

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT
KUNJUNGAN WISATAWAN DI PANTAI
ALAM INDAH KOTA TEGAL**



**OLEH :
GALANG HEFI LESMONO
NIM 517100774**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN
STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN
DI PANTAI ALAM INDAH KOTA TEGAL



Disusun Oleh:

Nama: Galang Hefi Lesmono

NIM: 517100774

Jurusan: Pariwisata

Telah Disetujui Oleh

PEMBIMBING I

Dra. Enny Mulyantari, M.M
NIDN 0026046101

PEMBIMBING II

Setyo Prasiyong Nugroho, S.ST, M.Sc.
NIDN 0523098001

Mengetahui,

Ketua Jurusan

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

BERITA ACARA UJIAN
STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT
KUNJUNGAN
DI PANTAI ALAM INDAH KOTA TEGAL

SKRIPSI

Disusun oleh :
GALANG HEFI LESMONO
517100774

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji
Dan dinyatakan: Lulus
Pada Tanggal

TIM PENGUJI

Penguji Utama : Hermawan P., S.Sos., S.ST., M.M
NIDN. 0516057102

Pembimbing I : Dra. Enny Mulyantari. M.M
NIDN. 0026046101

Pembimbing II : Setyo Prasiyono N., S.ST, M.Sc.
NIDN. 0523098001



Mengetahui
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta


Drs. Prihatno, M.M
NIDN. 0526125901

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : GALANG HEFI LESMONO

NIM : 517100774

Progam Studi : S1 Pariwisata

Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN
MINAT KUNJUNGAN DI PANTAI ALAM INDAH KOTA
TEGAL

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain.

Yogyakarta, 11 Agustus 2021

Penulis



Galang Hefi Lesmono
NIM: 517100774

HALAMAN MOTTO

Berdoalah kepada-Ku, niscaya akan Kuperkenankan bagimu. Sesungguhnya orang-orang yang menyombongkan diri dari menyembah-Ku akan masuk neraka Jahannam dalam keadaan hina dina.

(QS. Ghafir: 60)

*Jika Kita tidak bertarung, Kita tidak bisa menang.
Karena itulah bertarung, bertarung, bertarung.
(Eren Yeager)*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, karya sederhana ini, peneliti persembahkan sebagai wujud rasa hormat dan terima kasih yang tak terhingga kepada orang terdekat dan tercinta, peneliti mempersembahkan skripsi ini untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada penulis selama penulisan skripsi ini.
2. Ibuku Nur Alfiah dan Bapakku Heri Puji yang sangat penulis cintai. Terimakasih atas semua kasih sayang, doa, dukungan, kepercayaan, dan pengorbanan kalian.
3. Adikku Raya Zahra yang amat kusayangi, terimakasih atas dukungan dan kepercayaan yang telah diberikan.
4. Dra. Enny Mulyantari. M.M dan Setyo Prasiyono Nugroho, S.ST, M.Sc. Terimakasih atas bimbingan dan segala bantuannya.
5. Seluruh dosen STP AMPTA yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
6. Sarah Salsabila, sebagai *support system* yang selalu mendukung dan menghibur penulis dalam mengerjakan penulisan skripsi ini.
7. Arsil Bayu Pradana, Bagus Nurul Hakim, Dinda Aulia, dan Gerrina Yasmin, Muhammad Zuhdan, sebagai teman sepermainan yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
8. Garry Louis dan Ghina Salma, sahabat yang setia menemani serta memberikan dukungan kepada penulis.

9. Ervina Pinta, Rosa Delima, Vebby Christiani, dan semua teman sekelas yang memberikan semangat kepada penulis.
10. Dan semua pihak yang terlibat, yang namanya tak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih yang teramat dalam penulis sampaikan atas dukungan dan bantuannya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Penyusunan skripsi dengan judul “STRATEGI PROMOSI PANTAI ALAM INDAH KOTA TEGAL DALAM MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN” merupakan syarat untuk dapat menyelesaikan program sarjana (S1) pada program studi pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi terdapat rintangan yang dihadapi oleh penulis, namun dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dra. Enny Mulyantari, M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi.
2. Setyo Prasiono, S.ST. M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi.
3. Bapak Arif Dwi Saputra, SS. M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Strata Satu (S-1) Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah membantu untuk melengkapi segala dokumen dalam penyusunan skripsi.
4. Drs. Prihatno, M.M. selaku ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah menjadi salah satu teladan terbaik seorang pemimpin bagi penulis.

5. Seluruh narasumber yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam kegiatan penelitian.
6. Semua pihak yang memberikan dukungan kepada penulis.

Akhir kata penulis berharap semoga hasil penelitian bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya. Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan.

Yogyakarta, Agustus 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Fokus Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka	5
1. Strategi	5
2. Promosi	7
3. Strategi Promosi	8
4. Bauran Promosi.....	9
5. Minat Berkunjung	10
6. Wisatawan.....	12
B. Penelitian Terdahulu	13
C. Kerangka Pemikiran.....	18

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian.....	19
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	19
C. Teknik Cuplikan.....	20
D. Sumber Data.....	21
E. Teknik Pengumpulan Data.....	22
F. Keabsahan Data.....	24
G. Metode Analisis Data.....	26
H. Alur Penelitian	29
I. Jadwal Penelitian.....	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum.....	32
1. Profil Pantai Alam Indah.....	32
2. Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas	34
3. Struktur Organisasi Pantai Alam Indah Kota Tegal.....	43
B. Hasil dan Pembahasan.....	43
1. Pengiklanan	44
2. Promosi Penjualan.....	48
3. Penjualan Personal	50
4. Hubungan Masyarakat dan Publisitas	53
5. Pemasaran <i>Online</i>	56
6. Pemasaran Langsung.....	60
7. Acara dan Pengalaman.....	62
C. Analisis SWOT Strategi Promosi Pantai Alam Indah.....	64
1. Analisis SWOT Strategi Pengiklanan	65
2. Analisis SWOT Strategi Promosi Penjualan.....	66
3. Analisis SWOT Strategi Penjualan Personal	67
4. Analisis SWOT Strategi Hubungan Masyarakat dan Publisitas	68
5. Analisis SWOT Strategi Pemasaran <i>Online</i>	70
6. Analisis SWOT Strategi Pemasaran Langsung.....	71
7. Analisis SWOT Strategi Acara dan Pengalaman	72
D. Strategi Alternatif Berdasarkan SWOT	74
1. Alternatif Strategi Pengiklanan.....	74
2. Alternatif Strategi Promosi Penjualan.....	78
3. Alternatif Strategi Penjualan Personal	80
4. Alternatif Strategi Hubungan Masyarakat dan Publisitas	83
5. Alternatif Strategi Pemasaran <i>Online</i>	86
6. Alternatif Strategi Pemasaran Langsung.....	89

7. Alternatif Strategi Acara dan Pengalaman.....	92
--	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	94
B. Saran	96
1. Pengelola Pantai Alam Indah.....	97
2. Paguyuban Pedagang Pantai Alam Indah	97
3. Penelitian Selanjutnya.....	97

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	13
3.1 Informan Wawancara	21
3.2 Matriks SWOT	28
3.3 Jadwal Penelitian.....	31
4.1 Matrik Analisis SWOT Strategi Pengiklanan Pantai Alam Indah	74
4.2 Matrik Analisis SWOT Strategi Promosi Penjualan Pantai Alam Indah.....	78
4.3 Matrik Analisis SWOT Strategi Penjualan Personal Alam Indah	80
4.4 Matrik Analisis SWOT Strategi Hubungan Masyarakat dan Publisitas Pantai Alam Indah	83
4.5 Matrik Analisis SWOT Strategi Pemasaran <i>Online</i> Pantai Alam Indah.....	86
4.6 Matrik Analisis SWOT Strategi Pemasaran Langsung Pantai Alam Indah.....	89
4.7 Matrik Analisis SWOT Strategi Acara dan Pengalaman Pantai Alam Indah.....	92

DAFTAR GAMBAR

4.1 Pantai Alam Indah.....	35
4.2 Monumen Bahari.....	35
4.3 Isi Monumen Bahari.....	35
4.4 Lintasan Lari	36
4.5 Jembatan Apung.....	37
4.6 <i>Jet Sky</i>	37
4.7 Locket Tiket Barat	38
4.8 Locket Tiket Timur	38
4.9 Taman Pantai Alam Indah.....	39
4.10 Tempat Ibadah.....	39
4.11 Tempat Parkir.....	39
4.12 Warung Pantai Alam Indah.....	40
4.13 Toilet dan Kamar Mandi	40
4.14 Tempat Duduk.....	41
4.15 Tempat Sampah.....	41
4.16 Jalan Menuju Pantai Alam Indah	42
4.17 Kendaraan Menuju Pantai Alam Indah	42
4.18 Struktur Organisasi Pantai Alam Indah Kota Tegal.....	43
4.19 <i>Instagram</i> Pengelola Pantai Alam Indah.....	46
4.20 <i>Facebook</i> Pengelola Pantai Alam Indah	46
4.21 <i>Twitter</i> Pengelola Pantai Alam Indah	46
4.22 <i>Youtube</i> Pengelola Pantai Alam Indah.....	46
4.23 <i>Instagram</i> Pengelola Pantai Alam Indah.....	52
4.24 <i>Facebook</i> Pengelola Pantai Alam Indah	52
4.25 <i>Twitter</i> Pengelola Pantai Alam Indah	52
4.26 <i>Youtube</i> Pengelola Pantai Alam Indah.....	52
4.27 <i>Instagram</i> Pengelola Pantai Alam Indah.....	58
4.28 <i>Facebook</i> Pengelola Pantai Alam Indah	58
4.29 <i>Twitter</i> Pengelola Pantai Alam Indah	58
4.30 <i>Youtube</i> Pengelola Pantai Alam Indah.....	58
4.31 <i>Website</i> Pengelola Pantai Alam Indah	59
4.32 Pameran Indonesia City Expo.....	61
4.33 Bapak Walikota Tegal di Acara Sedekah Laut	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara

Lampiran 2: Hasil Wawancara

Lampiran 3: Surat Permohonan Penelitian Dari STP AMPTA Yogyakarta

Lampiran 4: Surat Izin Penelitian Dari Dinas Kepemudaan dan Olahraga dan
Pariwisata

Lampiran 5: Lembar Bimbingan

Lampiran 6: Foto Saat Melakukan Penelitian di Pantai Alam Indah

ABSTRAK

penelitian dengan judul “Strategi Promosi Pantai Alam Indah Kota Tegal Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan” bertujuan untuk mengetahui alternatif strategi yang bisa digunakan Pantai Alam Indah untuk meningkatkan minat kunjungan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, teknik pengambilan data yang digunakan adalah metode purposive sampling. Informan sebanyak enam orang, yang terdiri dari dua pengelola, satu pengurus paguyuban pedagang, 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 menunjukkan bahwa Pantai Alam Indah membutuhkan perbaikan dan peningkatan strategi promosi yang mendasar pada delapan model bauran promosi. Terdapat tujuh model bauran promosi yang terpilih sebagai fokus perbaikan strategi promosi Pantai Alam Indah, yaitu Pengiklanan, Hubungan Masyarakat dan Publisitas, Acara dan Pengalaman, Pemasaran Langsung, Promosi Penjualan, Pemasaran Online, dan Penjualan Personal. Sedangkan untuk satu bauran promosi lainnya, yaitu Pemasaran Mobile tidak menjadi fokus strategi promosi Pantai Alam Indah yang harus diperbaiki/ ditingkatkan dalam jangka waktu dekat.

Kata Kunci: Promosi, Strategi Promosi, Bauran Promosi.

ABSTRACT

The research entitled "Promotional Strategy for Alam Indah Beach in Tegal City in Increasing Visiting Interest" aims to find out alternative strategies that can be used by Alam Indah Beach to increase visiting interest.

This study uses a descriptive qualitative method, the data collection technique used is the purposive sampling method. There were six informants, consisting of two managers, one administrator of a merchant association, 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 show that Indah Beach needs to improve the promotion strategy that is fundamental to the eight promotional mix models. There are seven promotional mix models that were selected as the focus of improving the promotion strategy of Alam Indah Beach, namely Advertising, Public Relations and Publicity, Events and Experiences, Direct Marketing, Sales Promotion, Online Marketing, and Personal Selling. As for one other promotion mix, namely Mobile Marketing, it is not the focus of Alam Indah's Beach promotional strategy which must be improved/improved in the near future.

Keywords: Promotion, Promotion Strategy, Promotional Mix.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki kekayaan mineral, hutan belantara yang mengagumkan, satwa yang beraneka ragam, kekayaan alam yang melimpah, dan sumber daya manusianya merupakan faktor yang menguntungkan bagi industri pariwisata. Pembangunan kepariwisataan pada umumnya diarahkan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, peningkatan pendapatan daerah, pemberdayaan perekonomian masyarakat, memperluas lapangan kerja, dan kesempatan berusaha serta menciptakan kesejahteraan masyarakat. Perkembangan sektor pariwisata bersifat menyeluruh sehingga masyarakat diharapkan dapat memperoleh manfaat yang optimal. Pembangunan pariwisata Indonesia berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa pembangunan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global.

Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Indonesia (Kemenkomarves) mengatakan dalam akun resmi *Instagramnya* hingga Desember 2019 jumlah pulau hasil validasi dan verifikasi Indonesia mencapai 17.491 pulau. 17.491 pulau ini masih berada pada tingkat data secara nasional dan belum dilaporkan secara resmi ke Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). Sebagai negara yang memiliki lebih dari 17 ribu pulau, potensi wisata bahari di Indonesia menjadi

salah satu wisata yang dapat menarik minat wisatawan baik wisatawan nasional maupun wisatawan internasional.

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pengertian wisata bahari atau tirta adalah usaha yang menyelenggarakan wisata dan olahraga air, termasuk penyediaan sarana dan prasarana, serta jasa lainnya yang dikelola secara komersial di perairan laut, pantai, sungai, danau, dan waduk. Salah satu wisata bahari yang cukup terkenal di Indonesia adalah Pulau Bali, Pulau Bali tidak hanya menyuguhkan pemandangan alam yang indah dan menarik tetapi juga berbagai aktivitas rekreasi misalnya menikmati keindahan sunset dan pasir putih di Pantai Kuta atau olahraga air di Pantai Tanjung Benoa menjadi tujuan wisata yang sangat diminati oleh sebagian besar wisatawan. Tidak hanya Bali, sebenarnya Indonesia memiliki banyak sekali obyek daya tarik wisata serupa dengan keunikan tersendiri, salah satunya adalah Pantai Alam Indah di Kota Tegal.

Kota Tegal adalah salah satu kota yang berada di sisi utara Jawa Tengah dan dikenal dengan slogannya "Tegal Kota Bahari". Kota ini pernah menjadi cikal-bakal berdirinya Korps Marinir seperti tercatat dalam Pangkalan IV ALRI Tegal dengan nama Corps Mariniers, pada 15 November 1945. Kota Tegal berbatasan dengan Kabupaten Brebes di sebelah barat, Laut Jawa di sebelah utara, serta Kabupaten Tegal di sebelah selatan dan timur. Karena berada di pesisir Pulau Jawa, pembangunan pariwisata Kota Tegal sangat bergantung dengan wisata bahari dan memiliki banyak sekali pantai dengan keunikannya masing-masing. Pantai-pantai ini sangat berdekatan sehingga keadaan alamnya hampir sama, namun setiap

pengelolanya memiliki cara sendiri dalam pengembangannya dan dijadikan sebagai senjata utama untuk mempromosikan obyek daya tarik wisatanya.

Salah satu pantai yang tertua adalah Pantai Alam Indah. Pantai ini terletak di Mintaragen, Tegal Timur, Kota Tegal, Jawa Tengah. Pantai ini dapat diakses dengan mudah karena hanya berjarak 500 meter dari Jalan Nasional Pantai Utara atau Jalur Pantura. Terdapat berbagai macam kegiatan wisata yang dapat dilakukan wisatawan di Pantai Alam Indah misalnya berenang, memancing, menaiki kapal, melihat koleksi museum, dan lain sebagainya. Unikny, Pantai Alam Indah menjadi satu-satunya pantai yang diawasi langsung oleh Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (DISPORAPAR) Kota Tegal. Pantai Alam Indah sudah sangat melekat dengan Kota Tegal sehingga tidak heran jika semua orang di Kota Tegal pasti pernah menginjakkan kakinya di pantai ini.

Sayangnya, semenjak pantai-pantai lain mulai aktif dan dikenal wisatawan khususnya wisatawan Kota Tegal dan sekitarnya, Pantai Alam Indah mulai terancam keberadaannya. Wisatawan Kota Tegal yang sudah mulai bosan dengan keadaan yang ada di Pantai Alam Indah mulai mengubah tujuan obyek daya tarik wisata mereka ke pantai lain yang memiliki daya tarik masing masing. Jika dibiarkan Pantai Alam Indah akan kehilangan semua wisatawan yang memilih berkunjung ke pantai yang lain. Hal ini membuat penulis tertarik untuk meneliti **“Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan di Pantai Alam Indah Kota Tegal”**.

B. Fokus Masalah

Berdasarkan fokus masalah, hal yang dapat dijadikan masalah dalam fokus masalah yaitu strategi promosi apa saja yang dapat dilakukan oleh pengelola untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke Pantai Alam Indah Kota Tegal?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sesuai dengan latar belakang dan fokus masalah yang sudah penulis jabarkan di atas, yaitu untuk mengetahui strategi promosi yang dapat dilakukan pengelola untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan di Pantai Alam Indah Kota Tegal.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian terbagi menjadi tiga bagian yaitu:

1. Bagi Pantai Alam Indah Kota Tegal

Dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran, referensi maupun masukan ide atau gagasan untuk pengelola.

2. Bagi Lembaga STP AMPTA Yogyakarta

Dengan adanya penelitian ini, dapat membantu STP AMPTA Yogyakarta dalam hal penambahan ilmu serta pengetahuan baru mengenai strategi promosi yang ada di Pantai Alam Indah Kota Tegal dan bisa dijadikan patokan atau contoh bagi Lembaga dalam meningkatkan strategi promosinya.

3. Bagi Penulis

Sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi S1 Pariwisata, serta harapan dari penulis yaitu dengan adanya penelitian ini, dapat membantu memberikan pengetahuan lebih mengenai strategi promosi untuk penelitian selanjutnya.