

SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN
JUMLAH PENGUNJUNG DI PULAU PAHAWANG LAMPUNG**



Disusun oleh :

Made Nita Santari

518100910

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA

YOGYAKARTA

2022

SKRIPSI
STRATEGI PROMOSI SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN
JUMLAH PENGUNJUNG DI PULAU PAHAWANG LAMPUNG



DISUSUN OLEH :
MADE NITA SANTARI
518100910

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Drs. Budi Hermawan, M.M
NIDN. 0523026601

Pembimbing II

Mona Erythrea Nur Islami, SIP., M.A
NIDN. 0516097101

Mengetahui
Ketua Prodi

Arif Dwi Samitza, SS., M.M
NIDN. 0523026601

SKRIPSI

STRATEGI PROMOSI SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN
JUMLAH PENGUNJUNG DI PULAU PAHAWANG LAMPUNG

DISUSUN OLEH :

MADE NITA SANTARI

518100910

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji

Dan dinyatakan LULUS

Pada Tanggal 20 Juni 2022

Tim Penguji :

Penguji Utama : R. M. Nikasius Jonet S., S. Sos., M.Si
NIDN. 0518117401

Pembimbing I : Drs. Budi Hermawan, M.M
NIDN. 0523026601

Pembimbing II : Mona Erythrea Nur Islami, SIP., M.A
NIDN. 0516097101

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



Drs. Pradana, M.M
NIDN. 0526128901

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Made Nita Santari

NIM : 518100910

Program Studi : Jenjang Strata 1 Pariwisata

Judul : Strategi promosi Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung Di Pulau Pahawang Lampung

Dengan ini menyatakan bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi dan pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang pernah ditulis dan diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis terdapat dalam naskah dan disebut dalam daftar Pustaka.

Yogyakarta, 10 Juni 2022



Made Nita Santari

MOTTO

With God, everything is possible Blessed are those who do not see, but believe

(Yoh 20:29)

Persembahan berupa Ilmu Pengetahuan, wahai Arjuna, lebih mulia daripada persembahan materi dalam keseluruhan kerja ini akan mendapatkan apa yang diinginkan dalam Ilmu Pengetahuan wahai Partha

(Bhagavad Gita, Bab IV Sloka 33)

PERSEMBAHAN

Skripsi Ini Saya Persembahkan Kepada :

Bapak, Ibu, Kakek, Nenek, Kakak, Adek Serta Keluarga Besar, dan Teman-teman saya yang sudah menjadi sumber penyemangat terbesar untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dan menjadi alasan saya harus bisa menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih buat semuanya yang teramat dalam penulis sampaikan atas dukungan dan bantuannya.

For myself too thank you very much for believing in me, for doing all this hard work for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan dihadapan Tuhan Yang Maha Esa / Ida Sang Hyang Widhi Wasa, yang atas Asung Kertha Wara NugrahaNya yang besar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ Strategi Promosi Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung Di Pulau Pahawang Lampung “. Skripsi ini di tulis guna memenuhi salah satu persyaratan untuk mencapai Gelar Sarjana Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Dengan tersusunya skripsi ini tentunya saja penulis mendapatkan banyak bantuan dari beberapa pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada Orang tua, Bapak saya I Made Sukananta, Ibu saya Wayan Suwastini serta keluarga besar saya yang telah memberikan dukungan yang penuh kasih sayang, nasehat, motivasi, dan doa yang tiada henti kepada penulis, serta pihak-pihak yang memberikan dukungan kepada penulis diantaranya :

1. Drs. Budi Hermawan, M.M. selaku Dosen Pembimbing I atas bimbingan dan arahan dalam penyelesaian dalam penyelesaian skripsi.
2. Mona Erythrea Nur Islami, SIP.MA. selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu dan mengarahkan dalam penulisan dan penyelesaian skripsi.
3. Arif Dwi Saputra, S.S., M.M. selaku Ketua Program Studi Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

4. Drs. Prihatno, M.M. selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta sebagai wadah untuk menempuh Pendidikan jenjang setara satu bidang pariwisata.
5. Seluruh Dosen dan staff Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang banyak membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan selama kuliah dan membantu penulisan dalam mempersiapkan penyusunan skripsi dari awal sampai selesai.
6. Pengelola Pulau Pahawang Lampung : Bapak Suhendi dan Bapak Herwin yang sudah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan memberikan informasi sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu demi sempurnanya skripsi ini, penulis sangat membutuhkan dukungan dan sumbangsih pikiran yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat baik secara khusus kepada penulisan mapun bagi pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, Mei 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA	iii
SURAT PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Pustaka.....	7
1. Pariwisata.....	7
2. Strategi Promosi.....	15
3. Analisis SWOT	22

B. Kerangka Pemikiran	25
C. Penelitian Terdahulu.....	25

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	30
B. Lokasi dan Waktu	30
C. Teknik Cuplikan	31
D. Sumber Data	32
E. Teknik Pengumpulan Data	33
F. Uji Keabsahan Data	34
G. Metode Analisis Data	35
H. Alur Penelitian.....	43
I. Jadwal Penelitian	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum	45
1. Sejarah dan Objek Wisata Pulau Pahawang	45
2. Struktur Organisasi	49
3. Atraksi.....	49
4. Aksesibilitas.....	53
5. Amenitas	54
B. Hasil dan Pembahasan	59
C. Analisis SWOT Strategi Promosi Pulau Pahawang.....	64
D. Strategi Alternatif Berdasarkan SWOT	70

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

3.1 Matrik SWOT.....	37
3.2 Jadwal Penelitian	44
4.1 Matrik Analisis SWOT Strategi Pengiklanan Pulau Pahawang.....	70
4.2 Matrik Analisis SWOT Strategi Promosi Penjualan Pulau Pahawang	75
4.3 Matrik Analisis SWOT Strategi Penjualan Personal Pulau Pahawang.....	78
4.4 Matrik Analisis SWOT Strategi Hubungan Masyarakat Pulau Pahawang	82
4.5 Matrik Analisis SWOT Strategi Pemasaran Langsung Pulau Pahawang .	87

DAFTAR GAMBAR

4.1 Pemandangan Pulau Pahawang	48
4.2 Pemandangan Bawah Laut	48
4.3 Kapal Wisata	50
4.4 Spot Foto	51
4.5 Taman Nemo.....	51
4.6 Cukuh Bedil	52
4.7 Pulau Pahawang Kecil.....	52
4.8 Pulau Pahawang Besar	53
4.9 Google Maps	54
4.10 Gazebo.....	54
4.11 Warung Makan.....	55
4.12 Toilet	55
4.13 Masjid.....	56
4.14 Area Parkir	56
4.15 Rumah Pohon	57
4.16 Kotak Sampah	57
4.17 Toko Sovenir.....	58
4.18 Villa.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Permohonan Penelitian Dari STP AMPTA Yogyakarta

Lampiran 2 : Hasil Wawancara

Lampiran 3 : Lembar Bimbingan

ABSTRAK

Lampung sebagai salah satu kota yang terletak di Pulau Sumatra memiliki keistimewaan berupa garis pantainya yang Panjang dan indah. Namun permasalahan yang dihadapi kepariwisataan Pulau Pahawang adalah belum maksimalnya pertumbuhan usaha dalam meningkatkan minat kunjungan. Tujuan penelitian berdasarkan masalah dan fokus masalah, tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk mengetahui implementasi strategi promosi yang dilakukan oleh pengelola pariwisata Pulau Pahawang.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, teknik pengambilan data yang digunakan adalah metode purposive sampling. Informan sebanyak 4 orang, yang terdiri dari satu pengelola, tiga wisatawan, metode pengumpulan data juga didukung dengan observasi dan dokumentasi. Validitas dan reliabilitas penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Teknik analisis data menggunakan SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pulau Pahawang membutuhkan perbaikan dan peningkatan strategi promosi yang mendasar pada enam model bauran promosi. Terdapat lima model bauran promosi yang terpilih sebagai fokus perbaikan strategi promosi Pulau Pahawang, yaitu Pengiklanan, Penjualan Perseorang, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, dan Pemasaran Langsung. Strategi promosi dari lima bauran promosi menjadi focus utama strategi promosi Pulau Pahawang yang harus diperbaiki atau ditingkatkan dalam jangka waktu dekat.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Pulau Pahawang

ABSTRACT

Lampung as one of the cities located on the island of Sumatra has the privilege of having a long and beautiful coastline. However, the problem faced by Pahawang Island tourism is that business growth has not been maximized in increasing interest in visiting. The research objective is based on the problem and the focus of the problem, the goal to be achieved is to find out the implementation of the promotion strategy carried out by the tourism manager of Pahawang Island.

This study uses a descriptive qualitative method, the data collection technique used is the purposive sampling method. There were 4 informants, consisting of one manager, three tourists, data collection methods were also supported by observation and documentation. The validity and reliability of this study used source triangulation. Data analysis technique using SWOT.

The results showed that Pahawang Island needs improvement and improvement of the basic promotion strategies on the six promotional mix models. There are five promotional mix models that were selected as the focus of improving the promotion strategy of Pahawang Island, namely Advertising, Individual Selling, Sales Promotion, Public Relations, and Direct Marketing. The promotion strategy of the five promotional mixes is the main focus of the Pahawang Island promotion strategy which must be improved or improved in the near future.

Keywords: Promotion Strategy, Pahawang Island

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata saat ini merupakan bisnis unggulan, sebagian orang membutuhkan hiburan untuk memuaskan atau membahagiakan diri (*pleasure*) dan untuk menghabiskan waktu luang (*leisure*). Pentingnya peranan pariwisata dalam pembangunan ekonomi di berbagai negara sudah tidak diragukan lagi. Pariwisata yang merupakan suatu industri dalam perkembangannya juga mempengaruhi sektor-sektor industri lain disekitarnya. Pariwisata sesungguhnya telah dimulai sejak peradaban manusia, yang ditandai oleh adanya pergerakan manusia yang melakukan ziarah atau perjalanan agama lainnya. Bagi Indonesia, jejak pariwisata dapat ditelusuri kembali ke dasawarsa 1910-an, yang ditandai dengan dibentuknya VTV (*Vereeniging Toeristen Verkeer*), sebuah badan pariwisata Belanda, di Batavia. Badan pemerintah ini sekaligus juga bertindak sebagai *tour operator* dan *travel agent*, yang secara gencar mempromosikan Indonesia. Hal ini mendapatkan respon yang sangat baik, dengan meningkatnya minat masyarakat Belanda dan Eropa untuk berkunjung ke Indonesia.

Daerah tujuan wisata merupakan salah satu komponen penting sumber daya pariwisata. Faktor geografi merupakan faktor penting untuk pertimbangan pengembangan kepariwisataan. Pendekatan geografi yang

mendasarkan pada 2 aspek keruangan mempunyai kaitan yang erat dengan persebaran dari suatu obyek pembahasan. Pengembangan pariwisata yang menggunakan pendekatan keruangan dapat dilihat dari kedudukan obyek wisata terhadap obyek wisata yang lain, hal ini dimaksudkan untuk melihat potensi yang dimiliki obyek wisata dan adanya kemungkinan untuk dikembangkan atau berkembang (Sujali, 1989). Pengembangan kepariwisataan tidak akan terlepas dari unsur fisik dan non-fisik. Unsur-unsur fisik dan non-fisik tersebut akan menjadi pertimbangan dalam hal yang berkaitan dengan daya dukung obyek dan pertimbangan dampak - dampak yang ditimbulkan dari pengembangan pariwisata. Pengembangan pariwisata di suatu daerah tujuan wisata harus didasarkan pada perencanaan, pengembangan, dan arah pengelolaan.

Pengembangan pariwisata secara sistematis dan arah pengelolaan itu sendiri sangat membutuhkan perhatian pemerintah, sebagaimana tercermin dalam pembentukan atau pengakuan terhadap Organisasi Pariwisata Nasional. Pemerintah daerah memiliki peran penting dalam pengembangan pariwisata, diantaranya merumuskan kebijakan dalam pengembangan pariwisata dan berperan sebagai alat pengawasan kegiatan pariwisata sehingga diharapkan dapat memaksimalkan potensi daerah tujuan wisata. Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang kaya akan sumberdaya kelautan dan pesisir baik keindahan wilayah pantai pesisirnya maupun sumber daya dalam bentuk produksi hasil perikanan dan kelautannya. Pariwisata bahari yang meliputi pantai dan bawah laut

Pahawang yang terletak di Kabupaten Pesawaran ini adalah salah satu daya tarik dan sektor pariwisata unggulan yang terdapat di Propinsi Lampung.

Lampung sebagai salah satu kota yang terletak di Pulau Sumatera pada sisi bagian selatannya memang memiliki keistimewaan berupa garis pantainya yang panjang dan indah. Oleh karenanya, banyak sekali destinasi wisata alam di kawasan Lampung yang berupa pantai dan juga pulau yang sangat cantik dan indah memesona. Salah satunya adalah pulau Pahawang. Pulau Pahawang masuk wilayah Kecamatan Punduh Pidada, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung. Tepatnya berada di Teluk Lampung. Nama Pahawang itu mulai populer dan mencuat di kalangan para wisatawan, yakni terutama di kalangan para wisatawan penggemar jenis wisata bahari. Pulau Pahawang di Lampung ini bahkan mendapat julukan sebagai serpihan surga yang jatuh ke bumi dan tersembunyi. Pulau ini merupakan salah satu spot snorkeling yang memiliki keindahan pemandangan bawah laut yang memesona dan masih belum begitu banyak terjamah tangan manusia. Terdapat banyak spot atau lokasi tempat tujuan snorkeling yang dipenuhi dengan terumbu karang dan juga aneka ikan warna-warni.

Sayangnya, semenjak pantai – pantai lainnya mulai aktif dan dikenal wisatawan khususnya wisatawan Lampung dan sekitarnya, Pulau Pahawang mulai terancam keberadaanya. Wisatawan Lampung yang sudah mulai bosan dengan keadaan yang ada di Pulau Pahawang mulai

mengubah tujuan obyek daya tarik wisata mereka ke pantai lain yang memiliki daya tarik masing – masing. Jika dibiarkan Pulau Pahawang akan kehilangan semua wisatawan yang memilih berkunjung ke pantai yang lain.

Permasalahan yang dihadapi kepariwisataan Pulau Pahawang adalah belum maksimalnya pertumbuhan usaha pariwisata, seperti usaha rekreasi dan hiburan umum. Untuk itu peranan dari pengelola sangatlah penting untuk mempromosikan, menambah sarana prasarana yang memiliki pelayanan yang baik agar dapat menarik wisatawan lokal maupun mancanegara lebih banyak lagi dalam meningkatkan minat pengunjung. Dengan banyaknya berbagai wisata bahari yang dimiliki Kabupaten Pesawaran, maka persaingan para pengelola pantai harus lebih baik lagi dengan menyuguhkan sesuatu yang berbeda dari wisata lain dengan mengedepankan kreatifitas, inovatif, dan memberikan pelayanan wisata yang baik guna meningkatkan jumlah pengunjung harus mengembangkan upaya strategi pemasaran, promosi dan pelayanan sehingga para pengunjung lebih tertarik lagi untuk mengunjungi pantai tersebut. Dengan mengedepankan pelayanan dan beberapa fasilitas-fasilitas yang ada pun dapat menarik minat pengunjung untuk dapat mendatangi suatu obyek wisata. Hal ini membuat penulis tertarik meneliti bagaimana strategi promosi pariwisata yang digunakan pihak pengelola Pulau Pahawang, maka penulis mengambil judul : “ **STRATEGI PROMOSI SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG DI PULAU PAHAWANG LAMPUNG** “

B. Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka focus penelitian ini adalah “ Bagaimana implementasi strategi promosi yang dilakukan oleh pengelola untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan di Pulau Pahawang Lampung ? “

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk mengetahui implementasi strategi promosi yang dilakukan oleh pengelola pariwisata pulau pahawang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yaitu menjelaskan tentang kegunaan hasil penelitian bagi beberapa pihak yang terkait dengan masalah yang diteliti. Serta memberi gambaran terhadap pemecahan dari suatu permasalahan yang dihadapi. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai rekomendasi untuk pengembangan program maupun kepentingan ilmu pengetahuan. Adapun beberapa manfaat di dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai media informasi yang diharapkan dapat memberikan informasi serta wawasan yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang menggunakan tema penelitian yang sama, yaitu mengenai

pengembangan potensi wisata. Penelitian ini ditujukan untuk menyelesaikan studi dalam memperoleh gelar sarjana.

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah sebagai media referensi oleh pihak desa wisata Bangka Kenda, sehingga nantinya dapat dijadikan masukan atau saran untuk melakukan evaluasi dalam upaya pengembangan potensi wisata yang ada di desa tersebut.