

BAB II

IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

2.1 Data Pariwisata di Kabupaten pati

Dalam www.direktoripati.com menyebutkan di Kabupaten Pati sebenarnya memiliki potensi pariwisata yang cukup baik, namun dari pihak Pemkab sendiri pengelolaan di setiap tempat pariwisata kurang diperhatikan dan kurang maksimal. Pariwisata di Kabupaten Pati terdiri dari tiga jenis pariwisata yaitu wisata alam, wisata religi, dan wisata buatan.

Wisata alam yang dimiliki oleh Kabupaten pati diantaranya yaitu waduk Gunung Rowo, waduk seloromo, agro wisata Regaloh, Goa Pancur, dan pelabuhan Banyutowo. Kemudian wisata religi gerbang majapahit, masjid agung Pati, makam Ki Ageng Ngerang dan Nyai Ageng Ngerang, Syeh Jangkung atau Saridin, makam Mbah Ahmad Mutamakkin, dan Mbah Tabek Merto. Wisata yang terakhir adalah wisata buatan yaitu Juwana Water Fantasy dan kolan renang byar-byur di Desa Winong.

Menurut www.direktoripati.com dari semua tempat pariwisata tersebut tempat wisata yang paling sering dikunjungi adalah waduk Runung Rowo kemudian waduk Seloromo baru setelah itu Juwana Water Fantasy. Hal tersebut disebabkan karena waduk Guung Rowo sudah hadir jauh sebelum wisata alam lainnya.

Dalam halaman lain yang dimuat oleh www.direktoripati.com menyebatkan bahwa akibat pengelolaan yang kurang maksimal mengakibatkan pariwisata di Kabupaten Pati tidak mampu bersaing dengan Kabupaten sekitar Pati seperti Kabupaten Kudus, Jepara, dan Rembang yang lebih aktif menggerakkan sektor pariwisatanya. Oleh sebab itu pariwisata di Kabupaten Pati seperti tertutup oleh kabupaten-

kabupaten tersebut sehingga masyarakat luas lebih memilih kabupaten tersebut untuk berpariwisata daripada Kabupaten Pati.

2.2 Tinjauan Tentang Produk

2.2.1 Data Klien

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan bapak Purwanto selaku manager umum Juwana Water Fantasy diperoleh berbagai data sebagai berikut :

A. Latar Belakang

Pariwisata di Kabupaten Pati terhitung sangat tertinggal dibandingkan dengan kabupaten-kabupaten lain yang berada di Jawa tengah. Hal itu disebabkan karena kabupaten Pati masih sangat sedikit tempat wisata yang bisa dikunjungi. Disisi lain kebutuhan akan pariwisata di Kabupaten Pati dari tahun ke tahun semakin meningkat. Untuk itu pihak manajemen Juwana Water Fantasy ingin ikut serta dalam pemenuhan kebutuhan akan berpariwisata. Yaitu dengan mendirikan sebuah obyek wisata yang mampu memenuhi akan kebutuhan tersebut dan ikut berperan dalam mengembangkan pariwisata di Kabupaten Pati sehingga Kabupaten Pati mampu bersaing dengan kabupaten lain di bidang pariwisata. Juwana water Fantasy didirikan di Kecamatan juwana yang merupakan kecamatan paling maju di Kabupaten Pati baik dari sektor ekonomi maupun sumber daya manusia. Pemilihan hal tersebut tidak luput dari Kecamatan juwana yang berada di jalur pantura sehingga akan sangat mudah dalam mengaksesnya. Selain itu cuaca yang cukup panas menjadi gagasan pendirian wahana dengan bertemakan air.

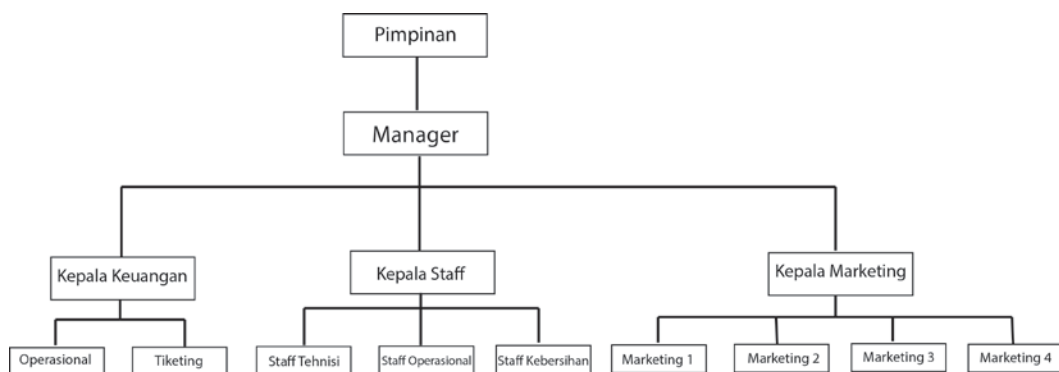
B. VISI

Menjadi obyek wisata unggulan di Kabupaten Pati dan dipercaya oleh masyarakat di seluruh Kabupaten Pati pada khususnya dan masyarakat Jawa Tengah pada umumnya.

C. MISI

- Mewujudkan pelayanan yang baik kepada pengunjung
- Terus berkembang dalam pembangunan wahana dan infrastruktur
- Membentuk citra Juwana water Fantasy di kalangan masyarakat luas

D. Struktur Organisasi



Gambar 2.1 Struktur Organisasi

(Sumber: Juwana Water Fantasy)

E. Profil dan fasilitas



Gambar 2.2 Logo Juwana Water Fantasy

(Sumber : www.juwanawaterfantasy.com)

Juwana Water Fantasy (JWF) adalah tempat wisata keluarga yang terdapat di Kabupaten Pati, JWF adalah tempat wisata keluarga dengan bertemakan air. Penampakan depan dari JWF merupakan bentuk bangunan yang terinspirasi dari Tembok Benteng Romawi. Juwana Water Fantasy merupakan sarana rekreasi yang terdapat banyak arena permainan darat dan air. Terdiri dari 37 wahana permainan yang siap digunakan. Juwana Water Fantasy dibangun diatas lahan dengan luas area 5 hektare.

Wahana yang terdapat di Juwana Water Fantasy antara lain :

1. Jet Coaster

Jet coaster di Juwana Water Fantasy merupakan wahana ekstrim yang dimiliki oleh Juwana Water Fantasy. Wahana ini terbilang wahana baru yang dimiliki oleh Juwana Water Fantasy. Jet coaster ini hadir dan diresmikan pada bulan Februari 2014. Wahana ini terbilang cukup menantang dengan panjang lintasan sekitar 60 meter dengan kecepatan maksimal 80 km/h. Wahana ini merupakan satu-satunya wahana jet coaster yang berada di karisidenan pati. karena wahana ini adalah wahana yang ekstrim dan memerlukan perawatan yang lebih intensif jadi sangat jarang obyek wisata memiliki wahana jet coaster.



Gambar 2.3 Jet Coaster

Sumber : Rudi Alfiyanto

2. Viking kora-kora

Wahana ini memiliki ukuran yang cukup besar. Dengan daya tampung 20 orang yang mampu berayun 90 derajat di ketinggian maksimal sekitar 12 meter. Wahana ini juga merupakan wahana satu-satunya yang berada di Karisidenan Pati.



Gambar 2.4 Viking kora-kora

Sumber : Rudi Alfiyanto

3. Gua Hantu

Goa hantu merupakan wahana horor yang berisi hantu-hantu buatan. Hantu yang berada di dalamnya menggunakan sensor gerak. Jadi jika ada seseorang melintas di sensor tersebut maka hantu akan otomatis bergerak sendiri. Goa hantu ini mempunyai lorong yang cukup panjang.

4. Playground

Merupakan taman bermain yang diperuntukkan untuk semua pengunjung. Jadi jika pengunjung lelah pengunjung bisa istirahat dan dan sedikit bermain seperti ayunan dan sebagainya disini.

5. Area bermain anak

Area bermain anak merupakan wahana yang disediakan untuk anak-anak. Wahana ini seperti taman dengan permainan-permainan kecil seperti prosotan, ayunan, lorong, jembatan

kayu. Ada terdapat sekitar tiga area bermain anak di Juwana Water Fantasy.

6. Mini Train

Mini train merupakan wahana berupa kereta mini. Kereta mini tersebut sudah memiliki jalur atau rel tersendiri. Mini train tersebut bisa digunakan dari anak-anak hingga orang dewasa.

7. ATV

Merupakan wahana yang dimainkan menggunakan motor ATV. Memiliki lintasan tersendiri. Lintasan terbuat dari tanah dengan panjang lintasan sekitar 70 meter.

8. Mini Trail

Wahana perainan yang memiliki tempat yang sama dengan ATV namun motor yang digunakan adalah motor trail berukuran kecil dengan mesin diesel.

9. Flying Fox

Flying fox mempunyai panjang lintasan yang cukup panjang yaitu sekitar 50 meter. Lintasan yang dilalui yaitu melewati danau buatan yang berada di area Juwana water Fantasy sehingga menambah kesan yang menantang.

10. Bumper Car

Bumper car merupakan mobil yang dapat dinaiki oleh satu orang dengan lintasan karet dengan bahan bakar listrik yang bisa digunakan untuk bertabrak-tabrakan.. Bumper car memiliki area bermain sekitar 10x5 meter.

11. Bioskop 3D

Bioskop 3D merupakan bioskop mini yang memutar film berformat 3D. Film yang ditayangkan memiliki durasi selama 15 menit. Untuk menontonnya pengunjung akan diberikan kacamata khusus 3D dari JWF.

12. Miniatur Keajaiban Dunia

Wahana ini merupakan wahana berupa taman yang berisi replika bangunan-bangunan dari tujuh keajaiban dunia. Diantaranya adalah candi borobudur, menara eifel, patung spinx, tembok cina, dan lainnya

13. Lapangan Futsal

Lapangan ini merupakan lapangan futsal berukuran standar yang memiliki alas rumput sintetis. Namun untuk dapat bermain disana pengunjung akan dikenakan biaya tambahan sebesar Rp. 90.000,- per satu jamnya.

14. Becak Mini

Mecak mini merupakan becak yang berukuran kecil dengan kapasitas satu orang dewasa namun jika yang menaiki anak-anak dapat menampung dua orang. Becak mini tersebut hanya mempunyai lintasan yang kecil sekitar 10x5 meter.

15. Panggung Gembira

Panggung ini merupakan panggung yang disediakan oleh pengelola untuk menambah kemeriahan di Juwana Water Fantasy. Panggung ini biasa digunakan untuk pertunjukan musik baik musik dangdut maupun pop.

16. Trampolin

Trampolin disini bukan sekedar trampolin biasa yang digunakan untuk loncat-loncat. Namun trampolin disini diberi tiang dikedua sisi yaitu kiri yang diberi tali pelontar. Jadi setiap orang akan mampu meloncat dengan ketinggian maksimal sekitar 5 meter. Namun untuk memainkan wahana ini dibatasi dengan berat badan maksimal 60 kg demi keselamatan pengguna.

17. Banteng Rodeo

Untuk banteng rodeo ini merupakan banteng mekanik yang sudah terprogram oleh operator. Pengunjung akan naik ke atas

banteng kemudian banteng akan berputar sesuai dengan program. Permainan akan berhenti jika pengguna terjatuh dari banteng. Jika pengguna jatuh pengguna akan terjatuh di alas yang terbuat dari balon udara jadi kemungkinan untuk cedera sangat sedikit.

18. Gajah Terbang

Merupakan wahana bermain rang memiliki bentuk gajah sebagai display. Wahana ini berkerak memutar dan bisa naik dan turun. Ukurannya cukup besar dan bisa juga dinaiki oleh orang dewasa.

19. Komedi Putar

Wahana ini ditujukan untuk anak-anak. Wahana ini seperti wahana komedi putar lainnya dengan patung-patung kuda yang digantung dan diputar dengan mesin.

20. Rumah Kaca

Wahana ini menyajikan petualangan menjelajahi rumah yang terbuat dari kaca. Pengunjung ditantang untuk menemukan jalan keluar dari rumah kaca tersebut. Untuk keluar dari sana cukup susah, karena pencahayaan dibuat gelap agar terasa lebih menantang.

21. Cangkir Putar

Merupakan wahana yang dibuat menyerupai cangkir sebagai tempat duduk. Pergerakan dari wahana ini terdiri dari dua bagian. Yang pertama perputaran stabil dari tempat wahana kemudian perputaran cangkir itu sendiri yang tiba-tiba berbalik arah.

22. Bianglala

Bianglala ini masih seperti layaknya bianglala pada umumnya. Dengan menaiki bianglala ini pengunjung bisa melihat seluruh area Juwana Water Fantasy.

23. Kapal Bajak Laut

Kapal bajak laut merupakan sebuah bangunan berupa kapal yang diletakkan di pinggir kolam arus sehingga pengunjung bisa bermain diatas kapal ini.

24. Istana air

Merupakan area untuk bermain anak-anak yang didalamnya berisi permainan kecil. Diantaranya memancing, mandi bola, dan lain-lain

25. Area Game

Wahana ini berisi berbagai permainan game koin. Untuk bisa bermain pengunjung harus menukar uang dengan koin khusus yang sudah disediakan.

26. Family Karaoke

Merupakan wahana karaoke mini dengan besar ruangan 2x3 meter dengan tv lcd dan dua microphone. Untuk memainkannya pengunjung dikenai biaya tambahan sebesar Rp 10.000,- untuk 15 menit.

27. Becak Air

Becak air dioperasikan di danau buatan Juwana Water Fantasy. Danau buatan ini cukup luas jadi pengunjung bisa berputar-putar di danau sampai puas. Kapasitas becak air tersebut ada dua macam yaitu kapasitas dua orang dan empat orang.

28. Kolam Tumpah

Merupakan kolam yang ada ember tumpahnya. Ember tumpah berukuran sedang karena wahana ini merupakan wahana untuk anak-anak. Ember akan menumpahkan isinya selama 5 menit sekali.

29. Kolam Taman Air

Merupakan area taman bermain untuk anak-anak yang merupakan taman bermain air. terdiri dari pancuran, air mancur, prosotan air, playground air, dan lainnya.

30. Kolam Renang Dewasa

Kolam ini merupakan kolam biasa yang diperuntukkan untuk orang dewasa. Kolam ini memiliki kedalaman 100 cm sampai 160 cm

31. Kolam Arus

Kolam arus merupakan kolam yang memanjang mengelilingi area air. kolam ini memiliki arus yang diciptakan oleh mesin. Jadi dengan menggunakan ban pelampung pengunjung dapat bersantai dan menikmati dirinya terbawa oleh arus.

32. Seluncur Air Speed

Seluncur ini diperuntukkan kepada para remaja hingga dewasa. Seluncur ini memiliki karakteristik yang menukik sehingga kecepatan yang dihasilkan cukup tinggi. Seluncur ini dapat dilang cukup menantang karena tidak semua orang berani menggunakannya.

33. Seluncur Air Medium

Seluncur air ini memiliki karakteristik yang lebih landai. Kecepatan yang dihasilkan pun tidak terlalu cepat.

34. Seluncur Air Panjang

Seluncur air ini memiliki kriteria dengan trek yang panjang. Sehingga pengunjung akan merasakan sensasi meluncur dengan waktu yang cukup lama. Kecepatan yang dihasilkan pun tidak begitu cepat. Jadi pengunjung akan lebih merasa rileks jika berseluncur disini.

35. Seluncur Air Ban

Seluncur air ini dikhususkan kepada pengunjung yang ingin berseluncur menggunakan ban pelampung. Seluncur dibuat lebar agar mampu menampung ban yang berukuran besar.

36. Area *Outbond*

Area ini terdiri dari jembatan jaring-jaring tali kemudian dilanjutkan dengan jembatan kayu gantung yang dengan pegangan seutas tali. Area ini dibangun diatas danau buatan sehingga terasa lebih menantang. Tentu saja pengunjung harus memakai tali pengaman untuk bermain disini.

37. Taman Kereta Kuda

Taman ini memiliki patung kereta kuda yang sangat besar. Pengunjung bisa menaikinya untuk sekedar beristirahat maupun berfoto. Kereta ini bisa dinaiki oleh tiga orang dewasa.

2.2.2 Data Konteks

A. Price

Juwana Water Fantasy merupakan tempat pariwisata, ada dua harga yang ditawarkan oleh Juwana Water Fantasy yaitu harga pada hari-hari biasa dan harga *weekend*. Selain itu ada dua jenis tiket yang bisa di dapatkan yaitu tiket masuk biasa dan tiket masuk terusan. Tiket masuk pada hari biasa bisa didapatkan dengan harga Rp 20.000,00 untuk tiket masuk biasa, dan Rp 45.000,00 untuk tiket masuk terusan. Sedangkan pada *weekend* tiket masuk bisa didapatkan dengan harga Rp. 25.000,00 untuk tiket masuk biasa, dan Rp 45.000,00 untuk tiket masuk terusan. Pada tiket masuk biasa wahana permainan yang dapat diakses hanya wahana permainan air. Jika pengunjung ingin mencoba permainan darat akan dikenai biaya tambahan. Sedangkan untuk tiket terusan pengunjung dapat menikmati seluruh wahana permainan di Juwana Water Fantasy.

B. Place

Juwana Water Fantasy dibangun di tempat yang cukup strategis yaitu Jalan Raya Juwana-Rembang KM 8, Kecamatan Batangan Kabupaten Pati. Karena letaknya berada tepat di jalur pantura Juwana Water Fantasy bisa langsung diakses menggunakan transportasi umum maupun pribadi.

C. Promotion

Promosi yang sudah dilakukan sebelumnya yaitu melalui poster, radio lokal, dan televisi lokal. Untuk poster, penyebarannya hanya di sekitar tempat saja. Iklan radio menggunakan radio lokal. Untuk iklan televisi juga menggunakan televisi lokal, namun iklan tersebut tidak bertahan lama karena biaya untuk iklan tersebut cukup besar.



Gambar 2.5 Media Poster Juwana Water Fantasy

(Sumber : <https://twitter.com/juwanafantasy/status/233767369078628352>)

Poster yang di keluarkan pada saat pertama melakukan promosi penyebarannya hanya berada di lingkungan sekitar Juwana Water Fantasy dan melalui media social.



Gambar 2.6 Baliho

Baliho yang digunakan sebagai media hanya ditempatkan di depan pintu masuk Juwana Water Fantasy. Hal tersebut kurang efektif untuk mendukung berjalannya promosi.

D. Product

Juwana Water Fantasy merupakan bidang usaha yang berjalan pada bidang pariwisata sehingga produk yang dihasilkan yaitu jasa menyediakan tempat untuk berwisata. Juwana Water Fantasy merupakan tempat wisata taman bermain yang mempunyai dua jenis wahana yaitu wahana air dan wahana darat yang masing-masing dapat dimainkan oleh kelompok umur tertentu.

E. People

Juwana Water Fantasy dimiliki oleh perseorangan swasta. Manajemen dijalankan dan dipimpin oleh seorang manager dan dibantu oleh marketing, keuangan, dan kepala staf. Untuk operasional sehari-hari Juwana Water Fantasy memperkerjakan warga setempat dengan berlatar belakang pendidikan minimal

lulusan setara SMA. Dengan kepengurusan yang ada, Juwana Water Fantasi sudah mampu berjalan dengan baik, hanya saja dari bagian pemeliharaan infrastruktur kurang cepat dalam menangani kerusakan. Secara keseluruhan kepengurusan Juwana Water Fantasy sudah cukup kompeten dalam menjalankan pengoperasiaan sehari-hari.

F. Proses

cara menikmati wahana Juwana Water Fantasy pengunjung secara langsung kemudian membeli tiket pada tiket box yang ada di samping pintu masuk wahana. Pelayanan yang diberikan sudah cukup bagus dan profesional, namun pengawasan dan pengamanan yang ada masih perlu ditingkatkan. Proses kontrol infrastruktur masih belum dilakukan dengan baik, sehingga banyak infrastruktur yang mulai rusak dan belum diperbaiki.

G. Physical Evidance

Juwana Water Fantasy merupakan tempat pariwisata yang mempunyai berbagai wahana permainan. Juwana Water Fantasy dibangun di atas lahan seluas kurang lebih 5 hektar. Dengan benteng Romawi pada pintu masuk sebagai ciri khas Juwana Water Fantasy.



Gambar 2.7 Pintu masuk

(Sumber : dokumen Rudi Alfiyanto)



Gambar 2.8 Gerbang Masuk

(Sumber : dokumen Rudi Alfiyanto)



Gambar 2.9 Wahana Darat Gajah Terbang

(Sumber : Dokumen Rudi Alfiyanto)



Gambar 2.10 Wahana Viking Kora-kora

(Sumber : dokumen Rudi Alfiyanto)



Gambar 2.11 Wahana Jet Coaster
(Sumber : dokumen Rudi Alfiyanto)



Gambar 2.12 Wahana air Dewasa
(Sumber : dokumen Rudi Alfiyanto)



Gambar 2.13 Wahana Air Anak
(Sumber : dokumen Rudi Alfiyanto)

H. Marketing yang dilakukan

Pada saat ini Juwana Water Fantasy melakukan sistem marketing door to door. Dengan cara marketing *door to door* target utama yang dituju adalah instansi-instansi publik misalnya sekolah dan biro wisata. Marketing tersebut dilakukan dengan cara mendatangi langsung target *audience* kemudian menawarkan apa yang dimiliki oleh Juwana Water Fantasy. Marketing *door to door* dilakukan karena pihak manajemen menganggap lebih efektif dibandingkan melalui media iklan karena lebih bisa memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan benar-benar bisa diterima oleh *audience*. Namun marketing *door to door* hanya bisa dilakukan kepada target yang berbasis

I. USP (Unique Selling Promotion)

Juwana water Fantasy juga mengadakan beberapa promo diantaranya yaitu :

- Merupakan tempat pariwisata terbaru yang memiliki wahana terbanyak yaitu 37 wahana permainan yang terdiri dari permainan darat dan air sehingga pengunjung akan puas bermain.
- Meberikan diskon 10% kepada pengunjung yang datang secara rombongan dengan jumlah 30 orang ke atas.
- Tiket masuk gratis kepada para pengguna jasa ADIRA kredit.

J. Produk Positioning

Juwana water Fantasy memosisikan dirinya sebagai tempat wisata rekreasi keluarga. Dengan adanya berbagai wahana diharapkan setiap anggota keluarga bisa menikmati berwisata di Juwana Water Fantasy.

K. Data Jumlah Pengunjung

Jumlah pengunjung Juwana Water Fantasy dalam tiga tahun masih belum memenuhi apa yang sudah ditargetkan. Adapun data pengunjung sebagai berikut.

Tabel 2.1 Data Pengunjung

Sumber : Managemen Juwana Water Fantasy

2012		2013		2014	
Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi
30.000	21.500	75.000	61.000	75.000	58.000

2.3 Analisa Juwana Water Fantasy Sebagai Wisata Unggulan Menurut

UU MENBUDPAR NOMOR : PM.37/UM.001/MKP/07

A. Ketersediaan sumber daya dan daya tarik wisata

Juwana Water Fantasy mempunyai ketersediaan sumber daya yaitu berupa tempat pariwisata buatan yang cukup besar. Sumber daya manusia juga sudah cukup baik dalam pelayanan. Dengan banyak wahana yang terdiri dari wahana air dan darat sebanyak 37 wahana permainan sebagai daya tarik. Selain itu juga menjadi satu-satunya tempat wisata berbagai wahana di Kabupaten Pati.

B. Fasilitas pariwisata dan fasilitas umum

Sebagai tempat wisata yang cukup besar, fasilitas Juwana Water Fantasy sudah cukup memadai yaitu 37 wahana permainan dan fasilitas utamanya berupa lahan parkir yang luas, toilet, musholla, pusat oleh-oleh. Untuk fasilitas umum diluar pengelolaan Juwana Water fantasy terdapat hotel sebagai penginapan pengunjung luar kota, kemudian juga terdapat banyak rumah makan yang menyediakan menu makanan indonesia dan makanan khas Juwana.

C. Aksesibilitas

Berdasarkan letaknya yang berada di jalur pantura akses untuk menuju ke Juwana Water Fantasy sangatlah mudah. Pengunjung dapat memanfaatkan transportasi umum maupun kendaraan pribadi dengan mudah.

D. Kesiapan dan keterlibatan masyarakat

Masyarakat di sekitar Juwana Water Fantasy juga ikut berpartisipasi dalam lingkungan pariwisata Juwana Water Fantasy yaitu sebagai pedagang oleh-oleh dan souvenir Juwana Water Fantasy.

E. Potensi pasar

Juwana Water Fantasy merupakan satu-satunya tempat pariwisata yang mempunyai berbagai wahana air dan darat di Kabupaten Pati. Cuaca di Kabupaten Pati juga cukup panas karena merupakan daerah pesisir sehingga akan sangat bagus jika hadir tempat wisata yang bertema air. Dan di Kabupaten Pati masih sangat jarang tempat wisata yang bisa didatangi, jadi potensi pasar yang dimiliki oleh Juwana Water Fantasy sangatlah besar.

F. Posisi strategis pariwisata dalam pembangunan daerah

Di Kabupaten Pati bidang pariwisata masih tertinggal dibandingkan dengan daerah lain. Dengan kehadiran Juwana Water Fantasy akan mampu menyediakan pilihan tempat pariwisata dan ikut membantu perkembangan pembangunan dalam bidang pariwisata di Kabupaten Pati sehingga Kabupaten Pati mampu mengimbangi daerah lain dalam bidang pariwisata.

Berdasarkan dari analisa yang sudah dilakukan, Juwana Water Fantasy sudah memenuhi apa yang harus dimiliki tempat wisata sebagai tempat wisata unggulan sesuai dengan UU MENBUDPAR NOMOR : PM.37/UM.001/MKP/07. Tentunya hal ini akan lebih

menguatkan Juwana Water Fantasy untuk menjadi wisata unggulan di Kabupaten Pati.

2.4 Analisa Pemasaran

2.4.1 Market Positioning

A. Market Share atau Omzet

Juwana Water Fantasy merupakan sebuah objek wisata yang cukup luas. sebagai tempat pariwisata omzet per bulan yang didapat tidaklah menentu dan pembukuannya dilakukan dalam kurun waktu satu tahun sekali. Omzet yang pada tahun 2012 yaitu sekitar 860 juta, tahun 2013 sekitar 2,1 milyar, sedangkan tahun 2014 sekitar 2 milyar.

B. Jangkauan Distribusi Produk

Jangkauan distribusi produk dari Juwana Water Fantasy sendiri ditujukn kepada masyarkat Karisidenan Pati sendiri pada taget utamanya.

C. Deskripsi Konsumen Loyal

Berdasarkan marketing yang dilakukan, yaitu dengan cara mendatangi langsung kepada instansi-instanti seperti biro pariwisata dan sekolah-sekolah maka konsumen loyal dari Juwana Water Fantasy adalah biro pariwisata dan sekolah-sekolah tersebut.

D. Corporate Image

Juwana Water Fantasy merupakan sebuah tempat pariwisata yang berkonsep taman bermain dengan menawarkan 37 jenis wahana permainan. Juwana Water Fantasy terdiri dari permainan air dan darat dimana semua kelompok umur mempunyai arena permainan masing-masing.

E. Konsentrasi Pasar

Pasar utama yang menjadi target pada saat ini lebih cenderung kepada biro-biro pariwisata dan sekolah-sekolah yang hendak melakukan *study tour*. Hal tersebut terlihat dari cara pemasaran yang dilakukan yaitu *door to door* dan belum ada upaya promosi terang-terangan kepada masyarakat luas.

2.4.2. Potensial Market

A. Target Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar yang akan dilakukan yaitu memperkenalkan Juwana Water Fantasy kepada seluruh masyarakat Karisidenan Pati dan masyarakat luar Karisidenan Pati terutama wilayah Jawa Tengah.

B. Volume pengembangan Pangsa Pasar

Pangsa pasar wisata ada saat ini sangatlah terbuka, hal tersebut dipengaruhi adanya gaya hidup yang semakin berkembang dan pariwisata menjadi salah satunya. Dari hal tersebut maka pangsa pengembangan pasar yang akan dicapai yaitu anak muda baik pelajar maupun mahasiswa yang suka berwisata baik dengan keluarga atau teman-temannya yang berdomisili di wilayah Jawa Tengah.

C. Market Segmentation

1. Demografis

a. Primer

Juwana water fantasy ditujukan kepada seluruh masyarakat kalangan menengah keatas, kepada pria dan wanita dengan usia 13-30 tahun. Target yang dituju yaitu secara individu. Kelompok umur tersebut dipilih karena merupakan usia yang digolongkan sebagai kaum muda

yang menyukai tantangan dan lebih mengekspresikan diri. Sedangkan target individu dipilih karena setiap individu memiliki posisi di kehidupan masing-masing, darisitu diharapkan setiap individu akan mempengaruhi orang-orang yang berada di lingkungan masing-masing untuk mengajaknya berkunjung ke Juwana Water Fantasy.

b. Sekunder

Dari target primer yang telah dibuat yaitu kepada setiap individu, maka diharapkan mereka sebagai masing-masing individu yang mempunyai pengaruh di lingkungannya masing-masing akan turut membawa serta keluarga, saudara, teman, instansi yang dikelola untuk berkunjung ke Juwana Water Fantasy.

2. Geografis

a. Primer

Pada saat ini jangkuan utama wilayah pemasaran ditujukan kepada masyarakat Karisidenan Pati yang meliputi Pati, Kudus, Blora, Rembang, dan Jepara.

b. Sekunder

Untuk target sekunder yang dituju yaitu wilayah Jawa Tengah. Karena tidak menutup kemungkinan masyarakat di luar Karisidenan Pati akan datang berkunjung. Selain itu demi berkembangnya Juwana Water Fantasy akan lebih baik jika banyak pengunjung yang datang dari luar Karisidenan Pati.

3. Psikografi

a. Primer

Masyarakat yang menjadi target pasar utama yaitu masyarakat yang cenderung memiliki pola pikir santai, suka dengan liburan dan hiburan. Dan juga menjadikan liburan sebagai gaya hidup.

b. Sekunder

Untuk target sekunder sendiri yaitu masyarakat yang berpikir membutuhkan hiburan sesaat untuk mengurangi stres pada pikirannya.

4. Behavior

a. Primer

Sebagai target utama yaitu masyarakat yang suka berlibur dan menjadikan liburan sebagai kebutuhan yang harus dilaksanakan.

b. Sekunder

Sebagai target sekunder yaitu masyarakat yang berlibur hanya pada saat tertentu karena ada kesempatan. Misalnya *tour* wisata, *study tour*, diajak oleh keluarga dan lain sebagainya.

2.4.3 Kompetitor

1. Tiara Park Waterboom



Gambar 2.14 Tiara Park Waterboom

(Sumber : <http://randdwi.blogspot.com/>)

Tiara Park Waterboom adalah tempat wisata yang terdapat di **Kabupaten Jepara** yang terdapat di Jl.Kenari Purwogondo Kec. Kalinyamata Kabupaten Jepara. Tiara Park dimiliki oleh TB. Mita Jaya.

Tiara park terdapat beberapa wahana, diantaranya:

- | | |
|-----------------------|--------------------------|
| 1. Waterboom | 9. Mini zoo |
| 2. Kolam Arus | 10. ATV Arena |
| 3. Ember Byur | 11. Flying Fox |
| 4. Kid's Pool | 12. Water ball |
| 5. Mandi Bola | 13. Bungge trampoline |
| 6. Swimming Pool | 14. Crazy ball |
| 7. Iguana Slide | 15. PasarSeni & Souvenir |
| 8. 3D Movie & Blu-ray | 16. Kereta Wisata |
| | 17. Karaoke |

Untuk tiket masuk, pengunjung diberikan dua pilihan. Yaitu paket hemat dan paket komplit. Untuk paket hemat tiket masuk dapat diperoleh dengan harga Rp. 20.000,00 untuk anak-anak dan Rp. 25.000,00 untuk dewasa. Tiket masuk paket hemat hanya bisa digunakan untuk wahana permainan air saja.

Sedangkan tiket masuk paket komplit yang bisa digunakan untuk menikmati semua wahana permainan baik wahana air maupun darat seharga Rp. 50.000,00.

(sumber: travel.detik.com/tiara-park-jepara-wahana-wisata-baru-yang-mengasyikkan)

Tiara Park mempunyai konsep yaitu wisata buatan berupa wahana air dan wahana darat. Pada wahana permainan Juwana Water Fantasy lebih unggul, meskipun ada beberapa wahana yang sama namun jumlah wahana yang disediakan oleh Juwana Water Fantasy lebih banyak. Untuk tiket masuk Juwana Water fantasy juga sedikit lebih murah.

2. Mulia Wisata Waterpark



Gambar 2.15 Mulia Wisata Waterpark

(Sumber : <http://kangtain.blogspot.com>)

Mulia Wisata Waterpark atau disebut juga Waterboom Mulia Kajar adalah tempat wisata keluarga yang terdapat di Kabupaten Kudus, Mulia Wisata merupakan tempat wisata keluarga dengan tempat bermain dan berenang. Mulia Wisata dibangun di Jalan Kudus-Colo km 12, Kajar, Kecamatan Dawe, Kabupaten Kudus wahana wisata air terbesar di Kudus tersebut bisa dikatakan cukup lengkap. Waktu operasional mulia waterpark yaitu pukul 08.00 sampai 17.00 WIB.

Mulia Wisata mempunyai beberapa wahana, diantaranya:

1. Kolam Renang Anak
2. Kolam Renang Dewasa
3. Kolam pemancingan
4. Sarana permainan anak-anak
5. Warung makan dan minum
6. ATV
7. Shelter

Untuk dapat masuk ke Mulia Wisata Waterpark pengunjung dikenakan tiket seharga Rp. 15.000,00 untuk bermain di wahana air sepuasnya. Sedangkan jika ingin mencoba wahana lain seperti ATV akan dikenakan biaya tambahan.

(Sumber: www.seputarkudus.com/bermain-air-di-water-boom-mulia-wisata.html)

Dilihat dari besar dan kelengkapan wahana, Mulia Wisata Water Park tentu lebih kecil dibandingkan dengan Juwana Water Fantasy. Tiket yang ditawarkan tentu saja lebih murah dibandingkan dengan Juwana Water Fantasy, namun hal tersebut tidak sebanding dengan wahana yang dimiliki oleh Juwana Water Fantasy. Jadi jika dihitung secara menyeluruh harga tiket dan fasilitas yang didapat tentu Juwana water Fantasy lebih murah dibanding dengan Mulia Wisata.

2.4.4 Analisis Kelemahan dan Kelebihan Produk

A. SWOT

Dalam perancangan media promosi perlu adanya sebuah analisis. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui kelebihan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis yang digunakan

adalah analisis SWOT yaitu *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Dari analisis yang telah dibuat dapat dijadikan dasar pijakan untuk membuat perancangan agar mendapat solusi sehingga perancangan media promosi dapat terealisasi. Berikut analisis SWOT Juwana Water Fantasy :

1. Strengths

- Memiliki 37 wahana permainan

Juwana Water Fantasy merupakan sebuah tempat wisata yang cukup luas yang memiliki banyak sekali wahana permainan yaitu 37 wahana permainan. Dengan fasilitas tersebut para wisatawan akan merasa puas. Selain itu dengan 37 wahana permainan yang dimiliki Juwana Water Fantasy membuat unggul dari kompetitor yang mempunyai wahana jauh lebih sedikit.

- Satu-satunya obyek wisata di Karisidenan Pati yang memiliki wahana ekstrim yaitu jet coaster dan kora-kora

Jet coaster dan kora-kora merupakan wahana yang biasa dicari dan disukai para wisatawan terutama kaum muda karena merupakan wahana ekstrim yang memacu adrenalin. Di wilayah Karisidenan Pati hanya Juwana Water Fantasy yang mempunyai wahana tersebut.

- Memiliki kompetensi untuk menjadi wisata unggul

Berdasarkan peraturan undang-undang MENBUDPAR NOMOR : PM.37/UM.001/MKP/07 salah satunya menerangkan tentang syarat yang harus dimiliki tempat pariwisata sebagai tempat wisata unggulan. Kemudian setelah dianalisis Juwana Water Fantasy memang memiliki segala aspek yang sudah ditetapkan tersebut.

2. *Weaknes*

- Terbatasnya info tetang Juwana Water fantasy

Akses informasi dalam suatu produk sangatlah penting. Untuk itu dalam perkembangan suatu produk sangat diperlukan ketersediaan informasi mengenai produk tersebut. Namun pada Juwana Water Fantasy masih belum tersedia informasi tentang Juwana Water Fantasy secara luas dan jelas dan juga pengelolaan informasinya kurang berjalan dengan baik.

- Sebagai perusahaan yang tergolong baru

Kehadiran Juwana Water Fantasy yang diresmikan pada bulan Juni 2012 membuat Juwana Water Fantasy sebagai tempat wisata yang tergolong baru. Oleh karena itu Juwana Water fantasy harus lebih aktif untuk mempromosikan diri agar lebih dikenal oleh masyarakat luas dan mempromosikan diri sebagai wisata unggulan di Kabupaten Pati. Namun selama ini Juwana Water Fantasy baru melakukan promosi selama satu kali sejak didirikan.

- Sedikitnya pengunjung pada hari biasa setiap Senin sampai dengan Jumat

Setiap hari Senin sampai jumat di Juwana Water Fantasy sangat sedikit sekali pengunjung yang datang, hal tersebut sangatlah merugikan bagi operasional Juwana Water Fantasy.

3. *Opportunities*

- Semakin meningkatnya kebutuhan akan pariwisata

Semakin tahun kebutuhan akan pariwisata akan semakin meningkat. Selain untuk rekreasi pariwisata saat ini juga sudah menjadi gaya hidup. Hal tersebut didukung dengan pernyataan Kepala Badan Pengembangan Sumber Daya Pariwisata Kementerian Pariwisata, I Gde Pitana yang dimuat travel.kompas.com menerangkan bahwa pada masa depan pariwisata akan menjadi kebutuhan primer.

- Sedikitnya obyek wisata di Kabupaten Pati

Di Kabupaten Pati masih sangat sedikit obyek wisata yang bisa dikunjungi. Bahkan banyak pendatang yang bingung jika ingin berwisata di Pati. Dengan kehadiran Juwana Water Fantasy maka akan memiliki peluang sebagai pilihan tempat wisata unggulan di Kabupaten Pati.

4. *Threats*

1. Tidak dikenalnya Kabupaten Pati sebagai daerah pariwisata

Selama ini Kabupaten Pati belum terkenal dalam segi pariwisata karena Kabupaten Pati terkenal sebagai wilayah penghasil pertanian. Untuk itu akan menjadi sebuah tantangan tersendiri untuk memperkenalkan bahwa Kabupaten Pati memiliki tempat pariwisata yaitu Juwana Water Fantasy.

2. Persaingan dengan kompetitor

Persaingan dengan kompetitor terjadi di wilayah Karisidenan Pati. persaingan terjadi karena kabupaten lain lebih terkenal terlebih dahulu dengan tempat-tempat wisata yang dimilikinya, sedangkan Kabupaten pati masih tertinggal. Meskipun Juwana Water Fantasy lebih

unggul dalam beberapa aspek untuk mengungguli kompetitor masih diperlukan pengenalan yang lebih baik.

Tabel 2.2 Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

<p>Strengths</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki 37 wahana permainan air dan darat (S1) 2. Satu-satunya obyek wisata yang mempunyai wahana ekstrim baru yaitu jet coaster (S2) 3. Memiliki kompetensi untuk menjadi wisata unggul (S3) 	<p>Weaknesses</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terbatasnya info tentang Juwana Water Fantasy (W1) 2. Sebagai perusahaan yang tergolong baru (W2) 3. Sedikitnya pengunjung pada hari senin-jumat (W3)
<p>Opportunities</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin meningkatnya kebutuhan akan pariwisata (O1) 2. Sedikitnya obyek wisata di Kabupaten Pati (O2) 	<p>Threats</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak dikenalnya Kabupaten Pati sebagai daerah pariwisata (T1) 2. Persaingan dengan kompetitor (T2)

B. Matrix SWOT

Tabel 2.3 Matrix SWOT

Matrix Swot	Strengths	Weaknesses
<p>Opportunities</p> <p>1. Semakin meningkatnya kebutuhan akan pariwisata (O1)</p> <p>2. Sedikitnya obyek wisata di Kabupaten Pati (O2)</p>	<p>S-O</p> <p>(S1-O1) Menggunakan 37 wahana permainan sebagai daya tarik wisata.</p> <p>(S1-O2) Menunjukkan bahwa Juwana Water Fantasy merupakan pariwisata di Kabupaten Pati dengan 37 wahana permainan.</p> <p>(S2-O1) menarik wisatawan dengan kehadiran wahana jet coaster</p> <p>(S2-O2) Menunjukkan bahwa telah hadir tempat wisata berbagai wahana terbaru yang</p>	<p>W-O</p> <p>(W1-O1) Mempermudah akses informasi dan membuat informasi sedetail mungkin</p> <p>(W1-O2) Membuat informasi bahwa Juwana Water Fantasy merupakan wisata unggulan Kabupaten Pati</p> <p>(W2-O1) Membuat program promosi sesuai posisi yaitu sebagai tempat wisata baru yang diunggulkan.</p> <p>(W2-O2)</p>

	<p>mempunyai wahana ekstrim terbaru jet coaster</p> <p>(S3-O1) menunjukkan bahwa Juwana Water Fantasy merupakan tempat wisata yang unggul sesuai kriteria wisata unggul</p> <p>(S3-O2) menunjukkan bahwa Juwana Water Fantasy merupakan obyek wisata unggulan di Kabupaten Pati</p>	<p>memperkenalkan diri sebagai wisata unggulan di Kabupaten Pati</p> <p>(W3-O1) Memberikan daya tarik atau promo pada hari Senin-Jumat</p> <p>(W3-O2) Memberikan informasi bahwa Juwana Water Fantasy obyek wisata yang direkomendasikan di Kabupaten Pati</p>
<p>Threats</p> <p>1. Tidak dikenalnya Kabupaten Pati sebagai daerah pariwisata (T1)</p> <p>2. Persaingan dengan kompetitor (T2)</p>	<p>S-T</p> <p>(S1-T1) Memperkenalkan Juwana Water Fantasy sebagai wisata di Kabupaten Pati yang memiliki banyak wahana permainan</p> <p>(S1-T2) menunjukkan keunggulan dibanding dengan kompetitorlain dalam segi wahana</p> <p>(S2-T1) Memperkenalkan bahwa Juwana Water Fantasy terdapat wahana ekstrim yaitu jet coaster</p> <p>(S2-T2)</p>	<p>W-T</p> <p>(W1-T1) Memperbaiki infrastruktur yang ada untuk meningkatkan pelayanan.</p> <p>(W1-T2) Menunjukkan tampilan seperti ikon yang lebih menarik daripada kompetitor.</p> <p>(W2-T1) membuat informasi bahwa Juwana Water Fantasy tidak membosankan</p> <p>(W2-T2) membuat informasi bahwa Juwana Water</p>

	<p>Mennunjukkan bahwa jet coaster hanya dimiliki oleh Juwana Water Fantasy yang tidak dimiliki kompetitor</p> <p>(S3-T1) Menunjukkan bahwa Juwana Water Fantasy merupakan wisata unggulan yang diandalkan Kabupaten Pati</p> <p>(S3-T2) Menunjukkan bahwa Juwana Water Fantasy lebih layak dikunjungi dibanding kompetitor</p>	<p>Fantasy lebih unggul dibanding kompetitor</p> <p>(W3-T1) memberitahukan bahwa Juwana Water Fantasy merupakan wisata di Kabupaten Pati dan akan diadakan promo pada hari Senin - Jumat</p> <p>(W3-T2) Menunjukkan bahwa Juwana Water Fantasy memiliki promo dibandingkan kompetitor</p>
--	--	---

C. Asumsi

Dari Matrix SWOT tersebut dapat diambil beberapa strategi yang tepat untuk merancang media promosi Juwana Water Fantasy yaitu:

1. Menunjukkan bahwa telah hadir tempat wisata berbagai wahana terbaru yang mempunyai wahana ekstrim jet coaster (S2-O2)
2. Menunjukkan bahwa Juwana Water Fantasy merupakan wisata unggulan yang diandalkan Kabupaten Pati (S3-T1)
3. (W3-O1) Memberikan daya tarik atau promo pada hari Senin-Jumat

Kesimpulan yang dapat diambil dari ketiga strategi diatas yaitu menunjukkan bahwa Juwana Water Fantasy merupakan wisata

yang saat ini diunggulkan dan diandalkan oleh Kabupaten Pati karena memiliki banyak wahana yang mempunyai wahana ekstrim terbaru jet coaster sebagai daya tarik utama untuk kaum muda dan mengadakan promo pada minggu biasa di hari Senin Sampai dengan Jumat untuk menarik lebih banyak pengunjung pada hari tersebut.

D. Hipotesis

Berdasarkan dari hasil asumsi yang telah didapat, strategi utama yang akan dijalankan adalah menunjukkan bahwa Juwana Water Fantasy merupakan wisata unggulan yang diandalkan di Kabupaten Pati dan menjadikan kehadiran jet coaster sebagai daya tarik utama dan juga memberikan promo pada minggu biasa di hari Senin sampai jumat. Strategi tersebut dipilih karena dianggap strategi yang paling tepat sebagai landasan dalam membuat media promosi. Hal tersebut dikarenakan target *audience* merupakan kalangan muda. Pada umumnya kalangan muda sangat tertarik dengan hal-hal yang menantang dan memacu adrenalin. Sehingga strategi media yang akan dijalankan yaitu menunjukkan bahwa Kabupaten Pati mempunyai wisata unggulan dan menunjukkan betapa menantang wahana jet coaster yang hanya dimiliki oleh Juwana water Fantasy dan tentu saja ada promo yang bias didapatkan oleh pengunjung.