



KAJIAN PORTOFOLIO PRODUK WISATA KABUPATEN TAPANULI UTARA

Beta Budisetyorini¹⁾, Anasthasya Ayu Imelda Maramis²⁾, Devi Andita Aprilia³⁾

¹betasetyorini@gmail.com,

^{1, 2, 3}Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui posisi portofolio produk wisata berdasarkan *Market Share* dan *Market Growth* usaha – usaha pariwisata di Kabupaten Tapanuli Utara dalam meningkatkan pendapatan daerah serta menarik investor dengan menggunakan analisis Matriks BCG. Metode penelitian yang digunakan merupakan penelitian deskriptif dengan analisis kuantitatif.

Kata Kunci: Portofolio, Produk Wisata, Usaha Wisata, Danau Toba, Kabupaten Tapanuli Utara.

LATAR BELAKANG

Danau Toba merupakan salah satu destinasi pariwisata yang berada di dalam wilayah “Great Batam” sekaligus menjadi salah satu destinasi yang masuk dalam daftar 10 destinasi pariwisata prioritas. Untuk memaksimalkan daya tarik Danau Toba tentunya dibutuhkan dukungan dari daerah lain di sekelilingnya. Salah satu daerah yang ikut serta dalam mendukung pengembangan Danau Toba adalah Kabupaten Tapanuli Utara. Hal ini terlihat dari masyarakat Kabupaten Tapanuli Utara yang berpartisipasi dalam *event* Festival Danau Toba yang pada tahun ini diselenggarakan di Kota Muara, tanggal 9 sampai 12 September 2016. Dalam mendukung pengembangan pariwisata, Kabupaten Tapanuli membangun Bandara Silangit pada tahun 2010 dan dikelola oleh PT. Angkasa Pura II yang diharapkan dapat menjadi pintu masuk utama memasuki kawasan Danau Toba. Maka, dalam mendukung pengembangan pariwisata di Kabupaten Tapanuli Utara dibutuhkan kajian produk wisata dalam perspektif bisnis yang akan menghasilkan portofolio produk wisata yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan daerah dan menarik investor untuk menanamkan modal. Dalam hal ini Kabupaten Tapanuli Utara perlu mengetahui posisi produk wisata dalam perspektif bisnis pariwisata berdaya saing sebagai acuan, sehingga dalam pemilihan strategi pengembangan pariwisata Kabupaten Tapanuli Utara lebih terarah.

Untuk mengetahui posisi matriks portofolio produk wisata pada Kabupaten Tapanuli Utara dalam perspektif bisnis pariwisata berdaya saing digunakan konsep portofolio produk. Portofolio produk adalah salah satu konsep yang dirancang oleh

Kementrian Pariwisata dalam konsep Great yang berfungsi untuk mengukur laju pertumbuhan pasar (*Market Growth*) serta pangsa pasar relatif (*Market Share*). Dari paparan diatas, maka penelitian ini mengambil topik “Kajian Portofolio Produk Wisata Kabupaten Tapanuli Utara”.

KAJIAN PUSTAKA

Portofolio bisnis (*business portfolio*) adalah kumpulan bisnis dan produk yang membentuk perusahaan. Portofolio bisnis terbaik adalah portofolio bisnis yang paling sesuai dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan untuk mengambil peluang dalam lingkungan bisnis. Analisis portofolio (*portfolio analysis*) adalah proses yang digunakan manajemen dalam mengevaluasi produk dan bisnis yang membentuk perusahaan.

Menurut Jacob Rico Kuntag (2014) Matriks BCG merupakan salah satu model manajemen portofolio yang digunakan dalam teori siklus (*product life cycle*). Model BCG digunakan untuk memprioritaskan produk mana yang mendapatkan lebih banyak dana dan perhatian. Model BCG didasarkan pada klasifikasi produk (dan secara implisit juga unit bisnis) dalam kategori berdasarkan kombinasi dari *market growth* dan *market share relative* terhadap pesaing terbesar (*highest competitor*).

Menurut Middleton (2001 : 122) dalam buku “Marketing in Travel and Tourism” menyebutkan bahwa : “the tourist product is to be considered as an amalgam of three main components of attraction, facilities at the destination, and accessibility of the destination”.

Nyoman S. Pendit (1987 : 147) dalam buku “Pengantar Ilmu Pariwisata” yang dimaksud dengan perusahaan utama yang langsung ini adalah semua perusahaan yang tujuan pelayanannya khusus diperuntukkan bagi perkembangan-perkembangan kepariwisataan dan kehidupannya benar-benar tergantung padanya. Usaha-usaha yang termasuk dalam industri pariwisata menurut Nyoman S. Pendit (1987 : 147), yaitu: travel agent atau tour operator, perusahaan pengangkutan, akomodasi perhotelan, bar dan restoran, travel agent atau tour operator lokal, souvenir shop dan handicraft, serta perusahaan-perusahaan yang berkaitan dengan aktivitas wisatawan.

Sedangkan menurut UU No.10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, yang tergolong dalam usaha pariwisata adalah daya tarik wisata, kawasan pariwisata, jasa transportasi pariwisata, jasa perjalanan pariwisata, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran, jasa informasi pariwisata, jasa konsultan pariwisata, jasa pramuwisata, wisata tirta, spa.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan bersifat penelitian deskriptif kualitatif dengan analisis kuantitatif. Teknik Pengumpulan Data yang dilakukan melalui: a) wawancara; b) dokumentasi. Alat kumpul data yang digunakan: a) pedoman wawancara; b) dokumen. Sedangkan Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis matriks BCG (Boston Consulting Group). Matriks BCG memiliki beberapa unsur yaitu:

1. *Market Growth* (Laju Pertumbuhan Pasar). Untuk menghitung laju pertumbuhan pasar digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Laju Pertumbuhan Pasar } N = \frac{\text{Vol. Penj. Tahun Sekarang} - \text{Vol. Penj. Tahun Sebelumnya}}{\text{Vol. Penj. Tahun Sebelumnya}} \times 100\%$$

2. *Market Share Relative* (Pangsa Pasar Relatif). Untuk menghitung pangsa pasar relatif (RMS) digunakan rumus sebagai berikut :

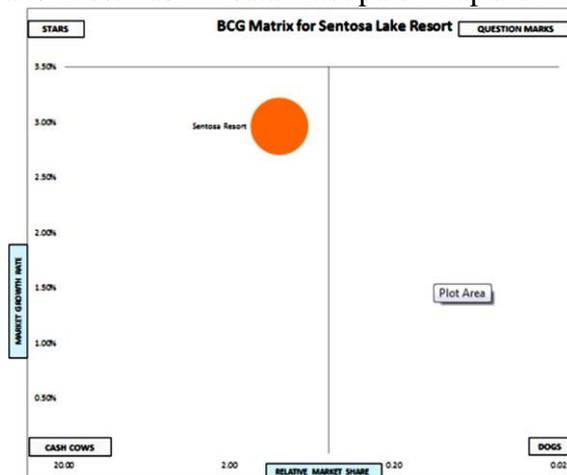
$$\text{Pangsa Pasar Relatif } N = \frac{\text{Volume Penjualan Perusahaan Tahun Sekarang}}{\text{Volume Penjualan Pesaing Dominan Tahun Sekarang}} \text{ Kali}$$

PEMBAHASAN

Analisis Portofolio Atraksi Wisata Kabupaten Tapanuli Utara

Atraksi wisata merupakan salah satu komponen produk wisata yang utama. Menurut Undang Undang nomor 10 tahun 2009 mengenai usaha pariwisata yang termasuk dengan atraksi wisata yaitu daya tarik wisata, kawasan pariwisata, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, MICE, wisata tirta dan spa. Namun, hampir seluruh komponen produk atraksi wisata di Kabupaten Tapanuli Utara masih dikelola oleh masyarakat dan belum menggunakan pendekatan bisnis. Maka dari itu atraksi wisata pada matriks BCG hanya terdapat satu atraksi yaitu Sentosa Lake Resort yang merupakan usaha kawasan wisata. Meskipun Sentosa Lake Resort merupakan satu-satunya atraksi wisata yang menggunakan pendekatan bisnis, atraksi wisata ini kurang melakukan usaha untuk meningkatkan laju pertumbuhan pasarnya. Disamping merupakan posisi atraksi wisata dalam matriks BCG.

Matriks BCG
Atraksi Destinasi Wisata Kabupaten Tapanuli Utara



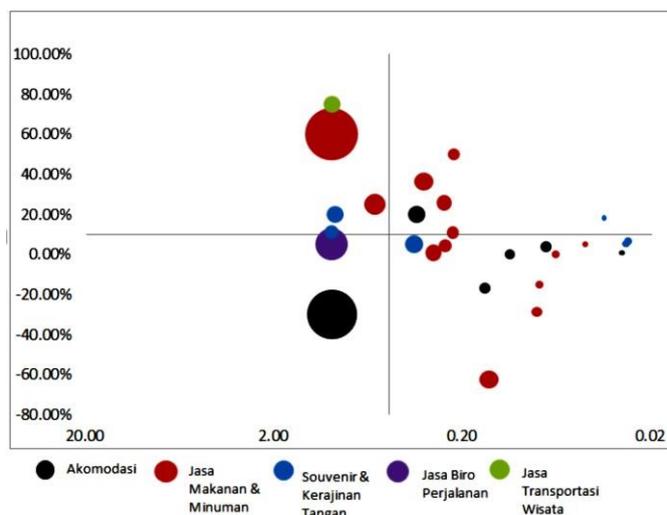
Sumber : Olahan Peneliti

Analisis Portofolio Fasilitas Destinasi Wisata Kabupaten Tapanuli Utara

Dalam buku "Pengantar Ilmu Pariwisata" Nyoman S. Pendit (1987 : 147) dan Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 mengenai usaha pariwisata, yang termasuk usaha fasilitas destinasi wisata yaitu jasa makanan dan minuman, jasa transportasi

pariwisata, jasa perjalanan pariwisata atau biro perjalanan, toko *souvenir* dan kerajinan tangan. Sedangkan usaha fasilitas destinasi yang terdapat di Kabupaten Tapanuli Utara yaitu usaha akomodasi, usaha jasa makanan dan minuman, usaha biro perjalanan, usaha transportasi wisata, dan usaha toko *souvenir* dan kerajinan tangan. Dilihat dari matriks BCG produk Matriks BCG Atraksi Destinasi Wisata Kabupaten Tapanuli Utara pariwisata Kabupaten Tapanuli Utara terbagi rata di ke 4 posisi. Dari semua 27 usaha fasilitas destinasi yang diteliti, 14 usaha (4 usaha akomodasi, 7 usaha jasa makanan dan minuman, serta 3 usaha toko *souvenir* dan kerajinan tangan) diantaranya berada di posisi “Dogs”, 2 usaha (1 usaha akomodasi dan 1 usaha jasa biro perjalanan) berada di posisi “Cash Cows”, 6 usaha (1 usaha akomodasi, 4 usaha jasa makanan dan minuman, serta 1 usaha toko *souvenir* dan kerajinan tangan) berada di posisi “Question Marks”, dan 5 usaha (2 usaha jasa makanan dan minuman, 2 usaha toko *souvenir* dan kerajinan tangan, 1 usaha jasa transportasi wisata) berada di posisi “Stars”. Dari hasil diatas dapat di ketahui bahwa sebagian besar dari usaha fasilitas destinasi wisata di Kabupaten Tapanuli Utara berada di posisi “Dogs”. Berdasarkan data diatas, 14 usaha fasilitas destinasi wisata yang berada di posisi “Dogs” 7 di antaranya merupakan usaha jasa makan dan minuman. Dalam buku “Dasar-Dasar Pemasaran” oleh Kotler (1990 : 94), ada dua alternatif yang dapat dilakukan yaitu *harvest* atau *divest*. Dimana alternatif *harvest* memberikan strategi bahwa usaha yang laju pertumbuhan pasarnya tinggi namun rendah *market share*-nya maka perusahaan tersebut memerlukan asupan dana atau investasi terhadap usahanya. Sedangkan alternatif *divest* memberikan strategi bahwa perusahaan yang rendah laju pertumbuhan pasar dan *market share*-nya sebaiknya dilepaskan saja. Maka dari itu usaha fasilitas destinasi pariwisata khususnya usaha jasa makanan dan minuman di Kabupaten Tapanuli Utara perlu mengambil salah satu tindakan tersebut agar usaha fasilitas destinasi yang berada di posisi “Dogs” dapat berpindah ke posisi yang lebih baik pada matriks BCG. Sedangkan bagi usaha fasilitas destinasi pariwisata yang berada pada posisi “Stars”, Dalam buku “Dasar-Dasar Pemasaran” oleh Kotler (1990 : 94), mengungkapkan bahwa alternatif yang dapat di lakukan adalah *hold*, usaha-usaha tersebut dapat terus menjalankan strategi yang sedang dilakukan. Selain itu, bagi usaha fasilitas destinasi wisata lainnya yang berada di posisi “Cash Cows” dan “Question Marks” dapat melakukan alternatif *harvest* atau *hold* dimana usaha-usaha yang berada di posisi ini dapat meningkatkan laju pertumbuhan pasar dan *market share*-nya agar dapat terus bertahan dalam waktu jangka panjang atau perusahaan dapat menggandakan asupan dana atau investasi agar dapat membantu meningkatkan laju pertumbuhan pasarnya atau pangsa pasar relatifnya. Di samping merupakan posisi fasilitas destinasi wisata Kabupaten Tapanuli Utara dalam matriks BCG.

Matriks BCG



Fasilitas Destinasi Wisata Kabupaten Tapanuli Utara

Analisis Kontribusi Fasilitas Penunjang Pariwisata dan Aksesibilitas.

Dalam hal ini untuk fasilitas penunjang pariwisata hanya mencakup analisis kontribusi usaha penunjang milik swasta sesuai dengan ruang lingkup substansi. Sedangkan untuk analisis kontribusi aksesibilitas mencakup bandara, terminal, dan pelabuhan milik negara yang berperan terhadap kegiatan pariwisata di Kabupaten Tapanuli Utara.

a. Bank Danamon

Bank Danamon masih belum berperan dalam membantu pengembangan pariwisata di Kabupaten Tapanuli Utara karena masih mengutamakan promosi dan pendekatan kepada masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Danamon, sehingga belum berencana untuk melakukan kerjasama dengan usaha pariwisata yang ada di Kabupaten Tapanuli Utara. Selain itu hal ini juga dipengaruhi oleh Bank Danamon cabang Kota Tarutung yang masih terbilang baru karena diresmikan pada tahun 2011.

b. Bandara

Bandar Udara Silangit merupakan salah satu pintu masuk tercepat di Provinsi Sumatera Utara menuju Kawasan Danau Toba selain Bandara Kualanamu yang terletak di Kota Medan dan Bandar Udara Sibisa yang terletak di Kabupaten Toba Samosir. Bandara Silangit sangat berperan penting dalam mendukung kegiatan pariwisata di Kabupaten Tapanuli Utara dan kawasan Danau Toba. Pihak PT. Angkasa Pura II menyatakan bahwa wisatawan lebih memilih Bandara Silangit sebagai pintu masuk menuju kawasan wisata Danau Toba karena jaraknya yang lebih dekat. Selain itu hal ini juga terbukti dengan dibukanya rute penerbangan langsung Jakarta-Silangit dan Batam-Silangit dan banyaknya maskapai yang berminat membuka jalur penerbangan ke Bandara Silangit, beberapa di

antaranya adalah Batik Air, Citilink, dan Singapore Airline. Maka dari itu PT. Angkasa Pura II dan pemerintah berencana untuk mengembangkan Bandara Silangit dengan membangun fasilitas sisi udara dan sisi darat. Selain untuk memenuhi kebutuhan maskapai dan penumpang, hal ini juga bertujuan agar Bandar Udara Silangit menjadi bandara wisata terbesar di Indonesia selain Bandara Ngurah Rai Bali, dengan target pengunjung mencapai 1.000.000 penumpang.

c. Pelabuhan

Pelabuhan Muara dikelola oleh PT Sarana dan Prasarana Sumatera Utara memiliki fungsi ganda yaitu sebagai sarana penyeberangan penduduk sekitar Kabupaten Tapanuli Utara dan sebagai pendukung kegiatan pariwisata di Danau Toba. Namun, pengguna pelabuhan Muara mulai turun terbukti dari berkurangnya perjalanan pada September tahun 2015 dari 2 perjalanan menjadi 1 perjalanan dalam 1 hari. Hal itu dikarenakan akses ke pelabuhan Muara yang cukup jauh dari jalan utama serta kondisi fisik jalan yang tidak layak dibandingkan pelabuhan lain di sekitar kawasan Danau Toba. Dalam menanggulangi hal ini, pemerintah Kabupaten Tapanuli Utara menggunakan kota Muara sebagai tempat penyelenggaraan Festival Danau Toba pada tahun 2016 sehingga dapat menarik wisatawan maupun penduduk sekitar untuk mengunjungi Kota Muara ataupun menyeberang melalui Pelabuhan Muara. Pemerintah Kabupaten Tapanuli Utara sudah memberikan dukungan dalam pengembangan pariwisata di Kota Muara dengan meningkatkan aksesibilitas pelabuhan Muara sehingga kegiatan pariwisata dan penyeberangan di Kota Muara dapat meningkat.

d. Terminal

Terminal Bus Madya Tarutung merupakan terminal bus yang terletak di Kecamatan Tarutung Kabupaten Tapanuli Utara. Terminal Bus ini memiliki berbagai trayek atau rute dari Tarutung ke berbagai daerah, antara lain Parapat-Tarutung, Pekanbaru-Tarutung, Jambi-Tarutung, Palembang-Tarutung, Palembang-Tarutung, Medan-Tarutung, dan lain-lain. Armada bus yang terdapat di Terminal Bus Madya Tarutung ini antara lain adalah Bus Damri, ALS, Bintang Utara, Sibolboali, PT. Rapi Jaya dan lain-lain. Walaupun belum banyak digunakan untuk kepentingan pariwisata, namun terminal ini berpotensi untuk menjadi pendukung kegiatan kepariwisataan di Tapanuli Utara. Untuk wisatawan nusantara khususnya yang tinggal di daerah Sumatera dan ingin ke daerah Tarutung, Terminal Bus ini merupakan salah satu aspek yang mendukung pariwisata di daerah Tarutung karena jika ada wisatawan yang ingin mengunjungi Salib kasih, Air Soda, dan destinasi lainnya, biaya yang akan dikeluarkan cenderung lebih murah daripada tiket pesawat, walaupun membutuhkan waktu tempuh yang cukup lama.

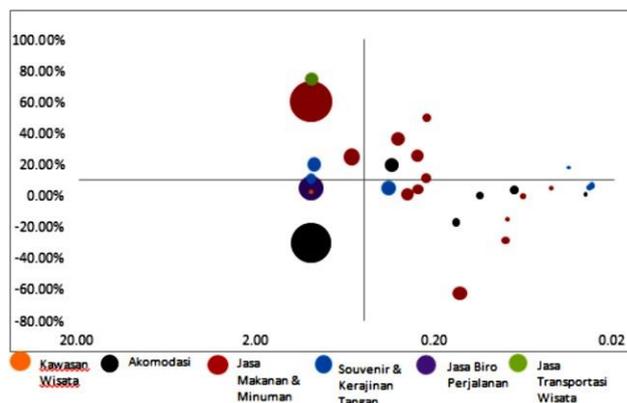
KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- a. Berdasarkan analisis menggunakan matriks BCG maka dapat disimpulkan bahwa posisi dari masing-masing usaha pariwisata tersebut yaitu sebagai berikut: Atraksi: 1 usaha di posisi “*Cash Cows*”; Fasilitas Destinasi: 5 usaha di posisi “*Stars*”, 2 usaha di posisi “*Cash Cows*”, 14 usaha di posisi “*Dogs*” dan 6 usaha di posisi “*Question Marks*”, sedangkan 1 perusahaan perbankan sebagai jasa

pelayanan lain dalam fasilitas destinasi hanya dianalisis kontribusinya terhadap kepariwisataan di Kabupaten Tapanuli Utara; Aksesibilitas: Pada aspek produk pariwisata ini, peneliti hanya mendeskripsikan kontribusi instansi-instansi terkait terhadap pengembangan pariwisata di Kabupaten Tapanuli Utara dikarenakan usaha pariwisata yang bergerak di bidang aksesibilitas dikelola oleh pemerintahan seperti Bandara Silangit, Terminal Madya Tarutung, dan Pelabuhan Muara.

Matriks BCG
Produk Wisata di Kabupaten Tapanuli Utara



Sumber : Olahan Peneliti

- b. Dari hasil penelitian terhadap 28 usaha pariwisata, yang terdiri dari 1 atraksi dan 27 usaha fasilitas destinasi, secara garis besar berada di kuadran “*Dogs*” dalam Matriks BCG. Maka dapat disimpulkan bahwa usaha pariwisata yang ada di Kabupaten Tapanuli Utara memiliki laju pertumbuhan pasar dan pangsa pasar relatif yang masih rendah. Hal ini dikarenakan belum adanya proses pemilihan segmentasi pasar yang kuat. Selain itu kekurangan yang dimiliki usaha-usaha tersebut adalah tidak adanya inovasi dalam pengembangan produk. Kurangnya promosi juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan usaha-usaha tersebut kurang berhasil dalam menarik pasar.
- c. Adapun kontribusi bandara dinilai sangat berkontribusi dalam mendukung kegiatan pariwisata di Kabupaten Tapanuli Utara. Sedangkan untuk terminal, pelabuhan, dan usaha perbankan berdasarkan data yang diperoleh dinyatakan belum banyak berkontribusi dalam mendukung kepariwisataan di Kabupaten Tapanuli Utara karena belum berfokus di bidang kepariwisataan.

Saran

- a. Dikarenakan teridentifikasinya posisi-posisi usaha pariwisata yang secara garis besar berada di kuadran “*Dogs*”, maka langkah yang harus diambil adalah divestasi atau pengalihan dana bantuan terhadap usaha-usaha yang berada di kuadran “*Cash Cows*” atau “*Question Marks*”. Namun tim peneliti merekomendasikan selain *divest*, dalam memperbaiki usaha yang berada di kuadran “*Dogs*” yaitu dengan cara mencari dana dari *stakeholder* seperti pemerintah dan meyakinkan bahwa produk pariwisata Kabupaten Tapanuli Utara pada aspek usaha-usaha pariwisata seperti usaha makanan minuman dan akomodasi memerlukan bantuan guna memperbaiki posisi usaha. Memperbaiki posisi usaha dalam hal ini sangat diperlukan karena usaha-usaha tersebut

merupakan fasilitas pendukung dalam kegiatan wisata di Kabupaten Tapanuli Utara. Jika usaha-usaha pariwisata ini tetap berada di posisi “*Dogs*” maka dikhawatirkan industri pariwisata di Kabupaten Tapanuli Utara tidak bisa berkembang dengan baik sementara Kabupaten Tapanuli Utara memiliki sumber daya pariwisata yang sangat berpotensi untuk dikembangkan. Selain itu pemerintah dapat mengarahkan para pengusaha di sektor pariwisata di Kabupaten Tapanuli Utara untuk saling bekerjasama dalam membangun kepariwisataan di Kabupaten Tapanuli Utara, mengingat semua sektor harus berperan dalam membangun kepariwisataan. Contohnya usaha akomodasi dan usaha *souvenir* dan kerajinan tangan menjalin kerjasama dengan usaha biro perjalanan untuk membantu usaha tersebut memperoleh pasar. Dengan adanya bandara Silangit yang mulai banyak mengadakan kerjasama dengan maskapai-maskapai baru, maka diharapkan perekonomian Kabupaten Tapanuli Utara dapat berkembang dengan pesat. Jika hal tersebut dibarengi dengan berkembangnya usaha-usaha pariwisata maka diharapkan kegiatan perekonomian di Kabupaten Tapanuli Utara semakin membaik.

- b. Dari hasil identifikasi, usaha yang berada di kuadran “*Cash Cows*” adalah usaha yang bergerak pada bidang atraksi wisata dalam hal ini usaha kawasan wisata. Pada bidang atraksi wisata ini, kabupaten Tapanuli Utara memiliki sumber daya alam yang cukup baik untuk dikembangkan sebagai atraksi wisata. Dari hasil temuan peneliti, potensi-potensi tersebut belum tersentuh oleh swasta sehingga dalam proses pengembangannya, hambatan terbesar adalah pada aspek permodalan. Pemerintah Kabupaten Tapanuli Utara dalam hal ini berada di posisi sebagai pihak yang bertugas untuk mengajak pengusaha dan investor untuk menanamkan modal pada bidang atraksi wisata. Dana investasi dapat difokuskan untuk membentuk atraksi wisata yang memiliki karakter sehingga siap untuk dipasarkan kepada wisatawan. Jika tahap penanaman modal telah berjalan, maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah pengembangan produk. Banyak pendekatan yang dapat diaplikasikan dalam proses pengembangan produk pariwisata seperti yang dikemukakan oleh Getz (1987) dan Page (1995) yaitu Pendekatan *Bosstern*, pendekatan ekonomi-industri, pendekatan fisik- keruangan (*spatial approach*), pendekatan kerakyatan (*community approach*) dan pendekatan keberlanjutan (*sustainable approach*). Pendekatanpendekatan tersebut dapat diaplikasikan dalam pengembangan produk pariwisata di Kabupaten Tapanuli dengan tetap mempertimbangkan kondisi faktual di lapangan. Setelah terbentuknya produk yang optimal, maka langkah selanjutnya adalah melakukan strategi segmentasi pasar. Tujuan dari strategi ini adalah menentukan segmen mana dan berapa segmen yang akan ditentukan agar penjualan produk berjalan maksimal. Konsumen atau dalam hal ini adalah wisatawan memiliki perbedaan kebutuhan dalam setiap produk dan oleh karenanya konsumen/wisatawan akan memberikan reaksi yang berbeda di setiap produk yang ditawarkan kepadanya. Terdapat variabel-variabel yang diterapkan pada strategi ini. Menurut Makens (2002) terdapat 4 variabel, yaitu Segmentasi Geografis (*geographic segmentation*), Segmentasi Demografis (*demographic segmentation*), Segmentasi Perilaku (*behavioral segmentation*), Segementasi Psikografis (*psychographic segementation*). Setelah terbentuknya produk dan posisi pasar yang diinginkan, maka langkah selanjutnya yang perlu dilakukan adalah merencanakan program guna memperoleh respon dari pasar sasaran. Strategi yang dapat digunakan adalah

strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix). Strategi bauran pemasaran terdiri dari serangkaian variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan terkait untuk mempengaruhi atas permintaan produknya. Menurut Philip Kotler, terdapat empat unsur atau variable bauran pemasaran yaitu Strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Penyaluran/Distribusi, Strategi Promosi. Dukungan faktor-faktor bauran pemasaran (marketing mix) diharapkan mampu menciptakan kepuasan wisatawan, yang berimbas kepada loyalitas wisatawan. Dengan adanya loyalitas wisatawan, maka repetisi dalam konsumsi produk atau kunjungan kembali dapat terjadi. Pada tahap akhir, perusahaan dapat melakukan evaluasi pada setiap strategi agar dalam penerapannya tetap berjalan optimal.

- c. Dengan adanya rencana pengembangan Bandara Silangit sebagai bandara terbesar setelah Bandara Ngurah Rai Bali dengan target kunjungan 1.000.000 wisatawan, maka pengembangan aksesibilitas lain seperti terminal dan pelabuhan harus dilakukan guna mendukung kepariwisataan di Kabupaten Tapanuli Utara dengan cara melakukan persiapan, pembenahan fasilitas, dan dengan penambahan SDM yang mumpuni dibidang pariwisata agar dapat memberikan pengarahan kepada wisatawan dan menarik wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata di Kabupaten Tapanuli Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Bloom, Paul N dan Louise N.Boone. 2006. *STRATEGI PEMASARAN PRODUK 18 LANGKAH MEMBANGUN JARING PEMASARAN PRODUK YANG KOKOH*. Jakarta: Prestasi Pustakaraya.
- Brrrwisata.com. 2016."Daftar Hotel Di Kabupaten Tapanuli Utara"
<http://www.brrrwisata.com/2016/04/hotel-tapanuli-utara.html>. [Diakses Pada Kamis, 08-09-2016 Pukul 19.00 WIB]
- Hasan, Ali. 2015. *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hasan, M.Iqbal. 2002. *POKOK-POKOK MATERI METODOLOGI PENELITIAN & APLIKASINYA*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip. 1987. *DASAR-DASAR PEMASARAN*. Jakarta: PT Midas Surya Grafindo.
- Naibaho, Antonius. 2013. "20 Tempat Wisata Di Tarutung Kabupaten Tapanuli Utara"
<http://anthonyinh.blogspot.co.id/2013/12/tempat-wisata-di-tarutung-tapanuli-utara.html>. [Diakses Pada Rabu, 07-09-2016 Pukul 16.00 WIB]
- Pariwisata SUMUT. 2014."7 Tempat Wisata Di Tarutung Kabupaten Tapanuli Utara".
<http://www.pariwisatasumut.net/2014/11/7-tempat-wisata-di-tarutung-tapanuli.html>. [Diakses Pada Rabu, 07-09-2016 Pukul 17.00 WIB]
- Pemerintah Kabupaten Tapanuli Utara.
http://www.taputkab.go.id/page.php?wtmd_id=4. [Diakses pada Kamis, 08-09-

2016 pukul 19.30 WIB]

Pendit, Nyoman S. 2006. *ILMU PARIWISATA (Sebuah Pengantar Perdana)*. Jakarta: PT PRADNYA Paramita.

Soekadijo. 1997. *ANATOMI PARIWISATA (Memahami Pariwisata sebagai "Systemic Linkage")*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Suryadana, M. Liga dan Vanny Octavia. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: ALFABETA.

Walker, Orville C. 1999. *Marketing Strategy: PLANNING AND IMPLEMENTATION*. Singapore: Mc Graw-Hill Companies.

Wardiyanta. 2010. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
Yoeti, Oka A.1990. *PENGANTAR ILMU PARIWISATA*. Bandung: ANGKASA.