

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan sebuah industri jasa yang sangat berpotensi dikembangkan di Indonesia sebagai sektor unggulan dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Pada kenyataannya Indonesia termasuk salah satu negara berkembang yang masih tertinggal dari negara-negara produsen dunia seperti Amerika, Jepang, Inggris, Jerman, Eropa dan negara-negara besar lainnya. Adapun keadaan ekonomi bangsa yang jauh dari kata sejahtera membuat perangkat Pemerintah dan masyarakat untuk dapat berfikir bijak dan selektif dalam memilih usaha apa yang sekiranya sangat berpotensi untuk dijalankan dan dikembangkan, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta dapat bersaing dengan negara lain.

Predikat Indonesia sebagai negara agraris telah lama ditinggalkan oleh para petani Indonesia dan telah diambil alih oleh negara lain seperti Thailand dan Vietnam, apalagi untuk bersaing diteknologi Indonesia masih kalah jauh dengan Jepang dan Jerman. Salah satu alternatif yang dapat lebih diberdayakan adalah pariwisata. Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia dengan 17.508 pulau dan memiliki potensi sumber daya alam melimpah dapat dikembangkan menjadi negara industri jasa wisata bagi dunia internasional, jika didukung oleh Pemerintah serta seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Melalui peningkatan sektor usaha pariwisata diharapkan dapat menciptakan pertumbuhan ekonomi guna meningkatkan kesejahteraan rakyat Indonesia.

Mengembangkan industri pariwisata dapat dilakukan dengan pembangunan dan pengelolaan kawasan wisata yang saling terkait dan terpadu oleh dunia usaha, masyarakat, pemerintah, serta dalam pengembangannya harus berwawasan lingkungan. Penyedia jasa wisata harus selalu berinovasi pada produk yang ditawarkan selalu diterima dan tidak membosankan, sesuai tren pasar/keinginan wisatawan yang ada saat itu.

Dimasa yang akan datang diharapkan melalui pariwisata pemerintah dapat berusaha untuk mengambil penghasilan atau devisa negara, terutama dari wisatawan mancanegara. Dengan semakin banyaknya wisatawan baik domestik maupun mancanegara ke objek-objek wisata di Indonesia, tentunya akan menambah devisa dan penghasilan melalui sektor pariwisata ini. Akan tetapi bila dibandingkan dengan dunia kepariwisataan di Negara-Negara anggota ASEAN lainnya, harus diakui bahwa Indonesia pada saat ini masih jauh ketinggalan dalam menyerap arus wisatawan mancanegara yang berdatangan ke kawasan Asia-Pasifik. Oleh karena itu untuk menambah devisa melalui sektor pariwisata guna menunjang pembangunan nasional, Indonesia harus dapat mengambil sikap untuk lebih serius dan memprogramkan pembangunan pariwisata sebagai salah satu sektor industri yang diprioritaskan. Salah satu daerah di Indonesia yang sekiranya dapat dikembangkan dan lebih didayagunakan lagi sebagai daerah tujuan wisata adalah kabupaten Bogor, Jawa Barat.

Kabupaten Bogor merupakan salah satu daerah yang sangat berpotensi untuk kegiatan pariwisata karena memiliki banyak tempat tujuan wisata menarik, baik yang bersifat alam maupun buatan yang menyebar disemua wilayah Kabupaten Bogor. Dengan panorama alamnya yang indah dan udara yang sejuk

terutama di bagian selatan yaitu Kecamatan Cigombong, Kab Bogor yang berbatasan dengan daerah Sukabumi serta ditunjang juga oleh aneka ragam fasilitas wisata, baik hotel, motel, maupun villa, *golf course*, wisata desa dan agro, restoran, serta berbagai macam penyedia paket *outbound* menjadikan potensi ini sebagai keunggulan kompetitif dan komperatif bagi pengembangan sektor kepariwisataan di daerah Jawa Barat, khususnya Kabupaten Bogor.

Adapun salah satu kawasan wisata yang cukup terkenal di daerah Cigombong, Kabupaten Bogor adalah Lido Lakes Resort Hotel & Conference. Lido Lakes Resort Hotel & Conference merupakan salah satu daerah tujuan wisata Kabupaten Bogor yang sangat berpotensi untuk terus dikembangkan dalam meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakat sekitarnya, karena *resort* tersebut selama ini tak pernah sepi dari pengunjung terutama pada waktu *weekend*. Lingkungan alam fisik objek wisata danau buatan Lido yang terletak di Desa Watesjaya, Kecamatan Cigombong, Kabupaten Bogor merupakan salah satu kawasan wisata andalan bagi daerah Bogor karena selain ditunjang oleh segala keindahan alam serta fasilitas *resort* yang cukup lengkap.

Lido Lakes Resort Hotel & Conference ini memiliki pangsa pasar nyata dan pasar potensi terutama bagi para pebisnis yang akan melakukan *meeting*, keluarga-keluarga dari suatu perusahaan yang melakukan *gathering*. Wisatawan yang datang bukan hanya wisatawan domestik saja melainkan wisatawan mancanegara yang kebanyakan berasal dari Negara Korea, Arab, India, Italia, Jepang, Amerika, serta para wisatawan yang senang dengan rekreasi yang bersifat *adventure* dan arena *outboundnya*. Di Lido Lakes Resort Hotel & Conference wisatawan dapat menikmati keindahan danau Lido yang eksotis, bersampan,

memancing ikan, berenang, *outbound*, berkemah, *billiard*, berbelanja di kedai *souvenir*, dan lain sebagainya. Berdasarkan pengalaman peneliti yang telah berkesempatan melakukan *on the job training* di Lido lakes Resort Hotel & Conference selama empat bulan dan menjadi *daily worker* selama dua bulan cukup memberikan gambaran bagi peneliti mengenai Lido Lakes Resort Hotel & Conference baik dari sisi internal (kekuatan dan kelemahan) maupun sisi eksternal (peluang dan ancaman) yang dimilikinya. Selain melakukan *on the job training* sebagai salah satu syarat dari perkuliahan pada program studi Manajemen Resort & Leisure, peneliti memanfaatkan momen tersebut sebagai pengalaman dan wahana pembelajaran pada dunia kerja nyata, serta sekaligus sebagai ajang suatu penelitian analisis potensi kawasan yang sekiranya masih dapat dikembangkan.

Berdasarkan analisis yang peneliti lakukan di Lido Lakes Resort Hotel & Conference secara singkat dapat dijelaskan bahwa kawasan wisata dengan luas 1700 ha tersebut masih banyak memiliki lahan kosong, kekayaan alam yang melimpah serta ditunjang dengan panorama alam yang indah, dan lokasi yang strategis menjadikan Lido Lakes Resort Hotel & Conference sangat cocok untuk dikembangkan lagi, baik melalui pembuatan fasilitas baru maupun penganekaragaman atau diversifikasi dari produk fasilitas atau atraksi wisata yang telah ada sebelumnya.

Adapun dalam meluncurkan suatu produk baru perlu dilakukan analisis terlebih dahulu terutama pada aspek pasar dan pemasarannya. Melalui analisis aspek pasar diharapkan produk yang akan dibuat sesuai dengan permintaan pasar, memiliki segmen pasar yang sesuai, dan memiliki target pasar atau *market share* yang jelas sehingga produk yang ditawarkan akan diterima oleh wisatawan dan

dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Melalui analisis aspek pemasaran juga diharapkan akan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai produk yang akan ditawarkan, harga yang ditetapkan, dan dimanakah posisi atau tempat akan dibangunnya produk *Cottage* Bukit Hijau, serta bagaimana cara promosi yang tepat agar produk tersebut dapat dikonsumsi oleh wisatawan.

Pada *market mix* Lido Lakes Resort Hotel & Conference tahun 2007-2008 hampir 80% wisatawan yang berkunjung kebanyakan adalah pebisnis atau *corporate*, hal ini menunjukkan bahwa Lido Lakes Resort Hotel & Conference merupakan *resort* yang berorientasi pada *Meeting, Incentive, Conference, and Exhibition* (MICE). Selain terkenal dengan hotel *meeting*nya, Lido Lakes Resort Hotel & Conference juga diminati pengunjung karena memiliki Lido Empowerment Adventure Indonesia (LEAD Indonesia), yaitu sebuah sarana wisata yang khusus menyediakan *out bound training* dan *outdoor activity* seperti *All Terrain Vehicle* (ATV), *golfcart*, *off road*, konservasi hutan Bodogol (*national forrest walk*) dan lain-lain.

Keindahan panorama alam, kelengkapan fasilitas, serta atmosfer Lido Lakes Resort Hotel & Conference yang kental dengan nuansa alam terbuka membuat pengunjung merasa nyaman melakukan kegiatan *meeting* di resort tersebut. Selain cocok untuk kegiatan *meeting*, Lido Lakes Resort Hotel & Conference juga sangat mendukung untuk kegiatan relaksasi, rekreasi, bermain golf, makan di restoran terapung, atau mencoba fasilitas wisata yang sedikit ekstrim seperti *ultra light*, kegiatan *outbound* melalui berbagai *games* yang unik dan menarik yang biasanya dilakukan pada hari terakhir mereka menginap di Lido Lakes Resort Hotel & Conference. Dengan tersedianya fasilitas wisata yang

variatif dan cukup lengkap ini dapat merefresh kembali para wisatawan yang merasa jenuh dengan hirup pikuk perkotaan dan kegiatan mereka sehari-hari ditempat asalnya.

Berdasarkan berbagai keunggulan yang dimiliki Lido Lakes Resort Hotel & Conference terutama pada potensi kawasan, lokasi, keindahan alam, serta segmen pasar yang masih dapat dikembangkan membuka pikiran peneliti agar dapat berfikir cerdas dan mampu melihat celah dari peluang bisnis yang sekiranya masih dapat dikembangkan guna meningkatkan pemasukan bagi perusahaan dan memberikan kontribusi bagi masyarakat juga pemerintah dari sifat *multiplier effect*-nya. Untuk mencoba merealisasikan tujuan diatas, peneliti akan mencoba melakukannya dengan cara memaksimalkan pangsa pasar yang telah ada sebelumnya, yakni paket *meeting & outbound* menjadi wahana dan sarana kegiatan rekreasi untuk *family* ataupun *honeymooners* melalui penganekaragaman produk akomodasi kamar menjadi *cottage*.

Dilihat dari segi lahan, Lido Lakes Resort Hotel & Conference memiliki area kurang produktif yang cukup luas dan memang sebenarnya daerah tersebut diperuntukan bagi pengembangan kawasan wisata. Lokasi strategis serta kondisi lingkungan alam dan masyarakat sekitar yang sangat mendukung, sangat berpeluang untuk diversifikasi produk *Cottage* tersebut. Adapun rencana untuk menambah fasilitas akomodasi dengan membangun *cottage* berbentuk rumah bukit hijau akan dibuat dengan konsep seperti tinggal di dalam *bunker*. Sebelum membuat produk atau fasilitas baru perlu dilakukan analisis aspek pasar dan pemasaran terlebih dahulu yang lebih terfokus dan terarah sehingga dapat memperhitungkan resiko baik dan buruknya, sehingga usaha yang akan dijalankan

nanti dapat terhindar dari kegagalan. Jika kelayakan pada aspek pemasaran dinilai layak untuk dibangun, diharapkan nantinya akan menjadi penentu pada tahap selanjutnya, apakah *Cottage* Bukit Hijau atau Rumah *Bunker* tersebut akan direalisasikan atau sebaliknya.

Seperti kita ketahui bahwa motivasi dan cara berwisata orang-orang di zaman modern seperti saat ini telah banyak mengalami pergeseran, yang pada intinya mereka lebih senang melakukan perjalanan wisatanya dengan mendapatkan suatu pengalaman yang sifatnya baru, menantang, unik, dan wisatawan dapat secara langsung ikut berpartisipasi atau merasakan hal yang berbeda, bahkan luar biasa yang tidak dapat dirasakan sebelumnya di tempat yang lainnya.

Dilandasi dari hasil analisa motivasi dan selera berwisata di atas dapat dijadikan sebagai rujukan atau daya dukung bagi peneliti untuk jauh lebih dalam melakukan analisis mengenai kelayakan aspek pasar dan pemasaran pada diversifikasi produk akomodasi *Cottage* Bukit Hijau. Adapun "*Cottage* Bukit Hijau" ini adalah sebuah fasilitas untuk akomodasi yang berbentuk rumah dalam bukit, dan jika kita berada di dalamnya seperti tinggal dibawah tanah atau *underground* padahal sebenarnya *cottage* tersebut hanya ditimbun tanah yang dibentuk membukit saja dan di bagian atasnya ditanami rumput sehingga muncul kesan *cottage* tersebut di bangun di dalam tanah atau di bawah bukit yang hijau.

Peneliti berharap bahwa kelayakan pemasaran produk diversifikasi "*Cottage* Bukit Hijau" ini nantinya akan diterima oleh wisatawan karena keunikan bentuk bangunan serta *feel* yang akan didapatkan oleh para wisatawan sangat berbeda dengan tinggal di rumah atau bangunan biasa. Sepengetahuan peneliti

bahwa fasilitas wisata berupa *Cottage* Bukit Hijau ini sangat jarang sekali ada, atau mungkin belum ada kawasan wisata yang menjual produk akomodasi seperti itu di Indonesia. Dalam rangka proses perealisasi pengembangan dan peningkatan profit di kawasan wisata Lido Lakes Resort Hotel & Conference melalui produk *cottage* yang baru, maka peneliti akan mencoba melakukan analisis kelayakan aspek pasar dan pemasaran dari diversifikasi produk “*Cottage* Bukit Hijau” tersebut, guna melihat resiko-resiko yang ada dan kemungkinan-kemungkinan yang nantinya akan timbul agar usaha tersebut dapat benar-benar dipertimbangkan layak atau tidaknya *Cottage* Bukit Hijau ini sebagai salah satu alternatif penambahan pendapatan atau profit bagi Lido Lakes Resort Hotel & Conference.

Untuk memudahkan dalam penulisan penelitian ini, maka peneliti mengambil judul sebagai berikut: “KELAYAKAN ASPEK PASAR DAN PEMASARAN PADA DIVERSIFIKASI PRODUK *COTTAGE* BUKIT HIJAU DI LIDO LAKES RESORT HOTEL & CONFERENCE”.

1.2. Identifikasi Masalah

Seperti kita ketahui bahwa pengembangan kawasan wisata bersifat dinamis, yaitu senantiasa berubah sesuai dengan pengembangan teknologi, tren pasar, keunikan produk dan kebutuhan masyarakat, yang merupakan wujud dari strategi pengembangan suatu kawasan wisata. Berdasarkan kebutuhan masyarakat dalam berwisata yang pada saat ini telah mengalami pergeseran, di mana mereka lebih senang melakukan perjalanan yang sifatnya berbeda dengan kegiatan wisata pada umumnya dan selalu menyukai akan

atraksi wisata yang baru. Kegiatan wisata yang cukup *membooming* dan memiliki kontribusi yang cukup besar pada saat ini adalah wisata yang diiringi dengan kegiatan *Meeting, Incentive, Conference, and Exhibition*. Hal ini mereka lakukan selain untuk menghemat pengeluaran juga untuk mengefisienkan waktu mereka yang kebanyakan adalah pebisnis dan pegawai perusahaan (*company*), sehinggalah sekaligus melakukan kegiatan *pleasure* di sebuah kawasan wisata sambil melakukan tugas kerjanya. Adapun jenis atau kegiatan wisata kedua yang sedang digemari pula pada saat ini adalah kegiatan wisata yang sifatnya *adventure and back to nature*. Selain lebih menyukai akan hal-hal yang seru, unik, dan berbeda dengan kegiatan wisata masal, para wisatawan sekarang lebih menyukai wisata *outbound* yang sifatnya lebih dekat dengan alam tetapi dikombinasikan dengan kegiatan-kegiatan yang menyenangkan, baik melalui kegiatan perkemahan, *hiking, games, rafting*, maupun kegiatan yang dapat memacu adrenalin mereka.

Pergeseran pola perjalanan wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata merupakan hal yang cukup penting dalam membidik pangsa pasar pada produk dan fasilitas *resort* agar keberhasilan pengembangan bisnis yang diharapkan tersebut dapat tercapai. Membuat keputusan dalam memilih model atau produk baru yang akan ditawarkan perlu dilakukan analisis kebutuhan wisatawan pada produk fasilitas dan atraksi wisata baru yang mereka inginkan, sehingga perencanaan pemasaran produk tersebut tidak jauh meleset dari keinginan wisatawan, sesuai dengan kebutuhan, dan dapat memuaskan keinginan wisatawan ketika berwisata di Lido Lakes Resort Hotel & Conference.

Berdasarkan uraian di atas permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah analisis kelayakan faktor-faktor pasar dan pemasaran pada produk akomodasi “*Cottage* Bukit Hijau” di Lido Lakes Resort Hotel & Conference. Melalui diversifikasi produk ini diharapkan akan memenuhi keinginan wisatawan serta dapat menambah profit bagi perusahaan yang bersangkutan dan dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat sekitar melalui perekrutan dan penyuplai *souvenir* atau hasil bumi seperti makanan khas daerah, adanya pemasukan bagi pemerintah daerah seperti pajak, dan lain sebagainya. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, mudah-mudahan sumbangan ide pengembangan pariwisata ini dapat menjadi acuan bagi pengembangan kawasan wisata lainnya yang ada di Indonesia.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan penelitiannya adalah “apakah penambahan produk diversifikasi akomodasi berupa *cottage* berbentuk rumah bukit hijau ini dapat dinyatakan layak atau tidak layak pada aspek pasar dan pemasarannya, dan apakah produk tersebut akan disambut positif dan diminati oleh pengunjung khususnya pangsa pasar *familiy* dan *honeymooners*”. Untuk menghindari penafsiran yang lebih luas, maka dalam penelitian ini diarahkan untuk menjawab beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana aspek pasar dan pemasaran di Lido Lakes Resort Hotel & Conference?

2. Bagaimana diversifikasi produk *Cottage* Bukit Hijau di Lido Lakes Resort Hotel & Conference?
3. Apakah diversifikasi produk akomodasi *Cottage* Bukit Hijau di Lido Lakes Resort Hotel & Conference layak untuk direalisasikan?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui aspek pasar dan pemasaran di Lido Lakes Resort Hotel & Conference.
2. Untuk mengetahui diversifikasi produk *Cottage* Bukit Hijau di Lido Lakes Resort Hotel & Conference.
3. Untuk mengetahui layak direalisasikan atau tidaknya diversifikasi produk akomodasi *Cottage* Bukit Hijau di Lido Lakes Resort Hotel & Conference untuk.

1.5. Manfaat Penelitian

Setelah mengkaji masalah yang ada, maka peneliti menyimpulkan beberapa manfaat penelitian, diantaranya yaitu :

1. Bagi Kepentingan Pribadi

Dapat menganalisis kondisi kawasan wisata Lido Lakes Resort Hotel & Conference yang masih potensial dan dapat dibangun fasilitas atau produk baru berdasarkan keinginan atau minat wisatawan, serta dapat

mencoba mengekspresikan dan menuangkan ide pemikiran dalam rangka pengembangan kawasan wisata.

2. Bagi Kepentingan Akademis, khususnya Prodi Manajemen Resort & Leisure.

Bagi civitas akademis diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan berfikir dalam melihat peluang bisnis di sektor pariwisata, serta sebagai sumbangan pemikiran untuk pendidikan khususnya kepariwisataan.

3. Bagi Kepentingan Perusahaan

Sebagai masukan atau bahan pertimbangan untuk diversifikasi produk akomodasi khususnya dalam mengembangkan Lido Lakes Resort Hotel & Conference oleh PT. Lido Sarana Prima sebagai pengelola, serta memberikan masukan agar pengelola dapat lebih cermat mengembangkan lagi potensi pariwisata yang ada di Objek Wisata Lido Lakes Resort Hotel & Conference khususnya.

4. Bagi Kepentingan Dunia Pariwisata

Jika dari hasil analisa *cottage* Rumah Bukit Hijau yang saya lakukan dapat direalisasikan, mudah-mudahan akan dapat memberikan manfaat yang nyata bagi saya maupun perusahaan, masyarakat sekitar Lido Lakes Resort Hotel & Conference dan Bogor pada umumnya.

1.6. Pembatasan Masalah

Pada dasarnya studi kelayakan bisnis merupakan suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.

Aspek terpenting dalam studi kelayakan yang paling menentukan bagaimana nasib bisnis atau usaha yang dijalankannya dimasa yang akan datang adalah aspek pasar dan pemasaran. Melalui riset pasar dan rangkaian pemasaran yang baik akan dapat menciptakan tawaran produk baru yang sesuai dengan keinginan wisatawan, serta dapat meminimalisir resiko kegagalan.

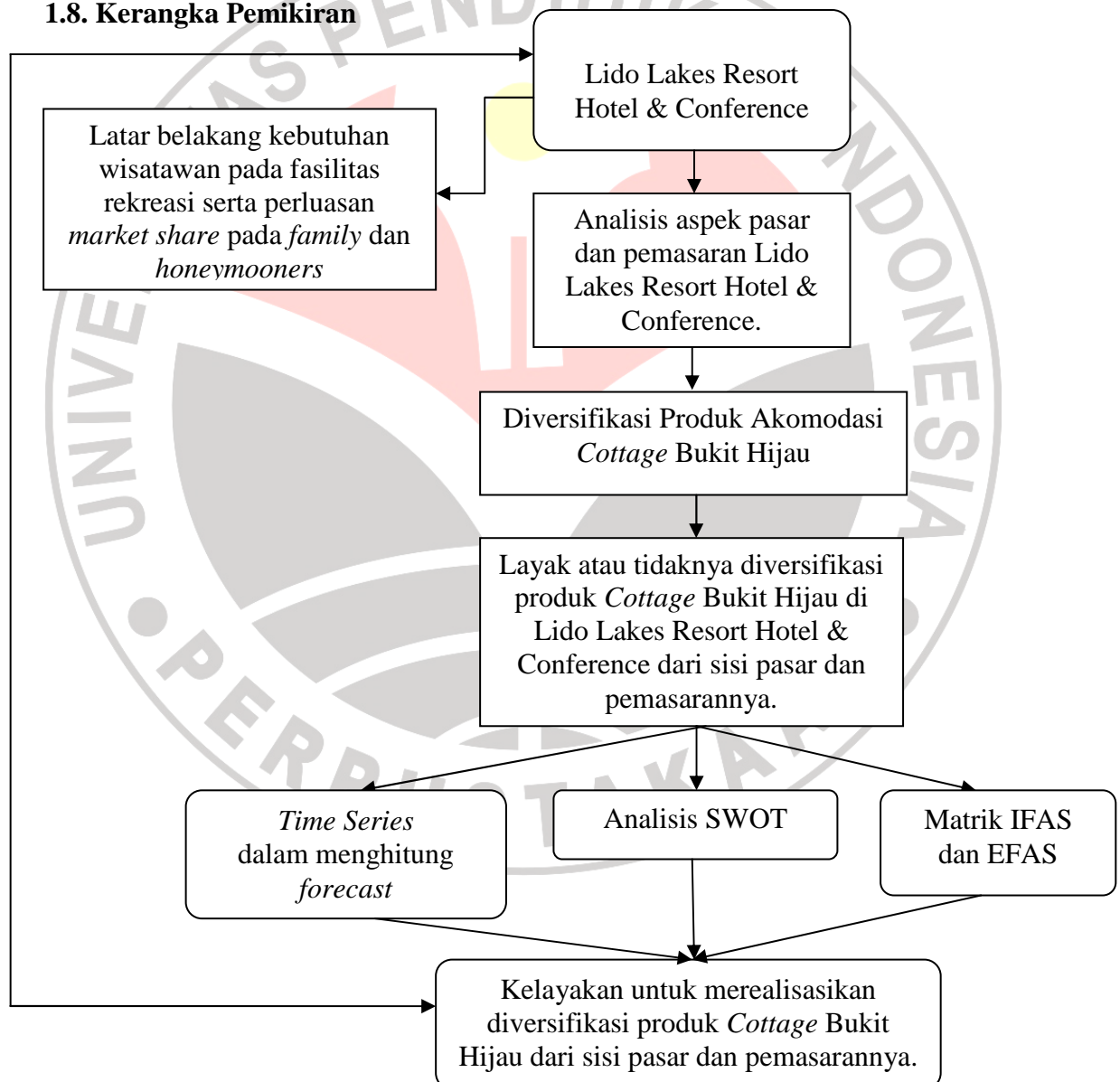
Adapun dalam penelitian ini peneliti membatasi masalah bahwa yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah mengenai kelayakan aspek pasar dan pemasaran pada diversifikasi produk akomodasi “*Cottage* Bukit Hijau” di Lido Lakes Resort Hotel & Conference saja, tetapi tidak membahas aspek-aspek lainnya yang terdapat pada studi kelayakan bisnis secara menyeluruh. Hal ini terjadi karena berbagai keterbatasan peneliti bahwa untuk menyusun suatu studi kelayakan bisnis secara utuh memerlukan proses yang cukup panjang dan tidak dapat dilakukan secara sembarangan. Dalam hal ini peneliti terbentur dengan keterbatasan waktu penelitian yang dimiliki, keterbatasan data dan dana, serta keterbatasan pemikiran. Oleh karena itu dalam karya ilmiah ini peneliti hanya memfokuskan pada kelayakan diversifikasi produk *cottage* dalam aspek pasar dan pemasarannya. Pada intinya peneliti berusaha memaparkan perluasan pasar dan pemasaran melalui penganekaragaman produk berdasarkan hasil riset pasar dan *Market Mix* Lido Lakes Resort Hotel & Conference yang ada, guna meningkatkan profit baik bagi perusahaan, masyarakat, maupun pemerintah daerah setempat.

1.7. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kawasan wisata Lido Lakes Resort Hotel & Conference di Kabupaten Bogor, Jawa Barat, lebih tepatnya di Desa Watesjaya,

Kecamatan Cigombong pada km 21 jalan raya Ciawi-Sukabumi. Lido Lakes Resort Hotel & Conference ini merupakan sebuah perusahaan jasa wisata yang bergerak pada penyediaan fasilitas akomodasi, MICE (*Meeting, Incentive, Conference, Exhibition*), *outbound* dan rekreasi dengan objek daya tarik utamanya yaitu Danau Lido.

1.8. Kerangka Pemikiran



Sumber: Hasil pengolahan data penelitian 2009

Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran

1.9. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha untuk dapat menggambarkan secara jelas tentang masalah-masalah atau kejadian-kejadian yang sedang berlangsung pada saat sekarang, dan tujuan dari metode deskriptif ini adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Mengenai teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain adalah observasi lapangan, survei, studi dokumentasi, dan studi kepustakaan. Adapun untuk melengkapi data dalam penulisan skripsi ini, penulis juga menggunakan teknologi media informasi pada *situs* atau *website* di *internet* dalam proses penyempurnaan pengumpulan data.

1.10. Jadwal Penelitian

Tabel 1.1.
Alokasi Waktu Penelitian
(Dilaksanakan pada bulan Oktober 2008 – Mei 2009)

No	Kegiatan	Bulan							
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
1.	Data dan Studi awal	x	x	x	x				
2.	Pengumpulan Data		x	x	x	x	x		
3.	Pengolahan Data					x	x		
4.	Analisis Data						x		
5.	Perumusan Strategi						x	x	
6.	Penyusunan Laporan awal							x	
7.	Penyempurnaan Laporan							x	x

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian 2009

1.11. Sistematika Penulisan

1. Bab I Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, pembatasan masalah, kerangka pemikiran, metode penelitian, lokasi penelitian, alokasi waktu dan kegiatan penelitian serta sistematika penulisan.

2. Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini mengungkapkan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang ada pada penelitian ini.

3. Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini mengungkapkan tentang metode penelitian, populasi dan sampel, sumber informasi, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengolahan data, pemeriksaan keabsahan data, dan variabel penelitian.

4. Bab IV Pembahasan

Bab ini menguraikan secara jelas tentang gambaran umum objek penelitian dan pembahasan dari masalah yang dikaji dalam penelitian.

5. Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab ini menerangkan kesimpulan yang diambil dari pembahasan penelitian dan memberikan saran-saran untuk Lido Lakes Resort Hotel & Conference dari kacamata peneliti.