

SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN
WISATAWAN DI PANTAI CANGKRING, KELURAHAN PONCOSARI,
KAPANEWON SRANDAKAN, KABUPATEN BANTUL, DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA**



OLEH

MARTINA YERIKA NUENG

NIM 518100912

PROGRAM STUDI PARIWISATA

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA

YOGYAKARTA

2022

SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN
WISATAWAN DI PANTAI CANGKRING, KELURAHAN PONCOSARI,
KAPANEWON SRANDAKAN, KABUPATEN BANTUL, DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA**



Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh

Derajat Sarjana Pariwisata

OLEH

MARTINA YERIKA NUENG

NIM 518100912

PROGRAM STUDI PARIWISATA

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA

YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN
WISATAWAN DI PANTAI CANGKRING, KELURAHAN PONCOSARI,
KAPANEWON SRANDAKAN, KABUPATEN BANTUL, DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA



OLEH

MARTINA YERIKA NUENG

NIM 518100912

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I

Drs. Prihatno, M.M
NIDN. 0526125901

Pembimbing II

Dra. Heni Suslawati, M.M
NIDN. 0505026202

Mengetahui
Ketua Prodi

Arif Dwi Saputra, S.S., M.M
NIDN. 0525098901

BERITA ACARA UJIAN
STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN
WISATAWAN DI PANTAI CANGKRING, KELURAHAN PONCOSARI,
KAPANEWON SRANDAKAN, KABUPATEN BANTUL, DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA



Telah dipertahankan di depan tim penguji
dan dinyatakan: **LULUS**
Pada tanggal:
TIM PENGUJI

Penguji Utama : Arif Dwi Saputra , S.S.,M.M
NIDN. 0525098901

Penguji I : Drs. Prihatno, M.M
NIDN. 0526125901

Penguji II : Dra. Heni Susilawati, M.M
NIDN. 0505026202

Mengetahui
Ketua Sekolah Tinggi AMPTA Yogyakarta



Drs. Prihatno, M.M
NIDN. 0526125901

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Martina Yerika Nueng

NIM : 518100912

Program Studi : Pariwisata

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pantai Cangkring, Kelurahan Pancosari, Kaputewon Srandakan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta” adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Yogyakarta, 15 Agustus 2022



Martina Yerika Nueng

MOTTO

“Positive people pray for each other, negative people bring each other down. Successful people understand the importance of process, failed people protest more.”

“Orang positif saling mendoakan, orang negatif saling menjatuhkan. Orang sukses mengerti pentingnya proses, orang gagal lebih banyak protes.”

PERSEMBAHAN

Puji syukur patut dipanjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, rahmat, penyertaan, belas kasih dan anugrahnya sehingga penulis mampu menyelesaikan tulisan ini. Dan sudah sepiutannya karya yang belum sempurna ini saya persembahkan kepada :

1. Untuk Alm. Bapa Benediktus jehadut yang selalu menjaga saya dari alam sana dan senantiasa mendoakan saya selama perjalanan penulisan ini dan Mama yang saya cintai dan saya hormati mama Vinsensia Jemia yang selalu membuat saya termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakan saya selalu menasehati saya untuk menjadi lebih baik. Terimakasih atas semua yang telah engkau berikan semoga diberi kesehatan dan panjang umur agar dapat menemani langkah saya selanjutnya.
2. Untuk kakak saya kaka suster,kaka elin,kaka ancik,kaka epang,kaka itak,dan kaka enda yang selalu memberikan semangat Saya ingin mengucapkan terima kasih doa, dukungan, kebaikan, dan perhatiannya hingga sampai dititikk ini. Tetap jadi diri sendiri dan orang yang terbaik buat saya dan tetap rendah hati dengan semua orang.
3. Untuk teman teman seperjuangan saya yang senantiasa selalu menghibur satu sama lain selama perjalanan skripsi saya.
4. Untuk bapak dan ibu dosen pembimbing yang senantiasa sabar dan semangat dalam membimbing saya selama perjalanan skripsi ini saya ucapkan limpah terimakasih banyak semoga tetap semangat dan selalu sabar dalam mendidik mahasiswa serta di limpahi rahmat kesehatan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Empunya Kehidupan karena atas ijinnya Penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang saya adalah “strategi promosi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Destinasi Wisata Di Pantai Cangkring, Kelurahan Poncosari, Kapanewon Srandakan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta

Penulis juga menyadari akan segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, dan tema skripsi ini disusun sebagai pemenuhan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) tidak dapat disangkal bahwa butuh usaha yang keras dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini. Namun, karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta di sekeliling saya yang mendukung dan membantu, oleh karena itu dengan segala rasa hormat, penulis mengucapkan limpah terimakasih kepada :

1. Kepada Dosen Pembimbing satu Bapak Drs. Prihatno,MM yang sudah membimbing penulis selama proses penulisan Skripsi ini.
2. Kepada Dosen Pembimbing kedua Ibu Dra.Heni Susilawati,M.M. yang sudah membimbing penulis selama proses penulisan skripsi ini.
3. Kepada Bapak Arif Dwi Saputra.S.S., M.M Selaku Dosen Penguji Utama yang telah memberikan kritik dan saran yang sangat bermanfaat dalam menyempurnakan skripsi ini.
4. Kepada Ketua Prodi Jurusan Pariwisata STP AMPTA Yogyakarta Bapak Arif Dwi Saputra.S.S., M.M

5. Bapak Drs. Prihatno, M.M selaku ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta
6. Seluruh dosen dan staf Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta yang telah memberikan bantuan dan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta.
7. *Jesus Christ Always Right*

Yogyakarta 15 agustus 2022

Martina Yerika Nueng

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	4
C. Tujuan penelitian	4
D. Manfaat penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Pustaka.....	6
1. Pariwisata.....	6
2. Jenis-jenis pariwisata	7
3. Wisatawan.....	11
4. Strategi	13

5. Strategi Pemasaran.....	14
6. Promosi	15
7. Bauran Promosi (Promotion Mix)	16
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Pemikiran.....	24

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	25
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	25
C. Teknik Cuplikan atau Subjek Penelitian.....	25
D. Sumber Data	26
E. Teknik Pengumpulan Data	27
F. Keabsahan Data	28
G. Metode analisis Data.....	30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	33
1. Gambaran Umum Pantai Cangkring.....	33
2. Visi & Misi Pantai Cangkring.....	34
3. Susunan Pengurus Pokdarwis	34
4. Letak Geografis lokasi Pantai Cangkring dan perbatasannya.....	36
5. Potensi Wisata Dusun Cangkring Dari Segi 3 A (Atraksi, Aksesibilitas Dan Amenitas).....	37
B. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Menggunakan Bauran Promosi Di Destinasi Wisata Pantai Cangkring ,Kelurahan Poncosari, Kapanewon Sradakan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta	44

1. Advertising (Periklanan).....	45
2. Sales Promotion	46
3. Public Relation.....	47
4. Personal Selling	48
5. Direct Marketing.....	49
C. Pembahasan Swot	51
1. Analisis Faktor Internal (IFAS) dan Faktor Eksternal (EFAS)	51
2. Analisis Faktor Eksternal (EFAS)	52
3. Analisis Matrix SWOT	53
4. Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Destinasi Wisata Pantai Cangkring.	64

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Matrix Swot.....	33
Tabel. 4.1 Letak Geografis.....	37
Tabel 4.3 Analisis Faktor Internal (IFAS)	52
Tabel 4.3 Analisis Faktor Eksternal (EFAS).....	53
Tabel 4.4 Matrix SWOT	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1 pantai cangkring	35
Gambar 4.1 Pantai Cangkring	39
Gambar 4.2 Jalan Menuju Pantai Cangkring	40
Gambar4.3 tempat duduk untuk para pengunjung	41
Gambar 4.4 Tempat Sampah di kawasan Pantai Cangkring	41
Gambar 4.5 Toilet Di Kawasan Pantai Cangkring	42
Gambar 4.6 Tempat Ibadah di Kawasan Pantai Cangkring	42
Gambar 4.7 Lahan Parkir di kawasan Pantai cangkring	43
Gambar 4.8 Papan Penunjuk arah di kawasan Pantai Cangkring	43
Gambar 4.9 Tempat ayunan	44
Gambar 4.10 Warung Makan & Minum	44

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang strategi promosi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Destinasi Wisata Di Pantai Cangkring, Kelurahan Poncosari, Kapanewon Srandakan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Di destinasi ini hal yang menarik untuk diteliti yaitu tentang strategi promosi yang ada di destinasi wisata pantai cangkring karena strategi promosi merupakan variabel khusus pemasaran untuk menarik perhatian wisatawan potensial ke destinasi tertentu dan menikmati berbagai kegiatan yang direncanakan dalam pariwisata. Fokus masalah yang diambil peneliti yaitu bagaimana strategi promosi yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di destinasi wisata Pantai Cangkring, Kelurahan Poncosari, Kapanewon Srandakan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Di Pantai Cangkring, Kelurahan Poncosari, Kapanewon Srandakan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan analisis SWOT melalui beberapa teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan studi literatur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh pengelola Destinasi Wisata Di Pantai Cangkring, Kelurahan Poncosari, Kapanewon Srandakan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta masih terbilang belum matang maka perlu dilakukan strategi promosi menggunakan media sosial atau melakukan sosialisasi promosi destinasi wisata, sehingga nantinya destinasi wisata pantai cangkring dapat diketahui oleh para calon wisatawan dan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Hasil pembahasan dari penelitian ini adalah dalam mempromosikan suatu destinasi diperlukan bauran promosi secara menyeluruh sebagai suatu cara untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di suatu destinasi wisata.

Kata kunci : strategi promosi, Bauran promosi dan Analisis SWOT dalam meningkatkan kunjungan wisata.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan pariwisata tertinggi nomor sembilan di dunia versi The World Travel and Tourism Council (WTTC). Pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan dalam perekonomian nasional yang senantiasa perlu dikembangkan dan ditingkatkan, pariwisata dapat menjadi sektor penghasil devisa terbesar, bahkan kini menjadi penyumbang devisa nasional keempat terbesar setelah kelapa sawit, minyak dan gas bumi serta pertambangan.

Kekayaan alam dan keberagaman bangsa Indonesia dapat menjadi daya tarik wisatawan baik lokal maupun asing. Dengan demikian Indonesia dapat mengembangkan kekayaan akan potensi tersebut menjadi pariwisata. Sektor pariwisata ditetapkan sebagai sektor yang penting untuk dikembangkan secara sinergi sebagai sektor unggulan. Melalui pendekatan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) perlu sinergi antara upaya pelestarian alam dan budaya beserta warisannya untuk menunjang percepatan pembangunan nasional.

Istilah pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Berdasarkan beberapa pendapat diatas

dapat diartikan bahwa pariwisata merupakan suatu usaha mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial melalui perjalanan dari satu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok.

Dalam hal ini peran strategi promosi untuk perencanaan pariwisata sangat dibutuhkan. Perencanaan pariwisata menjadi sangat penting karena fenomena pariwisata semakin kompleks, pariwisata semakin kompetitif dan promosi objek wisata semakin gencar dilakukan tidak hanya di Indonesia tetapi juga di negara lain, pariwisata mempengaruhi semua orang dalam komunitas tertentu. Semua yang terlibat dalam pariwisata perlu berpartisipasi dalam proses perencanaan pariwisata agar pariwisata di Indonesia dapat bersaing dengan negara-negara lain.

Menurut Hasan (2015:259), promosi merupakan variabel khusus pemasaran untuk menarik perhatian wisatawan potensial ke destinasi tertentu dan menikmati berbagai kegiatan yang direncanakan dalam pariwisata. Dalam konteks bisnis promosi dimaknai untuk menginformasikan, membujuk, dan meningkatkan wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau *brand* yang dijual kepada calon wisatawan tentang produk yang ditawarkan dengan memberitahukan tempat-tempat dimana orang-orang dapat melihat atau melakukan pembelian pada waktu dan tempat yang tepat.

Potensi pariwisata di Indonesia yang melimpah dapat mengangkat ekonomi Negara apabila setiap objeknya dikelola dengan baik oleh

pemerintah maupun pihak-pihak disekitar objek wisata tersebut sehingga banyaknya kunjungan wisatawan akan berpengaruh pada naiknya devisa negara. Salah satunya adalah pariwisata yang ada di Pantai Cangkring, Kelurahan Poncosari, Kapanewon Srandakan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pantai Cangkring terletak di selatan Daerah Istimewa Yogyakarta, tepatnya di Kelurahan Poncosari, Kapanewon Srandakan, Kabupaten Bantul. Dusun Cangkring memiliki tempat wisata yang memiliki daya tarik namun belum dikembangkan diantaranya yaitu kawasan wisata pantai cangkring. Pantai Cangkring merupakan salah satu obyek wisata yang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai daerah tujuan wisata. Pantai Cangkring telah dikenal sejak lama namun proses promosi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan masih dibilang sangat lambat, karena kurangnya strategi promosi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan . Pantai Cangkring memilik beberapa fasilitas yaitu; toilet, mushola, tempat ayunan, tempat duduk, tempat sampah, dan area parkir yang sangat luas. Pokdarwis dan pengelola Pantai Cangkring dibentuk untuk menunjang kegiatan dalam mempromosikan Pantai Cangkring.

Dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Destinasi wisata Pantai Cangkring, maka promosi menjadi sangat penting dilakukan agar destinasi wisata dapat dikenal. Tanpa promosi yang efektif maka Destinasi wisata Pantai Cangkring tidak dapat dikenal, sehingga tingkat kunjungan wisatawan akan semakin rendah.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan karena kurangnya strategi promosi dalam mengembangkan destinasi maka perlu adanya penelitian untuk menelusuri dan memahami strategi promosi yang tepat di Destinasi Pantai Cangkring maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Wisata di Pantai Cangkring, Kelurahan Poncosari, Kapanewon Srandakan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

B. Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana strategi promosi yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Destinasi Wisata Di Pantai Cangkring, Kelurahan Poncosari, Kapanewon Srandakan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta ?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Di Pantai Cangkring, Kelurahan Poncosari, Kapanewon Srandakan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

D. Manfaat penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat antara lain :

1. Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan keilmuan desa wisata mengenai Strategi Promosi Destinasi Wisata Pantai Cangkring.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada pengelola wisata pantai cangkring terkait strategi promosi dalam meningkatkan kunjungan wisata.

Manfaat praktis.

2. Praktis

Memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak pengelola wisata pantai cangkring sehingga dapat menjadikan acuan untuk meningkatkan strategi promosi dalam meningkatkan kunjungan wisata.