatu penerapan pemasaran yang bertujuan untuk memahami, mengantisipasi perilaku pengunjung, dan mengembangkan hubungan yang lebih kuat antara Taman Botani dengan pengunjung. Implementasi relationship marketing menjadi penerapan perusahaan dalam membangun hubungan yang berkelanjutan dengan pengunjung. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan kesetiaan wisatawan agar dapat bertahan dalam jangka panjang .

Dalam hal ini, loyalitas juga dapat menjadi bagian dari implementasi marketing untuk mempertahankan kesetiaan pengunjung. Program loyalitas merupakan upaya Taman Botani untuk menjaga kesetiaan pengunjung terhadap layanan atau barang yang ditawarkan. Program ini menjadi strategi jangka panjang bagi pengusaha untuk mempertahankan bisnisnya.

Dalam konteks pemasaran, personalisasi pengalaman pengunjung juga dapat menjadi bagian dari implementasi marketing untuk mempertahankan loyalitas terhadap Taman Botani. Personalized marketing mengharuskan bisa untuk mencoba memahami apa yang disukai setiap pengunjung, dan kemudian memberikan pengalaman yang sesuai.

Dalam praktik pengalaman lapangan di Taman Botani Sukorambi dalam hal Marketing dapat mencakup berbagai aspek yang relevan. Berikut adalah pembahasan rinci mengenai praktik pengalaman di taman botani tersebut dalam konteks pemasaran:

1. Segmentasi Pasar: Praktik pengalaman di Taman Botani Sukorambi mungkin melibatkan segmentasi pasar yang jelas. Hal ini mencakup identifikasi kelompok-kelompok pengunjung potensial berdasarkan demografi, minat, dan preferensi. Dengan memahami siapa target pasar mereka, taman botani dapat mengarahkan upaya pemasaran mereka dengan lebih efektif.
2. Branding dan Identitas Visual: Taman Botani Sukorambi harus memiliki identitas visual yang kuat untuk membedakan diri mereka dari tempat wisata lainnya. Hal ini termasuk desain logo, warna, dan gaya komunikasi yang konsisten untuk menciptakan citra merek yang kuat di mata pengunjung.
3. Promosi dan Kampanye Pemasaran: Praktik pengalaman di taman botani mungkin melibatkan penggunaan berbagai strategi promosi dan kampanye pemasaran. Ini dapat mencakup penggunaan media sosial, iklan online, kerjasama dengan agen perjalanan, dan penyelenggaraan acara khusus untuk menarik perhatian pengunjung potensial.
4. Pengalaman Pengunjung: Pemasaran di Taman Botani Sukorambi juga harus mencakup penciptaan pengalaman yang menarik dan berkesan bagi pengunjung. Ini meliputi penyediaan informasi yang jelas dan menarik tentang koleksi tanaman, fasilitas yang nyaman, dan pelayanan yang ramah dan informatif.
5. Kemitraan dan Kerjasama: Taman Botani Sukorambi dapat menjalin kemitraan dengan sekolah umum dan bisnis lokal lainnya untuk saling mempromosikan dan meningkatkan daya tarik wilayah mereka secara keseluruhan.
6. Pengukuran Kinerja: Penting bagi taman botani untuk terus mengukur efektivitas upaya pemasaran mereka. Hal ini dapat dilakukan melalui survei pengunjung, analisis data penjualan, dan pengukuran tingkat kehadiran.
7. Dengan menggabungkan semua elemen ini, praktik pengalaman di Taman Botani Sukorambi dapat menciptakan strategi pemasaran yang kuat dan efektif untuk menarik pengunjung dan mempromosikan keberadaan mereka sebagai tujuan wisata yang menarik.

KESIMPULAN

Taman Botani Sukorambi merupakan taman botani yang terletak di Sukorambi, Kabupaten Jember, Jawa Timur, Indonesia. Taman ini memiliki konsep "Rekreasi sambil Belajar" dengan luas sekitar 12 hektar, menyajikan aneka ragam koleksi tanaman, hewan, permainan, dan wahana-wahana yang dapat dinikmati oleh pengunjung dari segala umur. Taman Botani Sukorambi didirikan pada tahun 2006 dengan konsep rekreasi sambil belajar. Taman ini menawarkan beragam atraksi dan wahana permainan menarik, serta memiliki 500 koleksi flora dan fauna yang tersebar di beberapa sudut taman. Selain itu, taman ini juga memiliki fasilitas untuk belajar tentang alam, tanaman, dan binatang, serta menyediakan sarana untuk dapat mempelajari alam dan mengajak para pengunjung untuk bisa mencintai dan menghargai alam

Dalam konteks pemasaran, Taman Botani Sukorambi dapat dianggap sebagai tempat wisata edukasi dengan beragam atraksi. Konsep "Rekreasi sambil Belajar" yang diusung taman ini menunjukkan bahwa pemasaran dilakukan dengan menekankan pada aspek edukasi dan rekreasi. Diharapkan bahwa melalui konsep ini, taman ini dapat membantu dalam menyediakan sarana belajar tentang alam, serta membantu pemerintah dalam rangka meningkatkan kesadaran masyarakat akan lingkungan, tanaman, dan binatang. Dari segi pemasaran, Taman Botani Sukorambi juga memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan YouTube untuk mempromosikan kegiatan-kegiatan seperti lomba foto. Hal ini menunjukkan bahwa taman ini juga mengadopsi strategi digital marketing untuk meningkatkan kunjungan wisata.

Dengan demikian, implementasi pemasaran di Taman Botani Sukorambi dapat dilihat dari konsep "Rekreasi sambil Belajar" yang diusung, penekanan pada aspek wisata edukasi, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Semua ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan lingkungan, tanaman, dan binatang, serta menarik lebih banyak pengunjung untuk menikmati pengalaman rekreasi dan pembelajaran di taman botani ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis disampaikan kepada seluruh pihak yang memberikan kontribusi selama kegiatan PPL dilaksanakan khususnya terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.ag., M.M., CPEM. selaku rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.ag. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
3. Dr. Hj. Nurul Widyawati I.R., S.sos., M.si sebagai Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
4. Dr. Hj. Muhmudah, S.Ag., M.E.I sebagai Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
5. Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si. sebagai Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
6. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I sebagai Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
7. Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M sebagai Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam.
8. Dr. Nur Ika Mualiyah, M.AK sebagai Koor. Prodi Akuntansi Syariah.
9. Dr. Hj. Nurul Setianingrum, SE.,M.M. sebagai Dosen Pembimbing Lapangan.
10. Dan teman-teman anggota kelompok yang sudah mampu bekerja sama dalam pembuatan laporan akhir PPL ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bilhaq, 2022. Analisis Implementasi Strategi Marketing Public Relation Bank Syariah Indonesia Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.
- Indriasari, 2021. Penerapan Strategi dalam Upaya Mempertahankan Loyalitas dan Kepuasan Pelanggan Melalui Pemanfaatan E-Commerce. <https://proceeding.iainkudus.ac.id/index.php/NCOINS/article/view/55>
- Darmawangsa, Anak, and I. Sri Ardani. 2015. "Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen." E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana 4(8):255354.
- Indri Hastuty Lidyawati, 2013. Implementasi Relationship Marketing Sebagai Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. <https://jurnal.stibsa.ac.id/index.php/jbma/article/view/12/11>
- Megi Saputra, 2021. Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Ampera Putra Tanjung Lima Kaum Kabupaten Tanah Datar
- Hurriyati, R. 2005. Baruan Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabet
- Mulyadi. 2015. Daya Tarik Wisata, Buku 1. Salemba Empat. Jakarta.
- Alma, B. 2007. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Prakoso, Dimas Bayu. 2020. Pengaruh pengalaman wisatawan terhadap kepuasan dan kepercayaan serta niat berkunjung kembali (Studi pada wisatawan di wisata alam Posong Temanggung). Jurnal Dialektika, 5(2), 185-201. <http://dx.doi.org/10.36636/dialektika.v5i2.465>
- Riadi, D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali ke desa wisata hijau Bilebante yang dimediasi oleh kepuasan wisatawan. Jurnal Riset Pemasaran, 2(2), 38-49. <https://doi.org/10.29303/jrp.v2i2.2678>
- Sulistiyani, E. 2010. Membangun Loyalitas Wisatawan Melalui Peningkatan Kualitas Obyek Wisata, Promosi dan Kepuasan Wisatawan di Kawasan Wisata Tawangmangu Karanganyar. Jurnal Pengembangan Humaniora. 10(3), Desember.
- Paliliati, A. 2007. Analisa Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan terhadap loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan.
- Lupiyoadi, Rambat. 2007. Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi 2). Jakarta: Salemba Empat.