



## **STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT KUNJUNG DAN PENERIMAAN WISATA EDUKASI BODOGOL EDUFARM KABUPATEN SUKABUMI**

**FAJRINA NUR FARIZAN**



**MANAJEMEN AGRIBISNIS  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## PERNYATAAN MENGENAI PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Minat Kunjung dan Penerimaan Wisata Edukasi Bodogol Edufarm Kabupaten Sukabumi” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan proyek akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025

Fajrina Nur Farizan  
J1310211030

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



FAJRINA NUR FARIZAN. Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Minat Kunjung dan Penerimaan Wisata Edukasi Bodogol EduFarm Kabupaten Sukabumi. Dibimbing oleh JUNIAR ATMAKUSUMA.

Jumlah kunjungan wisata edukasi Bodogol EduFarm pada periode Januari hingga Juni 2024 tidak mengalami peningkatan atau aktivitas kunjungan. Kondisi ini disebabkan oleh kurang optimalnya promosi yang dilakukan. Oleh karena itu, diperlukan strategi promosi efektif untuk meningkatkan minat kunjung dan penerimaan terhadap wisata edukasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik pengguna Instagram, menganalisis pengaruh media Instagram terhadap minat kunjung, serta mengevaluasi efektivitas promosi melalui Instagram menggunakan analisis *R/C Ratio* dan anggaran parsial. Metode yang digunakan meliputi, analisis statistik deskriptif, regresi linier berganda, *R/C Ratio*, dan analisis anggaran parsial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel 4C berpengaruh positif dan signifikan meningkatkan minat kunjung dengan nilai signifikansi  $<0,05$ . Selain itu, nilai *R/C Ratio* meningkat menjadi 1,05, naik sebesar 0,58, dengan tambahan keuntungan sebesar Rp 15.662.404. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram sebagai media promosi terbukti efektif dalam meningkatkan minat kunjung dan penerimaan dari wisata edukasi Bodogol EduFarm.

Kata kunci: Instagram, minat kunjung, penerimaan, promosi

## ABSTRACT

FAJRINA NUR FARIZAN. Marketing Strategy to Increase Visitor Interest and Revenue of Educational Tourism at Bodogol EduFarm Sukabumi Regency. Supervised by JUNIAR ATMAKUSUMA.

The number of visits to the children's educational tourism program at Bodogol EduFarm from January to June 2024 showed no increase or activity. This condition was caused by suboptimal promotional efforts. Therefore, an effective promotional strategy is needed to increase visitor interest and revenue from the children's educational tourism program. This study aims to identify the characteristics of Instagram users, analyze the influence if Instagram on visit interest, and evaluate the effectiveness of promotion through Instagram using the *R/C Ratio* and partial budget analysis. The methods used include descriptive statistical analysis, multiple linear regression, *R/C Ratio*, and partial budget analysis. The results show that the 4C variabels have a positive and significant effect on visit interest, with a significance value of  $<0,05$ . Furthermore, the *R/C Ratio* increased to 1,05, up by 0,58, with an additional profit of IDR 15.662.404. These findings indicate that utilizing Instagram as a promotional medium has proven effective in increasing visitor interest and revenue from the children's educational tourism program at Bodogol EduFarm.

Keywords: Instagram, intention to visit, promotion, reception



©Hak cipta milik IPB University

**IPB University**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak mengugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*



## **STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT KUNJUNG DAN PENERIMAAN WISATA EDUKASI BODOGOL EDUFARM KABUPATEN SUKABUMI**

**FAJRINA NUR FARIZAN**

Proyek Akhir  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Terapan pada  
Program Studi Manajemen Agribisnis

**MANAJEMEN AGRIBISNIS  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Proyek Akhir : Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Minat Kunjung dan Penerimaan Wisata Edukasi Bodogol EduFarm Kabupaten Sukabumi  
Nama : Fajrina Nur Farizan  
NIM : J1310211030

Disetujui oleh

Pembimbing:  
Dr. Ir. Juniar Atmakusuma, M.S.

Diketahui oleh

  

Ketua Program Studi:  
Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.  
NPI. 201811198309142016

Dekan Sekolah Vokasi:  
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.  
NIP. 196607171992031003

Tanggal Ujian: 24 Juli 2025

Tanggal Lulus:



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga proyek akhir ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Juli 2024 sampai bulan Desember 2024 ini ialah Promosi Wisata Edukasi Melalui Media Sosial Instagram, dengan judul “Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Minat Kunjung dan Penerimaan Wisata Edukasi Bodogol Edufarm Kabupaten Sukabumi”.

Terima kasih penulis ucapan kepada dosen pembimbing, Dr. Ir. Juniar Atmokusuma, M.S., yang telah memberikan bimbingan, waktu, tenaga, serta masukan yang sangat berharga sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan proyek akhir ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Prof. Dr. Ir. Iis Datin, MM., atas arahan dan masukan yang diberikan. Selain itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh dosen Program Studi Manajemen Agribisnis dan pihak akademik Sekolah Vokasi IPB atas dukungan dan fasilitas yang telah diberikan selama proses penyusunan proyek akhir ini. Disamping itu, ungkapan terima kasih penulis sampaikan kepada Nuur Muhammad Ahkam, A.Md.Par., selaku CEO dari Bodogol EduFarm yang telah memberi izin penelitian serta membimbing dan membantu selama magang industri dan pengumpulan data.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada orang tua tercinta. Berkat doa, kasih sayang, dan dukungan yang tiada henti, baik secara moral maupun material penulis mampu melalui seluruh proses perkuliahan dan menyelesaikan proyek akhir ini. Do'a dan dorongan mereka menjadi kekuatan utama yang menguatkan penulis untuk terus melangkah maju. Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada teman-teman yang telah memberikan dukungan, semangat, serta kehadiran yang berarti selama proses penyusunan proyek akhir ini. Kehadiran dan perhatian yang diberikan menjadi penyemangat tersendiri bagi penulis untuk tetap fokus dan menyelesaikan tugas ini dengan sebaik mungkin.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2025

*Fajrina Nur Farizan*



DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Strategi Pemasaran	6
2.2 Analisis STP	7
2.3 Minat Kunjung Wisata	7
2.4 Penelitian Terdahulu	8
2.5 Kerangka Pemikiran	9
2.6 Model Hipotesis	12
III METODE	14
3.1 Lokasi dan Waktu Magang Industri	14
3.2 Teknik Pengumpulan Data	14
3.3 Populasi dan Sampel	14
3.4 Metode Analisis	15
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	19
4.2 Karakteristik Konsumen Pengguna Instagram Bodogol EduFarm	23
4.3 Pengaruh Media Sosial Instagram	29
4.4 Implementasi Promosi Wisata Edukasi	35
4.5 Analisis Finansial Sebelum dan Sesudah Penerapan	43
V SIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Simpulan	46
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	49
RIWAYAT HIDUP	63



1	Data kunjungan wisata edukasi bulan Januari-September 2024	3
2	Definisi operasional variabel	11
3	Analisis anggaran parsial	18
4	Paket wisata edukasi Bodogol EduFarm	21
5	Segmentasi pasar wisata edukasi Bodogol EduFarm	22
6	Rundown kegiatan wisata edukasi Bodogol EduFarm	23
7	Karakteristik responden berdasarkan domisili	23
8	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	24
9	Karakteristik responden berdasarkan usia	24
10	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir	25
11	Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan	25
12	Rekapitulasi jawaban responden variabel <i>context</i>	26
13	Rekapitulasi jawaban responden variabel <i>communication</i>	26
14	Rekapitulasi jawaban responden variabel <i>connection</i>	27
15	Rekapitulasi jawaban responden variabel <i>collaboration</i>	28
16	Rekapitulasi jawaban responden variabel minat kunjung	28
17	Hasil uji validitas <i>context</i>	29
18	Hasil uji validitas <i>communication</i>	29
19	Hasil uji validitas <i>connection</i>	30
20	Hasil uji validitas <i>collaboration</i>	30
21	Hasil uji validitas minat kunjung	30
22	Uji reliabilitas	31
23	Hasil uji analisis regresi linear berganda	31
24	Hasil uji normalitas	32
25	Hasil uji multikolinearitas	33
26	Hasil uji T parsial	34
27	Hasil uji koefisien determinasi R-square	35
28	Jumlah kunjungan wisata edukasi sebelum dan sesudah aktif promosi	42
29	Pembelian paket wisata edukasi Bodogol EduFarm 2024	43
30	Analisis R/C Ratio Bodogol EduFarm sebelum penerapan	44
31	Analisis R/C Ratio Bodogol EduFarm sesudah penerapan	44
32	Hasil analisis anggaran parsial Bodogol EduFarm	45

## DAFTAR GAMBAR

1	Perkembangan kunjungan wisatawan di Jawa Barat	1
2	Perjalanan wisatawan Kabupaten Sukabumi tahun 2021-2023	1
3	Media sosial yang paling populer di Indonesia (Januari 2025)	2
4	Pengguna Instagram di Indonesia per Januari 2023-2025	2
5	Kerangka pemikiran	10
6	Model hipotesis variabel 4C terhadap minat kunjung	12



7	Struktur organisasi Bodogol EduFarm	20
8	Hasil uji heteroskedastisitas	33
9	Profil dan postingan akun <i>instagram</i> sebelum penerapan	36
10	Unggahan <i>feeds</i> <i>instagram</i> wisata edukasi	37
11	<i>Reels</i> <i>instagram</i> wisata edukasi	37
12	Poster promosi wisata edukasi Bodogol EduFarm	38
13	<i>Instagram story</i> wisata edukasi Bodogol EduFarm	39
14	<i>Highlight</i> akun <i>instagram</i> Bodogol EduFarm	39
15	<i>Caption</i> dan <i>hashtag</i> postingan Bodogol EduFarm	40
16	Profil dan postingan akun <i>instagram</i> setelah penerapan	40
17	<i>Feeds insights</i> konten wisata edukasi Bodogol EduFarm	41
18	<i>Reels insights</i> konten wisata edukasi Bodogol EduFarm	42

## DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuisisioner penelitian	50
2	Uji validitas	55
3	Uji reliabilitas	59
4	Biaya investasi Bodogol EduFarm	60
5	Biaya variabel Bodogol EduFarm	61
6	Biaya variabel bulan Juli-November 2024 dan Januari 2025	62
7	Konten promosi pada <i>feeds</i> dan <i>reels</i> <i>Instagram</i> Bodogol EduFarm	62

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.