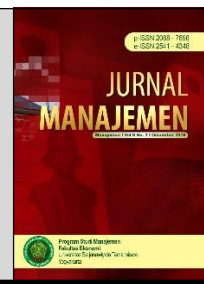




# JURNAL MANAJEMEN

Terbit online : <http://jurnalfe.ustjogja.ac.id>



## EFEKTIFITAS STRATEGI PEMASARAN TAMAN PINTAR YOGYAKARTA DI ERA PANDEMI COVID-19

Sariyani<sup>1</sup>  
Dila Damayanti<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Manajemen, Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Widya Wiwaha

E-mail: [yanisari02@gmail.com](mailto:yanisari02@gmail.com) [diladamayanti@stieww.ac.id](mailto:diladamayanti@stieww.ac.id)

### Informasi Naskah

**Diterima:**  
20 Maret 2023  
**Revisi:**  
3 Mei 2023  
**Terbit:**  
6 Juni 2023

### Kata Kunci:

Marketing, Strategy,  
New Normal, Taman  
Pintar Yogyakarta

### Abstrak

*Covid 19 pandemic that occurred at the end of 2019 which not only had an impact on the world but also in Indonesia. One of the tourist destinations that has experienced a very drastic decline is the Yogyakarta Smart Park. Taman Pintar Yogyakarta is an educational tourism vehicle destination located in the center of the city of Yogyakarta. The approach used in this study is a qualitative approach. Data collection techniques used in this research include documentation techniques, interviews, observation and literature studies. The data analysis technique used by researchers uses the Miles and Huberman model. Efforts made by the management of Taman Pintar Yogyakarta so that it can run effectively during the Covid-19 pandemic include carrying out internal and external activities, implementing health protocols, conducting counseling for employees. Yogyakarta Smart Park's strategy for dealing with the Covid-19 pandemic includes preparing SOPs, providing facilities and infrastructure, simulations and limited opening trials. The marketing strategies implemented by Taman Pintar Yogyakarta are price strategy, promotion strategy, place strategy and product strategy.*

## PENDAHULUAN

Pada Saat ini, Negara Indonesia sedang ada masalah dengan sektor perekonomian khususnya bidang pariwisatanya. Hal tersebut dikarenakan adanya pandemi COVID - 19 yang menyebabkan perubahan alam dan penurunan aktivitas domestik. Namun, masalah ini memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap sektor *Nasional Income* (pendapatan negara). Pandemi Covid 19 yang terjadi di awal tahun 2019 dan juga hadir di Indonesia menyebar ke seluruh dunia. Pandemi Covid 19 di Indonesia tidak hanya berdampak pada kesehatan masyarakat, tetapi juga berdampak pada ekonomi, pendidikan, & kesejahteraan sosial masyarakat luas.

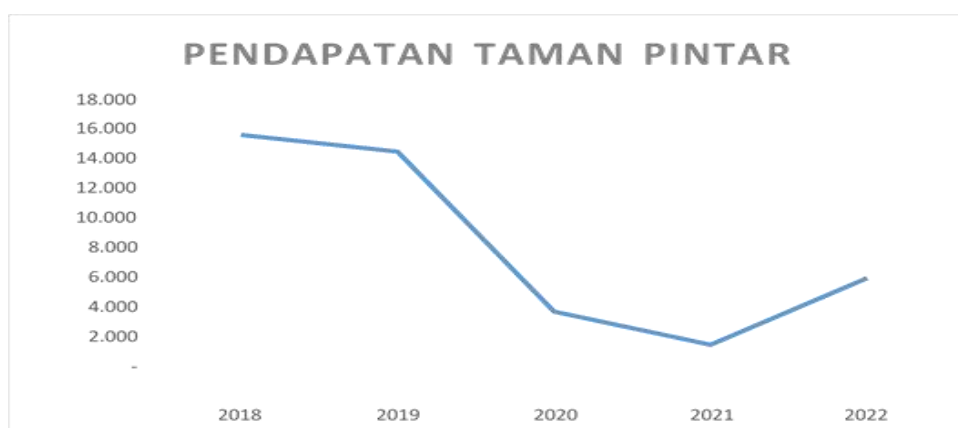
Taman Pintar yang merupakan tempat wisata edukasi dimana sangat tergantung dengan adanya pengunjung yang datang dari luar Daerah Istimewa Yogyakarta, Dari April 2020 hingga Desember 2020 ditutup guna untuk mencegah adanya penyebaran COVID-19 karena waktu itu juga ada kebijakan penerapan PSBB di beberapa daerah yaitu kebijakan pembatasan segala kegiatan masyarakat baik itu pembatasan segala kegiatan masyarakat baik itu pembatasan kegiatan masyarakat di fasilitas umum, kegiatan pendidikan dan kegiatan masyarakat yang lain yang membuat berkumpulnya masyarakat.



Sumber: Taman Pintar Yogyakarta

Gambar 1. Grafik Penurunan Pengunjung Taman Pintar Yogyakarta

Dapat dilihat gambar 1 bahwa terdapat penurunan kunjungan di Taman Pintar Yogyakarta di Tahun 2020 sebesar 70% bila dibandingkan dengan kunjungan di tahun 2019 dan di tahun 2021 terdapat penurunan sebesar 80 % dikarenakan pandemi, yang menyebabkan pendapatan juga semakin menurun di tahun tersebut sebagaimana terlihat di gambar 1.2. Tahun 2019 pendapatan Taman Pintar mencapai 14,78 M, namun di tahun 2020 hanya tercapai sebesar 4,88 M artinya terdapat penurunan yang sangat signifikan sebesar 67 % dan di tahun 2021 terdapat penurunan sebesar 81 % atau hanya tercapai sebesar 2,8 M.



Sumber : Taman Pintar Yogyakarta

Gambar 2 Pendapatan Taman Pintar Yogyakarta 2018-2022

Namun demikian, terlihat di gambar 1 di tahun 2022 data pengunjung yang datang sampai dengan bulan Agustus 2022 sudah mulai mengalami kenaikan, bila dibandingkan dengan tahun 2021 sudah naik sebesar 192 % sehingga pendapatan di Taman Pintar Yogyakarta juga mulai membaik dengan sedikit demi sedikit meskipun belum bisa menyamai pendapatan seperti sebelum pandemi sebagaimana dapat dilihat di gambar 2 Pendapatan Taman Pintar sampai dengan bulan Agustus 2022 sudah mencapai 6,96. Sehingga penelitian ini mengambil topik dengan judul “Efektivitas Strategi Pemasaran Taman Pintar Yogyakarta di Era Pandemi COVID-19”.

## KAJIAN PUSTAKA

### A. Konsep Efektifitas

Dalam KBBI, efektivitas diartikan sebagai segala sesuatu yang menghasilkan konsekuensi yang diharapkan, baik itu merugikan atau menguntungkan, dan melambangkan keberhasilan dari suatu strategi atau usaha. Menurut Sondang P. Siagian pada tahun 2012, efektivitas didefinisikan sebagai penggunaan sumber daya, fasilitas, dan infrastruktur yang

telah ditunda untuk menghasilkan barang atau jasa tertentu dalam batas waktu yang telah ditentukan.

### **B. Strategi Pemasaran**

Rencana strategik menghentikan pasar sasaran dan proporsi nilai ditawarkan, berdasarkan suatu analisis peluang pasar, yaitu fitur product, promosi, perdagangan, penetapan harga, saluran penjualan, dan layanan. Pengembangan strategi bauran pemasaran yang lebih maju akan dipercepat untuk diterapkan, yaitu:

- a. Strategi penetapan harga (price)
- b. Strategi promosi (promotion)
- c. Strategi tempat (place)
- d. Strategi produk (product)

### **C. Konsep Pariwisata**

Menurut definisi dari Kemenparekraf pada tahun 2022, kepariwisataan merujuk pada berbagai kegiatan yang terkait dengan bidang pariwisata dan mencakup banyak disiplin ilmu. Pariwisata merupakan suatu kategori aktivitas wisata yang luas, meliputi berbagai fasilitas dan pelayanan yang diberikan untuk masyarakat umum oleh pemerintah dan pemerintah daerah.

### **D. Konsep Pemasaran Digital**

Pada awal 1990-an, digital marketing atau pemasaran digital mulai populer dan sekarang telah menjadi strategi utama dalam bisnis yang banyak digunakan pada tahun 2014. Pemasaran digital mengadopsi, menggunakan, atau memanfaatkan teknologi dalam berbagai situasi pemasaran, seperti ketika teknologi baru muncul dan mulai digunakan, ketika teknologi menjadi prioritas dalam dunia pemasaran, ketika para pemasar yang inovatif melakukan eksplorasi dan terobosan untuk meningkatkan fungsi dan manfaat teknologi dalam mencapai target pemasaran, dan ketika teknologi menjadi strategi utama dan diadopsi sebagai praktik standar dalam pemasaran. (Ryan, 2014:4).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan fenomena tertentu dengan tepat dan bernuansa. Namun, juga menggunakan penelitian deskriptif dalam metodologi kuantitatif untuk memahami pengetahuan. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif, di mana teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi dan hasil penelitian lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.

Penelitian ini dilakukan melalui teknik observasi partisipatif, yaitu pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti sebagai sumber data. Observasi dilakukan melalui praktek kerja lapangan secara luring sebelum pandemi dan daring selama pandemi. Penelitian dilakukan di Taman Pintar Yogyakarta pada bulan September 2022. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah handphone/HP, laptop, dan buku tulis. Model interaktif digunakan dengan tiga komponen yaitu pengumpulan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Peneliti menggunakan teknik purposive untuk menentukan informan yang benar-benar menguasai objek penelitian. Informan dalam penelitian ini adalah narasumber yang diwawancarai secara langsung. Data disunting, difokuskan, dianalisis, dan dilaporkan secara sistematis menggunakan bahasa peneliti yang logis. Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang teliti.

Metode analisa data bersifat deskriptif, seperti transkrip wawancara, catatan observasi, dan gambar yang dianalisis dengan memperkaya informasi, mencari hubungan kemudian disajikan dalam bentuk uraian naratif untuk menjelaskan tentang strategi pemasaran UPT Taman Pintar Kota Yogyakarta.

Dalam metode ilmiah, analisis data memiliki peran penting dalam memberikan arti dan makna data untuk memecahkan masalah. Peneliti menggunakan teknik analisis data berdasarkan model Miles dan Huberman, yang dilakukan baik pada saat pengumpulan data maupun setelahnya dalam periode tertentu, seperti yang dijelaskan oleh Miles dan Huberman dalam buku Sugiyono (2018:246).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Profil Taman Pintar Yogyakarta**

Sejak sekitar tahun 1990, ketika ledakan perkembangan sains dimulai, khususnya di bidang teknologi informasi, manusia telah bergerak menuju zaman tanpa senjata. Keadaan saat ini berkaitan dengan ilmu pengetahuan adalah salah satu yang tidak dapat diabaikan dan tidak dapat dihindari menimbulkan kehati-hatian yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia.

Gagasan pembangunan Taman Pintar dicetuskan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta setelah mempertimbangkan realitas dunia sebagaimana adanya dan nilai pendidikan. Taman Pintar dikenal sebagai tempat di mana warga dari TK hingga SMA dapat melakukan diskusi dan rekreasi sekaligus, terutama dalam hal materi pelajaran yang diajarkan di sekolah. Tujuan pembangunan Taman Pintar adalah memperkenalkan ilmu pengetahuan kepada siswa sejak dini, dengan harapan dapat meningkatkan kreativitas siswa sehingga bangsa Indonesia tidak hanya menjadi pengguna teknologi yang dieksploitasi, tetapi juga dapat menciptakan teknologi sendiri.

Pusat ilmiah, atau "pusat sains", yang disebut Taman Pintar Yogyakarta terletak di sebelah Pemerintah Kota Yogyakarta dan mulai dibangun pada tahun 2004. Sebagai \_ sains, pembangunan Taman Pintar dimaksudkan untuk menjawab realitas kemajuan pengetahuan teknologi dan intelektual serta komitmen yang berlaku.

### **B. Produk dan Wahan Taman Pintar**

1. Phytagoras Hall  
Ruangan dengan kapasitas 400 orang yang dapat digunakan untuk berbagai kegiatan, baik untuk kegiatan sekolah maupun instansi.
2. Archimedes Room  
Ruangan dengan kapasitas 40 orang yang dapat digunakan untuk rapat/pertemuan. Archimedes room difasilitasi dengan luas ruangan 62 meter.
3. Sewa Lahan  
Sewa lahan dengan luas 2 meter, bisa digunakan untuk berjualan makanan dan lainnya.
4. Oval-Kotak  
Gedung Oval-Kotak merupakan bangunan utama di Taman Pintar Yogyakarta. Disini terdapat berbagai teknologi interaktif dan laboratorium sains interaktif yang cukup terang dan menarik di area pembelajaran. Gedung ini dibangun dengan menggabungkan dua bangunan menjadi satu yang memiliki tiga lantai dan dapat diakses oleh semua umur.
5. Planetarium  
Planetarium merupakan wahana dimana pengunjung dapat melihat simulasi suasana langit malam Kota Yogyakarta pada hari tersebut dengan susunan bintang-bintang dan benda langit lainnya.
6. Paud Barat/Timur  
Paud Barat/Timur merupakan gedung yang diperuntukkan anak usia 3-7 tahun. Kawasan ini dikenal sebagai Zona Pendidikan Anak Usia Dini. Gedung dalam hal ini adalah salah satu dari dua yang mencakup permainan edukatif dan perpustakaan di dalamnya. Perbedaan dari kedua gedung terletak pada isinya. Paud Barat berisi komputer pintar, balok susun, dan minipolitan, sedangkan Paud Timur berisi ragam istiadat, gerak sehat, panggung budaya, otak-atik robot, musik asyik.

7. Wahana Bahari  
Wahana bahari merupakan wahana air menggunakan boat karet yang memiliki batas beban berat sebesar 100 kg.
8. Science Theater  
Ruangan ini digunakan dalam rangka penampilan audiovisual seputar sains atau kegiatan demo sains.
9. Playground  
Tempat ini disebut sebagai zona penghibur dan rekreasi yang juga berfungsi sebagai tempat umum untuk para pengunjung. Pengunjung tidak perlu membayar apapun untuk masuk ke zona ini. Di dalamnya terdapat banyak sekali permainan yang menyenangkan dan menarik bagi anak-anak, serta tempat untuk istirahat bagi pengunjung.
10. Zona Perpustakaan Taman Pintar  
Zona perpustakaan Taman Pintar bisa digunakan pengunjung secara gratis untuk membacabuku yang tersedia mulai dari buku anak, dewasa, hingga referensi tersedia. Perpustakaan
11. Kampung Kerajinan  
Kampung kerajinan merupakan program kreatifitas yang disediakan Taman Pintar Yogyakarta. Ada lukis gerabah pengunjung bisa mewarnai gerabah yang telah dipilih sesuai keinginan dan kreatifitas.

## **Pembahasan**

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa selama masa tutup sementara, Taman Pintar Yogyakarta telah melakukan beberapa tindakan untuk tetap beroperasi selama pandemi COVID-19. Menurut pernyataan pengelola Taman Pintar dalam acara Bincang Online "JOGJA NGANYARI: Persiapan Destinasi Menyongsong New Normal", momen tersebut dikenal sebagai "MaknaJEDA", yang berarti menjaga momentum dan kinerja Taman Pintar. MaknaJEDA terdiri dari dua bagian, yaitu internal dan eksternal. Langkah penguatan internal termasuk penerapan protokol kesehatan dan penyuluhan, sedangkan langkah eksternal termasuk menjalin keterlibatan dengan masyarakat.

### **A. Upaya yang dilakukan manajemen TamanPintar Yogyakarta agar dapat berjalan dengan efektif di masa pandemi Covid-19.**

Sejak awal April, Taman Pintar Yogyakarta telah menutup operasionalnya untuk mencegah penularan Covid-19. Meskipun begitu, para wisatawan masih dapat menikmati konten edukasi yang disampaikan secara interaktif melalui akun media sosial. Saat ini, Taman Pintar Yogyakarta menyebut momen tersebut sebagai "MaknaJEDA", yang memiliki makna untuk menjaga momentum dan kinerja tempat wisata tersebut. "MaknaJEDA" terdiri dari dua langkah yaitu internal dan eksternal. Selain MaknaJEDA, Taman Pintar Yogyakarta juga menerapkan protokol kesehatan, melakukan protokol kesehatan pada karyawan dan melakukan penyuluhan pada karyawan.

Kegiatan internal Taman Pintar Yogyakarta melakukan maintenance alat peraga maupun wahana seoptimal mungkin, karena tidak ada pengunjung seperti saat buka layanan yang hanya bisa maintenance saat hari senin saja. Kemarin saat tutup layanan Taman Pintar Yogyakarta bisa melakukan upaya semaksimal mungkin dengan anggaran yang seefektif mungkin untuk memastikan saat nanti buka kembali layanan alat peraganya berfungsi dengan baik. Kemudian berusaha dan sabar karena Taman Pintar Yogyakarta yang merupakan salah satu Badan Layanan Umum Daerah (BLUD) yang mempunyai fleksibilitas berupa keleluasaan untuk menerapkan praktik-praktik bisnis yang sehat untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, seperti pengecualian dari ketentuan pengelolaan keuangan daerah pada umumnya.

Taman Pintar Yogyakarta tetap melakukan upaya-upaya sampai akhirnya bisa melakukan uji coba buka layanan, dan juga berusaha seperti menggandeng kerjasama dengan

beberapa pihak seperti dengan Bank BPD DIY untuk pengadaan wastafel, handsanitizer sebagai salah satu cara Taman Pintar Yogyakarta dimana meskipun memiliki anggaran terbatas namun tetap bisa melakukan kerjasama dengan beberapa pihak untuk pengadaan sarana dan prasarana yang berkaitan dengan protokol kesehatan Covid-19.

Untuk mencegah penyebaran Covid-19, Taman Pintar Yogyakarta mengikuti protokol kesehatan dari Kementerian Kesehatan dan WHO, seperti memeriksa suhu tubuh menggunakan thermogun dan meminta karyawan atau pengunjung yang memiliki suhu tubuh di atas 37,3°C untuk tidak masuk.

Taman Pintar Yogyakarta juga menerapkan kebiasaan baik di masa pandemi, seperti cuci tangan secara berkala, menjaga jarak, dan menyediakan fasilitas cuci tangan dan hand sanitizer.

Selain itu, Taman Pintar Yogyakarta juga melakukan kegiatan eksternal melalui media sosial Instagram @tamanpintar\_yogyakarta, seperti Tepi Live dan Tepi Fan Art Challenge, serta menjual Set Kit dan Fun Science Kit secara online. Taman Pintar Yogyakarta juga memberikan edukasi tentang sains melalui akun Instagram @ensiklotepi.

Taman Pintar Yogyakarta telah menerapkan protokol kesehatan yang ketat untuk menghadapi pandemi COVID-19. Semua karyawan sudah divaksinasi dan pengunjung yang akan masuk ke area Taman Pintar harus melewati pemeriksaan suhu, mencuci tangan, dan mengisi data diri. Pengunjung diingatkan untuk selalu menjaga jarak dan mengenakan masker. Untuk menghindari kerumunan, pengunjung rombongan akan diatur alurnya di wahana/zona. Taman Pintar juga menerima metode pembayaran non tunai untuk mengurangi kontak fisik.

## **B. Strategi Taman Pintar Yogyakarta Menghadapi Pandemi Covid-19**

### **1. Penyusunan SOP CHS**

Taman Pintar Yogyakarta telah menyiapkan berbagai persiapan untuk menghadapi era new normal, termasuk penyusunan SOP protokol CHS atau Standar Operasional Prosedur Protokol Cleanliness, Health, and Safety, simulasi layanan sesuai protokol kesehatan, sistem pembelian dan pembayaran digital, dan penyiapan sarana prasarana untuk menerapkan protokol kesehatan yang ketat.

### **2. Penyediaan Sarana Prasarana**

Pada awalnya Taman Pintar sudah meletakkan handsanitizer yang ada di gedung. Kemudian bekerjasama dengan Bank BPD DIY untuk memasang wastafel yang ada di area playground walaupun sebelumnya sudah ada ditempatkan di dekat gedung Paud, namun tetap ditambahkan di beberapa tempat. Untuk menentukan titik penempatan wastafel, handsanitizer dan yang lainnya itu diperkirakan dimana saja akan banyak orang yang berkumpul atau setelah pengunjung menyentuh alat peraga. Jadi sebisa mungkin meletakkan sarana cuci tangan yang paling terjangkau dari alat peraga yang sudah disentuh.



Sumber: Alawiah (2020)

Gambar 3. Gambar Penyediaan Sarana Prasarana



Taman Pintar Yogyakarta tidak hanya menyediakan handsanitizer di setiap wahana, tetapi juga menempatkan petugas di setiap wahana untuk membimbing pengunjung agar selalu menggunakan handsanitizer sebelum menggunakan alat peraga. Petugas juga membantu menjaga jarak antara pengunjung sesuai dengan tanda yang telah ditentukan.

### 3. Simulasi dan Evaluasi

Taman Pintar telah menyiapkan berbagai hal untuk menjalankan protokol kesehatan di tengah pandemi COVID-19. Mereka menyediakan manajemen reservasi, pendataan pengunjung, alat pengukur suhu tubuh, petugas dan pos kesehatan, serta fasilitas cuci tangan. Selain itu, pengunjung diwajibkan untuk melakukan reservasi, menggunakan masker, membawa identitas diri, serta perlengkapan higienitas dan ibadah sendiri. Jika suhu tubuh pengunjung lebih dari 37,5 derajat Celsius, mereka akan diarahkan ke pos kesehatan. Saat akan membayar tiket, pengunjung harus menjaga jarak dan dapat menggunakan uang tunai dengan jumlah pas atau melakukan pembayaran digital. Setelah simulasi dilakukan, akan dilakukan evaluasi apakah sudah memenuhi standar kesehatan.

Simulasi di Taman Pintar Yogyakarta dilaksanakan secara internal sebanyak dua kali. Simulasi tersebut menjadi penting dilakukan karena simulasi dengan karyawan Taman Pintar sendiri yang menjadi pengunjungnya, ada saja yang kurang dalam simulasi tersebut. Secara keseluruhan penilaian Taman Pintar saat simulasi ujicoba operasional secara terbatas itu sudah dinilai cukup bagus karena sarana prasarana untuk cuci tangan, handsanitizer dan yang lainnya cukup memadai. Hanya saja karena Taman Pintar Yogyakarta memiliki area yang cukup luas dan perkiraan pengunjung yang akan dinilai kurang, handsanitizer di dalam gedung juga dinilai kurang banyak sehingga masih belum diperbolehkan untuk membuka ujicoba operasional sampai sarana prasarana sangat cukup. Jadi solusi dari permasalahan tersebut ditambahkan perlahan-lahan sampai memenuhi jumlah yang pas dan melakukan pembersihan secara berkala.

### 4. Uji Operasioanal Secara Terbatas

Simulasi yang pertama dilakukan oleh karyawan Taman Pintar Yogyakarta secara terbatas, kemudian yang kedua dengan tim dari Dinas Kesehatan, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, dan Dinas Pariwisata DIY. Di simulasi kedua terdapat Catatan rekomendasi yang diberikan yaitu perlu ditambahnya handsanitizer. Saat itu hanya 26 botol handsanitizer yang disediakan, dan setelah itu ditindaklanjuti dengan menambah ketersediaan handsanitizer menjadi 44 botol. Taman Pintar Yogyakarta mulai melakukan ujicoba operasional secara terbatas bagi pengunjung tanggal 8 Juli 2020. Dengan jam operasional lima hari dalam satu minggu.



Sumber: Instagram @tamanpintar\_yogyakarta

Gambar 4. Wahana yang dibuka saat pandemi

Pada waktu itu belum semua wahana yang dibuka, masih ada beberapa wahana yang ditutup. Pada saat ujicoba Wahana yang dibuka adalah wahana yang dapat menampung orang banyak dan anak-anak di bawah 6 tahun tidak diperuntukkan untuk masuk. Adapun wahana yang akan dibuka adalah Gedung Oval-Kotak yang merupakan wahana utama Taman Pintar.

Taman Pintar Yogyakarta tetap buka seperti biasa, tapi hanya beberapa wahana yang dibuka, dengan jam operasional yang dibatasi hingga pukul 15.00 WIB dan hanya buka dari Rabu hingga Minggu. Menerapkan protokol COVID-19 pada setiap wahana dan memberikan suvenir berupa paper bag dengan satu jenis kenang-kenangan di dalamnya pada pengunjung di awal jam kerja. Meski ada beberapa kendala, seperti gangguan sistem barcode dan pengunjung yang tidak memahami aturan melepas masker, pengendalian kuota pengunjung dan kebersihan yang lebih rutin telah ditingkatkan. Taman Pintar Yogyakarta berkomitmen untuk memperkecil risiko dan meminta pengunjung untuk mematuhi protokol kesehatan yang telah ditentukan.

### **C. Analisis Efektivitas Strategi Pemasaranyang Diterapkan Taman Pintar**

Berdasarkan penelitian dan pengamatan di Taman Pintar Yogyakarta mengenai efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan, maka penulis mencoba membuat analisis mengenai efektifitas strategi pemasaran yang diterapkan tersebut. Startegi pemasaran yang diterapkan adalah strategi harga, strategi promosi, strategi tempat dan strategi produk.

#### **1. Strategi Harga**

Taman Pintar tetap sama seperti sebelum pandemi, namun mereka mengadopsi strategi harga dengan memanfaatkan event gratis, baik secara online maupun offline, untuk memasarkan produk wisata yang mereka miliki. Mereka memberikan sosialisasi tentang cara berwisata yang aman di Taman Pintar dan berkomitmen untuk menjaga protokol kesehatan. Taman Pintar juga perlu mengevaluasi kembali tarif masuknya agar lebih terjangkau pasca pandemi, dan perlu campur tangan pemerintah dalam hal pendanaan untuk memperbaiki kondisi fisik dan menjaga lingkungan sekitar destinasi.

#### **2. Strategi Promosi**

Taman Pintar Yogyakarta melakukan analisis pasar untuk memenuhi kebutuhan pengunjung, dengan menambah fasilitas dan event untuk menarik minat pengunjung. Strategi pemasaran yang diterapkan juga baik, dengan melakukan periklanan online dan offline, serta memanfaatkan aplikasi untuk memudahkan wisatawan. Taman Pintar juga aktif melakukan promosi dengan strategi storynomics tourism yang menggunakan konten narasi singkat untuk menjelaskan objek wisata dan aturan berwisata selama pandemi. Strategi promosi ini penting dalam meningkatkan jumlah kunjungan di era New Normal saat ini.

#### **3. Strategi Tempat**

Penting untuk membangun identitas tempat wisata dan menentukan strategi yang berbeda dengan tempat wisata lainnya. Taman Pintar Yogyakarta menggunakan strategi tempat dengan memilih tempat yang tepat, menyediakan fasilitas keamanan dan kesehatan, dan merancang wahana yang ramah anak dan difabel. Strategi ini dikaitkan dengan strategi promosi untuk memperkenalkan Taman Pintar sebagai tempat yang layak dikunjungi setelah PSBB, dengan fasilitas yang aman dan sesuai dengan program CHS pemerintah.

#### **4. Strategi Produk**

Produk menjadi salah satu unsur yang penting dalam bauran pemasaran untuk Taman Pintar Yogyakarta agar kualitas pariwisatanya dapat meningkat. Strategi untuk meningkatkan kualitas, akomodasi destinasi dan aktivitas telah diterapkan Taman Pintar pada masa pandemi.



Tersedianya berbagai fasilitas tentunya nanti akan dapat berpengaruh terhadap ulasan pengunjung yang sudah datang ke Taman Pintar Yogyakarta. Di masa pandemi sekarang, pihak Taman Pintar juga telah memberlakukan adaptasi kebiasaan baru dengan berwisata sesuai protokol kesehatan dan menerapkan strategi pariwisata berkualitas sehingga segala ketersediaan produk baik barangmaupun jasa di Taman Pintar, maka pihak pengelola wajib. Kurang efektifnya memasarkan wahana/produk akibat himbauan menjaga jarak dan larangan bepergian menjadi kendala yang dihadapi Taman Pintar Yogyakarta, seperti hambatan dalam pengelolaan lebih pada prosedur birokrasi yang harus diikuti Taman Pintar sebagai sebuah OPD milik Pemerintah.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Setelah melakukan penelitian, analisis, dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Taman Pintar Yogyakarta telah mengambil langkah internal dan eksternal dalam menghadapi pandemi COVID-19, seperti perawatan dan persiapan menghadapi new normal, serta berinteraksi dengan masyarakat melalui media sosial dan penyuluhan karyawan. Selain itu, mereka juga menerapkan strategi harga, promosi, tempat, dan produk dalam pemasaran mereka. Taman Pintar Yogyakarta mengikuti tiga tahap dalam menghadapi new normal, yakni persiapan dengan penyusunan SOP Protokol CHS, penyediaan sarana prasarana, dan simulasi internal untuk mengevaluasi SOP protokol kesehatan yang sesuai.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis dapat memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi kemajuan Taman Pintar Yogyakarta sebagai salah satu daya tarik wisata edukasi di Kota Yogyakarta, yaitu :

1. Dapat menciptakan jalinan interaksi yang kuat dengan masyarakat, bisa dilakukan dengan mengadakan ajang perlombaan untuk menggali kreatifitas masyarakat, Taman Pintar Yogyakarta bisa mengadakan perlombaan melalui media Instagram. Selain itu karena Taman Pintar Yogyakarta cukup aktif di sosial media Instagram, bisa memanfaatkan fitur tanya jawab atau melanjutkan konten yang sudah ada seperti menjelaskan tiap wahana yang bisa di coba di Taman Pintar Yogyakarta.
2. Ketika Taman Pintar Yogyakarta membuka layanan kembali untuk pengunjung, diharapkan baik karyawan maupun pengunjung dapat tetap mematuhi protokol kesehatan. Selain itu juga ada pembatasan pengunjung setiap harinya dengan tetap mematuhi aturan *social distancing* dan *physical distancing* agar tidak terjadi penumpukan.
3. Melakukan evaluasi dan perbaikan jika ada kekurangan pada sistem seperti scan barcode yang sering error, agar pengelola dan pengunjung tidak terganggu. Diharapkan strategi pemasaran pariwisata Taman Pintar Yogyakarta dapat dimaksimalkan dengan pengimplementasian yang sejalan dengan perencanaan itu sendiri.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bogdan, R.C., Taylor, S.J., 1992. Introduction to Qualitative Research Methods :A Phenomenological Approach in the Social Science.
- Guba, E.G., Lincoln, Y.S., 1994. Competing Paradigms in Qualitative Research. Thousand Oaks CA Sage.
- Jardel, S., Darmawan, R., Abidin, J., Pemasaran, S., & Pemuda, M. S. (2022). VIRTUAL TOUR SEBAGAI STRATEGI PROMOSI museum Sumpah Pemuda. *Jurnal Perjalanan Wisata, Destinasi, Dan Hospitalitas*, 6(1), 56–73. 9: 1-4.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (July 1, 2020). *COVID-19*. July 1 2020. <https://covid19.kemkes.go.id/>
- Miles, B. M. dan M. H. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber*

*Tentang Metode- metode Baru.*

Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Taman Pintar. (2020). "Sejarah Taman Pintar Yogyakarta". July 1, 2020. <https://tamanpintar.co.id/>

WHO. (2020). "Corona Virus Disease (COVID- 19) Pandemic". 2020. <https://emergencies/diseases/nove>.