

**PERBAIKAN SISTEM PENGELOLAAN WATERPARK MULIA
WISATA KUDUS UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH
PENGUNJUNG**

TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana**



Muhammad Abid Rizqi

21 06 11113

**PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI
DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

PERBAIKAN SISTEM PENGELOLAAN WATERPARK MULIA WISATA KUDUS UNTUK MENINGKATKAN
JUMLAH PENGUNJUNG

yang disusun oleh

Muhammad Abid Rizqi

210611113

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 28 Juli 2025

Dosen Pembimbing 1	: Dr. Ir. Slamet Setio Wigati, S.T., M.T.	Keterangan Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Dr. Ir. Slamet Setio Wigati, S.T., M.T.	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Dr. Ir. Yosephine Suharyanti, S.T., M.T.	Telah Menyetujui
Penguji 3	: F. Edwin Wiranata, S.Pd., M.Sc.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 28 Juli 2025

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

ttd.

Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T.

Dokumen ini merupakan dokumen resmi UAJY yang tidak memerlukan tanda tangan karena dihasilkan secara elektronik oleh Sistem Bimbingan UAJY. UAJY bertanggung jawab penuh atas informasi yang tertera di dalam dokumen ini

PERNYATAAN ORGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Abid Rizqi

NPM : 21 06 11113

Program Studi : Teknik Industri

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul "Perbaikan Sistem Pengelolaan Waterpark Mulia Wisata Kudus Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung" merupakan hasil Tugas Akhir saya pada Tahun Akademik 2024/2025 bersifat original dan tidak mengandung plagiasi dari pihak manapun.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku termasuk untuk dicabut gelar Sarjana yang telah diberikan Universitas Atma Jaya Yogyakarta kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 20 Desember 2024

Yang Menyatakan



Muhammad Abid Rizqi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dalam program pendidikan sarjana pada program studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam penyusunan Tugas Akhir, penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak sebagai berikut.

1. Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T., IPU., ASEAN Eng., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta
2. Dr. Ir. Ign. Luddy Indra P, M.Sc. IPU., selaku Ketua Departemen Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Ir. Twin Yoshua Raharjo Destyanto, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Dr. Ir. Slamet Setio Wigati, S.T., M.T., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir sekaligus Dosen Penguji I yang telah membimbing penulis dalam penyusunan Tugas Akhir dari awal sampai akhir.
5. Ibu Rizka Januar selaku wakil manager atau pemilik usaha yang mengizinkan penggunaan *Waterpark* Mulia Wisata sebagai objek Tugas Akhir.
6. Kedua Orang Tua, saudara, saudari, dan keluarga penulis yang memberikan dukungan selama penyusunan Tugas Akhir.
7. Teman-teman penulis yang senantiasa membantu, memberikan dukungan dan mendengarkan keluh kesah dalam menyelesaikan Tugas Akhir.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi semua orang yang membutuhkan. Atas perhatian, saran, dan masukannya, penulis mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 17 Juli 2025



Muhammad Abid Rizqi

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORGINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	x
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Penelusuran Masalah	2
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Tugas Akhir	5
1.5. Batasan	5
TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI	6
2.1. Tinjauan Pustaka	6
2.2. Dasar Teori	16
PENGEMBANGAN DAN PEMILIHAN ALTERNATIF SOLUSI	21
3.1. Penelusuran Akar Masalah	21
3.2. Pengembangan Alternatif Solusi	23
3.3. Pemilihan Alternatif Solusi	27
3.4. Identifikasi dan Pemilihan Alternatif Metode	28
3.5. Pemilihan Alternatif <i>Tools</i>	29
METODOLOGI TUGAS AKHIR	30
4.1. Tahap <i>Empathizing</i>	30
4.2. Tahap <i>Define.</i>	31
4.3. Tahap <i>Ideate</i>	32
4.4. Tahap <i>Prototype</i>	33
4.5. Tahap <i>Testing</i>	33
4.6. Keunikan Permasalahan	34
4.7. Standar dan Kode Etik yang Berlaku	35
IDENTIFIKASI KEBUTUHAN PELANGGAN	36
5.1. Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner	36
5.2. Perancangan Kuesioner	36

5.3. Pengolahan Data Kuesioner	39
PERANCANGAN PENYELESAIAN PERMASALAHAN	55
6.1. Evauasi <i>Marketing Mix</i> 4P	55
6.2. Perancangan <i>Job List</i> dan <i>Checklist</i> Pekerja Kebersihan	56
6.3. Perancangan Sistem Promosi Digital	60
6.4. Perancangan Sistem Penugasan Kerja	66
6.5. Perancangan Peringatan Membuang Sampah	68
IMPLEMENTASI PERANCANGAN	69
7.1. Implementasi Hasil Perancangan	69
7.2. Perbandingan Kinerja Media Sosial Instagram Sebelum dan Sesudah Implementasi	76
7.3. Perbandingan Jumlah Pengunjung Sebelum dan Sesudah Implementasi	77
PENUTUP	81
8.1. Kesimpulan	81
8.2. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Pengunjung Bulan Desember 2023-September 2024	3
Gambar 1.2. <i>Evaporating Cloud</i> Permasalahan	4
Gambar 3.1. Struktur Organisasi Waterpark Mulia Wisata	21
Gambar 3.2. <i>Interrelationship</i> Diagram.	22
Gambar 4.1. Alur Tahap <i>Empathize</i>	30
Gambar 4.2. Alur Tahap <i>Define</i>	31
Gambar 4.3. Alur Tahap <i>Ideate</i>	32
Gambar 4.4. Alur Tahap <i>Prototype</i>	33
Gambar 4.5. Alur Tahap <i>Testing</i>	34
Gambar 5.1. Responden Pernah Mendengar Mengenai Waterpark Mulia Wisata	41
Gambar 5.2. Responden Pernah Mendatangi Waterpark Mulia Wisata	42
Gambar 5.3. Responden Tertarik Mengenai Waterpark Mulia Wisata	42
Gambar 5.4. Jenis Wahana Yang Disukai	43
Gambar 5.5. Tingkat kepuasan Wahana Kolam Anak	44
Gambar 5.6. Tingkat kepuasan Wahana Kolam Renang Dewasa	45
Gambar 5.7. Tingkat kepuasan Wahana Kolam Arus	45
Gambar 5.8. Tingkat kepuasan Wahana Waterslide dan Ember Tumpah	46
Gambar 5.9. Tingkat kepuasan Wahana Air Hangat	47
Gambar 5.10. Tingkat kepuasan Wahana Terapi Ikan	48
Gambar 5.11. Tingkat kepuasan Wahana Taman Bermain Anak	48
Gambar 5.12. Tingkat kepuasan Pelayanan	49
Gambar 5.13. Tingkat kepuasan Fasilitas	50
Gambar 5.14. Saran Penambahan Wahana atau Fasilitas	50

Gambar 5.15. Jumlah Media Yang Digunakan Untuk Mengetahui Waterpark Mulia Wisata	51
Gambar 5.16. Tingkat Kesesuaian Biaya Masuk	52
Gambar 5.17. Tingkat Pengunjung Mendapatkan Potongan Harga	52
Gambar 5.18. Tingkat Ketertarikan Pengunjung Mendapatkan Potongan Harga	52
Gambar 5.19. Media Yang Digunakan Untuk Mengetahui Promo	53
Gambar 5.20. Tingkat Kesesuaian Informasi	53
Gambar 5.21. Saran Media Yang Digunakan Untuk Menyebarkan Informasi	54
Gambar 6.1. Perancangan Konten 1 Waterpark Mulia Wisata	61
Gambar 6.2. Perancangan Konten 2 Waterpark Mulia Wisata	61
Gambar 6.3. Perancangan Konten 3 Waterpark Mulia Wisata	62
Gambar 6.4. Perancangan Konten 4 Waterpark Mulia Wisata	62
Gambar 6.5. Perancangan Konten 5 Waterpark Mulia Wisata	62
Gambar 6.6. Perancangan Konten Lanjutan Waterpark Mulia Wisata	63
Gambar 6.7. Perancangan Konten Lanjutan 2 Waterpark Mulia Wisata	63
Gambar 6.8. Perancangan Konten Lanjutan 3 Waterpark Mulia Wisata	64
Gambar 6.9. Perancangan Konten Video 4 Waterpark Mulia Wisata	64
Gambar 6.10. Perancangan sistem penugasan kerja	66
Gambar 6.11. Perancangan sistem penugasan kerja Lanjutan	67
Gambar 6.12. Keterangan Indikator Warna Perancangan Penugasan Kerja	67
Gambar 6.13. Tata Cara Pengisian Penugasan kerja	67
Gambar 6.14. Perancangan Peringatan Membuang Sampah	68
Gambar 7.1. Hasil Checklist Kebersihan Pagi Waterpark Mulia Wisata	69
Gambar 7.2. Hasil Checklist Kebersihan Siang Waterpark Mulia Wisata	70

Gambar 7.3. Hasil Checklist Kebersihan Sore Waterpark Mulia Wisata	70
Gambar 7.4. Tampilan Konten Instaram	71
Gambar 7.5. Tampilan <i>Story</i> Instaram	71
Gambar 7.6. Jumlah <i>View</i> Konten Video	71
Gambar 7.7. Instruksi Kerja Promosi Digital	72
Gambar 7.8. Hasil Pengisian Penugasan Kerja	73
Gambar 7.9. Hasil Pengisian Penugasan kerja Lanjutan	73
Gambar 7.10. Peringatan Payungan Kolam Arus	74
Gambar 7.11. Peringatan Payungan Kolam Arus 2	74
Gambar 7.12. Peringatan Payungan Kolam Renang	75
Gambar 7.13. Peringatan Payungan Kolam Renang 2	75
Gambar 7.14. Perbandingan Jumlah Pengikut Hari Pertama Implementasi dan Setelah Implementasi Selesai	76
Gambar 7.15. Perbandingan Kinerja Media Sosial Instagram Sebelum dan Sesudah Implementasi	77
Gambar 7.16. Informasi Yang Digunakan Pengunjung	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Pengunjung Desember 2023 – September 2024	2
Tabel 2.1. Ringkasan Tinjauan Pustaka	11
Tabel 3.1. <i>Eisenhower Matrix</i> Akar Masalah	23
Tabel 3.2. Analisis SWOT Waterpark Mulia Wisata	25
Tabel 3.3. Matriks Strategi SWOT	26
Tabel 3.4 Pemilihan Alternatif Solusi	27
Tabel 3.5. Pemilihan Alternatif Metode	28
Tabel 5.1. Kriteria Kuesioner	36
Tabel 5.2. Kriteria <i>Marketing Mix</i>	37
Tabel 5.3. Pertanyaan Perancangan Kuesioner	38
Tabel 5.4. Rekapitulasi Uji Validitas Data	39
Tabel 5.5. Rekapitulasi Uji Reliabilitas Data	40
Tabel 6.1. <i>Job List</i> Kebersihan Wahana Waterpark Mulia Wisata	57
Tabel 6.2. <i>Job List</i> Kebersihan Fasilitas Pada Waterpark Mulia Wisata	58
Tabel 6.3. <i>Checklist</i> Kebersihan Wahana Pada Waterpark Mulia Wisata	59
Tabel 6.4. <i>Checklist</i> Kebersihan Fasilitas Pada Waterpark Mulia Wisata	60
Tabel 6.5. Tahapan Instruksi Kerja Promosi Digital	65
Tabel 7.1. Rekapitulasi Jumlah Pengunjung	78
Tabel 7.2. Rekapitulasi Rata-Rata Per Minggu Jumlah Pengunjung	80

INTISARI

Waterpark Mulia Wisata merupakan tempat rekreasi keluarga di Kudus yang menyediakan berbagai wahana permainan air dan fasilitas pendukung. Dalam perjalanannya, tempat wisata ini mengalami penurunan jumlah pengunjung yang berpengaruh ke pendapatannya. Berdasarkan hasil observasi, hal tersebut disebabkan oleh media promosi yang kurang optimal, kebutuhan tenaga kerja yang tidak sesuai, serta kebersihan wahana dan fasilitas yang kurang terjaga.

Untuk mencapai solusi, digunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*), serta melakukan pendekatan dengan menggunakan metode *Marketing Mix* (4P) yang meliputi aspek *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Solusi yang dirancang dalam Tugas Akhir ini meliputi perancangan sistem promosi digital dan perancangan sistem penugasan pekerja.

Hasil implementasi menunjukkan adanya peningkatan rata-rata jumlah pengunjung sebesar 51,54% serta peningkatan *engagement rate* Instagram dari 0,20% menjadi 0,79%. Berdasarkan data kuesioner, 55% pengunjung mengetahui informasi melalui Instagram, yang menunjukkan bahwa promosi digital memberikan dampak signifikan. Dengan demikian, rancangan yang dilakukan dinilai mampu menjawab permasalahan dan meningkatkan minat kunjungan ke *Waterpark* Mulia Wisata.

Kata kunci: penurunan pengunjung, *marketing mix*, SWOT, promosi digital, penugasan kerja.