

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATA**

(Studi Pada Lokasi Wisata Pantai Pangandaran Jawa Barat)

DRAF SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen

Oleh :

GERIKH HERNALA SEMESTA
NIM. 3402160206



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2022**

ABSTRAK

Gerikh Hernala Semesta, NIM. 3402160206. “Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisata (Studi Pada Lokasi Wisata Pantai Pangandaran Jawa Barat). “, Di bawah bimbingan Elin Herlina, S.Pd., M.M. (Pembimbing I) dan H. Iwan Setiawan, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Strategi pemasaran pariwisata pantai pangandaran dan Upaya peningkatan kunjungan wisata pantai pangandaran.

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1]. Bagaimana strategi pemasaran pariwisata pantai pangandaran jawa barat?; 2]. Bagaimana upaya dalam meningkatkan kunjungan wisata pada lokasi wisata pantai pangandaran jawa barat?; 3]. Bagaimana analisis strategi pemasaran pariwisata dalam upaya meningkatkan kunjungan wisata pada lokasi wisata pantai pangandaran jawa barat?

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif yaitu untuk menjelaskan dan menjabarkan fenomena terkait penerapan Strategi Pemasaran Pariwisata Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisata Pantai Pangandaran Jawa Barat. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Pengumpulan data, Reduksi data, Display Data dan Verifikasi.

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa Strategi pemasaran pariwisata Pantai Pangandaran yang telah dilakukan oleh pihak pengelola sudah cukup baik, baik dari segi harga maupun promosi. Akan tetapi dari segi produk masih perlu pengembangan sehingga produk wisata yang ditawarkan dapat lebih bervariasi.

Disarankan untuk bekerjasama dengan masyarakat dan Pemerintah daerah dalam mengembangkan ODTW (Objek Daya Tarik Wisata) yang bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat disekitar objek wisata dan menciptakan iklim investasi yang kondusif di sektor pariwisata serta menjalin kerjasama dengan pihak luar dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan dengan memanfaatkan kondisi dan sumber daya yang ada.

Kata kunci : Strategi Pemasaran Pariwisata, Kunjungan Wisata

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian	
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.5.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1. Manajemen.....	10
2.1.1.1 Pengertian Manajemen.....	10
2.1.1.2 Fungsi Manajemen.....	11
2.1.1.3 Prinsip-prinsip Manajemen.....	13
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.2.1 Pengertian Pemasaran.....	14
2.1.2.2 Konsep Pemasaran.....	15

2.1.2.3	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.2.4	Bauran Pemasaran.....	17
2.1.3	Strategi Pemasaran.....	18
2.1.3.1	Definisi Strategi.....	18
2.1.3.2	Definisi Strategi Pemasaran.....	23
2.1.3.3	Konsep Strategi Pemasaran.....	27
2.1.3.4	Jenis - Jenis Strategi Pemasaran.....	31
2.1.3.5	Teknik-Teknik Analisis Strategi Pemasaran.....	32
2.1.4	Pariwisata.....	33
2.1.4.1	Definisi Pariwisata	34
2.1.4.2	Pengertian Wisatawan.....	35
2.1.4.3	Organisasi Wisata	37
2.1.4.4	Promosi Wisata	39
2.1.4.5	Pemasaran Pariwisata.....	40
2.1.4.6	Komponen-Komponen Kunjungan Wisata.....	40
2.1.4.7	Strategi Pemasaran Wisata.....	41
2.1.4.8	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Untuk Berkunjung.....	41
2.2	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	43
2.3	Kerangka Pemikiran.....	45

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Metode Penelitian yang digunakan.....	49
3.2	Desain Penelitian.....	50
3.3	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	
3.3.1	Definisi Variabel.....	52

3.3.2	Operasionalisasi Variabel.....	53
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	
3.4.1	Sumber Data.....	54
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5	Teknik Analisis Data.....	56
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian	
3.6.1	Tempat Penelitian.....	57
3.6.2	Waktu Penelitian.....	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian.....	59
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
4.1.1.1	Sejarah Kabupaten Pangandaran.....	62
4.1.1.2	Visi dan Misi Disparbud Kabupaten Pangandaran	64
4.1.1.2.1	Visi.....	64
4.1.1.2.2	Misi.....	64
4.1.1.2.3	Susunan Organisasi Disparbud Kabupaten Pangandaran.....	65
4.1.2	Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	66
4.1.2.1	Strategi Pemasaran Pariwisata Pantai Pangandaran	67
4.1.2.2	Upaya Peningkatan Kunjungan Wisata.....	69
4.1.2.3	Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata dalam Upaya Peningkatan Kunjungan Wisata.....	72
4.2	Pembahasan.....	74
4.2.1	Strategi Pemasaran Pariwisata Pantai Pangandaran.....	74
4.2.2	Upaya Peningkatan Kunjungan Wisata.....	77

4.2.3 Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata dalam Upaya Peningkatan Kunjungan Wisata.....	79
---	----

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	82
5.2 Saran.....	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pra Survey Strategi Pemasaran Wisata Pagandaran.....	4
Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung Objek Wisata Pantai Pangandaran Tahun 2015-2019...	5
Tabel 2.1 Komponen-Komponen Kunjungan Wisata.....	36
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	41
Tabel 3.1 Kisi-kisi Variabel.....	45
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	51
Tabel 4.1 Produk yang Ditawarkan Wisata Pantai Pangandaran.....	63
Tabel 4.2 Harga Tiket Masuk ke Tempat Wisata Pantai Pangandaran.....	64
Tabel 4.3 Promosi yang Diberikan Wisata Pantai Pangandaran.....	65
Tabel 4.4 Lokasi yang Ditawarkan Wisata Pantai Pangandaran.....	66
Tabel 4.5 Orang yang Ditargetkan Wisata ke Pantai Pangandaran.....	67
Tabel 4.6 Proses Pengembangan Wisata Pantai Pangandaran.....	68
Tabel 4.7 Bukti Fisik yang Ditawarkan Wisata Pantai Pangandaran.....	69
Tabel 4.8 Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman.....	70
Tabel 4.9 Objek Daya Tarik Wisata Pantai Pangandaran.....	71
Tabel 4.10 <i>Aksesibilitas</i> dan <i>Transportasi</i> Wisata Pantai Pangandaran.....	72
Tabel 4.11 <i>Amenitas</i> Wisata Pantai Pangandaran.....	73
Tabel 4.12 Kelembagaan Wisata Pantai Pangandaran.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	38
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Disparbud Kabupaten Pangandaran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

- A Gray, Douglas. 2012. Anda Siap Sebagai Wiraswasta. Cetakan Pertama. Jakarta : Arcan.
- Abdul Aziz Asymar Syaid. 2017. Pengaruh Harga, Promosi Penjualan, dan Proses (Pelayanan) Terhadap Kepuasan Konsumen
- Abdul Halim. 2015. Manajemen Keuangan Sektor Publik problematika penerimaan dan pengeluaran pemerintah. Jakarta: Selemba Empat
- Abdul Wahab, Solichin. (2014). Analisis Kebijakan dari Formulasi ke Implementasi Kebijakan Negara. Jakarta: Bumi Aksara.
- Alwi, Z. Iskandar. 2018. Pasar Modal Teori dan Aplikasi. Jakarta: Yayasan Pancar.
- Assauri, S., 2011. Manajemen Pemasaran, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Basu, Swastha. 2014. Manajemen Penjualan, Edisi 3, Yogyakarta, BPFE.
- Baduara, S. dan Sirait, S.M. 2014. Salesmanship. Jakarta : Bumi Aksara
- Barata, Atep Adya. 2013. Dasar-dasar Pelayanan Prima. Jakarta : PT Gramedia. Pustaka.
- Buchari Alma., 2015 Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta.
- Catur, Rismiyati.E. dan Ig. Bondan Suratno. 2014. Pemasaran Barang dan Jasa. Cetakan Pertama, Penerbit : Kanisius, Yogyakarta.
- Chandra, 2012, Pemasaran Strategik. Yogyakarta
- David. 2014. “*Aaker On Branding*“ 20 Prinsip Mengelola dan Mengembangkan. Brand. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dharmesta B.S dan Irawan. 2012. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Fandy Tjiptono. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta.
- Fandeli, C. 2015. Pengusahaan Ekowisata. Yogyakarta: Fakultas Kesehatan, Universitas Gajah. Mada.
- Fayol Henry, 2012. dialih bahasa M Ladzi Safroni, Manajemen Reformasi Pelayanan Publik

- Gasper, Vincent. 2014. Total Quality Management. Jakarta: PT. Gramedia. Pustaka Utama.
- Griffin, Ricky W. 2012. Alih bahasa Ladzi Safroni. Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik dalam konteks Birokrasi. Jakarta : Salemba Empat.
- Handoko, T. Hani. 2014. Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta. BPFE
- Hasibuan, Malayu S.P. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi. Revisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.
- Husein Umar, 2005, Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Inskeep, Edward. 1991. *Tourism Planning- An Integrated Sustainable. Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Ismayanti. 2012. Pengantar Pariwisata. Jakarta: PT Gramedia Widisarana. Indonesia.
- Jogiyanto, 2009. Sistem Informasi Manajemen. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler dan Keller, (2012:27). Manajemen Pemasaran edisi ketigabelas jilid 1 dan 2 dialihbahasakan oleh Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, L Kevin. 2007. Manajemen Pemasaran: Edisi 12 Jilid 1. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016: Marketing Management, 15th. Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran: Edisi 12 Jilid 1. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Middleton, V. T. 2013. *Marketing in Travel and Tourism*. London: Butterworth
- Moekijat. 2014. Manajemen Tenaga Kerja dan Hubungan Kerja. Bandung: Pionir Jaya.

- Nitisemito, 2012, Manajemen Personalia, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Olson dan Dover. 2012. Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Buku 2, ed. 9,
- Payangan, O.R. 2014. Pemasaran Jasa Pariwisata. Bandung: IPB Press.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 33 Tahun 2009 tentang Pedoman Pengembangan Ekowisata di Daerah
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2010. Manajemen Pemasaran ed.Ketiga. Belas. Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM : Penerbit Erlangga.
- Pitana, I Gde. dan Surya Diarta, I Ketut. (2014). Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Rangkuti, Freddy. 2012. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ratnasari Tri Ririn, Mastuti H Aksa. 2011 . Manajemen Pemasaran Jasa. Penerbit: Ghalia Indonesia.
- Riduwan. 2012. Pengantar Statistika. Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Rismiyati dan Suratno. 2014. Pemasaran Barang dan Jasa. Cetakan Pertama, Penerbit : Kanisius, Yogyakarta.
- Safroni, 2012, Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik dalam Konteks. Birokrasi Indonesia (Teori, Kebijakan, dan Implementasi), Yogyakarta : Aditya Media
- Sony Yuwono, Edi Sukarna, M. ichsan.2003. *Petunjuk Praktis Penyusunan Balance Scorecard*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Siagian, Sondang P. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Bumi. Aksara.
- Simamora, Henry. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta
- Sudjana. 2004. *Statistika Untuk Ekonomi dan Niaga, Jilid 2*. Bandung : Penerbit Tarsito.

- Sugiyono, Dr. 2018. Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto dan Rosad. 2015. Manajemen Pemasaran. Bogor : In Media.
- Sutamto. 2014. Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Kerja Terhadap. Kinerja Karyawan CV Haragon Surabaya.
- Sigit, Soehardi, 2012, Pemasaran Praktis, edisi ketiga, Yogyakarta, BPFE
- Tjiptono, Fandy. 2016. Pemasaran Jasa Edisi Pertama: Cetakan Ketiga. Penerbit Bayumedia Publising. Malang.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.
- Warren. 2012. Pengantar Akuntansi. Jakarta : Salemba Empat.
- Wibowo. 2016. Manajemen Kinerja. Edisi Kelima. Depok: PT. Raja Grafindo.
- Yoeti, Oka A, 2016. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Pradnya. Paramita: Jakarta.