

BAB III

GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT Lembah Hijau Bandar Lampung

1. Sejarah Singkat PT Lembah Hijau

PT Lembah Hijau didirikan Oleh M. Irwan Nasution, pada tanggal 26 April 2007.

Status PT Lembah Hijau adalah:

- a. Akta Pendirian Usaha adalah No. 50, tanggal 16 Agustus 2006.
- b. Surat Izin Kepariwisata (SIUK) adalah No. 556.1 / 00 / 101 / 30:4 / 20.II / 2009.
- c. PT Lembah Hijau merupakan salah satu tempat wisata di Bandar Lampung.

Lembah Hijau dapat dikategorikan sebagai arena wisata yang cukup berkembang pesat. Berawal dari hobi Owner mengkoleksi satwa dan hal ini diwujudkan dengan bekerjasama dengan BKSDA (Balai Konservatif Sumber Daya Alam). Lembah Hijau melakukan penangkaran dan konservasi satwa-satwa yang tergolong langka.

Seiring berjalannya waktu maka owner pun mengembangkannya menjadi tempat pariwisata. Taman wisata yang terletak di ibu kota Propinsi Lampung ini berdiri diatas kawasan lembah seluas 15 hektar. Lembah Hijau mampu menghadirkan

suasana wisata alam yang natural dan tentunya dapat memanjakan diri anda dengan menikmati suasana alam bebas.

Konsep pembangunan Lembah Hijau sendiri dapat dibilang bergulir begitu saja, karena wisata air di Lampung masih minim kecuali laut, pemilik Lembah Hijau berkeinginan untuk membuat arena wisata air yang biasanya berada di dataran, maka kali ini anda dapat menemukannya di ketinggian.

Beberapa fasilitas yang ditawarkan oleh Lembah Hijau antara lain:

1. *Water Boom*

Sejak awal di resmikan pada 26 april 2007. Taman wisata lembah hijau menyiapkan kolam air *watter bom* sebagai salah satu wahana andalan berbentuk rekreasi nuansa air, kolam *watter boom* terdiri dari tiga buah kolam seluas 1 Ha, dengan 2 jenis kedalaman 60 cm dan 1,5 cm, berbagai jenis fasilitas disiapkan dikolam-kolam ini, antara lain *watter splash*, kolam rumah bocor, gelas tumpah, kolam arus, *spiral slide*, serta *torpedo slide*.

2. *Restaurant*

Untuk melengkapi kenyamanan suasana santai maka lembah hijau menyiapkan fasilitas *restaurant*, dengan pemandangan menarik baik tipe lesehan maupun resmi. Sebagai ujung tombak pelayanan di lembah hijau, maka *restaurant* selalu memberikan nuansa berbeda, baik dari segi pelayanan oleh orang-orang yang memang ahli di bidangnya masing-masing, maupun citra rasa makanan yang tidak kalah oleh *restaurant* berkelas lainnya. Yang diolah oleh koki andalan *restaurant* lembah hijau.

Disamping itu pula terdapat tujuh buah *cafe* yang tersebar diseluruh areal taman wisata lembah hijau diantaranya, *cafe out bond*, *cafe gurita*, *cafe lumba-lumba*, *cafe onta*, *cafe kuda*, *cafe ATV*, dan *cafe herbal*. Pemberian nama *cafe* ini pun sangat menarik karena sesuai dengan posisi dan tata letak *cafe* tersebut, dan setiap *cafe* pun memberikan menu-menu yang berbeda.

3. Cottage

Pilihan lain bagi yang ingin melewatkan suasana bermalam dikawasan lembah nan tenang dan romantis maka lembah hijau menyiapkan 4 *type cottage*. *Cottage* yang terletak sekitar 500 meter dari pintu masuk taman wisata lembah hijau ini dilengkapi berbagai fasilitas *exlusive*.

4. Meeting Room

Sementara bagi yang ingin melakukan aktivitas perusahaan atau pertemuan lainnya dengan nuansa berbeda, lembah hijau juga menyiapkan sebuah gedung *meeting room* dua lantai dengan dua ruang berbeda, ruang *meeting* terdiri dari *teater style*, *classroom*, dan *v-shape*, masing-masing ruang dilengkapi dengan *overhead projector*, *infocus projector*, *screen*, *microphone*, *sound system*, *white board*, *flip chasrt*, *memopad*, *pencil* dan *mineral watter*. Adapun *teater style* memiliki kapasitas tempat duduk maksimal 60 orang, sementara *classroom* mencapai 220 tempat duduk.

5. Flying Fox

Salah satu wahana terfavorit yang dimiliki lembah hijau, sensasi meluncur dari ketinggian 30 meter dengan fasilitas *flying fox*, didukung kapasitas beban sling baja yang mencapai 500 kilogram serta bantuan tali pengaman yang

dioperasikan satu tim berpengalaman dibidangnya, serta telah teruji keamanannya.

6. ATV

Khusus bagi penggemar *automotif*, taman wisata lembah hijau juga menyiapkan lima unit ATV yang bisa digunakan berkeliling mengitari medan lembah hijau yang terdiri dari kawasan berkontur lembah seluas 15 hektar dan dapat menikmati pemandangan alam dalam lokasi taman wisata lembah hijau, masing-masing unit ATV bisa dinaiki maksimal dua orang, hingga memungkinkan untuk anda berkeliling bersama orang tercinta.

7. Live- Musik

Setelah lelah mengelilingi aneka wahana dan fasilitas menarik akan kembali ternetralisir dengan kehadiran panggung *live musik* yang tersedia setiap saat. Bukan hanya menikmati lantunan lagu dari penyanyi yang ada, anda juga dapat menyalurkan hasrat dan bakat bersenandung dengan iringan pemusik *professional* dengan lagu-lagu sesuai pilihan.

2. Lokasi PT Lembah Hijau

PT Lembah Hijau yang beralamat Jln. Radin Imba Kesumaratu No. 21 Kel. Sukadanaham Kec. Tanjung Karang Barat - Bandar Lampung. Telepon (0721) 7404744 – (0721) 9638387. Merupakan salah satu tempat wisata di Propinsi Lampung.

3. Struktur Organisasi PT Lembah Hijau

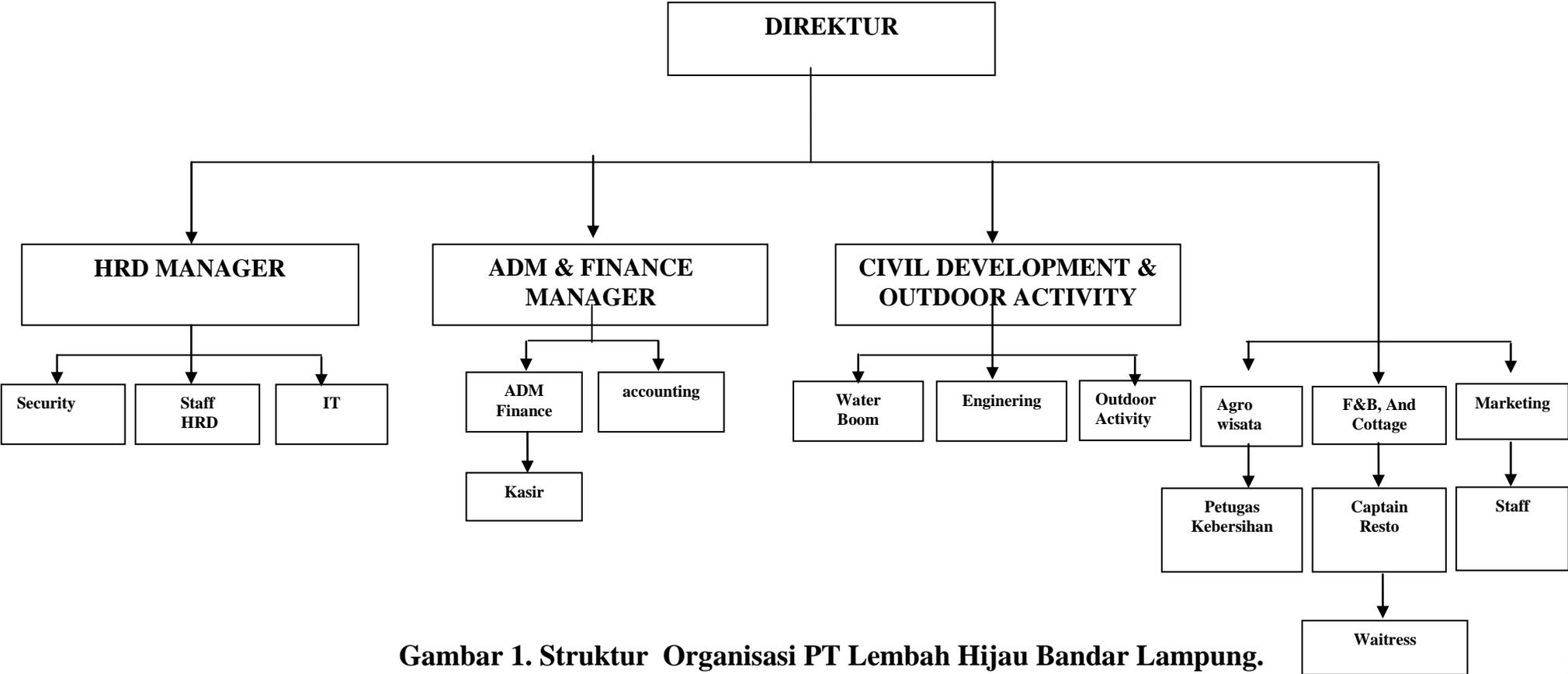
Dalam suatu perusahaan tentunya dibutuhkan adanya komposisi kepengurusan untuk melaksanakan badan usaha sesuai dengan tujuan dari perusahaan tersebut.

Organisasi harus mempunyai struktur yang jelas dan bagi setiap organisasi belum tentu sama. Hal ini tergantung pada besar kecil nya suatu perusahaan serta tergantung pada bidangnya masing-masing.

Struktur organisasi merupakan suatu bagan yang menggambarkan tentang suatu hubungan kerja antar individu yang menjalankan keaktifan perusahaan melalui hubungan dari masing-masing kegiatan yang menjadi dasar wewenang dan tanggung jawab yang menghasilkan suatu sistem kerjasama yang baik dan terkoordinasi dalam usaha mencapai suatu tujuan organisasi.

Demikian pula halnya dengan PT Lembah Hijau mempunyai struktur organisasi yang jelas dan terpadu, agar perusahaan dapat berjalan dengan baik sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Struktur organisasi PT Lembah Hijau (Taman wisata) Bandar Lampung dapat dilihat pada gambar 1.

BAGAN STRUKTUR ORGANISASI PT LEMBAH HIJAU



Gambar 1. Struktur Organisasi PT Lembah Hijau Bandar Lampung.

4. Uraian Tugas Karyawan PT Lembah Hijau

1. Direktur
 - a. Mengarahkan karyawan untuk bekerja sesuai standar perusahaan.
 - b. Mengarahkan karyawan untuk bekerja sesuai prinsip *marketing mix*.
 - c. Membuat dan melaksanakan program untuk menunjang pencapaian target pengunjung yang akan datang.
2. *Human Resources Departement Manager*
 - a. Mengkoordinir perekrutan karyawan.
 - b. Mengkoordinir penerimaan dan pembimbingan para trainer.
 - c. Mengkoordinir pemeliharaan keamanan dan ketertiban di sekitar lokasi PT Lembah Hijau.
3. *Administrasi dan Finance Manager*
 - a. Bertanggung jawab terhadap keseluruhan fungsi data akuntansi dan kontrol keuangan.
 - b. Menjaga keseluruhan aset PT Lembah Hijau dan sumber-sumber keuangan dan digunakan untuk meningkatkan dan memaksimalkan keuntungan perusahaan.
 - c. Bertanggung jawab untuk menyiapkan atau membuat laporan bulanan dari keseluruhan hasil keuangan PT Lembah Hijau yang didasarkan pada format perusahaan dan sesuai dengan prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku.
 - d. Menjamin semua kebijakan dan prosedur dari PT Lembah Hijau dan persetujuan lainnya.

- e. Menyediakan informasi keuangan yang akurat dan tepat waktu serta menasehatkan manajemen senior mengenai semua aspek yang berhubungan dengan hal tersebut.

4. *Engineering*

- a. Bertanggung jawab terhadap perencanaan dan konstruksi bangunan PT Lembah Hijau.
- b. Bertanggung jawab atas pengadaan dan pemeliharaan instalasi dan arus tenaga listrik.
- c. Bertanggung jawab atas peralatan dan perlengkapan yang bersifat mekanik (mesin).

5. *Marketing*

Tugas marketing PT Lembah Hijau, sebagai berikut:

- a. Mencari *customer* kesemua lini seperti: instansi, lembaga pendidikan, sekolah, *corporate*, dll.
- b. Menerima *customer* dengan baik, memberikan informasi penjelasan tentang lembah hijau.
- c. Membina hubungan dengan media, surat kabar, TV, radio.
- d. Membuka promosi dengan merencanakan waktunya.
- e. Membuat agenda *event*, menciptakan ide-ide untuk mengisi *event*.
- f. Memantau dan mengagendakan kalender akademik.
- g. Memantau dan mencari tahu agenda *family gathering* dan mencari tahu agenda ospek, diklat-diklat.

6. *Waitress*

- a. Berada ditempat kerja 15 menit sebelum jam operasional di mulai.
- b. *Grooming*, yaitu mempersiapkan diri seperti: kerapian rambut, pakaian, sepatu serta memoles diri agar kelihatan segar.
- c. Berpenampilan rapi dengan menggunakan seragam sesuai aturan yang telah ditentukan oleh perusahaan.

5. Visi dan Misi PT Lembah Hijau

a. Visi PT Lembah Hijau

Sebagai taman wisata berorientasi lingkungan yang memadukan antara rekreasi bernuansa kesegaran alam lembah nan hijau dan pengetahuan.

b. Misi PT Lembah Hijau

Menjadi tempat tujuan wisata favorit bagi masyarakat.

B. Pembahasan

1. Strategi Promosi PT Lembah Hijau Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Bandar Lampung

Dalam mengadakan kegiatan promosi PT Lembah Hijau tidak lepas dari jumlah dana yang tersedia, oleh karenanya perusahaan harus mampu merumuskan tujuan promosinya dengan jelas dan terarah. Sehingga sasaran yang dihadapkan dari kegiatan promosi tersebut dapat terpenuhi.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam pemasaran yang harus dilaksanakan perusahaan dalam memasarkan produksinya dikarenakan melalui promosi perusahaan dapat menciptakan kesan yang baik terhadap konsumen bagi

produksinya. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT Lembah Hijau selaku tempat wisata selama ini kurang fokus dalam upaya untuk mempengaruhi.

Strategi promosi pariwisata yang digunakan oleh PT Lembah Hijau Bandar Lampung dalam memasarkan produk-produk pariwisatanya adalah:

1. Advertising (periklanan)

Kegiatan periklanan yang dilakukan oleh PT Lembah Hijau Bandar Lampung dalam memasarkan produk-produk pariwisatanya, melalui beberapa cara, yaitu:

a. *Out Door Advertising*

Kegiatan periklanan yang dilakukan oleh PT Lembah Hijau Bandar Lampung dengan *out door advertising*, yaitu berupa pemasangan *bill board* atau papan nama. *Bill board* tersebut dibuat dengan ukuran besar dengan bertuliskan PT Lembah Hijau Bandar Lampung disertai dengan logo dan macam-macam jasa yang disediakan oleh perusahaan. Papan nama tersebut dipasang sebelum PT Lembah Hijau Bandar Lampung yaitu yang terletak di Jl. Teuku Cik Ditiro Kemiling Bandar Lampung dan di depan kantor PT Lembah Hijau Bandar Lampung yang terletak di Jln. Radin Imba Kesumaratu No. 21 Kelurahan Sukadanaham Kecamatan Tanjung Karang Barat, Bandar Lampung. PT Lembah Hijau Bandar Lampung menggunakan *bill board* untuk kegiatan periklanannya dengan tujuan menarik konsumen untuk pasar yang lebih spesifik yaitu masyarakat di provinsi Lampung pada umumnya.

b. *House Advertising*

PT Lembah Hijau Bandar Lampung, menggunakan cara ini sebagai bentuk promosi yang dilakukan di dalam lingkungan perusahaan. *House advertising* dilakukan dengan meletakkan barang-barang promosi pada tempat yang mudah dilihat pengunjung. Bentuk barang promosi tersebut berupa perlengkapan kantor, seperti *stiker* dan *boll point*. Semua alat promosi tersebut dibuat dengan mencantumkan logo PT Lembah Hijau Bandar Lampung. Selain menggunakan alat-alat promosi tersebut, perusahaan juga memasang gambar daerah tujuan wisata baik di wilayah Lampung, dan Indonesia. Alat promosi lain yang digunakan oleh PT Lembah Hijau Bandar Lampung untuk mendukung kegiatan promosinya adalah berupa brosur tentang berbagai fasilitas wisata yang ada. Semua itu dimaksudkan supaya calon wisatawan tertarik dan berminat untuk melakukan perjalanan wisata ke PT Lembah Hijau Bandar Lampung.

c. *Special Advertising*

Strategi promosi PT Lembah Hijau Bandar Lampung melalui *special advertising*, dilakukan dengan cara memberikan hadiah kepada pengguna jasa perusahaan. Pemberian hadiah kepada pemakai jasa perusahaan ini merupakan sarana pelengkap promosi yang lainnya. Hadiah tersebut diberikan sebagai kenang-kenangan dan ucapan terimakasih perusahaan atas kepercayaan wisatawan kepada perusahaan setelah calon wisatawan melakukan kunjungan wisata ke PT Lembah Hijau Bandar Lampung. Hadiah tersebut dapat berupa topi, *t-shirt*, gelas, *boll point* dan *payung* yang semuanya disertai logo PT Lembah Hijau Bandar Lampung.

d. Print ad

Promosi yang dilakukan melalui media massa, seperti koran, selebaran dll, yang akan disebarakan kepada khalayak ramai. Iklan yang dimaksud adalah mengenai fasilitas-fasilitas yang ada di Lembah Hijau. PT Lembah Hijau bekerjasama dengan beberapa surat kabar harian seperti Tribun Lampung, Rakyat Lampung, Radar Lampung, Lampung Express, Lampung Post. Promosi melalui surat kabar ini di buat pada saat *event-event* tertentu seperti saat libur Tahun Baru, Idul Fitri, dan musim liburan anak sekolah.

e. Media Elektronik

Disini PT Lembah Hijau telah bekerjasama dengan beberapa radio seperti : Star FM, RRI dalam *event-event* tertentu seperti saat libur Tahun Baru, Idul Fitri, dan musim liburan anak sekolah. Selain itu melalui media televisi seperti : TVRI, Tegar TV, Lampung TV dan Siger TV.

2. Sales Promotion

Kegiatan Promosi produk-produk pariwisata oleh PT Lembah Hijau Bandar Lampung dilakukan melalui *sales promotion* (biasa dikenal juga dengan istilah promosi penjualan). Promosi penjualan yang dilakukan oleh PT Lembah Hijau Bandar Lampung adalah *Consumer Promotion*. Kegiatan promosi penjualan ini ditujukan kepada konsumen pengguna jasa perusahaan, yaitu dengan memberikan *special discount* kepada tamu-tamu VIP atau para tamu potensial.

PT Lembah Hijau memberikan *discount* kepada para tamu misalnya:

1. Pengunjung

Yaitu untuk pengunjung yang menginap di *cottage* selama tiga malam atau lebih mendapatkan free masuk *water boom* selama tiga kali.

2. Sering berkunjung

Yaitu untuk para pengunjung yang sering berkunjung ke PT Lembah Hijau dalam rangka *event-event* tertentu yang menggunakan jasa PT Lembah Hijau. Contohnya: Perguruan Tinggi Master Computer yang setiap tahunnya mengadakan Orientasi Kampus (Ospek) di PT Lembah Hijau.

3. Rombongan >30 orang

Yaitu untuk para pengunjung yang membawa rombongan lebih dari >30 orang mendapatkan *discount* tiket masuk dan tiket *water boom* sebesar 10%.

3. *Personal Selling*

PT Lembah Hijau juga menggunakan strategi *personal selling* dalam memasarkan produk-produk pariwisatanya. Cara promosi dengan *personal selling* adalah cara yang paling penting. Cara ini sangat unik tidak mudah untuk diulang, dapat menciptakan ide yang berlainan antara *sales* (penjual) dengan konsumennya (pembeli).

Prinsip-prinsip dasar *personal selling* antara lain:

1. Persiapan yang matang, yaitu mengenal lokasi wisata PT Lembah Hijau dan mengetahui tentang bagian dari PT Lembah Hijau yang akan dipromosikan.

2. Merealisasikan pemasaran, yaitu meskipun terjadinya pemasaran tersebut beraneka ragam, tetapi langkah-langkah yang diambil oleh seorang *sales* (penjual) PT Lembah Hijau dalam proses pemasaran adalah: pendekatan dan pemberian hormat, penentuan kebutuhan pengunjung, menyajikan tempat wisata dengan efektif, mengatasi keberatan-keberatan pengunjung, melaksanakan pemasaran/promosi.
3. Menimbulkan *goodwil* (nama baik) setelah terjadinya perkunjungan.

Aktifitas *personal selling* di PT Lembah Hijau Bandar Lampung terbagi atas dua yaitu:

- a. *Eksternal Personal Selling*

Kegiatan promosi dengan strategi *Eksternal personal selling* dilakukan melalui *sales call*, yaitu kegiatan seorang *sales executive* dari karyawan PT Lembah Hijau Bandar Lampung. Karyawan yang telah dipilih sebagai sales perusahaan, dikirim ke pameran wisata (*travel mart*) ataupun pasar wisata baik lokal maupun nasional, untuk kemudian menawarkan produk-produk pariwisatanya kepada calon wisatawan yang ditemuinya di sana. Bursa atau pasar wisata tersebut diadakan pada periode waktu tertentu di kota-kota besar, seperti pameran yang diadakan oleh Dinas Kepariwisata Kota Palembang. Tugas utama dari seorang *sales call* ini adalah membina hubungan baik dengan pelanggan potensial dan mencari calon pelanggan baru di tempat potensial tersebut. Selain itu, PT Lembah Hijau Bandar Lampung juga mengikuti pameran yang diadakan Dinas Pariwisata Provinsi Lampung. Seperti membuka stand PT Lembah Hijau pada acara Festival Krakatau yang digelar di Hotel Bukit Randu Bandar Lampung

pada tanggal 25 Juli 2009. Saat mengikuti pameran, petugas yang telah ditunjuk PT Lembah Hijau Bandar Lampung membagi-bagikan brosur tentang macam-macam produk pariwisata yang ada di PT Lembah Hijau Bandar Lampung kepada pengunjung pameran.

b. *Internal Selling*

Selain kegiatan promosi dengan *eksternal personal selling*, kegiatan promosi PT Lembah Hijau Bandar Lampung juga menggunakan promosi *internal selling*. Kegiatan promosi tersebut dilakukan dengan jalan, PT Lembah Hijau Bandar Lampung mewajibkan seluruh karyawannya untuk berperan sebagai penjual yang dapat memberikan pelayanan yang baik kepada tamu-tamu yang datang, memberikan informasi tentang jasa yang dijual perusahaan sebaik-baiknya, dan bersikap ramah, sehingga tercipta kesan yang baik tentang perusahaan oleh calon pengunjung.

4. *Public Relation*

Public relation yaitu menciptakan "good relation" dengan *public*, agar masyarakat memiliki *image* yang baik terhadap PT Lembah Hijau. Melalui *public relation* dapat membentuk pandangan baik (*corporante image*), mencegah berita-berita tidak baik (*unfavorable rumors*) dari masyarakat. *Public relation* adalah kegiatan komunikasi yang dimaksudkan untuk membangun *image* yang baik terhadap perusahaan. Kegiatan promosi dengan *sales force promotion* termasuk dalam kegiatan *public relation* yang ditujukan kepada para karyawan PT Lembah Hijau itu sendiri, yaitu dengan memberikan berbagai tunjangan, seperti: tunjangan hari raya, asuransi, makan dan

tunjangan kesehatan. Hal ini dimaksudkan agar karyawan lebih bersemangat dalam bekerja.

2. Perkembangan Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke PT. Lembah Hijau Bandar Lampung Dari Tahun 2007-2009

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan manajer PT Lembah Hijau yaitu Ibu Ir. Darma Andriani, dan dari data-data yang diperoleh menyatakan bahwa, suatu strategi promosi berhasil tidaknya dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke PT Lembah Hijau Bandar Lampung.

Berikut adalah tabel perkembangan wisatawan yang berkunjung ke PT Lembah Hijau Bandar Lampung pada tahun 2007-2009.

Tabel 2 : Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke PT Lembah Hijau Bandar Lampung Tahun 2007-2009.

Tahun	Wisatawan	
2007	190.804	Tahun awal berdirinya perusahaan.
2008	289.112	51,52%
2009	443.768	53,49%

Sumber : Data primer PT Lembah Hijau Bandar dalam angka tahun 2009.

Berdasarkan tabel 2, jumlah wisatawan yang berkunjung ke PT Lembah Hijau Bandar Lampung pada tahun 2009 sebanyak 443.768 orang atau naik 53,49 % dibandingkan dengan tahun 2008 (289.112 orang).

3. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Dalam Pelaksanaan Strategi Promosi

Faktor pendukung dalam pelaksanaan strategi promosi

1. Adanya kerjasama antara masyarakat dengan pihak PT Lembah Hijau Bandar Lampung. Bentuk kerjasama ini dapat melalui media massa yaitu pemasangan iklan, brosur dan stiker.
2. Adanya kerjasama yang baik, serta perencanaan yang matang dalam melakukan promosi penjualan.
3. PT Lembah Hijau Bandar Lampung letaknya sangat strategis dan memiliki fasilitas-fasilitas wisata yang menarik sehingga menjadikan Lembah Hijau sebagai daerah tujuan wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

Faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi promosi

1. Kurangnya Sumber Daya Manusia yang berkualitas di sektor pariwisata.
2. Sulitnya mendapatkan perizinan dalam melakukan promosi pada *event-event* yang digelar oleh PT Lembah Hijau Bandar Lampung dan dana yang digunakan untuk melakukan promosi.

Solusi

1. Meningkatkan mutu sumber daya manusia yang baik dengan lebih sering memberikan pelatihan dan kursus bagi tenaga kerja yang bergerak dalam bidang promosi, sehingga tercipta karyawan-karyawan yang profesional di bidangnya pada masa sekarang dan masa mendatang.