

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan melalui wawancara, observasi lapangan dan dokumentasi diketahui bahwa pengelola Pantai Alam Indah hanya menggunakan tujuh komponen dari delapan komponen bauran promosi yang ada yaitu iklan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), acara dan pengalaman (*event and experience*), hubungan masyarakat (*public relation*), pemasaran langsung (*direct marketing and database*), pemasaran online (*online and social media marketing*), dan penjualan personal (*personal selling*). Sementara pemasaran mobile (*mobile marketing*) tidak dipilih sebagai fokus utama pengelola Pantai Alam Indah untuk mempromosikan obyek daya tarik wisatanya.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dapat dilakukan oleh pengelola Pantai Alam Indah Kota Tegal adalah pengelola Pantai Alam Indah terus bekerja sama dengan media elektronik agar Pantai Alam Indah semakin dikenal. Kemudian pengelola membuat akun sosial media khusus Pantai Alam Indah dan mengundang beberapa *influencer* untuk berkolaborasi di akun sosial media mereka untuk mempromosikan Pantai Alam Indah. Setelah akun sosial media Pantai Alam Indah sudah dikenal, pengelola mulai memberikan informasi kepada masyarakat lewat foto dan video tentang Pantai Alam Indah yang bisa mereka unggah di akun resmi sosial media Pantai Alam Indah. Selain media sosial, pengelola Pantai Alam Indah memiliki *website* yang

baru saja mereka kembangkan. *Website* tersebut tidak hanya dijadikan pengelola sebagai media promosi, tetapi juga sebagai media bagi masyarakat Kota Tegal menyampaikan saran dan kritikan terhadap pengelola. Tidak hanya *digital marketing* yang terus dikembangkan, pengelola Pantai Alam Indah harus sering mengikuti kegiatan pameran luar daerah. Tujuannya adalah menarik wisatawan luar kota dengan cara menjelaskan apa yang ada di Kota Tegal, khususnya Pantai Alam Indah.

Hubungan dengan instansi pemerintah dan hotel-hotel di Kota Tegal harus tetap terjalin dengan baik, selain itu pengelola bekerja sama harus mulai dengan biro perjalanan untuk memasukkan nama Pantai Alam Indah ke dalam daftar tujuan mereka. Pengelola diharapkan bisa melibatkan masyarakat sekitar Pantai Alam Indah lebih jauh lagi untuk mengembangkan Pantai Alam Indah dengan cara memberikan pelatihan kepada paguyuban pedagang Pantai Alam Indah dan pengelola pantai lain, meskipun saat ini pemerintah pusat melarang adanya kerumunan. Pengelola bisa membuat *event* kecil seperti pelatihan, seminar, atau *workshop*. Selain biaya yang dikeluarkan tidak banyak, kegiatan tersebut juga tidak terlalu menimbulkan banyak kerumunan.

## **B. SARAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan disimpulkan, maka saran yang ditujukan untuk strategi promosi Pantai Alam Indah Kota Tegal yaitu:

### **1. Pengelola Pantai Alam Indah**

- a. Pengelola Pantai Alam Indah diharapkan fokus untuk mempromosikan Pantai Alam Indah meskipun sebagai Instansi Pemerintahan harus mendukung obyek daya tarik wisata lain berkembang.
- b. Pengelola Pantai Alam Indah diharapkan memberi pelatihan kepada para masyarakat sekitar khususnya dibidang pemasaran agar masyarakat sekitar dapat mengembangkan Pantai Alam Indah.

### **2. Paguyuban Pedagang Pantai Alam Indah**

- a. Pedagang Pantai Alam Indah diharapkan mulai belajar mempromosikan dagangannya melalui media elektronik seperti yang dilakukan oleh pengelola Pantai Alam Indah dan tidak terlalu bergantung kepada pengelola Pantai Alam Indah dalam melakukan promosi.
- b. Pedagang Pantai Alam Indah diharapkan bisa sejalan dan bekerja sama dalam mempromosikan produknya.

### **3. Penelitian Selanjutnya**

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperbanyak sumber atau referensi terkait Pantai Alam Indah agar mendapatkan hasil yang lebih baik.
- b. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi dan bahan acuan yang membantu perusahaan lain dalam merancang maupun memperbaiki strategi promosi.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.

Eddy Yunus. 2016. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Hasan, Ali. 2015. *Tourism Marketing*. Yogyakarta: *Center for Academic Publishing Service*.

Kotler, P. 2015. *Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II*. Jakarta: PT. Indeks.

Priansa, D. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

\_\_\_\_\_. 2016. *Teknik Membedakan Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

\_\_\_\_\_. 2017. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

\_\_\_\_\_. 2017. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

\_\_\_\_\_. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

- Suryati, Lili. 2015. Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Yogyakarta: Penerbit Deepublish
- Suwena, I ketut. Widiyatmaja, I Gusti Ngurah. 2017. Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Tjiptono, F. 2019. Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Yogyakarta: Andi.
- \_\_\_\_\_. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.
- \_\_\_\_\_. 2017. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2016. Pengantar Industri Pariwisata. Yogyakarta: Deepublish

## **B. Jurnal dan Skripsi**

- Agusra, D., Lussianda, E. O., & Afriyeni, Y. (2019). “Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru Provinsi Riau”. *Akuntabel*, Vol. 16 Nomor 1. Hal 54-61.
- Albarq, Abbas N. 2014. “Measuring the Impacts of Online Word of Mouth on Tourists’ Attitude and Intentions to Visit Jordan: An Empirical Study.” *International Business Research*. Volume 7, Nomor 1. Hal. 14.

- Ardiansyah Pasaribu. 2018. "*Strategi Penerapan Manajemen di Pondok Pedantren dalam Membentuk Da'i (Studi Kasus Pondok Pesantren Musthafawiyah Purba Baru, Mandailing Natal)*". Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Program Studi Manajemen Dakwah.
- Avinda, C. B., Sudiarta, I. N., & Karini, N. M. O. 2016. "*Strategi promosi Banyuwangi sebagai destinasi wisata (studi kasus pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata)*". Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata), Vol. 4. Nomor 1. Hal. 55-60.
- Febrianti, A., Burhan, H., & Pebrianti, Y. 2021. "*Strategi Promosi Pada Griya Kain Tuan Kentang*". Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis, Vo.1 Nomor 3. Hal 117-123.
- Hedha, Naufal Savero Rakha. 2017. "*Pengaruh Celebrity Endorsement dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sampo (Studi Kasus Pada Merek Sampo Clear)*". Skripsi dipublikasikan di Universitas Negeri Yogyakarta.
- Humaira, F. 2019. "*Strategi Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan di Pantai Kasuso*". Tesis, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Lesmana, I. S., Bahits, A., & Tabrani, M. B. 2020. "*Strategi Promosi Pengelolaan Wisata Pantai Untuk Meningkatkan Kunjungan*

- Wisatawan Pasca Tsunami Selat Sunda di Kabupaten Pandeglang*".  
Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo, Vol.6 Nomor 2.  
Hal 61-65.
- Nurhilalia, Rahman Kadir, A., Mahlia, M., Jusni, & Aditya, H. P. K. P.  
2019. "*Determinant of market orientation on SME performance:  
RBV and SCP perspective*". In *Journal of Distribution Science* Vol.  
17. Nomor 9. Hal 35-45.
- Novita Rifaul Kirom, Sudarmiatin, I Wayan Jaman Adi Putra. 2016.  
*Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Budaya Dan  
Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan*. Jurnal Pendidikan,  
Vol.1 Nomor 3 Hal. 536.
- Priantana, A. P., & Santoso, E. (2019). "*Strategi Promosi Objek Wisata  
Alam Situ Gede Kota Tasikmalaya*". Jurnal Komunikasi Global, Vol.  
8. Nomor 1. Hal. 104-115.
- Purnama, M. B. 2020. "*Strategi Pengembangan Wisata Puncak Tapan  
Andongsari Oleh Bumdes Ngandong Jaya Makmur di Desa  
Ngandong Kecamatan Grabagan Kabupaten Tuban*". Jurnal  
Publika, Vol.8 Nomor 5. Hal. 1-10.
- Siti Sholihah. 2018. "*Strategi Pondok Pesantren dalam Mengembangkan  
Sikap Kemandirian Santei di Pondok Pesantren Ta'mirul Islam  
Surakarta*". Skripsi, IAIN Salatiga, Jurusan Pendidikan Agama  
Islam.

- Sudirman, S. S. 2019. “*Starategi Promosi melalui Instagram pada Wisata Dante Pine di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang*”. Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Syahrial, S., Kurniawan, A. R., Alirmansyah, A., & Alazi, A. 2019. “*Strategi Guru dalam Menumbuhkan Nilai Kebersamaan pada Pendidikan Multikultural di Sekolah Dasar*”. *Jurnal Gentala Pendidikan Dasar*, Vol.4 Nomor. 2. Hal. 232-244.
- Veronika. 2016. “*Pengaruh Iklan dan Brand Imageterhadap Minat Beli Konsumen, dengan Minta Beli sebagai Variabel Mediasi*”. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

### **C. Undang Undang dan Peraturan Pemerintah**

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang kepariwisataan.

### **D. Internet**

[https://www.okezone.com/tren/read/2021/01/13/620/2343504/jumlah-](https://www.okezone.com/tren/read/2021/01/13/620/2343504/jumlah-pulau-di-indonesia-traveler-harus-tahu)

[pulau-di-indonesia-traveler-harus-tahu](https://www.okezone.com/tren/read/2021/01/13/620/2343504/jumlah-pulau-di-indonesia-traveler-harus-tahu) (diakses 24/03/2021)

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/strategi> (diakses 25/03/2021)

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/promosi> (diakses 25/03/2021)

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/wisatawan> (diakses 3/04/2021)

<https://pariwisata.tegalkota.go.id/destinasi/detail/pantai-alam-indah-pai-tegal> (diakses 12/07/2021)



# LAMPIRAN

## LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

Responden : Dinas Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata Kota Tegal

1. Apa upaya pengelola Pantai Alam Indah dalam melakukan promosi dengan mengiklankan produk di media cetak maupun media elektronik?
2. Apa upaya pengelola Pantai Alam Indah dalam menggunakan strategi promosi penjualan dengan cara membagikan voucher, kupon, dan lain sebagainya?
3. Apa upaya Pengelola Pantai Alam Indah dalam melakukan promosi secara tatap muka dari mulut ke mulut?
4. Apa upaya pengelola Pantai Alam Indah menjalin kerjasama dengan pihak lain dan menjaga citra baik obyek daya tarik wisata?
5. Apa upaya Pengelola Pantai Alam Indah dalam melakukan pemasaran online?
6. Apa upaya Pengelola Pantai Alam Indah dalam melakukan strategi promosi menggunakan pemasaran mobile?
7. Apa upaya Pengelola Pantai Alam Indah dalam menggunakan strategi promosi pemasaran langsung dalam meningkatkan minat kunjungan?
8. Acara apa saja yang dibuat Pengelola Pantai Alam Indah dalam upayanya untuk meningkatkan minat kunjungan?

Responden : Pengurus Paguyuban Pedagang Pantai Alam Indah Kota Tegal

1. Apa upaya pengelola Pantai Alam Indah dalam melakukan promosi dengan mengiklankan produk di media cetak maupun media elektronik?
2. Apa upaya pengelola Pantai Alam Indah dalam menggunakan strategi promosi penjualan dengan cara membagikan voucher, kupon, dan lain sebagainya?
3. Apa upaya Pengelola Pantai Alam Indah dalam melakukan promosi secara tatap muka dari mulut ke mulut?
4. Apa upaya pengelola Pantai Alam Indah menjalin kerjasama dengan pihak lain dan menjaga citra baik obyek daya tarik wisata?
5. Apa upaya Pengelola Pantai Alam Indah dalam melakukan pemasaran online?

Responden : Wisatawan Pantai Alam Indah Kota Tegal

1. Darimana Anda mengetahui Pantai Alam Indah Kota Tegal?
2. Apa yang membuat Anda mengunjungi Pantai Alam Indah Kota Tegal?
3. Apa kelebihan Pantai Alam Indah dibandingkan dengan pantai lain di Kota Tegal?
4. Apa kekurangan Pantai Alam Indah dibandingkan dengan pantai lain di Kota Tegal?
5. Apa Harapan Anda terhadap Pantai Alam Indah Kota Tegal?

## Lampiran 2 : Hasil Wawancara

### *Key Informan 1*

Nama : Maman S. A, S.IP., MM

Jabatan : Kepala Bidang Pariwisata Dinas Pemuda dan Olahraga dan  
Pariwisata Kota Tegal

P: Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh, perkenalkan Saya Galang Hefi mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Saya ingin menanyakan beberapa pertanyaan untuk bapak Suherman sebagai Kepala Bidang pariwisata. Pertanyaan pertama, Apa upaya pengelola Pantai Alam Indah dalam melakukan promosi menggunakan media cetak atau Media elektronik sebagai pengiklanan?

N: Sudah barang tentu media ataupun alat untuk mengukur banyak dikunjungi diminati oleh para wisatawan yaitu melalui promosi wisata ya salah satu promosi wisata kebanggaan kita. Zaman dulu mungkin masih dalam bentuk manual buket plakat ataupun brosur-brosur sehingga hanya kalangan tertentu saja yang bisa tahu promosi wisata di Pantai Alam Indah Tegal itu pun kalau Dia minta. Saat ini justru muncul teknologi baru di era baru, Kita berupaya keras mempromosikan pariwisata lewat media online Kita punya web, punya Instagram, kemudian Facebook, kemudian sekarang punya aplikasi baru dari Pak Adit itu namanya SIPTEKO jadi masyarakat bisa mengakses semua tempat wisata di kota Tegal lewat website tersebut dan bahkan bisa kritik saran kemudian bisa didalamnya ikut untuk memajukan

mempromosikan pariwisata dengan teknologi digital atau pun sudah berbasis web pakai aplikasi seperti itu.

P: berarti sudah mulai meninggalkan yang cetak-cetak semisal brosur, pamflet dan sebagainya ya Pak?

N: Betul jadi sudah ditinggalkan itu terlihat dari daftar mata anggaran untuk tahun 2022 kami sudah mengurangi meninggalkan sih tidak cuma biasanya kan promo itu besar untuk percetakan paket kemudian pamflet dan semacamnya itu sampai ratusan juta. Kemudian saat ini kami sudah punya website sendiri dengan aplikasi otomatis hampir jaranglah mencetak promo-promo wisata di PAI terutama kita sambil pegang HP sampai share langsung bisa lebih bagus seindah warna aslinya jadi kalau foto-foto Itu kan kadang-kadang pakai filter ya jadi sudah mulai kita kurangi seperti tapi masih masih ada.

P: Apa upaya Pengelola Pantai Alam Indah dalam menggunakan strategi penjualan dengan cara misalnya membagikan voucher kupon diskon dan lain-lain?

N: Kami memberikan promo atau diskon terutama pada biro wisata karena Mereka menggunakan kendaraan besar kapasitas penumpang juga banyak, tapi kalau untuk perorangan ataupun mobil-mobil kecil Kami tidak bisa melakukan itu. Selama ini telah Kami lakukan bahwa semua bis pariwisata biro wisata yang masuk ke Tegal baik mengkonfirmasi dulu atau pun mendadak dari kami mempersilahkan ke kantor untuk pembayarannya kami

melakukan diskon 10% dari kapasitas pengunjung yang masuk ke objek wisata.

P: Untuk perorangan nggak ada sama sekali Pak?

N: kalau untuk perorangan paling yang berlangganan itu member kalau untuk perorangan itu yang dalam bentuk member contohnya para pelaku paguyuban senam terus arisan terutama warga Chinese itu Senam Tera itu mereka sama saja dibayar dimuka lebih murah dari karcis harian.

P: Apa upaya pengelola Pantai Alam Indah dalam melakukan promosi dari mulut ke mulut?

N: Kami sering kedatangan tamu kemudian ataupun lewat telfon mereka menanyakan apa saja yang ada dalam Pantai Alam Indah Tegal, misalnya kemarin dari Kabupaten Batang by phone menanyakan itu Saya sampaikan Tolong datang saja ke kesini seperti itu karena kalau dari mulut ke mulut ataupun dari tidak ketemu langsung tidak efektif. Kemudian kemarin Mereka ke sini dan ternyata mereka berlama-lama di sini jadi promo ataupun penyampaian pariwisata perorangan dari mulut ke mulut aku terlihat telepon Sudah jarang ataupun jarang terjadi karena kurang kurang praktis.

P: Apa upaya Pengelola Pantai Alam Indah dalam menjalin kerja sama dengan perusahaan lain atau masyarakat sekitar?

N: Kemarin kami dapat support ataupun dukungan dari pihak hotel primer, Mereka ke PAI itu dalam rangka melaksanakan kerja bakti HUT Hotel

Premier di kota Tegal kemudian ia melihat fasilitas di dermaga apung kemudian siap mempromokan pariwisata. Mereka akan datang ke PAI lagi bersama para modelnya kemudian Dia akan mempromokan foto-foto dan banner-banner di hotel Jadi kalau ada tamu hotel menanyakan objek wisata ataupun tempat tempat kuliner mereka sudah punya acuannya ataupun brosur ataupun websitenya nanti yang akan dikerjasamakan dengan pihak-pihak Hotel lainnya.

P: Kalau sama masyarakat sekitar Pak?

N: Kalau sama masyarakat sekitar kerjasamanya kami punya paguyuban. Jadi mereka ikut membantu mempromosikan potensi potensi pariwisata di Pantai Alam Indah. Kami bekerjasama dengan masyarakat terutama masyarakat sekitar disilahkan untuk berjualan atau mencari usaha pariwisata dengan ketentuan-ketentuan yang sudah kami tetapkan misalkan makanannya harus bersih, harus enak, dan harus murah seperti itu kami ingin pariwisata tercela ataupun tercoreng dengan harga-harga yang mahal maka dari itu Kami bekerja sama dengan masyarakat sekitar yang tergabung dalam untuk memajukan lewat usahanya masing-masing.

P: Apa upaya pengelolaan Pantai Alam Indah dalam melakukan pemasaran online?

N: Tadi Saya sampaikan Kita punya aplikasi baru dicanangkan kemarin aplikasi SIPTEKO jadi pariwisata berbasis internet. Di sana semua itu bisa memberikan komentar ataupun saran tambahan. Kemudian Dia juga bisa



Misalkan Katakanlah orang Tegal yang saat ini ada di Jakarta dia bisa mencontohkan ini Ancol seperti ini kita bisa mencari ilmu, tambahan baru fasilitas untuk tempat pariwisata melalui media online berdasarkan kerjasama dari aplikasi itu. Jadi tidak promo saja tapi masyarakat pun bisa mengawasi, bisa mengedukasi, bisa memberikan saran dan masukannya lewat media online.

P: Apa Upaya Pengelola Pantai Alam Indah dalam melakukan strategi promosi menggunakan pemasaran mobile seperti by phone atau email?

N: Kita sudah melakukan itu melalui telepon dan lewat surat lama, ya sepi, kalau media online itu lebih cepat dan dalam waktu sesaat pun hampir semua sudah mengetahui bahwa Pariwisata saat ini akan diadakan penyemprotan sementara, akan ditutup. itu semua dari online ataupun lewat media sosial yang lainnya kalau semisal telepon atau email sudah mulai ditinggalkan.

P: Apa upaya pengelola Pantai Alam Indah dalam menggunakan strategi promosi pemasaran langsung?

N: Diawal sudah Saya sampaikan Saya pernah keluar daerah kami, mendatangi kabupaten kota di luar kota Tegal, kemudian mengadakan promo di sana kemudian Saya mengajak Mereka untuk berwisata di kota Tegal dengan fasilitas yang ada kemudian sudah barang tentu diskon dan beberapa paket yang mendapatkan fasilitas diskon mungkin hotelnya, Kamipun persilakan datang menginap di hotel bilang sampaikan ini kamu ataupun wisatawan

yang akan datang ke pariwisata di Kota Tegal nanti ada diskon khusus dalam promo tersebut.

P: Cara apa saja yang dibuat Pengelola Pantai Alam Indah dalam upayanya meningkatkan minat kunjungan?

N: Kalau agenda di rencana 2021 itu banyak contohnya pemilihan duta wisata, kemudian sinok sitong, kemudian apel budaya, kemudian festival Jazz, dan lain-lain. Namun seiring diberlakukannya SP PPKM tentang protokol kesehatan, khususnya di tempat pariwisata berapa disebut ditiadakan. Bahkan tahun 2021 ini semua event itu terancam tidak dilaksanakan. Kalender festival itu ada, namun hampir Mungkin Sampai 100% Nanti tahun ini tidak ada kegiatan festival wisata yang sudah Kita agendakan. kalau diagendaan iya, tapi Kemungkinan tidak dilaksanakan mengingat situasi seperti ini

P: kalau untuk acara tahunan Pak?

N: Semua di dalam daftar DPA, namun kami kemarin sudah mengadakan evaluasi beberapa saja yang bisa kami laksanakan. Dari sekitar 10 atau 8 semula Kami menyisakan 4 namun perkembangan kesini kelihatannya 4 itupun dibantai tidak akan bisa kami laksanakan. Jadi hampir semua agenda kalender wisata tahun ini tidak bisa dilaksanakan.

P: Itu saja yang Saya tanyakan terimakasih atas waktunya Pak.

N: Iya mas, sama-sama. Sukses ya

*Key Informan 2*

Nama : Adhitya Fajar S, ST., M.Si.

Jabatan : Seksi Pemasaran Pariwisata Dinas Pemuda dan Olahraga dan  
Pariwisata Kota Tegal

P: Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh saya izin untuk mewawancarai bapak Fajar sebagai kepala seksi pemasaran Pariwisata Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata. Pertanyaan pertama, Apa upaya Pengelola Pantai Alam Indah dalam melakukan promosi untuk mengiklankan di media cetak atau Media elektronik?

N: Di era revolusi industry 4.0 ini sudah gak jaman promosi secara konvensional contohnya leaflet, buet, pamflet itu sudah mulai ditinggalkan. Seiring dengan kemajuan teknologi kita berupaya untuk mengalihkan dari konvensional ke digital marketing atau digital promotion. Langkah itu antara lain dengan akhir tahun 2020 kemarin Kita mengintegrasikan medsos itu ada Instagram, Twitter, Facebook, YouTube untuk alamatnya sendiri nanti bisa di cek di Instagram tuh destinasi pariwisata Tegal nanti di situ itu ada alamat-alamat medsos Kita. Terakhir Kita bekerjasama memanggil influencer nasional yaitu Tina Bule itu membantu Kita mempromosikan pariwisata di Kota Tegal.

P: Kalau bekerja sama dengan TV atau koran bagaimana Pak?

N: kalau televisi kita belum Kalau media elektronik ada beberapa ada tribun jateng, ayotegal.com, ayosemarang.com. Kalau media partner

Ayosemarang.com pusatnya di Bandung nama perusahaannya Ayo Media Network.

P: Apa upaya pengelolaan Pantai Alam Indah dalam menggunakan strategi promosi penjualan dengan cara membagi voucher atau kupon atau diskon?

N: Ini ya kita kan ini kan instansinya untuk PAI sendiri tuh kan milik pemerintah daerah jadi nggak mungkin kalau mengeluarkan voucher gratis. Kecuali pihak swasta memang ada beberapa kalau diluar. Tapi untuk Pemda tidak memungkinkan untuk mengadakan itu kan kita sudah ada tarif retribusinya dan disetorkan ke kas daerah jadi nggak mungkin didiskon dan itu sudah murah sekali.

P: Berarti tidak ada strategi menggunakan voucher dan diskon ya Pak?

N: Tidak ada Mas

P: Lalu apa upaya pengelola Pantai Alam Indah dalam melakukan promosi personal dari mulut ke mulut Pak?

N: Kalau dari mulut ke mulut kan sekarang jamannya media digital paling nanti dari status atau instastory, Kita buat video-video pendek tentang PAI 1 menit dikirim lewat instastory atau status itu lebih efektif dibanding dari mulut ke mulut. Kalau dari mulut ke mulut kan kurang percaya, tapi kalau ada video kan Mereka lebih tertarik gitu.

P: Berikutnya, Apa upaya Pengelola Pantai Alam Indah dalam menjalin kerjasama dengan pihak lain?

N: Kerjasama selama ini bersama PLN untuk penerangannya, PU juga ada untuk perbaikan jalan, kalau dengan stake holder lain seperti Hotel Kita sering ngadain event kaya hari ini ada Premier Hotel itu ulang tahun hari ini bersih pantai.

P: Berarti kerjasamanya mengadakan event seperti itu ya Pak?

N: Iya seperti itu.

P: Selanjutnya, Apa upaya Pengelola Pantai Alam Indah dalam melakukan pemasaran online?

N: Itu sama saja seperti Saya sampaikan tadi ya menggunakan digital marketing. Ditambah Kita sudah membangun website pariwisata jadi khusus pariwisata di Kota Tegal namanya SIPTEKO kepanjangannya Sistem Informasi Pariwisata Tegal Kota. Alamatnya bisa diakses di [pariwisata.tegalkota.go.id](http://pariwisata.tegalkota.go.id).

P: Berarti ini baru dibuat ya Pak?

N: Iya baru dibentuk kebetulan Saya ada diklat kepemimpinan harus ada proyek perubahan dan proyek Saya itu merubah promosi pariwisata konvensional menjadi digital salah satunya dengan website itu.

P: Baik Pak. Berikutnya, Apa upaya Pengelola Pantai Alam Indah dalam melakukan strategi promosi dalam menggunakan pemasaran mobile?

N: Itu sudah disebutkan Kita menggunakan digital promosi menggunakan website.

P: Baik Pak. Apa upaya Pengelola Pantai Alam Indah dalam melakukan strategi promosi pemasaran langsung untuk meningkatkan minat kunjungan?

N: Pemasaran langsung mungkin Kita ada pameran luar daerah biasanya setahun dua kali. Tahun lalu kita ada di Jogja itu Kita mempromosikan industri, kriya, kuliner, dan potensi pariwisata di Kota Tegal. Untuk tahun ini mungkin bulan September di Candi Prambanan.

P: Pertanyaan terakhir Pak, Acara apa saja yang dibuat Pengelola Pantai Alam Indah untuk upayanya meningkatkan minat kunjungan?

N: Karena dalam masa pandemi jadi untuk dua tahun ini 2020-2021 Kita tidak ada acara sama sekali. Sebenarnya hampir terjadi akhir tahun 2020 Kita mau ngadain festival jazz kalau Galang denger ya.

P: Iya Pak.

N: Nah itu batal karena memang grafik covid-19 sedang tinggi bahkan sampai bulan ini saja masih tinggi jadi belum ada event. Paling ada sedekah laut itu event tahunan tapi karena pandemi jadi tidak dilakukan.

P: Baik Pak. Itu saja pertanyaan dari Saya terimakasih sudah meluangkan waktunya.

N: Iya Mas sama-sama, semoga sukses.

## Informan Pendukung

Nama: Anik

Jabatan: Sekretaris Paguyuban Pedagang

P: Assalamualaikum Wr.Wb. Saya izin mewawancarai Ibu Anik sebagai sekretaris paguyuban pedagang di Pantai Alam Indah. Pertanyaan pertama, Apa Upaya pedagang Pantai Alam Indah dalam mengiklankan usahanya?

N: Kalau disini tidak semuanya. Kalau Ibu seringnya dengan teman-teman saja paling pribadi masing masing saja.

P: Berarti tidak ada yang menggunakan iklan media misal koran atau nyebar pamflet?

N: Tidak ada.

P: Berikutnya Bu, Apa upaya pedagang Pantai Alam Indah dalam menggunakan strategi promosi penjualan seperti diskon atau voucher?

N: Paling ke pelanggan atau ke tempat senamnya Ibu kalau mau booking boleh nanti ada harga paketan itu harganya lain. Cuma disini hanya Ibu yang melakukan itu karena dibantu dari Dinas bilang di Bu Anik bisa paketan, bisa rombongan jadi ya yang begitu hanya di warung sini.

P: Lalu apa upaya pedagang Pantai Alam Indah dalam melakukan promosi personal dari mulut ke mulut Bu?

N: Ibu ya sering mempromosikan dagangan dengan teman-teman, dengan instansi, tetapi tidak semua warung pribadi masing-masing.

P: Lalu, Apa upaya pedagang Pantai Alam Indah dalam melakukan kerjasama dengan pihak lain?

N: Iya paling bekerjasama dengan para *sales* coca cola, niu greentea, minuman kopi-kopi kaya gitu. Itupun hanya beberapa warung karena kadang tidak tega juga jadi mau tidak mau dibeli lah padahal enak belanja di swalayan semuanya ada tetapi namanya sales juga butuh bantuan dari Kita.

P: Benefitnya bekerjasama dengan para sales apa Bu?

N: Alhamdulillah sering dapat diskon dan produk promo dari Mereka seperti teh balap, teh dandang, minuman kopi yang sering Ibu dapatkan.

P: Lalu Apa upaya pedagang di Pantai Alam Indah dalam melakukan pemasaran online?

N: Pernah Ibu waktu itu daftar gojek tapi kendalanya agak ribet jadi Ibu paling hanya dengan anak-anaknya Ibu promosi ke temen-temen, ke relasi-relasi yang dulu akrab dengan Ibu baru Mereka dateng.

P: Kalau mungkin lewat Facebook gitu Bu?

N: Enggak, karena nembus di Gojek saja susah waktu itu. Ibu pernah bikin paket ikan bakar yang Rp.35.000,- giliran mau nembus Gojek biar bisa pake Go food loh tapi Ibu kesusahan mungkin kurang pintar.

P: Baik Bu. Terimakasih sudah meluangkan waktunya untuk Saya wawancarai.

N: Iya mas sama-sama, sukses ya.



Informan Pendukung

Nama: Tayadi

Sebagai: Wisatawan dari Cirebon

P: Assalamualaikum Wr.Wb. Saya Galang Hefi mahasiswa dari Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta, Saya mohon izin mewawancarai Bapak.

N: Iya Mas silahkan.

P: Dengan Bapak siapa dan asalnya darimana Pak?

N: Bapak Tayadi dari Cirebon.

P: Baik Pak. Bapak mengetahui Pantai Alam Indah darimana ya Pak?

N: Saya buka-buka internet.

P: Internetnya darimana Pak misal sosial media atau google atau website?

N: Dari itu apa namanya, Youtube Mas.

P: Sudah berapa kali Bapak berkunjung ke Pantai Alam Indah?

N: Sudah sering kira-kira sudah tiga kali atau empat kali.

P: Apa yang membuat Bapak mengunjungi Pantai Alam Indah?

N: Awalnya ya pengen tau aja, disini ternyata indah, bagus seperti namanya.

P: Menurut Bapak apakah kelebihan Pantai Alam Indah dibanding Pantai yang lain?

N: Tiket masuknya murah, harga makanan normal tidak terlalu mahal sih, jalannya juga bagus nggak jauh dari kota, fasilitasnya juga sudah bagus.

P: lalu, apa kekurangan Pantai Alam Indah yang harus diperbaiki?

N: Sudah enak sih nyaman dibandingkan pantai di Cirebon.

P: Terakhir Pak, Harapan kedepannya untuk Pantai Alam Indah bagaimana?

N: Ya lebih maju, dikembangkan lagi, mungkin ini lagi pandemi makanya sepi ya jadi lebih dikembangkan biar lebih ramai.

Informan Pendukung

Nama: Ibu Sumi

Sebagai: Wisatawan dari Tegal

P: Assalamualaikum Wr.Wb. Saya Galang Hefi mahasiswa dari Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta, Saya mohon izin mewawancarai Ibu.

N: Iya Mas.

P: Kalau boleh tau namanya siapa dan darimana?

N: Ibu Sumi dari Tegal.

P: Pertanyaan pertama ya Bu, darimana Ibu tau Pantai Alam Indah?

N: Dari temen-temen sih cerita.

P: Sudah berapa kali berkunjung ke Pantai Alam Indah Bu?

N: Sudah lumayan sering sih

P: Apa yang membuat Ibu datang ke Pantai Alam Indah daripada ke Pantai yang lain?

N: Tempatnya luas lebih nyaman untuk bersantai.

P: Menurut Ibu Kelebihan Pantai Alam Indah daripada pantai yang lain itu apa?

N: Nggak penuh, lapangannya luas. Jalannya juga sudah bagus.

P: Kalau fasilitasnya Bu?

N: Jarang pake fasilitas sih paling santai aja disini. Paling ke warung makanannya enak harganya murah, lengkap juga menunya.

P: Lalu, apa kekurangan Pantai Alam Indah dibandingkan Pantai lainnya di Kota Tegal?

N: Parkirannya terlalu jauh jadi capek jalannya. Tempatnya juga agak kotor.

P: Apa harapan Ibu untuk Pantai Alam Indah kedepannya?

N: Kalau bisa kendaraannya dibolehkan masuk aja Mas jadi lebih fleksibel mau kemana aja.

P: Baik Bu terimakasih telah meluangkan waktunya, terimakasih.

Informan Pendukung

Nama: Melina

Sebagai: Wisatawan dari Slawi

P: Assalamualaikum Wr.Wb. Saya Galang Hefi mahasiswa dari Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta, Saya mohon izin mewawancarai Kakak.

N: Iya Mas silahkan.

P: Kalau boleh tau namanya siapa dan darimana Kak?

N: Melina dari Slawi Mas.

P: Darimana Kakak mengetahui Pantai Alam Indah Kota Tegal Kak?

N: Dari sosial media sih dari temen dapet dari Instagram.

P: Sudah berapa kali Kakak berkunjung ke Pantai Alam Indah?

N: Wah sudah sering sekali Mas.

P: Apa yang membuat Kakak datang ke Pantai Alam Indah Kak?

N: Tempatnya enak, nyaman, adem.

P: Apa kelebihan Pantai Alam Indah dibanding pantai lain di Kota Tegal?

N: Lebih luas kali ya, enak tempatnya. PAI juga fasilitasnya lebih bagus dibanding pantai lain, kalau yang lainnya kan Cuma pantai biasa nah disini ada wahananya. Jalannya juga lebih deket dari rumah sih.

P: Lalu, apa kekurangan Pantai Alam Indah dibanding pantai lainnya di Kota Tegal?

N: Kekurangannya mungkin dikebersihannya aja sih, sisanya cukup.

P: Apa harapan kedepannya untuk Pantai Alam Indah?

N: Paling kebersihannya dilebih diperhatikan sih.

P: Baik Kak, terimakasih atas waktunya.

N: Iya sama-sama

Lampiran 3 : Surat Permohonan Penelitian Dari STP AMPTA Yogyakarta



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA**

Jl. Laksa Adisucipto Km.6 (Tempe, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281  
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 654/Q-AMPTA/IV/2021  
Lampiran : 1 bendel  
Hal : Permohonan Penelitian

29 April 2021

Yth. Kepala Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kota Tegal  
Jalan Melati No. 30A Pejambon Kecamatan Tegal Timur  
Kota Tegal

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Destinasi Wisata Pantai Alam Indah Tegal selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 11 Mei 2021 sampai dengan tanggal 10 Juni 2021, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Galang Hefi Lesmono  
No. Induk Mahasiswa : 517100774  
Semester : VIII

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izia pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun laporan penelitian yang berjudul :

**Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Pantai Alam Indah Kota Tegal.** (proposal penelitian terlampir).

Atas kerjasama dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.



Hormat kami,  
Ketua

Drs. Prihatno, M.M

Lampiran 4 : Surat Izin Penelitian Dari Dinas Pemuda dan Olahraga dan  
Pariwisata Kota Tegal



PEMERINTAH KOTA TEGAL  
DINAS KEPEMUDAAN DAN  
OLAHRAGA DAN PARIWISATA

Jl. Melati No. 30 A Telp. (0283) 321253 Tegal 52124

**SURAT IJIN RISET**

Nomor : 070 / 263

- I. Dasar : Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta nomor :  
654/Q.AMPTA/IV/2021 perihal permohonan penelitian
- II. Kepala Dinas Kepemudaan dan Pariwisata Kota Tegal pada prinsipnya tidak keberatan  
atas pelaksanaan ijin penelitian yang dilaksanakan oleh :
1. Nama : **Galang Hefi Lesmono**
  2. Pekerjaan : Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Pariwisata AMPTA  
Yogyakarta
  3. Alamat / No HP : Tegal / 0897 3373 660
  4. Penanggung Jawab : 1. Dra. Enny Mulyantari, MM  
2. Setyo Prasiyono Nugroho, S.ST M.Sc
  5. Maksud / Tujuan Penelitian : **Strategi Pemosi Dalam Meningkatkan Minat  
Kunjungan Wisatawan Di Pantai Alam Indah  
Kota Tegal**
  6. Lokasi : Bidang Pariwisata
  7. Peserta : 1 (satu) Orang

Dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut :

- a. Penelitian tidak dilaksanakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu keamanan, ketentraman dan ketertiban masyarakat.
- b. Penelitian yang melibatkan responden masyarakat maupun pelaku usaha di lingkungan yang dikelola Disporapar Kota Tegal agar dilaksanakan dengan tertib, damai dan tidak provokatif dengan tetap menjunjung norma-norma dan kearifan yang berlaku.
- c. Sebelum dan selama pelaksanaan penelitian agar selalu berkoordinasi dengan bidang-bidang terkait.
- d. Setelah pelaksanaan penelitian agar menyerahkan hasilnya kepada Disporapar Kota Tegal
- e. Surat ijin penelitian ini berlaku dari tanggal 18 Mei 2021 sampai dengan 18 Agustus 2021.

Dikeluarkan di : Tegal  
Pada tanggal : 17 Mei 2021

Kepala Dinas Kepemudaan dan  
Olahraga dan Pariwisata  
Kota Tegal



**Ir. Cucuk Daryanto, M.Si**  
Pembina Utama Muda  
NIP. 19670101 199603 1 004



Lampiran 5 : Lembar bimbingan



NAMA PEMBIMBING I: Eny Mulyantari, Dra. M.M.

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	24/21	- Latar belakang belum	☺
		- Sempurna	
		- Landasan teori ber-	☺
		- kele-tele	
		- Daftar Pustaka diperbaiki	☺
		- Revisi dan Daftar Pustaka	☺
	30/21	- Beberapa sumber	☺
		- belum tercantum	
		- Ditambahkan Kainon	☺
		- Postaka tentang wisetawin	
		- Pamilihan kata	☺
		- Mengecek ulang Sumber	☺

NAMA MAHASISWA: Galang Haf Keswono  
 NO. MAHASISWA : 517100474  
 JUDUL PENELITIAN : Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan wisatawan di Pantai Alau Indah Kota Tegep

NAMA PEMBIMBING II: Sekyo Prasono, S.ST.M.Si.

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	8/21	- Judul	
		- Rumusan	☺
		- Definisi	☺
		- Definisi	
2	5/21	- paparan / sampel	
	1/21	- Kriteria layak	
		- tabel key informant	☺
		- dan uraian pedukung	☺
		- kerangka pemikiran	
		- riset terdahulu	
		- latar belakang	☺
		- judul	



NAMA PEMBAKANGI: Dev Emy Mulyantari, NIM

NO.	TANGGAL	URAIAN BEMINGAN	PABAF
	8/21	Karanganka Pemikiran diubah dan diuraikan	✓
		Ree Proposal	✓
		Keabnki TBM TULS	✓
		KERANTRO PENAIRAN	✓
		Jumlah Responden	✓
		BELUM DIBENTUKAN	✓
		Ree UJIAN PENBA D RUM	✓

NAMA MAHASISWA: Galang Hafi Lesmang  
 NO. MAHASISWA : 517100719  
 JUDUL PENELITIAN : Strategi Promosi Dalam Advertising dan Media Komunikasi WFO dan WFO di Rintis: Alur dalam kata tepat

NAMA PEMBAKANGI: Selvo Pratono S.T.M.Sc

NO.	TANGGAL	URAIAN BEMINGAN	PABAF
	14/21	Ree proposal	✓
	21/21	- Mas'ka dan durang long hap	✓
		- Cara penulisan Mas'ka	✓
	5/18	- Mas'ka's list	✓
		- Manif user	✓
	7/18	- begin puaan	✓
		- Saran	✓
	10/18	Ree Rintis	✓

Lampiran 6 : Foto Saat Melakukan Penelitian di Pantai Alam Indah Kota Tegal

