

ABSTRAK

Wulan Safitri, Analisis Potensi dan Strategi Pemasaran Destinasi Wisata Pantai *The Legend* Desa Padelegan Kabupaten Pamekasan. Di bawah bimbingan Dr. Ir. Nurita Andriani, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan potensi yang ada di Pantai *The Legend* supaya dapat dikembangkan oleh pengelola Pantai *The Legend* bersama masyarakat Desa Padelegan. Pada penelitian ini juga dilakukan pembahasan terkait strategi pemasaran yang telah diterapkan di Pantai *The Legend* untuk kemudian dilakukan analisis formulasi strategi pemasaran yang direkomendasikan untuk diterapkan dalam mengatasi permasalahan-permasalahan pemasaran yang ada di Pantai *The Legend*. Penelitian ini dilakukan di Pantai *The Legend* yang terletak di Desa Padelegan, Kabupaten Pamekasan. Jenis data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data pada penelitian ini metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Alat analisis pada penelitian ini berupa alat analisis SWOT untuk menganalisis potensi Pantai *The Legend* dan bauran pemasaran untuk memberikan rekomendasi strategi pemasaran yang solutif. Untuk menganalisis data yang diperoleh, digunakan teknik Analisis Data Model Miles dan Huberman. Berdasarkan hasil analisis SWOT, ditemukan beberapa potensi yang masih bisa dikembangkan oleh pengelola Pantai *The Legend* seperti perluasan sektor wisata menjadi eduwisata, ekowisata *mangrove*, dan wisata budaya. Pantai *The Legend* juga berpotensi menjadi alat promosi untuk produk-produk unggulan Desa Padelegan. Analisis strategi pemasaran yang dilakukan menggunakan bauran pemasaran merekomendasikan beberapa strategi baru untuk diterapkan dalam pengelolaan Pantai *The Legend*. Strategi yang disarankan antara lain melengkapi fasilitas yang ada di Pantai *The Legend*, menerapkan 5S, memberikan *souvenir* kepada wisatawan, menetapkan tarif baru bagi wisatawan tanpa menghilangkan *branding* Pantai *The Legend* sebagai destinasi wisata yang bisa diakses oleh semua kalangan, memperbaiki akses jalan menuju Pantai *The Legend*, menambah rambu penunjuk jalan menuju Pantai *The Legend*, menambah penggunaan bauran promosi, meningkatkan kualitas serta wawasan para pengelola dan masyarakat sekitar terkait pariwisata, melakukan pembagian kerja dan tim dengan jelas, memperluas area parkir, mengatur seragam pengelola saat melakukan tugas, memperbanyak pohon cemara untuk berteduh, dan menambah serta memperindah fasilitas yang telah ada di Pantai *The Legend*. Dengan adanya rekomendasi tersebut, diharapkan mampu menjadi solusi yang efektif untuk mengatasi permasalahan yang ada di Pantai *The Legend*.

Kata Kunci: Pantai *The Legend*, Potensi, Strategi Pemasaran, dan Bauran Pemasaran

ABSTRACT

Wulan Safitri, Potential Analysis and Marketing Strategy of The Legend Beach Tourism Destinations, Padelegan Village, Pamekasan Regency. Under the guidance of Dr. Ir. Nurita Andriani, M.M.

This study aims to describe the potential that exists in The Legend Beach so that it can be developed by the manager of The Legend Beach together with the Padelegan Village community. On this study also discusses the marketing strategies that have been implemented at The Legend Beach to then analyze the recommended marketing strategy formulation to be applied in overcoming the marketing problems that exist at The Legend Beach. This research was conducted at The Legend Beach, which is located in Padelegan Village, Pamekasan Regency. The types of data used are primary data and secondary data. The method of data collection in this research is the initiation of observation, interviews, and documentation methods. The analytical tool in this research is a SWOT analysis tool to analyze the potential of The Legend Beach and the marketing mix to provide a solution for a marketing strategy recommendation. To analyze the data obtained, Miles and Huberman's Data Model Analysis techniques were used. Based on the results of the SWOT analysis, it was found that there are several potentials that can still be developed by The Legend Beach managers, such as expanding the tourism sector into edutourism, mangrove ecotourism, and cultural tourism. The Legend Beach is also a promotional tool for the superior product of Padelegan Village. The analysis of the marketing strategy carried out using the marketing mix, recommends several new strategies to be applied in the management of The Legend Beach. The suggested strategies include the existing facilities at The Legend Beach, implementing 5S, providing souvenirs to tourists, setting new rates for tourists without eliminating the branding of The Legend Beach as a tourist destination that can be accessed by all people, improving road access to The Legend Beach, adds road signs to The Legend Beach, increase the use of promotion mix, improves the quality and insight of managers and the surrounding community regarding tourism, clearly divides work and teams, expands parking areas, set the manager's uniform while doing the task, multiply pine trees for shelter, add and beautify the existing facilities at The Legend Beach. With this recommendation, it is hoped that it will be an effective solution to overcome the problems that exist in The Legend Beach.

Keywords: *The Legend Beach, Potential, Marketing Strategy, and Marketing Mix*