SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DINAS PARIWISATA KABUPATEN BANTUL TERHADAP TINGKAT KUNJUNGAN WISATAWAN DOMESTIK DI PANTAI PARANGTRITIS

Disusun oleh:

CAECILIA MERRY CHRISMA DYAN PRADHITA

NO. MHS : 412100215

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PERJALANAN

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA

2017

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DINAS PARIWISATA KABUPATEN BANTUL TERHADAP TINGKAT KUNJUNGAN WISATAWAN DOMESTIK DI PANTAI PARANGTRITIS

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Sains Terapan D IV

Disusun Oleh :

CAECILIA MERRY CHRISMA DYAN PRADHITA

NIM :412100215

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PERJALANAN

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA

2017

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DINAS PARIWISATA KABUPATEN BANTUL TERHADAP TINGKAT KUNJUNGAN WISATAWAN DOMESTIK DI PANTAI PARANGTRITIS

Oleh :

CAECILIA MERRY CHRISMA DYAN PRADHITA
NIM : 412100215

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Utama	**Pembimbing Pendamping**
Dr. Hj. Saryani, M.Si	**Hermawan Prasetyanto, S.ST. M.M**
NIDN. 0517066001	**NIDN. 0516057102**

Mengetahui
Ketua Jurusan

Yudi Setiaji, SH., M.M

NIDN. 0508066401

BERITA ACARA UJIAN

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DINAS PARIWISATA KABUPATEN BANTUL TERHADAP TINGKAT KUNJUNGAN WISATAWAN DOMESTIK DI PANTAI PARANGTRITIS

Oleh :

Caecilia Merry Chrisma Dyan Pradhita

NIM : 412100215

Telah dipertahankan di depan Tim penguji

Dan Dinyatakan LULUS

PadaTanggal : 5 Oktober 2017

TIM PENGUJI

Penguji Utama	**: Yudi Setiaji, SH, M.M**	**(……..)**
Pembimbing I	**: Dr. Hj. Saryani, M.Si**	**(……..)**
Pembimbing II	**: Hermawan Prasetyanto, S.ST. M.M**	**(……..)**

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA YOGYAKARTA

Drs. Prihatno, M.M

NIDN. 0526125901

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama	: Caecilia Merry Chrisma Dyan Pradhita
NIM	: 412100215
Program Studi	: D IV ManajemenBisnisPerjalanan
JudulTugasAkhir	: Analisis Strategi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Domestik Di Pantai Parangtritis.

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

Yogyakarta, 23 Agustus 2017

Caecilia Merry Chrisma Dyan Pradhita

MOTTO

"Kesuksessan harus diawali dengan kesabaran,ketabahan, ketekunan dan kerja keras"

(Papa Felix)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tiada Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang selain bukan karena berkat Rahmat dan Karunia-Mu Ya Tuhan saya bisa menyelesaikan skripsi ini, semua ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua dan keluarga saya, terutama Papa, dan Mama tercinta yang telah memberikan motivasi, semangat, dan doa yang tanpa henti serta dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini, saya ucap kan terimakasih atas segala seesuatu yang sudah diberikan untuk saya.
2. Kedua kakak tersayang Anastasia Hastin H, dan Valentina Viedha Adikasari yang telah mendukung dan memberi semangat untuk cepat lulus.
3. Sahabat – sahabatku, ,Licensia Ade Kurnia, Resty Astuti Maramba, Ghaluh Anghyta Zerry, Kinanti Linda Rahayu, Valdhea Tiarayesha, Reni Lupita Sari, Layla Fitriani yang telah banyak membantu dan selalu memberikan dukungan.
4. Yohanes Silas Lukmana, yang telah membantu, mendampingi selama penyusunan skripsi, aku mencintaimu.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur yang terdalam penulis mengucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa. Karena dengan segala rahmat dan berkatn- Nya maka penulis diberi kemudahan dan kelancaran sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul :

"ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DINAS PARIWISATA KABUPATEN BANTUL TERHADAP TINGKAT KUNJUNGAN WISATAWAN DOMESTIK DI PANTAI PARANGTRITIS". Skripsi ini dibuat sebagai syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan beberapa pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Ucapan terimakasih dan penghargaan setinggi – tingginya secara tulus ikhlas penulis ucapkan kepada :

1. Ibu Dr. Hj. Saryani, M.Si, selaku pemimbing utama yang telah dengan sabar dan arif memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini
2. Bapak Hermawan Prasetyanto, S.ST, MM, selaku pembimbing pendamping yang telah dengan arif dan bijaksana memberikan bimbingan, pengarahan, serta petunjuk pada penulisan skripsi ini
3. Bapak Yudi Setiaji SH,MM. selaku Penguji utama dan Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan STP AMPTA Yogyakarta

4. Bapak Drs. Prihatno, MM. selaku ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta
5. Kepala BAPPEDA Bantul yang dengan sukarela dan ikhlas memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian
6. Para responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk menyampaikan berbagai informasi dan mengisi angket penelitian

Semoga bantuan Bapak/ Ibu dan para responden dicacat sebagai amal ibadah oleh Tuhan Yang MahaEsa.

Akhir Kata penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembangan Ilmu Pengetahuan. Tak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran dari semua pembaca untuk perbaikan pada penelitian berikutnnya.

Yogyakarta, 23 Agustus 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGESAHAN ii

BERITA ACARA UJIAN iii

SURAT PERNYATAAN iv

HALAMAN MOTTO v

HALAMAN PERSEMBAHAN vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI …….x

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR LAMPIRAN xv

ABSTRAK xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah..... 3

C. Batasan Masalah 3

D. Tujuan Penelitian 4

E. Manfaat Penelitian 6

BAB II LANDASAN TEORI & HIPOTESIS

A. Landasan Teori 7

1. Pariwisata dan Wisatawan 7

2. Pengertian dan Tujuan Strategi Pemasaran 8

3. Pengertian Produk dan Promosi 25

B. Hipotesis 26

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 27

B. Lokasi dan Waktu Penelitian 28

C. Populasi dan Sampel 28

D. Variabel dan Indikator 29

E. Metode Penelitian 29

F. Alat Analisis 36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pantai Parangtritis 37

1. Sejarah Singkat Pantai Parangtris 37

B. Analisis Diskriptif 38

1. Karakteristik Responden 40

2. Penentuan Range 43

3. Deskripsi Variabel 49

C. Analisis Regresi Linear dan Pengujian Hipotesis..... 52

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 54

B. Saran 55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1. Tabel 4.1…….39
2. Tabel 4.2…….39
3. Tabel 4.3…….40
4. Tabel 4.4…….41
5. Tabel 4.5…….43
6. Tabel 4.6…….45
7. Tabel 4.7…….46
8. Tabel 4.8…….48
9. Tabel 4.9…….49
10. Tabel 4.10……...50
11. Tabel 4.11……...51

DAFTAR GAMBAR

1. GAMBAR 2.1…….25

2. GAMBAR 4.1…….47

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 : Surat izin penelitian
2. Lampiran 2 : Lembar bimbingan
3. Lampiran 3 : Kuesioner penelitian
4. Lampiran 4 : Data output spss
5. Lampiran 5 : Gambar

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DINAS PARIWISATA KABUPATEN BANTUL TERHADAP TINGKAT KUNJUNGAN WISATAWAN DOMESTIK DI PANTAI PARANGTRITIS

Latar belakang penelitian ini betujuan untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul sebagai pengelola Pantai Parangtritis. Untuk mengetahui variabel bebas dan variabel terikat menggunakan analisis regresi linear berganda, data yang digunakan adalah observasi dan kuesioner. Sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini digunakan responden sebanyak 60 pengunjung Pantai Parangtritis dimana keseluruhan responden merupakan seluruh populasi yang diberikan kesempatan yang sama menjadi anggota sampel. Uji yang digunakan untuk menguji instrumen peneitian adalah uji validitas, uji reliabilitas. Digunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh produk dan promosi terhadap tingkat kunjungan wisata baik secara simultan maupun parsial.

Berdasarkan penelitian serta analisis yang telah dilakukan dapat diketahui hasil penelitian dan hasil dari analisis menunjukan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola dengan menggunakan bauran pemasaran yaitu variabel produk dan promosi memiliki pengaruh terhadap tingkat kunjungan wisatawan domestik dibuktikan dengan nilai F_{hitung} 142,857 lebih besar dari F_{tabel} dengan nilai 4,001 yang didukung oleh uji koefisien determinasi yang menunjukan besar pengaruh strategi pemasaran sebesar 0,834 atau 83,4% sedangkan sisanya 16,6% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dimasukan dalam penelitian yaitu *price* dan *place.* Maka hipotesis pertama ditolak artinya ada pengaruh strategi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul untuk meningkatkan kunjungan wisatawan domestik. Dari hasil Uji T menunjukan nialaikoefisien variabel promosi sebesar 0,927 dengan nilai t hitung 16,896 dengan signifikansi 0,000 <0,05 dengan demikian bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat kunjungan sebesar 0,882 setiap tahunnya sepanjang pengelolaan promosidilakukan secara baik dan optimal. Sedangakan variabel produk yang memiliki nilai koefisien sebesar 0,133 dengan nilai t hitung 2,417 dan taraf signifikan 0,05 dengan demikian variabel produk berpengaruh positif signifikan terhadap kunjungan wisatawan artinya jika pengelolaan produk dilakukan dengan baikdan optimal maka akan meningkatkan tingkat kunjungan sebesar 0,122 maka hipotesis kedua ditolak. Artinya variabel promosi memberikan kontribusi paling dominan terhadap Tingkat kunjungan wisatawan domestik di Pantai Parangtritis.

kata kunci : strategi pemasaran, *product* dan *promosi*, kunjungan wisatawan domestik

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pentingnya peranan pariwisata dalam pembangunan ekonomi di berbagai daerah di kota Yogyakarta sudah tidak diragukan lagi, terlebih dikabupaten Bantul memiliki sumber daya alam yang melimpah serta potensi wilayah yang luas dengan daya tarik yang cukup besar untuk dijadikan sebagai daya tarik wisata. Salah satu upaya promosi/pemasaran pariwisata dapat dilakukan dengan cara mempromosikan objek wisata di suatu kawasan sebagai daya tarik wisata yang menarik bagi wisatawan.

Salah satu daya tarik wisata yang menarik di Kabupaten Bantul adalah pantai Parangtritis yang terkenal dengan mitos Nyai Roro Kidul. Parangtritis menurut kisah legenda pada zaman Kerajaan Majapahit, ada seorang pelarian dari Kerajaan tersebut yang bernama Dipokusumo yang ditempat itu sedang melakukan semedi. Ketika sedang melakukan semedi, ia melihat air menetes (tumaritis) yang berasal dari celah-celah batu karang (parang). Kemudian Dipokusumo memberi nama daerah itu Parangtritis yang artinya air yang menetes dari batu.

Parangtritis memiliki mitos dan legenda yang masih kental di percaya oleh masyarakat sekitar dan menjadi daya tarik tersendiri sampai sekarang,

sehingga pantai ini diyakini oleh masyarakat setempat sebagai perwujudan kesatuan dari Gunung Merapi, Keraton Jogja dan Parangtritis sendiri, sampai sekarang masyarakat selalu menghubungkan bilamana ada fenomena alam yang sedang terjadi di antara ketiga tempat hal tersebut serta memiliki keunikan pemandangan yang tidak terdapat pada objek wisata lainnya selain ombak yang besar yaitu gunung-gunung pasir yang biasa disebut dengan gumuk pasir.

Parangtritis merupakan pantai paling luas diantara pantai yang berada disekitarnya seperti pantai Depok, pantai Parangkusumo, dll. Kawasan pasir pinggir pantai yang landai dan luas dapat digunakan masyarakat sekitar untuk membuka wahana permainan yang menarik.

Untuk menarik minat wisatawan yang berkunjung ke pantai Parangtritis penambahan wahana permainan menarik seperti ATV, kereta kuda yang dapat disewa. Selain menjadi suatu daya tarik wisata yang memberikan pemandangan pantai di parangtritis juga terdapat landasan pacu *aeromodeling* yang tidak ditemukan di daerah wisata sekitar pantai parangtritis sehingga menarik minat wisatawan untuk datang ke Pantai Parangtritis.

Wisatawan yang datang yakni mereka yang mendapatkan informasi mengenai objek wisata dari berbagai media seperti brosur, internet, dll sebagai bentuk promosi dan dari informasi orang yang sebelumnya sudah datang ke

tempat tersebut, kebanyakan wisatawan mengharapkan apa yang telah didapat dari informasi media pemasaran sesuai dengan apa yang ditampilkan dalam pemasaran tersebut.

Berbagai upaya dilakukan untuk memajukan kepariwisataan di daerah tujuan wisata. Pemerintah memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan pariwisata. Peranan pemerintah dalam mengembangkan pariwisata dalam garis besarnya adalah menyediakan infrastruktur, memperluas berbagai fasilitas, kegiatan koordinasi antara aparatur pemerintah dengan pihak swasta, pengaturan tata ruang dan strategi pemasaran.

Strategi pemasaran dalam suatu pengelolaan destinasi wisata merupakan salah satu hal yang sangat penting karena berperan aktif dalam memperkenalkan dan mengingatkan suatu objek sehingga mendorong keinginan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tersebut. Dengan menentukan strategi pemasaran yang tepat akan berpengaruh terhadap tingkat kunjungan wisatawan di suatu objek wisata.

Dalam pengembangan strategi pemasaran untuk menarik minat kunjungan wisatawan ke Yogyakarta perlu dilakukan analisa mendalam dari faktor internal dan eksternal dalam pemasaran guna evaluasi program yang selama ini sudah berjalan. Dengan strategi pemasaran Pantai Parangtritis akan lebih maksimal dan berpengaruh terhadap tingkat kunjungan wisatawan yang berkunjung. Dengan demikian pertumbuhan wisatawan yang datang di Pantai

Parangtritis akan meningkatkan kemajuan sektor pariwisata yang ada di Indonesia khususnya Yogyakarta.

Oleh karena itu, penulis ingin mengangkat judul, **"Analisis Strategi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Domestik di Pantai Parangtritis".**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis terangkan diatas, dan agar tidak menyimpang jauh dari permasalahan yang di bahas, maka diambil rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana Strategi Pemasaran yang digunakan Oleh Dinas Pariwisata kabupaten Bantul untuk meningkatkan Kunjungan Wisatawan Domestik di Pantai Parangtritis?
2. Strategi pemasaran manakah yang paling dominan berkontribusi terhadap tingkat kunjungan wisatawan domestik di Pantai Parangtritis?

C. Batasan Masalah

Agar ruang lingkup permasalahan yang akan diteliti menjadi lebih jelas, dan tidak terlalu luas, maka dibuat pembatasan masalah yaitu: strategi pemasaran dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu variabel *promotion* dan *product* dan tingkat kunjungan.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh pengelola Pantai Parangtritis terhadap tingkat kunjungan wisatawan domestik.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang manakah yang paling dominan berkontribusi terhadap tingkat kunjungan wisatawan domestik di Pantai Parangtritis.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan bisa bermanfaat antara lain adalah:

1. Bagi STP AMPTA

Penulisan ini dapat dijadikan informasi dan pengetahuan yang bermanfaat untuk masa yang akan datang berupa penambahan ilmu untuk generasi berikutnya, mengenai strategi pemasaran yang digunakan oleh pengelola Pantai Parangtritis dalam meningkatkan kunjungan wisata.

2. Bagi pengelola Pantai Parangtritis

Sebagai bahan masukan dan evaluasi agar terus menciptakan strategi pemasaran yang terus menerus berkembamg dan inovatif sehingga kunjungan wisatawan domestik dapat terus meningkat.

3. Bagi Penulis

Penulis dapat menganalisa bagaimana upaya strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola Pantai Parangtritis terhadap tingkat kunjungan wisatawan domestik sehingga nantinya dapat menerapkan ilmu yang telah didapat dalam perkuliahan maupun diluar perkuliahan.