

Fausah. NIM.10.02.1.1.1.00044. Strategi Pemasaran Wisata Pantai Camplong Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Sampang. Di bawah bimbingan, Dr. H. Pribanus Wantara, Drs. MM. dan Bapak Fathor AS, SE., MM.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan kurang berkembangnya Wisata Pantai Camplong dan merumuskan strategy yang baik untuk di terapkan dalam mengembangkan Wisata Pantai Camplong. Penelitian ini di lakukan di desa Camplong kabupaten Sampang dan dalam menganalisis data yang di peroleh, penulis menggunakan analisis SWOT sebagai alat untuk mendapatkan hasil dari penelitian ini.

Berdasarkan analisis SWOT pilihan strategi yang paling dominan, adalah strategi SO (Strength Opportunity) : strategi memanfaatkan seluruh kekuatan untuk membuat dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya yaitu: (1) Lebih sering digelar event-event dilokasi wisata untuk menarik pengunjung; (2) Peningkatan sarana pendukung wisata seperti, sarana akomodasi, kedai-kedai dan souvenir untuk pengunjung; (3) Mempertahankan posisi sebagai tempat yang mudah dijangkau serta mengikutsertakan masyarakat dalam pengembangannya; (4) Menerapkan strategi promosi yang memanfaatkan perkembangan teknologi serta didukung oleh manajemen pengelolaan yang baik.

Kata kunci : Strategi pemasaran, analisis lingkungan internal dan eksternal, analisis SWOT.

Fausah. NIM. 10.02.1.1.1.00044. The Marketing Strategy of Camplong Tourism to Increase the Visitors in Sampang” A thesis management departement, economy faculty of Trunojoyo university Madura. Advisors: Mr. Dr. H. Pribanus Wantara,Drs.MM. Mr. Fathor AS, SE., MM.

ABSTRACT

This analysis is purposed to analyze the factors which cause the lack of development of Camplong tourism and formulate good strategy to be done in developing Camplong tourism. This analysis is held in Camplong village in Sampang regency and in analyzing the data, the writer uses analysis SWOT as the main tool to get the result of this analysis.

According to SWOT analysis, the most dominant strategy that becomes choices is SO (Strength Opportunity) strategy. This strategy uses all the strength to make and benefitted the oppourtunity, that is : 1) Creates events more regular in the tourism place to intrigue the visitor; 2) Increase supporting fasilities like as accommodation fasilities, shops and souvenirs for visitors; 3) Mountain the position of tour location being easiest to be reach out and participated the society within it's development; 4) Apply promotion strategy that uses technological development and supports by good processing management.

Key words : Marketing strategy, internal and eksternal environment, SWOT analysis

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji dan Syukur kepada Allah SWT, hanya atas rahmat serta taufiq-Nya Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan judul: **STRATEGI PEMASARAN WISATA PANTAI CAMPLONG DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI SAMPANG** . Tak lupa pula sholawat dan salam senantiasa tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW.

Penyusunan Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Trunojoyo Madura.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. **Prof. Dr. Ir. H. Arifin, M.S** selaku Rektor Universitas Trunojoyo Madura
2. **Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., MM.** Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.
3. **Mohammad Arief, SE., MM.** Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Manajemen Universitas Trunojoyo Madura.
4. **Hadi Purnomo, S.E., MM.** selaku wakil ketua jurusan Ekonomi Manajemen Universitas Trunojoyo Madura.
5. **Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., MM.** Selaku Dosen pembimbing I yang telah banyak memberi pengarahan, bimbingan, koreksi serta petunjuk-petunjuk yang berguna kepada penulis, sehingga penulisan Skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
6. **Fathor AS, SE., MM.** Selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, koreksi dan pemikiran yang berguna bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen yang telah mengajar dan membimbing penulis dari mulai menjadi mahasiswa Ekonomi Manajemen Universitas Trunojoyo Madura.

8. Buat Pimpinan serta manajemen Wisata Pantai Camplong, Terima Kasih sebesar-besarnya untuk ijin melakukan penelitian.
9. Buat Ibu tercinta saya terima kasih atas do'a, cinta, dan kasih sayang yang tiada henti-hentinya, serta dukungan moril maupun materil dalam penyusunan skripsi ini.
10. Buat teman-teman jurusan manajemen angkatan 2010 khususnya konsentrasi pemasaran yang telah memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini.

Demikianlah Skripsi ini disusun dan semoga apa yang penulis sajikan dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca untuk menambah bekal ilmu pengetahuan.

Bangkalan, 22 Agustus 2014

Penulis

FAUSAH

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	9

2.1.2 Pengertian Strategi Pemasaran.....	10
2.1.3 Pengertian Jasa	11
2.1.4 Bauran Pemasaran Industri Pariwisata.....	12
2.1.5 Pariwisata dan Wisatawan	18
2.1.5.1 Industri Pariwisata	18
2.1.5.1.1 Perbedaan Industri Pariwisata	18
2.1.5.1.2 Pariwisata Bahari	19
2.1.6 Pemasaran Pariwisata	20
2.1.7 Analisis Lingkungan Internal.....	20
2.1.8 Analisis Lingkungan Eksternal.....	24
2.1.9 Analisis SWOT	28
2.1.10 Kerangka Konsep.....	32
2.1.11 Penelitian Terdahulu	34
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	37
3.3 Metode Penentuan Sampel.....	37
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	38
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	39
3.6.1 Teknik Pemasukan Data	39
3.6.1.1 Tahap Masukan Data.....	39
3.6.1.2 Tahap Pencocokan Data	41

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Lokasi Penelitian	44
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Sampang.....	44
4.1.2 Gambaran Umum Pantai Camplong.....	44
4.2 Lokasi Penelitian	46
4.3 Kaitan Visi dan Misi Kabupaten Sampang Terhadap Pengembangan Pantai Camplong.....	47
4.4 Industri Pariwisata Pantai Camplong.....	48
4.5 Unsur-Unsur Pariwisata Pantai Camplong	49
4.6 Identifikasi Lingkungan Internal dan Eksternal Pantai Camplong	50
4.7 Rumusan Strategi Pengembangan Usaha	57
4.7.1 Analisis Lingkungan Internal (IFE)	57
4.7.2 Analisis Lingkungan Eksternal (EFE)	58
4.8 Analisis Matrik SWOT	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Pantai Camplong.....	5
Tabel 3.1 Matriks IFE	41
Tabel 3.2 Matriks EFE	41
Tabel 3.3 Matriks SWOT	42
Tabel 4.1 Hasil Wawancara Distribusi Frekuensi Daerah Asal	51
Tabel 4.2 Hasil Wawancara Distribusi Frekuensi Kunjungan Ulang Wisatawan.....	51
Tabel 4.3 Hasil Wawancara Distribusi Frekuensi Sumber Informasi Wisatawan.....	52
Tabel 4.4 Hasil Wawancara Distribusi Frekuensi Daya Tarik Wisata	52
Tabel 4.5 Hasil Wawancara Distribusi Frekuensi Pelayanan Petugas	53
Tabel 4.6 Hasil Wawancara Distribusi Frekuensi Akses Menuju Lokasi Wisata.....	54
Tabel 4.7 Hasil Wawancara Distribusi Frekuensi Jumlah dan Jenis Sajian / Barang di Warung dan Kios wisata	54
Tabel 4.8 Hasil Wawancara Distribusi Frekuensi Saranan dan Prasarana Umum di Obyek Wisata.....	55
Tabel 4.9 Hasil Wawancara Distribusi FrekuensiTingkat Kepuasan Berkunjung.....	56
Tabel 4.10 Hasil Wawancara Distribusi Frekuensi Keinginan Berkunjung Kembali.....	56

Tabel 4.11 Matrik IFE Wisata Pantai Camplong	58
Tabel 4.12 Matrik EFE Wisata Pantai Camplong.....	59
Tabel 4.13 Rumusan Matrik SWOT.....	60
Tabel 4.14 Hasil Analisis Matrik SWOT.....	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT	30
Gambar 2.2 Kerangka Konsep Kotler 1999	32

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I : DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA
- LAMPIRAN II : HASIL WAWANCARA