

**ANALISIS MOTIVASI WISATAWAN DAN IMPLEMENTASINYA DALAM  
MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN  
(STUDI KASUS :PANTAI TELENG RIA KABUPATEN PACITAN)**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh**

**INTAN YULIANA  
NO. MHS : 513100263**

**JURUSAN HOSPITALITY  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA**

**ANALISIS MOTIVASI WISATAWAN DAN IMPLEMENTASINYA  
DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN  
(STUDI KASUS : PANTAI TELENG RIA KABUPATEN PACITAN)**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh**

**INTAN YULIANA  
NO. MHS : 513100263**

**JURUSAN HOSPITALITY**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA**

**2017**

## **Halaman Pengesahan**

### **ANALISIS MOTIVASI WISATAWAN DAN IMPLEMENTASINYA DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN (STUDI KASUS : PANTAI TELENG RIA KABUPATEN PACITAN)**



**Oleh**  
**INTAN YULIANA**  
**NO. MHS : 5131003263**

**Telah disetujui oleh :**

**Pembimbing I**

**Nikasius Jonet S, S.Sos.,Msi**  
**NIDN : 0518117401**

**Pembimbing II**

**Hermawan Prasetyanto,S.Sos,S.ST,MM.**  
**NIDN : 0516057102**

**Mengetahui**  
**Ketua Jurusan**

**Arif Dwi Saputra, SS., M.M**  
**NIDN: 0527047001**

## **BERITA ACARA UJIAN**

### **ANALISIS MOTIVASI WISATA DAN IMPLEMENTASINYA DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN (STUDI KASUS : PANTAI TELENG RIA KABUPATEN PACITAN)**

#### **SKRIPSI**

**Oleh**  
**INTAN YULIANA**  
**NO. MHS : 513100263**  
**Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji**  
**Dan Dinyatakan Lulus**  
**Pada Tanggal : 15 April 2017**

#### **TIM PENGUJI :**

<b>Pengaji Utama</b>	<b>:Dra.Heni Susilowati, M.M</b>	<b>(.....)</b>
	<b>NIDN : 0505026202</b>	
<b>Pengaji II</b>	<b>: RM. Nikasius Jonet Sinangjoyo,S.Sos,.M.Si (.....)</b>	
	<b>NIDN : 0518117401</b>	
<b>Pengaji III</b>	<b>:Hermawan Prasetyanto,S.Sos,S.ST,MM.</b>	<b>( .....</b>
	<b>NIDN : 0516057102</b>	<b>.....)</b>

**Mengetahui**

**Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**

**(Drs. H. Santosa, MM)**  
**NIDN : 0519045901**

## PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Intan Yuliana

Nim : 513100263

Program Studi : Hospitality

Judul Skripsi : ANALISIS MOTIVASI WISATAWAN DAN  
IMPLEMENTASINYA DALAM MENENTUKAN  
STRATEGI PEMASARAN (STUDI KASUS DI PANTAI  
TELENG RIA KABUPATEN PACITAN).

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak ada terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, April 2017

Intan Yuliana  
NIM: 513100263

## **HALAMAN MOTTO**

*“jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyuk”*

*(Q.S. Al-Baqarah :45)*

*“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”*

*(Q.S. Alam Nasyrah : 6)*

*“hanya ketika kau tidak menyerah, maka keajaiban bisa terjadi”*

*(To The Beautiful You)*

*“Jika kau menemukan rintangan yang kau lakukan hanya melewatiinya, maka rintangan itu akan berubah menjadi jembatan”*

*“berjalan pelan-pelan akan mendapatkan hasil yang lebih banyak dari pada yang berjalan lebih cepat”*

*(Dream High)*

*“Hanya dengan sedikit senyuman, maka kau akan terlihat sedikit lebih kuat”*

*(Queen Of Seon Deok)*

*“Kritikan pedas memang menyakitkan dan bisa menurunkan semangat, tapi lihatlah itu akan membangun diri kita agar menjadi lebih baik”*

*(Autum In My Heart)*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang – orang yang selalu menemani, mendukung dan mendoakan saya hingga skripsi ini terselesaikan. skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Orang Tua merupakan sosok terpenting dalam hidup, yang telah mendidik, merawat, dan selalu mendukung saya. Tanpa orang tua saya bukanlah siapa-siapa. Bapak dan ibu saya hanya skripsi ini yang dapat saya persembahkan untuk kalian.
2. Seluruh keluarga yang selalu mendukung dan memberi semangat sehingga menjadi motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi dengan judul “Analisis Motivasi Wisatawan Dan Implementasinya Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Pantai Teleng Ria Kabupaten Pacitan)” ini dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya.

Ada banyak orang-orang yang berjasa dalam menyelesaikan penelitian ini, sehingga bila dituliskan satu persatu maka halaman ini tentu akan penuh dengan nama-nama. Pada kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Nikasius Jonet Sinangjoyo, S.Sos, M.Si selaku pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun proposal dan penyusunan skripsi.
2. Bapak Hermawan Prasetyanto, S.Sos, S.ST,MM selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun proposal dan penyusunan skripsi.
3. Ibu Dra.Heni Susilawati,M.M selaku dosen penguji utama yang telah membantu penyusunan skripsi agar lebih baik.
4. Bapak Drs. Santosa, M.M selaku ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah membantu dalam hal perijinan

5. Bapak Arif Dwi Saputra, SS.,M.M. selaku Ketua Jurusan Prodi Hospitality Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyusun proposal skripsi.
6. Ibu Mona Erythrea Nur Islami, SIP.MA selaku sekretaris Jurusan Hospitality Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah membantu penulis dalam mengurus surat perijinan penelitian.
7. Pengelola Kawasan Pantai Teleng Ria yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah berjasa kepada penulis dalam penyusunan skripsi.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis mengharapkan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 01 April 2017

Intan Yuliana

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN BERITA ACARA SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN SKRIPSI .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
ABSTRAK .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A.    Latar Belakang.....	1
B.    Fokus Masalah .....	2
C.    Tujuan Penelitian .....	3

D.	Manfaat Penelitian .....	3
<b>BAB II</b>	<b>KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
A.	Landasan Teori .....	5
1.	Pariwisata .....	5
a.	Pengertian Pariwisata .....	5
b.	Definisi Daya Tarik Wisata.....	6
c.	Jenis Daya Tarik Wisata .....	7
2.	Definisi Wisatawan .....	8
3.	Segmentasi Pasar .....	9
a.	Segmentasi Geografis .....	9
b.	Segmentasi Demografis .....	10
c.	Segmentasi Psikografis .....	11
4.	Definisi Pemasaran .....	15
5.	Pemasaran Pariwisata.....	16
6.	Bauran Pemasaran.....	17
a.	<i>Product</i> .....	18
b.	<i>Price</i> .....	19
c.	<i>Place</i> .....	20
d.	<i>Promotion</i> .....	20
B.	Kerangka Pemikiran .....	21
C.	Penelitian Terdahulu.....	22
D.	Jadwal Penelitian .....	23

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
A.    Metode dan Jenis Penelitian .....	24
B.    Lokasi dan Waktu Penelitian .....	24
C.    Teknik Cuplikan .....	24
D.    Sumber Data .....	25
1.    Data Primer .....	25
2.    Data Sekunder .....	25
E.    Teknik Pengumpulan Data .....	26
1.    Observasi.....	26
2.    Wawancara.....	26
3.    Dokumentasi .....	27
4.    Kuesioner .....	27
5.    Studi Pustaka.....	28
F.    Keabsahan Data .....	28
G.    Metode Analisis Data .....	29
1.    Reduksi Data .....	29
2.    Display Data .....	30
3.    Pengambilan Keputusan dan Verifikasi .....	31
H.    Alur Penelitian.....	31
1.    Tahap Pra Lapangan.....	31
2.    Tahap Pekerjaan Lapangan .....	31
3.    Tahap Analisis Data .....	31

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....35**

A. Profil .....	35
B. Hasil Analisis .....	41
1. Motivasi Wisatawan.....	41
2. Sosio Demografis.....	43
3. Segmentasi Psikografis .....	49
C. Pembahasan.....	58

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....**

A. Kesimpulan .....	74
B. Saran .....	75

**DAFTAR PUSTAKA****DAFTAR TABEL****DAFTAR GAMBAR****DAFTAR LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel IV.1	Motivasi Interinsik.....	41
Tabel IV.2	Motivasi Eksterinsik .....	42
Tabel IV.3	Karakteristik Responden berdasarkan Asal Wisatawan .....	44
Tabel IV.4	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel IV.5	Karakteristik Responden berdasarkan Usia Wisatawan .....	45
Tabel IV.6	Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	46
Tabel IV.7	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan Wisatawan.....	47
Tabel IV.7	Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Penghasilan.....	48
Tabel IV.9	Informasi Daya Tarik Wisata.....	49
Tabel IV.10	Kunjungan Kembali.....	50
Tabel IV.11	Aktivitas Wisatawan .....	51
Tabel IV.12	Lama Tinggal .....	52
Tabel IV.13	Kepuasan Wisatawan.....	52
Tabel IV.14	Fasilitas Umum.....	53
Tabel IV.15	Fasilitas Tempat Parkir .....	54
Tabel IV.16	Fasilitas Tempat Makan .....	55
Tabel IV.17	Makanan dan Minuman Terjangkau .....	56

Tabel IV.18 Penjaga Pantai.....	57
Tabel IV.19 Aksesibilitas.....	58

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar IV.1	Kolam Renang .....	36
Gambar IV.2	Kamar Mandi .....	37
Gambar IV.3	Tamperan .....	38
Gambar IV.4	Pelabuhan .....	38
Gambar IV.5	Mini Zoo .....	39
Gambar IV.6	Ria Orchit .....	39
Gambar IV.7	Kampoeng Nelayan .....	44

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian Dari STP AMPTA
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Pedoman Wawancara
- Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS MOTIVASI WISATAWAN DAN IMPLEMENTASINYA DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN ( STUDI KASUS : PANTAI TELENG RIA KABUPATEN PACITAN )**

Penelitian ini untuk menganalisis motivasi wisatawan yang mengunjungi Pantai Teleng Ria serta pengembangan strategi pemasaran yang meliputi 4P yaitu *product, price, place, promotion* yang dapat diterapkan dalam kawasan Pantai Teleng Ria. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui *observasi*, wawancara, kuesioner, dokumentasi, dan studi pustaka.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi interinsik wisatawan yang mengunjungi Pantai Teleng Ria adalah untuk melakukan liburan sekaligus untuk untuk mengunjungi keluarga, teman, sedangkan motivasi eksterinsik wisatawan Pantai Teleng Ria adalah karena wisata alam yang masih terjaga keasliannya dan memiliki fasilitas yang lengkap. Dengan mengetahui segmentasi wisatawan dan motivasi berkunjung, dapat diperoleh strategi pemasaran dengan metode 4P yaitu 1) *Product*, dengan menambah atraksi wisata berupa *water sport*, membuat wisata edukasi bertemakan pelestarian alam, pengemasan produk lokal sebagai souvenir khas setempat dan membuat *event* bertemakan pelestarian kebudayaan. 2) *Price*, dengan membuat harga paket untuk mempermudah pembayaran. 3) *Place*, bekerjasama dengan sekolah-sekolah dan organisasi yang berkaitan dengan alam,. 4) *Promotion*, dengan menggunakan media sosial dan media cetak berupa baligo dan poster, bekerjasama dengan pihak pers.

kata kunci : motivasi Wisatawan, Analisis Segmentasi Wisatawan, Strategi Pemasaran, Pantai Teleng Ria.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pariwisata merupakan sektor andalan yang dapat dijadikan sebagai sumber devisa negara. Sektor pariwisata telah menjadikan moderasi yang sangat penting dan sedang giat dikembangkan karena sektor ini telah memberikan sumbangsih yang cukup besar dalam perekonomian bangsa, yaitu dalam upaya meningkatkan kualitas kesejahteraan masyarakat sekaligus memberikan subsidi yang besar bagi kemajuan suatu daerah. Hal tersebut telah mendorong pemerintah untuk lebih memperhatikan sektor pariwisata dan melakukan berbagai upaya dan kebijaksanaan dalam memajukan pariwisata di Indonesia.

Indonesia memiliki potensi keunikan, keindahan dan keanekaragaman daya tarik wisata alam yang menjadikan Indonesia sebagai negara destinasi wisata memiliki potensi untuk mengembangkan sektor pariwisata sebagai penghasil devisa, mengingat adanya potensi wisata yang tersebar diberbagai daerah salah satunya adalah Kabupaten Pacitan.

Kabupaten Pacitan sebagai daerah tujuan wisata khususnya berbasis alam memiliki berbagai keanekaragaman atraksi, amenitas dan aksesibilitas sehingga daerah ini memiliki nilai daya saing wisata. Adapu

natraksi yang terdapat di Pacitanantara lainnya itu Goa Gong, Goa Tabuhan, Pantai Klayar dan Pantai Teleng Ria.

Pantai Teleng Ria adalah pantai di Pacitan yang memiliki akses paling mudah untuk dikunjungi, karena letaknya yang strategis dan berada di pusat kota Pacitan. Pantai Teleng merupakan pantai yang menyumbangkan pendapatan yang cukup signifikan pada sektor pariwisata, hal ini dapat dilihat dari data kunjungan wisatawan yang terus meningkat selama tiga tahun berturut-turut yaitu pada tahun 2013 mencapai 121.562, tahun 2014 yaitu 317.419 dan pada tahun 2015 mencapai 427.262 wisatawan (sumber : Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Pacitan). Namun, berdasarkan *observasi* sementara yang dilakukan penulis ditemukan permasalahan bahwa kondisi sarana dan prasarana tersebut tidak diketahui, tidak ada fenomena alam di sekitar pantai dan kurangnya keanekaragaman aktivitas wisatawan, tetapi berdasarkan data kunjungan yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat tingkat kunjungan wisatawan yang selalu mengalami peningkatan. Atas dasar permasalahan tersebut makanya penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang analisis pasar terkait segmentasi pasar wisata khusus motivasi wisatawan yang berkunjung ke Pantai Teleng Ria. Dengan demikian peneliti tarik mengambil judul

## **“AnalisisMotivasiWisatawan dan Implementasinya Dalam Menentukan Strategi Pemasaran” (Studi Kasus di Pantai Teleng Ria, Kabupaten Pacitan)**

### **B. Fokus Masalah**

Ruang lingkup masalah dalam penelitian ini berfokus pada analisis motivasi internal dan eksternal yang meliputi segmentasi geografis, demografi, psikografis dan implementasinya dalam menentukan strategi pemasaran yang meliputi *product, price, place, and promotion* di Pantai Teleng Ria, Kabupaten Pacitan.

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus masalah di atas, makatujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Menganalisis motivasi wisatawan yang berkunjung di Pantai Teleng Ria, Kabupaten Pacitan.
2. Mengembangkan strategi pemasaran yang tepat sesuai target pasar di Pantai Teleng Ria, Kabupaten Pacitan.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan penulis yaitu:

1. Bagi Kawasan Pantai Teleng Ria

Memberikan rekomendasi dalam upaya pengembangan strategi pemasaran pariwisata Pantai Teleng Ria.

2. Bagi Lembaga Pendidikan STP AMPTA Yogyakarta

Sebagai acuan bagi peneliti berikutnya terkait pengembangan strategi pemasaran wisata.

3. Bagi Mahasiswa

Dapat mengembangkan wawasan dan wacana terkait pengembangan strategi pemasaran pariwisata.