

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat bagi Pantai Lombang guna meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Sumenep. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode penentuan sampel *accidental sampling* yaitu sebanyak 20 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi atau pengamatan, dan dokumentasi. Sedangkan analisis datanya menggunakan analisis matriks IFE dan EFE serta analisis matriks SWOT. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diketahui bahwa strategi pemasaran wisata Pantai Lombang yang diterapkan sebelum-sebelumnya yaitu dengan sistem pemasaran yang sangat sederhana dengan memanfaatkan pengunjung-pengunjung tertentu dan memanfaatkan kegiatan atau penyelenggaraan event-event yang masih bersifat lokal. Berdasarkan beberapa analisis SWOT dan didasarkan pada analisis matriks IFE dan EFE yang dilakukan di atas dapat diketahui bahwa strategi pemasaran wisata Pantai Lombang yang paling dominan guna meningkatkan kunjungan wisatawan pada Pantai Lombang Kabupaten Sumenep yaitu dengan mengkombinasikan antara faktor kekuatan dan faktor peluang (SO) yaitu memperbanyak relasi mitra dalam penyelenggaraan berbagai event baik secara lokal maupun nasional dengan memperluas pengelolaan wisata pantai lombang melalui penyediaan wahana pantai yang lebih menarik dengan memanfaatkan lokasi pasir pantai yang luas. Serta dengan menyelenggarakan berbagai macam kompetisi kebudayaan dalam lingkup event lokal maupun nasional.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Pantai Lombang, Wisatawan, Matriks IFE dan EFE, Matriks SWOT

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out the right marketing strategy for Lombang Beach to increase tourist arrivals in Sumenep Regency. This research is a type of qualitative research with a method of determining the sample of accidental sampling as many as 20 people. Data collection methods used are interviews, observation or documentation, and documentation. While the data analysis uses IFE and EFE matrix analysis and SWOT matrix analysis. Based on the results of research and discussion, it can be seen that the marketing strategy of Lombang Beach tourism which has been implemented before is by a very simple marketing system by utilizing certain visitors and utilizing activities or events that are still local in nature. Based on several SWOT analyzes and based on the IFE and EFE matrix analysis conducted above, it can be seen that the most dominant Lombang Beach tourism marketing strategy to increase tourist visits to Lombang Beach in Sumenep Regency is to combine strength and opportunity factors (SO) by increasing partner relations in organizing a variety of events both locally and nationally by expanding the management of lombang beach tourism through the provision of more attractive beach rides by utilizing the vast beach sand location. And by holding various kinds of cultural competitions in the scope of local and national events

Keywords : *Marketing Strategy, Lombang Beach, Tourist, IFE and EFE Matrix, SWOT Matrix*