

SKRIPSI

STRATEGI PROMOSI DI PANTAI BARU, KABUPATEN BANTUL



OLEH

PRISKA FILTRIANI JENIA NABUN

519101129

PROGRAM STUDI PARIWISATA

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA

YOGYAKARTA

2023

SKRIPSI

STRATEGI PROMOSI DI PANTAI BARU, KABUPATEN BANTUL



Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh

Derajat Sarjana Pariwisata

Oleh

PRISKA FILTRIANI JENIA NABUN

519101129

PROGRAM STUDI PARIWISATA

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

STRATEGI PROMOSI DI PANTAI BARU, KABUPATEN BANTUL



OLEH

PRISKA FILTRIANI JENIA NABUN

519101129

Telah disetujui Oleh :

Pembimbing I

Drs. Prihatno, M.M
NIDN. 0526125901

Pembimbing II

Dra. Heni Susilowati, M.M
NIDN. 0505026202

Mengetahui
Ketua Program Studi

Arif Dwi Saputra, S.S., M.M
NIDN. 0525047001

BERITA ACARA UJIAN
STRATEGI PROMOSI PANTAI BARU, KABUPATEN BANTUL
SKRIPSI

Oleh
PRISKA FILTRIANI JENIA NABUN
NIM 51101129
Telah dipertahankan di depan tim penguji
dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal **05 Mei 2023**



TIM PENGUJI

Penguji Utama : **Drs. Budi Hermawan, M.M**
NIDN.0523026601

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 : Priska Filtriani Jenia Nabun

NIM : 519101129

Program Studi : Pariwisata

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “Strategi Promos Pantai Baru, Kabupaten Bantul“ adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Yogyakarta, 5 Mei 2023



Priska Filtriani Jenia Nabun

MOTTO

Dia memberi kekuatan kepada yang lelah dan menambah semangat kepada yang tiada berdaya.

(Yesaya 40:2)

Doa ayahku membela bumi, doa ibuku menembus langit. Aku hanya perlu mengatup tangan nanti Tuhan yang turun tangan.

(Penulis)

Jangan terlalu ambil hati dengan ucapan seseorang, kadang manusia punya mulut tapi belum tentu punya pikiran.

(Albert Einstein)

PERSEMBAHAN

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

1. Untuk sosok yang patut saya beri apresiasi dalam pencapaian sekaligus cinta pertama saya yang bernama Bapak Hermanus Nabun dan perempuan hebat yang sangat saya cintai sepenuh hati yaitu mama saya yang bernama Monika Ermy Yustina Timbul. Terima kasih untuk cinta dan kasih sayang yang tiada pernah putus baik melalui doa maupun nasehat yang tak kunjung usai untuk saya, semoga selalu sehat dan umur panjang agar dapat menemani langkah saya selanjutnya.
2. Untuk alm. Katarina Juni motivator terhebat saya, semoga nasehatmu senantiasa menjadi pondasi hidupku dalam mencapai impianku.
3. Untuk keluarga dan teman-teman yang sudah mendukung dan menemani saya selama selama perjalanan skripsi saya terutama mbak Nola, terima kasih dan semangat selalu untukmu, jangan patah semangat Tuhan menyertaimu.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Sang Pemilik Kehidupan karena atas izinnya Penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Pantai Baru, Kabupaten Bantul”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini, dan tema skripsi ini disusun sebagai pemenuhan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) tidak dapat disangkal bahwa butuh usaha yang keras dalam pengerjaan penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala rasa hormat Penulis mengucapkan limpah terima kasih kepada:

1. Drs. Prihatno, M.M selaku Dosen Pembimbing I sekaligus Ketua STP AMPTA Yogyakarta yang dengan sabar membimbing Penulis dalam menyelesaikan proses penulisan Skripsi ini.
2. Dra. Heni Susilawati, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang dengan penuh perhatian membimbing Penulis dalam menyelesaikan proses penulisan Skripsi ini.
3. Drs. Budi Hermawan, M.M selaku Penguji Utama
4. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S., M.M selaku Ketua Prodi Jurusan Pariwisata STP AMPTA Yogyakarta
5. Seluruh dosen dan staf Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta yang telah memberikan bantuan dan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama Penulis menempuh pendidikan di STP AMPTA Yogyakarta.

6. Bapak Suwandi selaku Pengelola Pantai Baru yang telah memberi dukungan dan izin bagi Penulis untuk melakukan penelitian di Pantai Baru.

Yogyakarta, April 2023

Priska Filtriani Jenia Nabun

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Fokus Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori	7
1. Pariwisata.....	7
2. Wisatawan.....	11
3. Wisata Bahari.....	12
4. Promosi	19
5. Strategi Promosi.....	22
6. Bauran Promosi.....	23
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Pemikiran.....	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode dan Desain Penelitian	32
B. Lokasi dan Waktu	32
C. Teknik Cuplikan.....	33
D. Sumber Data	33
E. Tehnik Pengumpulan Data	34
F. Uji Keabsahan Data.....	37
G. Teknis Analisis Data.....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Objek Wisata Pantai Baru.....	47
1. Sejarah Objek Wisata Pantai Baru	47
2. Latar Belakang	49
3. Letak Geografis.....	50
4. Sumber Daya Manusia (SDM).....	51
5. Potensi Alam	51
6. Konservasi.....	51
7. Proyeksi Pembangunan	52
8. Struktur Organisasi	53
9. Daya Tarik Wisata Pantai Baru.....	58
B. Hasil dan Pembahasan	65
C. Pembahasan SWOT	70

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	90
B. Saran	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Matriks SWOT	45
Tabel 4.1 Susunan Pengurus Pokdarwis Pantai Baru Pan-dansimo.....	54
Tabel 4.2 Faktor Internal Pantai Baru	72
Tabel 4.3 Faktor Eksternal Pantai Baru	75
Tabel 4.4 Internal Factor Analisis Summary (IFAS)	78
Tabel 4.5 Eksternal Factor Analisis Summary (EFAS)	79
Tabel 4.6 Matriks SWOT	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 3.1. Analisis SWOT	43
Gambar 4.1 Ikon Pantai Baru.....	47
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Pantai Baru Pandansimo	53
Gambar 4.3 TPI.....	59
Gambar 4.4 Wahana ATV.....	59
Gambar 4.5 Pasar Rakyat.....	60
Gambar 4.6 Perahu Nelayan	60
Gambar 4.7 Mushola.....	61
Gambar 4.8 Pos Tim SAR.....	61
Gambar 4.9 Pusat Informasi.....	62
Gambar 4.10 Toilet	62
Gambar 4.11 Kolam Renang.....	63
Gambar 4.12 Area Parkir	63
Gambar 4.13 Area Petunjuk Arah.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Surat Penelitian STP SMPTA Yogyakarta
- Lampiran 4 Surat Balasan dari Kelurahan Poncosar, Kabupaten Bantul
- Lampiran 5 Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang strategi promosi di Pantai Baru, Kabupaten Bantul. Hal yang menarik di teliti di Pantai Baru yaitu tentang strategi promosi 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 Pantai Baru, Kabupaten Bantul.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apa saja strategi promosi di Pantai Baru, Kabupaten Bantul. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan analisis SWOT melalui beberapa tehnik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, kuisioner, studi literatur, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh pengelola di Pantai Baru, Kabupaten Bantul masih belum efektif. Oleh karena itu, perlu merealisasikan strategi WT di Pantai Baru untuk menutup kemungkinan terjadinya serangan dari objek wisata pantai lainnya dengan menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman dengan membuat akun media sosial facebook, twiter, dan tik tok untuk memposting desain iklan Pantai Baru yang sangat menarik dari desain iklan objek wisata saingan, menggunakan teknologi baru untuk memaksimalkan promosi Pantai Baru, merekrut SDM yang berkompeten di bidang promosi agar mampu membuat promosi Pantai Baru yang lebih menarik serta menjadikan objek wisata yang unggul dari objek wisata pantai lainnya, mengontrol media sebaik mungkin agar promosi Pantai Baru selalu digencarkan secara terus menerus guna mengatasi persaingan dengan objek wisata lain, melakukan promosi semenarik dan sesering mungkin di media sosial *instagram* guna untuk menerpa isu-isu negatif di tengah masyarakat.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Bauran Promosi, Dan Analisis SWOT

ABSTRACT

This study examines promotion strategies in Pantai Baru, Bantul Regency. The interesting thing in Pantai Baru is about promotion strategy because promotion strategy is a special marketing variable to attract the attention of potential tourists to certain destinations and enjoy various planned activities in tourism. The focus of the problem taken by the researcher is how the promotion strategy carried out by the manager in increasing tourist visits in Pantai Baru, Bantul Regency.

The purpose of this study is to find out what are the promotional strategies in Pantai Baru, Bantul Regency.. This research was conducted using qualitative descriptive methods and SWOT analysis through several data collection techniques, namely observation, interviews, questionnaires, literature studies, and documentation.

The results showed that the promotion strategy carried out by the manager in Pantai Baru, Bantul Regency was still not effective. Therefore, it is necessary to realize the WT strategy in Pantai Baru to close the possibility of attacks from other beach attractions by creating strategies that minimize weaknesses and avoid threats by creating social media accounts Facebook, Twitter, and Tik Tok to post very attractive Pantai Baru ad designs from rival attraction ad designs, using new technology to maximize the promotion of Pantai Baru, recruiting competent human resources in the field of promotion in order to be able to make Pantai Baru promotions more attractive and make attractions superior to other beach attractions, control the media as best as possible so that Pantai Baru promotions are always intensified continuously to overcome competition with other attractions, promote as attractive and often as possible on Instagram social media to hit negative issues in the community.

Keywords: Promotion Strategy, Promotion Mix, and SWOT Analysis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara terluas ke-14 sekaligus Negara kepulauan terbesar di dunia dengan luas wilayah sebesar 1.904.569 km², serta negara dengan pulau terbanyak ke-6 di dunia, dengan jumlah 17.504 pulau. Nama alternatif yang dipakai untuk kepulauan Indonesia disebut Nusantara. Selain itu, Indonesia juga menjadi negara berpenduduk terbanyak ke-4 di dunia dengan penduduk mencapai 270.203.917 jiwa pada tahun 2020, serta negara beragama Islam terbanyak di dunia, dengan penganut lebih dari 230 juta jiwa.

Pariwisata di Indonesia merupakan sektor ekonomi yang sangat penting bagi devisa negara. Pada tahun 2009, pariwisata menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan devisa setelah komoditas minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit. Berdasarkan data tahun 2016, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia sebesar 11.525.963 juta lebih atau tumbuh sebesar 10,79% dibandingkan tahun sebelumnya. Kekayaan alam dan budaya merupakan komponen penting dalam pariwisata di Indonesia. Alam Indonesia memiliki kombinasi iklim tropis, 17.508 pulau yang 6.000 di antaranya tidak dihuni, serta garis pantai terpanjang ketiga di dunia setelah Kanada dan Uni Eropa. Indonesia juga

merupakan negara kepulauan terbesar dan berpenduduk terbanyak di dunia.

Menurut Soebagyo (2010:70) pariwisata dimaknai sebagai perjalanan yang penuh atau lengkap, yaitu bepergian dari suatu tempat tertentu ke satu atau beberapa tempat lain, singgah atau tinggal beberapa saat tanpa bermaksud untuk menetap, dan kemudian kembali ke tempat asal. Berbicara tentang pariwisata terluput dari aspek pemasaran yang dilakukan dalam rangka mempromosikan baik destinasi maupun souvenir yang dihasilkan dari kerajinan masyarakat setempat dengan tujuan meningkatkan taraf ekonomi masyarakat, daerah, dan bagi negara. Salah satu daerah yang terkenal akan pariwisata serta budaya yang melekat kuat adalah Yogyakarta.

Yogyakarta atau dikenal oleh masyarakat setempat dengan nama Jogja atau Yogya. Kota ini adalah kota besar yang mempertahankan konsep tradisional dan budaya Jawa. Yogyakarta merupakan salah satu daerah tujuan wisata. Selain dikenal dengan budayanya yang kental, Yogyakarta juga memiliki berbagai macam destinasi wisata seperti Candi Borobudur, Candi Prambanan, Malioboro, Kraton Yogyakarta, wisata pantai, museum, serta berbagai macam desa wisata. Salah satunya adalah Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Bantul adalah sebuah wilayah Kabupaten atau Kapanewon Bantul. Semboyan pembangunan kabupaten ini adalah Projotamansari, yang

merupakan singkatan dari Produktif - Profesional, Ijo royo royo, Tertib, Aman, Sehat, dan Asri. Tidak kalah dari kabupaten lain yang ada di DIY, kabupaten Bantul memiliki berbagai macam destinasi wisata pantai. Pantai Baru merupakan salah satu destinasi yang memiliki daya tarik yang unik untuk dikunjungi.

Pantai Baru adalah salah satu pantai yang terletak di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pantai ini terletak di Ngentak, Poncosari, Srandakan, Bantul. Pantai ini sejalur dengan Pantai Parangtritis dan Pantai Depok, dengan jarak kurang lebih 30 km dari pusat kota Jogja sudah bisa menikmati keindahan yang disuguhkan oleh pantai ini. Pantai yang terletak di Bantul ini memiliki banyak kelebihan dibandingkan dengan pantai-pantai di kawasan Bantul lainnya. Selain menyajikan pesona laut yang indah dan eksotis, Pantai Baru juga ditumbuhi oleh pohon-pohon cemara yang tertata rapi. Selain itu, atraksi yang tidak kalah menarik adalah wahana ATV, di mana pengunjung dapat menikmati udara sore hari sambil menikmati *sunset* berkeliling menggunakan wahana ATV. Di samping itu, di Pantai Baru juga dikenal dengan berbagai makanan laut seperti udang, ikan laut, kepiting dan sebagainya. Selain itu, bagi pengunjung yang tidak menyukai makanan *sea food*, juga disediakan ayam goreng, lele goreng, mie ayam dan bakso. Warung makan yang berjejer dengan hidangan laut dan aneka minuman menambah kesan daya tarik bagi pengunjung. Waktu yang cocok untuk mengunjungi pantai ini adalah pada saat sore hari sebelum matahari terbenam sambil berfoto bersama keluarga dan sahabat.

Pantai Baru dikenal dengan destinasi yang cukup terkenal di kabupaten Bantul. Meski pun demikian, tingkat kunjungan wisatawan semakin menurun semenjak wabah covid-19. Selain itu, kurangnya promosi serta banyaknya persaingan baik dari segi produk maupun pantai yang ada disekitarnya. Letak Pantai Baru yang berdekatan dengan Pantai Kwaru dan Pantai Goa Cemara membuat Pantai Baru semakin tertantang untuk lebih meningkatkan promosinya agar wisatawan yang datang semakin banyak, salah satu cara yang dilakukan adalah promosi melalui media sosial.

Media sosial merupakan salah satu sarana bagi manusia untuk mengetahui perkembangan dunia luar, sehingga promosi melalui media sosial sangat memungkinkan pengguna media sosial mengetahui kegiatan, perkembangan serta informasi terbaru dari suatu destinasi, salah satunya adalah Pantai Baru. Meningkatnya kunjungan wisatawan merupakan hasil dari promosi yang baik, namun sebaliknya jika promosinya kurang maka tingkat kunjungan wisatawan akan menurun. Sehingga promosi wisata sangatlah penting untuk Pantai Baru dalam meningkatkan kembali kunjungan wisatawan agar semakin dikenal luas oleh Wisatawan Nusantara maupun wisatawan Mancanegara.

B. Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang diteliti difokuskan pada masalah “Bagaimana Strategi Promosi di Pantai Baru, Kabupaten Bantul?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan penelitian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja strategi promosi di Pantai Baru, Kabupaten Bantul.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak destinasi wisata Pantai Baru dalam rangka memperbaharui konsep promosi untuk meningkatkan jumlah wisatawan di Pantai Baru
- b. Memperluas wawasan bagi pengelola destinasi wisata tentang strategi promosi yang memudahkan pengelola dalam melakukan promosi.

- c. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan Strategi Promosi di Pantai Baru, Kabupaten Bantul.

2. Manfaat Praktis

Selain manfaat teoritis yang telah dikemukakan di atas, penelitian ini juga memiliki manfaat praktis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, masukan serta rekomendasi manajerial yang bisa diterapkan oleh pengelola dan peneliti strategi-strategi lain yang lebih efektif dalam rangka memecahkan masalah terhadap penurunan kunjungan wisatawan.