

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata di Indonesia saat ini dinilai efektif peranannya dalam menambah devisa negara. Hal tersebut tidak terlepas dari perkembangan kebutuhan pariwisata, tidak hanya di Indonesia, namun di seluruh dunia. Pertumbuhan kebutuhan manusia akan pariwisata menyebabkan sektor ini dinilai mempunyai prospek yang besar di masa yang akan datang. Sektor pariwisata mampu menghidupkan ekonomi masyarakat di sekitarnya, pariwisata juga diposisikan sebagai sarana penting dalam rangka memperkenalkan budaya dan keindahan alam daerah terkait. Pariwisata merupakan sumber pendapatan yang dapat terus diperbaharui dan diremajakan, bentuk peremajaan daerah wisata ini dapat berupa renovasi, dan perawatan secara teratur, oleh sebab itu maka pariwisata merupakan investasi yang penting pada sektor non migas bagi Indonesia. Pariwisata yang merupakan investasi ekonomi masa depan akan secara otomatis mempermudah perputaran barang dan jasa pelayanan di tempat wisata. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi keindahan alam dan kekayaan budaya yang bernilai tinggi dalam industri pariwisata.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009, telah diberikan pengertian mengenai kepariwisataan. Undang-undang tersebut menjelaskan bahwa pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan - kegiatan wisata dan didukung fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah daerah dan pengusaha. Aspek pariwisata di Indonesia menjadi salah satu sektor penting, karena pariwisata mampu menjalankan tugasnya sebagai faktor pembangunan dan penghasil devisa negara. Tujuan dari pengembangan pariwisata di Indonesia dapat dilihat secara jelas dalam peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1969, khususnya Bab II Pasal 3, yang menyebutkan bahwa usaha-usaha pengembangan pariwisata di Indonesia bersifat suatu pengembangan

industri pariwisata dan bagian dari usaha pengembangan dan pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dan Negara. Menurut Kurnianto et al dalam penelitian Marlina dkk (2020) Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata karena keragaman budaya, bahasa, adat istiadat, dan kondisi alam yang dimilikinya untuk dapat dimanfaatkan sebagai objek wisata. Perkembangan sektor pariwisata saat ini semakin berkembang diberbagai daerah di Indonesia yang secara langsung berdampak kepada masyarakat yang dapat meningkatkan perekonomian lokal. Peningkatan ekonomi merupakan suatu hal yang sepenuhnya harus dilakukan guna memberikan kesejahteraan pada masyarakat sekitar daerah wisata, Dalam mengelola desa wisata, rumah-rumah penduduk desa harus siap untuk dijadikan homestay atau tempat untuk menginap. Sebuah desa wisata juga harus ditambah dengan toko yang menjual potensi masyarakat di sekitar desa seperti toko oleh-oleh atau toko kerajinan. Tujuannya tentu saja meningkatkan perekonomian pedesaan agar desa tersebut tidak tertinggal.

Pada saat ini, dunia sedang mengalami pandemi besar dengan adanya virus COVID-19 yang memukul seluruh kegiatan manusia, adalah peristiwa menyebarnya Penyakit korona virus 2020 di seluruh dunia untuk semua Negara. Penyakit ini disebabkan oleh koronavirus jenis baru yang diberi nama SARS-CoV-2 Wabah COVID-19 pertama kali dideteksi di Kota Wuhan, Hubei, Tiongkok pada tanggal 1 Desember 2019, dan ditetapkan sebagai pandemi oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada tanggal 11 Maret 2020. Hingga 14 November 2020, lebih dari 219 negara dan wilayah seluruh dunia. Di Indonesia, kasus pertama Covid-19 terkonfirmasi pada 2 Maret 2020. Hanya dalam tempo 8 hari, yakni pada tanggal 10 April 2020, penyebarannya telah meluas di 34 provinsi di Indonesia. Pemerintah telah menggunakan istilah Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sejak 10 April 2020 untuk memutus rantai penyebaran Covid-19 di sejumlah wilayah Indonesia. Kamar Dagang dan Industri Indonesia (Kadin) mengklaim bahwa sektor pariwisata mengalami

kerugian hingga Rp10 triliun akibat pemberlakuan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar atau PSBB.

<https://www.kadin.id/news-event/news-detail/1474/sektor-pariwisata-rugi-10-triliun-akibat-pandemi-covid-19>. kata Shinta melalui pesan tertulis seperti dilansir dari *tempo.co*, Senin (11/1).

Aturan mengenai PSBB tertuang didalam Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 yaitu tentang PSBB dalam Rangka Percepatan Penanganan Covid-19 yang merujuk ke UU Nomor 6 Tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan (CNN Indonesia, 2021). Penerapan PSBB mengatur agar aktivitas sekolah, kerja, ibadah dilakukan di rumah, sedangkan tempat hiburan, wisata dan pusat perbelanjaan ditutup. Selain itu, hanya tempat usaha yang menyediakan kebutuhan pokok yang diperbolehkan buka dengan menerapkan protokol kesehatan. Selama penerapan PSBB, operasional modal transportasi dibatasi dan warga dilarang keluar dari wilayah PSBB. Saat ini pemerintah tidak lagi menggunakan istilah Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) tetapi menggantinya dengan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat. PPKM tertuang dalam instruksi menteri nomor 1 tahun 2021 oleh menteri dalam Negeri. Kebijakan PPKM diberlakukan seiring pengetatan protokol kesehatan di sebagian daerah. Hal ini dikarenakan penerapan PPKM dilapangan yang kurang tegas di mana mobilitas masyarakat masih tinggi

Total kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2020 sebesar 4,02 juta kunjungan. Apabila dibandingkan dengan tahun 2019, jumlah wisatawan mancanegara turun sebesar 75,03 persen. Berdasarkan kebangsaannya, terdapat 5 negara yang paling banyak berkunjung ke Indonesia pada tahun 2020 yaitu Timor Leste, Malaysia, Singapura, Australia, dan China. Sebagian besar negara-negara tersebut adalah negara tetangga, kecuali China. Sementara itu, jumlah wisatawan lokal menurun sebesar 61 persen apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Penurunan jumlah wisatawan yang signifikan tersebut sangat berpengaruh pada kondisi perekonomian karena pariwisata berperan penting dalam

meningkatkan pendapatan negara, devisa, dan lapangan pekerjaan. (BPS, 2020).

Provinsi Lampung memiliki ragam objek wisata yang juga mengalami dampak penurunan. Pemerintah Kota bandar lampung menerapkan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat dalam upaya untuk mencegah penyebaran virus covid-19 yang semakin meningkat, sehingga beberapa akses publik ditutup sementara termasuk pariwisata.

Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung, Edarwan mengungkapkan, sebelum adanya pandemi di tahun 2020, pergerakan wisatawan di Provinsi Lampung dalam setahun bisa mencapai 12 juta orang. Namun sepanjang tahun 2020, pergerakan wisatawan di Provinsi Lampung hanya mencapai dua juta orang. Menurutnya, di awal tahun 2020 masyarakat dalam kondisi gamang menghadapi suasana yang belum pernah dihadapi.

Berdasarkan data yang diperoleh hasil dari observasi yang dilakukan terhadap tempat wisata dimana terjadinya penurunan jumlah pengunjung yang sangat signifikan di tahun 2020 dibandingkan dengan tahun sebelumnya pada tahun 2019 yakni terjadi penurunan sebesar 61% pada tahun 2019 jumlah pengunjung sebesar 98.758 jiwa dengankan pada tahun 2020 jumlah pengunjung hanya mencapai 38,932 jiwa, penurunan jumlah pengunjung ini terjadi karna PSBB/PPKM penurunan yang sangat drastis ini membuat pihak pengelola sangat bingung untuk menutupi kerugian serta biaya-biaya harus dikeluarkan dalam masa pandemi ini, sehingga pilihan yang diambil oleh pihak manajemen yaitu dengan merumahkan sejenak sebagian karyawan yang bekerja dipuncak mas Bandar Lampung.

Berikut data jumlah wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Lampung periode 2016 - 2020 :

Tabel 1.1
Data Kunjungan Wisatawan Provinsi Lampung

Tahun	Jumlah Wisatawan Domestik	Jumlah Wisatawan Mancanegara	Total Wisatawan
2016	7.381.774	155.053	7.536.827
2017	11.395.827	245.272	11.641.099
2018	13.101.371	274.742	13.376.113
2019	10.445.855	298.063	10.743.918
2020	2.548.394	1.531	2.549.925

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Lampung

Berdasarkan Tabel 1.1 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Lampung diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan dari periode 2016 sampai dengan 2020 menunjukkan bahwa total jumlah kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara terjadi peningkatan yaitu pada tahun 2016 jumlah wisatawan yang berkunjung sebanyak 7.536.827 jiwa, kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2017 yakni menjadi 11.641.099 jiwa. Pada tahun 2018 mengalami peningkatan mencapai 13.376.113 jiwa, di tahun 2019 mengalami penurunan kunjungan wisatawan mencapai 10.743.918 jiwa, dan data terakhir pada tahun 2020 kunjungan wisatawan diketahui turun dengan tajam yaitu mencapai 2.549.925 jiwa, penurunan ini ditandai dengan adanya wabah covid 19 yang sudah terkonfirmasi di awal tahun 2020 hal ini menjadi tantangan oleh pihak pengelola objek wisata untuk tetap menjaga keeksitensian dalam mempertahankan perusahaan agar tetap bertahan selama era pandemi, pihak perusahaan harus benar-benar bekerja keras dalam melakukan strategi-strategi pemasaran agar perusahaan tetap berjalan.

Objek pariwisata di Lampung yang memiliki potensi alam dan potensi budaya yang unik dan cukup berlimpah dan memiliki potensi dalam membantu meningkatkan pendapatan bagi masyarakat sekitar maupun pendapatan daerah, namun setelah adanya pandemi Covid-19 dan

mebludak nya pandemi ini, banyaknya pariwisata yang mengalami dampak pendapatan maupun penurunan jumlah pengunjung, salah satunya ialah objek wisata Puncak Mas yang mengalami penurunan. Sebagai produk ekowisata yang ada di Provinsi Lampung “Puncak Mas” merupakan salah satu produk wisata yang memanfaatkan sumberdaya alam berupa panorama alam yang indah yang dipadukan dengan berbagai aspek wisata sehingga menghasilkan suatu perpaduan yang memiliki nilai ekonomis. Perkembangan ekowisata di Puncak Mas saat ini semakin meningkat seiring dengan peningkatan minat wisatawan lokal maupun wisatawan asing terhadap industri pariwisata. Terdapat penurunan pengunjung pariwisata pemerintah berusaha melakukan hal-hal untuk meningkatkan jumlah pengunjung wisata kembali dilampung dengan cara menekankan proses yang telah di anjurkan oleh peraturan undang-undang, untuk mempertahankan dan mengembangkan potensi wisata yang ada, perlu dilakukan suatu evaluasi dari wisatawan maupun pengelola wisata untuk dijadikan pertimbangan dalam mengambil langkah selanjutnya.

Hal ini menjadi tantangan bagi pemerintah dan pihak pengelola pariwisata yang ada di Lampung khususnya bagi pihak pengelola pariwisata puncak mas dalam melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah pengunjung wisata di era wabah pandemi dengan tetap mengikuti proses yang telah ditetapkan oleh pemerintah, guna meningkatkan kepercayaan pengunjung dan mempertahankan keeksitensian wisata dalam menghadapi permasalahan yang terjadi. Puncak Mas terletak di Jl. PB. Marga, Sukadana Ham, Kec. Tanjung Karang Timur, Kota Bandar Lampung, atau sekitar 7 km dari pusat kota Bandar Lampung. Berlokasi didaerah perbukitan, spot wisata berupa rumah pohon dengan keistimewaan dari atas ketinggian, pengunjung dapat menikmati 3 (tiga) spot pemandangan sekaligus yaitu perbukitan, pusat kota Bandar Lampung dan Teluk lampung. Fasilitas yang tersedia : café outdoor/foodcourt, toilet, musholla (rumah pohon), 6 buah rumah pohon, gazebo, jembatan cinta, sepeda gantung zip bike, taman,

arena bermain anak, penginapan, tempat parkir dan tentunya bermacam spot selfie.

Tabel 1.2
Data Jumlah Pengunjung Wisata Puncak Mas 2019-2020

Bulan	Jumlah Pengunjung 2019	Persentase %	Jumlah Pengunjung 2020	Persentase %
Januari	10.137	9%	9.121	-
Februari	9.693	9%	8.985	-2%
Maret	9.753	9%	Lookdown	-
April	10.330	10%	Lookdown	-
Mei	8.538	8%	2.458	-26,6%
Juni	8.456	8%	2.501	2%
Juli	7.472	7%	2.476	-1%
Agustus	8.175	9%	2.629	6%
September	7.341	7%	2.583	-2%
Oktober	7.854	7%	2.702	4%
Nopember	8.486	8%	2.863	6%
Desember	10.659	10%	3.203	11%
Total Pengunjung	106.894		39.521	

Sumber: Data Internal Puncak Mas 2021

Tabel 1.2 menunjukkan jumlah pengunjung puncak mas perbulan pada tahun 2020 dimana dari tabel diatas dapat dilihat naik turunnya jumlah pengunjung wisata puncak mas Bandar Lampung yakni pengunjung puncak mas sudah mengalami penurunan di tahun 2020 sebelum ditetapkan pandemi dibulan maret oleh pemerintah yaitu terjadi penurunan di bulan januari yakni sebesar 9.121 jiwa di banding tahun sebelumnya dan setelah ditetapkannya pandemi di bulan maret yang sekaligus menjadi lockdown untuk seluruh wilayah Indonesia penurunan wisata puncak mas sangat tajam, penurunan wisatawan lokal sampai mencapai -26,6% di bulan mei setelah dibuka kembali setelah lockdown. hal ini disebabkan terjadinya zona PSBB sehingga yang dapat melakukan kunjungan wisata hanya masyarakat daerah sekitar saja, dan pada bulan Maret dan April dimana tidak adanya kegiatan sama skali dapat wisata puncak mas, hal ini di karenakan adanya peraturan Lockdown sehingga tidak adanya satupun kegiatan yang berlangsung dapat bidang usaha baik industri maupun

maupun pariwisata.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara langsung terhadap pihak Puncak mas dan wisatawan yang berkunjung yaitu adanya penurunan jumlah wisatawan Pariwisata Puncak Mas dengan adanya pandemi covid-19 perlu adanya perencanaan strategis dengan memperhatikan faktor- faktor yang mempengaruhi. Salah satunya yang menyebabkan penurunan adalah faktor internal maupun faktor eksternal dari Pariwisata Puncak Mas. Dengan menganalisis faktor tersebut Puncak Mas dapat memperhatikan kemajuan pengembangan wisata berkelanjutan sehingga dapat terus bertahan dalam menghadapi persaingan yang berat dimasa yang terus berkembang. Hal ini menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti. Menurut observasi peneliti kondisi wisata mengalami penurunan pengunjung dikarenakan terdapat beberapa faktor.

Berdasarkan pra survey kepada 30 pengunjung. Puncak Mas Sukadanaham Lampung yang membawa konsep wisata alam serta café, buka setiap hari: mulai pagi jam 08:00 s.d malam jam 12:00. Puncak Mas merupakan salah satu obyek wisata yang dikelola oleh satu keluarga ini, merupakan salah satu sport wisata yang menarik untuk dikunjungi baik mulai dari anak-anak hingga dewasa, hal ini disebabkan oleh sport wisata yang diberikan oleh pihak pengelola memberikan kenyamanan terhadap pengunjung dan tempat wisata tidak berjauhan dari perkotaan, pengunjung wisata puncak mas lampung, dominan dari luar daerah, hampir 70% pengunjung puncak mas berasal dari kota Palembang.

Hasil Pra survey peneliti untuk mempertahankan tempat wisata atau meningkatkan pengunjung baik wisatawan lokal maupun luar sebaiknya pihak manajemen mengangkat kebudayaan asli atau menonjolkan ciri khas atas tempat wisatanya seperti halnya tempat wisata yang ada di bali lebih mengangkat kebudayaan asli dan kebiasaan masyarakat sekitar sehingga dengan begitu akan menarik wisatawan untuk berkunjung.

Berdasarkan Harga tiket masuk di Puncak Mas: ditetapkan dengan tarif Rp 20.000,00. Selain itu masih ada wahana spot foto yang dipungut biaya. Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM): Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam berbahasa asing, membuat turis menjadi kesulitan dalam berkomunikasi sehingga membuat tidak kembalinya pengunjung asing dan kurangnya sistem manajemen serta pengelolaan yang kurang terkontrol dari pihak Puncak Mas.

Kegiatan pemasaran seperti promosi, Puncak Mas sama halnya dengan wisata lainnya melakukan kegiatan promosi melalui media sosial diantaranya facebook, twitter, instagram, dan situs resmi, dari pemasaran tersebut kurang menariknya feeds media sosial yang diunggah, dikarenakan penataan foto serta pengambilan foto dengan angle yang kurang artistik dan kurang berjalannya kegiatan media sosial dalam setiap harinya, sehingga pengunjung yang belum mengunjungi wisata tersebut kurang penasaran untuk mengetahui wahana wisata Pucak Mas, selain itu promosi menggunakan media cetak seperti, pembagian brosur kepada pengunjung yang di berikan di pintu masuk ticketing dan diletakan dimeja kasir. Berdasarkan wawancara pihak manajemen, hal tersebut kurang efektif adalah banyak calon wisata yang memilih tempat wisata lain.

Belum adanya transportasi umum seperti hal kendaraan bus dalam kota menuju tempat wisata, maupun angkot untuk mempermudah pengunjung berkunjung. Beberapa pengunjung mengeluhkan akses transportasi karena ke beberapa tempat wisata di Lampung termasuk Puncak Mas memang belum ada transportasi umum tersedia. Jadi kendaraan pribadi masih jadi andalan untuk ke sini, meski sekarang transportasi online kini bisa jadi solusi. Kurang petugas di rrea beberapa pengunjung hanya menemui petugas di bagian depan tiket masuk. Kemudian di dalam area belum ada yang jaga.

Tersedianya tempat penginapan di puncak mas tapi pengunjung mengeluhkan tarif penginapan permalam yang masih terlalu mahal dan hanya untuk 2 orang saja apabila lebih dari 2 orang dikenakan biaya ekstra bed, untuk menginap semalam harus menguarkan sekitar Rp. 450.000 – Rp. 850.000 di puncak mas.

Berdasarkan latar belakang, maka diperlukan sebuah tindakan penelitian guna mengetahui potensi dan permasalahan yang ada pada objek wisata Puncak Mas guna memberikan, menyusun perencanaan strategi untuk memperoleh keunggulan yang kompetitif memiliki daya saing serta mengoptimalkan sumber daya yang ada. Strategi yang dapat digunakan untuk pengembangan wisata dapat menggunakan metode analisis SWOT. Analisis SWOT bertujuan untuk menciptakan atau merumuskan strategi pengembangan wisata. Analisis SWOT dilakukan dengan membandingkan faktor internal yaitu kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) dengan faktor eksternal yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Dengan demikian produk wisata didalamnya dapat menciptakan kehidupan yang lebih baik bagi penduduk sekitar dan memberikan kontribusi lebih baik bagi sektor wisata. Tidak hanya itu, pengembangan wisata memperlihatkan pertumbuhan pariwisata dan ekonomi serta meningkatkan pengalaman pengunjung dan meningkatkan tata kelola pemerintahan menjadi lebih baik. Oleh karena itu, adanya wisata mempunyai keuntungan berupa jalan keluar pengurangan kemiskinan dan pengangguran, mengurangi populasi dan migrasi, meningkatkan pendapatan dan menyediakan lapangan pekerjaan, serta mendorong perbaikan produk-produk dan infrastruktur.

Untuk itu penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN MELALUI ANALISIS SWOT PADA OBJEK WISATA PUNCAK MAS BANDAR LAMPUNG”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka dapat ditentukan rumusan masalah untuk penelitian ini yaitu “ Bagaimana menyusun strategi pemasaran guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan pada objek wisata Puncak Mas?”

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Agar pembahasan dalam laporan tugas akhir ini dapat terarah maka penulis memberikan ruang lingkup penelitian yaitu :

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Subjek penelitian ini adalah pengunjung pariwisata Puncak Mas Jl. PB. Marga, Sukadana Ham, Kec. Tanjung Karang Timur, Kota Bandar Lampung

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah perencanaan strategi pemasaran Pariwisata Puncak Mas melalui analisa SWOT

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Penelitian ini dilakukan di Pariwisata Puncak Mas Sukadana Ham, Kec. Tanjung Karang Timur, Kota Bandar Lampung

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang didasarkan berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan April 2021 s.d Juli 2021

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan penelitian ini adalah Manajemen Pemasaran, Analisis SWOT

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi pemasaran objek pariwisata provinsi lampung untuk meningkatkan kunjungan wisatawan melalui analisis internal dan eksternal faktor

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh bagi beberapa pihak dari penelitian adalah:

1. Bagi Perusahaan atau Dinas

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi Dinas untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan budaya dan obyek wisata dengan memperhatikan faktor-faktor apa saja yang merupakan Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Kesempatan (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dalam pengembangan sektor Pariwisata di Provinsi Lampung.

2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah atau memperkaya wawasan dan ilmu pengetahuan dalam penerapan ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai analisis SWOT guna dalam pengembangan sektor Pariwisata di Provinsi Lampung, serta dapat membandingkan teori-teori yang didapat dari perkuliahan dengan praktek yang sesungguhnya didalam perusahaan atau dinas.

3. Bagi Institusi

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi skripsi perpustakaan IIB Darmajaya.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini, sistematika penulisan skripsi disusun dalam lima bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan skripsi.

BAB II: LANDASANTEORI

Bab ini mencakup tentang teori-teori yang mendukung penelitian dan kerangka berpikir dalam penyusunan penelitian

BAB III: METODEPENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis metode penelitian, sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data (SWOT)

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai uraian hasil penelitian yang dianalisis dengan berpedoman pada teori-teori yang dikemukakan pada Bab II.

BAB V: SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat simpulan yang merupakan kesimpulan-kesimpulan yang menjelaskan tentang temuan masalah dan solusi yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan serta saran bagi perusahaan maupun peneliti selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**