

Abstrak

Hastuti, Tri Budi, “Strategi Pemasaran Pariwisata untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Sumenep”, Tesis, Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura, Pembimbing: (1) Nurita Andriani (2) Pribanus Wantara.

Kabupaten Sumenep yang memiliki 25 obyek wisata berada pada rangking ke-16 dari 20 Kabupaten dan Kota yang dikunjungi oleh wisatawan. Oleh karenanya dibutuhkan strategi yang tepat agar tingkat kunjungan wisata semakin meningkat dari tahun ke tahun. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui analisis SWOT yang dapat diterapkan dalam pemasaran pariwisata di Kabupaten Sumenep. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan studi pustaka, observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan adalah SWOT untuk mengetahui faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang kemudian akan dimasukkan ke dalam matriks SWOT.

Dari data di tabel IFAS dan EFAS diketahui bahwa pemasaran pariwisata berada pada kuadran I, sehingga strategi pemasaran pariwisata di Kabupaten Sumenep adalah: melakukan strategi *growth oriented strategy* dengan cara meningkatkan kualitas dan kuantitas obyek wisata yang ada di Kabupaten Sumenep, memperluas jangkauan pemasaran dengan memaksimalkan jejaring media dan biro perjalanan wisata, peningkatan kemampuan pengelola obyek wisata yang berbasis partisipatif masyarakat dan meningkatkan investasi dan kerjasama dengan semua pihak agar dapat bersinergi dalam meningkatkan kunjungan wisata di Kabupaten Sumenep.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Pariwisata, SWOT, Kabupaten Sumenep.*

Abstract

Hastuti, Tri Budi, "Tourism Marketing Strategies to Increase Tourist Visits in Sumenep Regency", Thesis, Master of Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Trunojoyo Madura, Advisors: (1) Nurita Andriani (2) Pribanus Wantara.

Sumenep Regency which has 25 tourism objects is in the 16th rank of the 20 Regencies and Cities visited by tourists. Therefore, the right strategy is needed so that the level of tourist visits increases from year to year. The objective of this study is to find out the SWOT analysis that can be applied in tourism marketing in Sumenep Regency. The method used is descriptive qualitative method. Techniques of collecting data used are library research, observation, interviews, questionnaires and documentation. The analysis method used is SWOT to determine internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) which will be included in the SWOT matrix. From the data in IFAS and EFAS tables, it is known that tourism marketing is in quadrant I, so the tourism marketing strategies in Sumenep Regency are: carrying out a growth oriented strategy by increasing the quality and quantity of tourism objects in Sumenep Regency, expanding the reach of marketing by maximizing networking media and travel agents, enhancing the ability of community participatory-based tourism managers and increasing investment and cooperation with all parties in order to be able to synergize in increasing tourist visits in Sumenep Regency.

Keywords: Marketing Strategy, Tourism, SWOT, Sumenep Regency.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya sehingga dapat diselesaikan tesis dengan judul “STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI KABUPATEN SUMENEP” yang merupakan salah satu persyaratan untuk mendapatkan Gelar Magister Manajemen.

Selama mempersiapkan dan menyelesaikan tugas penulisan tesis ini, penulis telah banyak memperoleh bantuan baik berupa bimbingan, informasi data maupun fasilitas lain yang sangat membantu dan mendukung dalam kelancaran penulisan tesis ini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Rektor Universitas Trunojoyo Madura Bapak Dr. H. Muh. Syarif, Drs. Ec, M.Si.
2. Ketua Jurusan Manajemen Universitas Trunojoyo Madura Bapak Dr. Muhammad Alkirom Wildan, SE, M.Si.
3. Koordinator Program Studi Magister Manajemen Universitas Trunojoyo Madura Ibu Ir. Nurita Andrani, M.M.
4. Dosen pembimbing I dan II yang telah membimbing penulis sampai tersusunnya tesis ini.
5. Dosen-dosen pengajar lain di lingkungan Magister Manajemen Universitas Trunojoyo Madura.
6. Teman-teman MM 2016 yang telah bersama selama 2 tahun, saling membantu dan mendukung. Semoga persaudaraan kita tetap terjalin dengan baik.

Penulis menyadari akan keterbatasan dalam penulisan tesis ini yang masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran selalu penulis harapkan demi kesempurnaan tesis ini. Harapan kami semoga karya tulis ini merupakan kebanggaan kami

