

PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN PADA OBJEK WISATA PANTAI TODAK DABO SINGKEP

Siska Sisapitri¹, Hj. Iranita², Roni Kurniawan³
170461201070@student.umrah.ac.id

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji

ABSTRACT

This study aims to determine the marketing strategy used by Todak Dabo Singkep Beach and the proposed alternative strategies to increase the number of tourist visits. This research is important for Mr. Hairol because it is an input to increase the number of tourist visits to Todak Beach. This type of research is a case study on Todak Beach in Dabo Singkep. Data collection techniques using interviews related to Todak Beach Marketing strategy. The analysis technique used is SWOT analysis. The results of this study indicate that the right strategy to increase the number of tourist visits to Todak Beach uses an aggressive strategy, where this aggressive strategy is the company is in a very profitable situation because it has opportunities and strengths, so it can take advantage of existing opportunities and maximize the strengths that have been created. owned, it is possible to increase the number of tourist visits again.

Keywords: *SWOT analysis method, appropriate marketing strategy, alternative appropriate marketing strategies.*

I. Pendahuluan

Pariwisata merupakan sektor yang sedang digalangkan oleh pemerintah. Sehingga, pariwisata saat ini menjadi salah satu sektor yang paling mendapatkan perhatian, terutama dalam hal perkembangannya. Seperti yang tertuang dalam ketetapan MPR No. 11/98 tentang GBHN, yang secara umum mengatur mengenai masalah pembangunan sektor pariwisata yaitu “ upaya membangun objek dan daya tarik wisata serta kegiatan promosi dan pemasarannya, baik didalam maupun diluar negeri perlu ditingkatkan secara terencana dan terarah, terpadu dan efektif antara lain dengan memanfaatkan secara optimal kerjasama kepariwisataan regional dan global guna meningkatkan hubungan antar bangsa”.

Salah satu bisnis yang berkembang adalah bisnis wisata salah satunya di daerah Kepulauan Riau. Wisata alam seperti wisata dengan nuansa Pantai karena termasuk kawasan kemaritiman, berada pada kawasan yang dikelilingi laut. Dari tahun ketahun jumlah wisata bernuansa Pantai semakin meningkat. Dabo Singkep merupakan salah satu dari sekian banyak kota yang ada di Kab. Lingga yang menjadi tujuan wisata. Berbagai macam objek wisata dapat di jumpai salah satunya adalah objek wisata Pantai Todak. Karakteristik dari pariwisata di Dabo Singkep salah satunya di Pantai Todak adalah mengandalkan panorama dan suasana alam yang asri dan sejuk dan disertai dengan ketersediaan fasilitas yang ada.

Tabel 1. Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Pantai Todak

Tahun	Wisatawan		Total Wisatawan
	Domestik	Mancanegara	
2017	5400	375	5775
2018	3240	185	3425
2019	-	-	-
2020	1800	-	1800

Sumber: Departemen marketing dan pengembangan wisata Pantai Todak (2020)

Dari data pengelola objek wisata Pantai Todak menunjukkan bahwa wisata ini mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan setiap tahunnya, dimana dapat dilihat pada tahun 2017 (5775 orang) ke 2018 (3425 orang) ke 2019 (0) dimana wisata ini sempat berhenti beroperasi selama satu tahun di karenakan minimnya permodalan dan kembali beroperasi lagi pada tahun 2020 (1800 orang). Untuk mengatasi masalah ini, kawasan wisata Pantai Todak ini memerlukan strategi pemasaran yang lebih optimal.

Berdasarkan survei yang ditemukan, diketahui beberapa penyebab permasalahan yaitu belum optimalnya strategi yang diterapkan di wisata ini, salah satunya strategi promosi sehingga belum banyak dikenali masyarakat, banyaknya pesaing, dan lokasi wisata yang kurang strategis, selain itu jalan raya untuk mengakses lokasi wisata ini masih butuh perbaikan, penerangan dan faktor alam seperti cuaca buruk juga merupakan penghambat wisatawan untuk berkunjung. Agar dapat menarik kembali minat kunjung wisatawan, kawasan wisata masih memerlukan strategi yang tepat untuk wisata ini.

Berdasarkan uraian tersebut, untuk mengatasi permasalahan dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisata Pantai Todak, maka diperlukannya suatu upaya rencana strategi yang tepat agar objek wisata Pantai Todak dapat bersaing dengan wisata lainnya dan mampu meningkatkan kembali jumlah kunjungan wisatawan. sehingga dengan adanya strategi yang tepat dan lebih optimal di wisata Pantai Todak diharapkan mampu meningkatkan kembali jumlah kunjungan wisatawan. Berdasarkan latar belakang tersebut sehingga peneliti mengambil judul : “Penerapan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Pada Objek Wisata Pantai Todak Dabo Singkep.

II. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teknik analisis SWOT. Dalam penelitian ini dilakukan identifikasi terhadap faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi wisata. Lokasi penelitian dilakukan di Jl. Todak, Desa Kebunyiur, Kecamatan Singkep, Kabupaten Lingga, Kepulauan Riau. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara, yaitu :

1. Wawancara

Hartono (2017 : 114) wawancara adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden. Pada wawancara ini yang dicari adalah faktor internal dan eksternal. Informan ini dinilai dapat memberikan informasi terkait faktor internal dan eksternal dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Pantai Todak.

2. Observasi

Hartono (2017 : 109) observasi merupakan teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung objek datanya. Tahapan observasi ini peneliti akan melakukan pengamatan secara langsung dilapangan untuk mengetahui kondisi wisata Pantai Todak seperti lokasi, fasilitas yang dimiliki dan daya tarik wisata yang sebenarnya dilapangan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara pengambilan data berupa catatan, dokumentasi, foto, rekaman dan lainnya Fitri (2021 : 37). Dalam penelitian ini, dokumentasi diperlukan sebagai data penguat dalam mendukung informasi yang telah diberikan informan.

Narasumber dalam penelitian ini ditentukan secara purposif, yaitu informan kunci yang dianggap paling mengetahui situasi lokasi wisata, adapun yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah pengelola wisata dan pengunjung wisata. Teknik keabsahan data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji kredibilitas, uji depandabilitas, dan uji konfirmabilitas

III. Hasil dan Pembahasan

Wisata Pantai Todak merupakan salah satu wisata yang secara geografis memiliki letak yang kurang strategis yang jauh di tengah hutan dan jauh dari kota, tepatnya di Jl.Todak, Desa Kebunyiur, Kecamatan Singkep. Wisata ini berdiri sejak tahun 2014 yang memiliki area yang cukup luas untuk dijadikan tempat wisata. Wisata Pantai Todak ini didirikan oleh Bapak Harianto Aseng yang memiliki karyawan sebanyak satu orang yang bernama Bapak Hairol untuk membantunya dalam mengelola wisata Pantai Todak ini.

Munculnya pelaku usaha yang memproduksi kerupuk pada tahun 2010, seiring berjalannya waktu pelaku usaha yang memproduksi kerupuk semakin banyak, terbentuk lah Kelompok Usaha Bersama (KUBE). Saat ini telah terbentuk 5 KUBE, 1 KUBE terdiri dari 10 pelaku usaha. Jumlah secara keseluruhan pelaku usaha sebanyak 51 orang, 47 usaha kerupuk dan selebihnya usaha kue-kue kering, pada tahun 2020 dibentuknya IKM Sentra Kerupuk.

Tabel 2. Matriks Analisa Faktor Strategi Internal (IFE)

Faktor-faktor strategi internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan (<i>strengths</i>)			
1. Kualiatas Produk.	0,12	4	0,48
2. Pelayanan Konsumen.	0,10	4	0,40
3. Penyediaan fasilitas.	0,15	5	0,75
4. Harga.	0,10	4	0,40
5. Permodalan.	0,11	4	0,44

Total (S)			(+) 2,87
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)			
1. Lokasi.	0,07	3	0,21
2. Perubahan teknologi			
3. Kualitas SDM	0,07	3	0,21
4. Promosi	0,06	3	0,18
	0,05	2	0,1
Total (W)			(-) 0,70
Total	0,78		(+) 2,17
Nilai skor IFE kekuatan-kelemahan = +2,17			

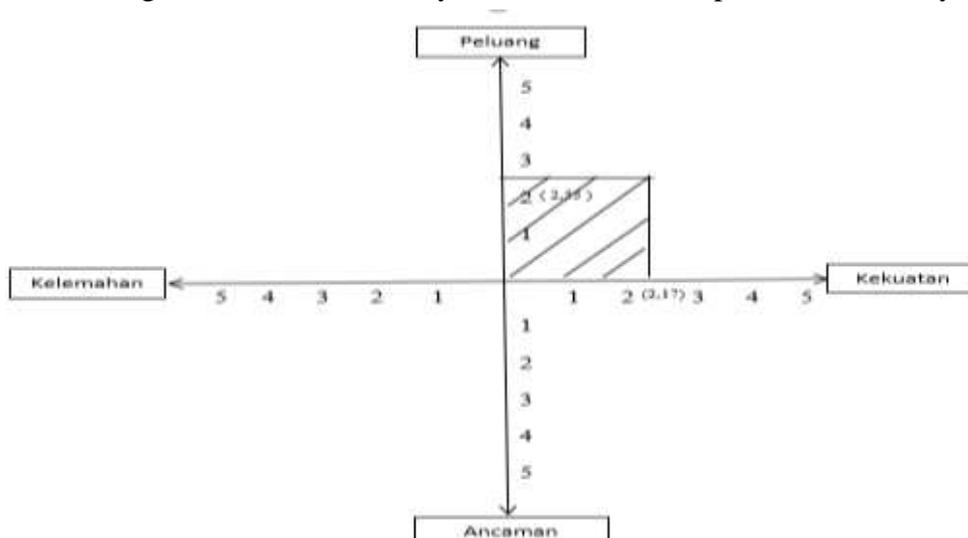
Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFE untuk wisata Pantai Todak, didapat nilai skor Faktor strategi internal yaitu 2,17. Hal ini menunjukkan posisi obyek wisata terletak di kuadran positif dan mengindikasikan bahwa obyek wisata memiliki potensi internal yang kuat.

Tabel 3. Analisa Faktor Strategi Eksternal (EFE)

Faktor-faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<i>Peluang (opportunities)</i>			
1. Kepuasan Konsumen.	0,12	4	0,48
2. Loyalitas Pelanggan.			
3. Kondisi Ekonomi	0,12	4	0,48
4. Pertumbuhan Pasar	0,10	4	0,40
	0,11	4	0,44
Total (O)			(+) 1,8
<i>Ancaman (Threats)</i>			
1. Pesaing.	0,09	3	0,27
2. Perkembangan Teknologi.			
3. Pengaruh Cuaca.	0,08	3	0,24

	0,08	3	0,24
Total (T)			(-) 0,75
Total	0,7		(+) 2.55
Nilai Skor EFE Peluang – Ancaman = 1,8 – 0,75 = + 2,55			

Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFE untuk wisata Pantai Todak, didapat nilai skor Faktor strategi internal yaitu 2,55. Hal ini menunjukkan posisi obyek wisata terletak di kuadran positif dan mengindikasikan bahwa obyek wisata memiliki potensi eksternal yang kuat.



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Dari diagram diatas , sangat jelas menunjukkan bahwa wisata Pantai Todak berada pada kuadran pertama, yaitu kuadran strategi agresif dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan, dimana wisata ini memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Strategi ini menandakan keadaan wisata yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meningkatkan kembali jumlah kunjungan wisatawan.

IV. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan faktor internal dan eksternal yang di analisis menggunakan perhitungan IFAS dan EFAS ditemukan bahwa strategi rekomendasi untuk wisata Pantai Todak adalah strategi agresif, posisi kuadran I Artinya wisata berada dalam situasi yang sangat menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan memaksimalkan kekuatan yang telah dimiliki untuk meningkatkan kembali jumlah kunjungan wisatawan.

Wisata ini memiliki cukup banyak kekuatan dan juga peluang. Kekuatan ini ditunjukkan oleh indikator kualitas produk, pelayanan konsumen., penyediaan fasilitas, harga, permodalan. Sedangkan yang menjadi kelemahan yaitu lokasi, perubahan teknologi, kualitas SDM dan untuk peluang ditunjukkan oleh indikator kepuasan konsumen, loyalitas pelanggan,

kondisi ekonomi. Sementara untuk ancaman wisata Pantai Todak adalah pesaing, perkembangan teknologi, pengaruh cuaca. Sehingga dari penggabungan internal dan eksternal matrix SWOT disimpulkan beberapa alternatif strategi yaitu strategi mengkonsep wisata dalam meningkatkan kualitas produk, pelayanan sehingga membuat wisatawan berkunjung lebih nyaman, memanfaatkan permodalan untuk meningkatkan fasilitas dan memperbaiki teknologi agar bisa meningkatkan kinerja dalam mengelola wisata, meningkatkan kualitas SDM dan bekerja sama dengan pemerintah serta mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan teknologi yang canggih agar dapat bersaing dengan wisata lainnya yang ada di Dabo Singkep.

Saran

Berdasarkan perincian kesimpulan diatas maka peneliti berkeinginan untuk menyampaikan saran bagi pihak pengelola sebagai bahan pertimbangan dan masukkan bagi wisata Pantai Todak sebagai berikut :

1. Diharapkan pihak pengelola mampu menerapkan strategi pemasaran dengan pola agresif karena wisata Pantai Todak ini berada dalam kondisi yang sangat menguntungkan karena memiliki peluang yaitu kepuasan konsumen, loyalitas pelanggan, kondisi ekonomi dan pertumbuhan pasar, dan kekuatannya yaitu kualitas produk, pelayanan, penyediaan fasilitas,, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dan memaksimalkan kekuatan yang telah dimiliki maka dapat memungkinkan untuk meningkatkan kembali jumlah kunjungan.
2. Melihat kondisi yang ada, diharapkan pihak pengelola tetap dapat mempertahankan kekuatan yang ada dan jika mampu terus ditingkatkan untuk memperoleh kesempatan pemasaran yang lebih besar. Selain itu pengelola juga harus berusaha untuk mengatasi beberapa kelemahan yang ada. Sehingga diharapkan kelemahan-kelemahan tersebut nantinya dapat diubah menjadi kekuatan bagi wisata Pantai Todak ini dan berkaitan dengan hal tersebut saran dari penulis adalah :
 - a. Kualitas SDM
Pemberian training bahasa inggris semaksimal mungkin, sehingga dapat menunjang kinerja dalam melayani konsumen menunjang kinerja dalam melayani konsumen/pengunjung dan menambah tenaga kerja agar wisata ini dapat lebih berkembang dan membuka lapangan kerja.
 - b. Perubahan teknologi
Jika memungkinkan, disediakan sistem booking penginapan dan mengisi buku tamu secara elektronik bagi para calon pengunjung. Sehingga dapat memudahkan calon pengunjung karena lebih menghemat waktu dan tenaga. Terlebih untuk calon konsumen yang datang dari luar kota. Kemudian jika memungkinkan disediakan fasilitas tambahan berupa mesin ATM, sehingga dapat memudahkan pengunjung jika ingin mengambil uang untuk keperluan berwisata.

Dan jika kelemahan-kelemahan sudah dapat diatasi, maka diharapkan nantinya kelemahan-kelemahan tersebut dapat diubah menjadi kekuatan tambahan bagi pihak pengelola untuk meningkatkan kembali jumlah kunjungan wisatawan.

3. Dengan banyaknya kekuatan yang dimiliki, diharapkan pihak pengelola dapat memperhatikan indikator variabel internal dan eksternal mana saja yang menjadi peluang dan dapat memanfaatkannya, serta variabel yang mana saja yang menjadi ancaman yang harus diatasi.
4. Pihak pengelola juga harus lebih mengikuti perkembangan zaman dengan perubahan teknologi untuk meningkatkan kembali jumlah kunjungan seperti memperbaiki sistem promosi yang hanya dari facebook dan dari mulut kemulut saja akan tetapi pengelola harus melakukan promosi dengan membuat situs web sendiri, akun youtube, twiteer,

tiktok dan instagram untuk mengenali wisata Pantai Todak ini sehingga hal ini bisa membantu meningkatkan jumlah kunjungan yang tidak hanya wisata lokal melainkan sampai mancanegara.

V. Daftar Pustaka

- Astuti, Miguna dan Agni Rizkita Amanda. 2020. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Budiarta, Dkk, 2020. “ *Strategi Pemasaran Objek Wisata Alas Kedaton Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan*”. Jurnal Pariwisata, Vol. 6 No. 2: 2020, Diakses pada tanggal 15 November 2020. Dari <https://proceeding.isas.or.id/index.php/sentrinov/article/view/498>.
- Fatimah, Fajar Nuraini Dwi. 2016. *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: Quadrant.
- Fitrah dan Luthfiah. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV. Jejak.
- Fatihudin, Didin dan Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Fitri. 202. *Analisis Data Penelitian Kualitatif Manajemen*. Yogyakarta: UAD PRESS.
- Helaluddin dan Hengki Wijaya. 2019. *Analisis Data Kualitatif : Sebuah Tinjau Teori dan Praktik*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Herminalina, Nina Utin, 2019. “ *Marketing Strategy To Increase Tourist Visits On Nature Tourism Of Mempawah Mangrove Park In Thr Pasir Village Of Mempawah Regency*”. Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis, Vol. 5 No. 2: 2019. Diakses pada tanggal 20 November 2020. Dari <https://core.ac.uk/download/pdf/327121835.pdf>
- Indra, P. Dan Ika Cahyaningrum. 2019. *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Luturlean, Bachruddin Saleh. 2020. *Strategi Bisnis Pariwisata*. Bandung: Humaniora.
- Moleong, lexy. J . 2016. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Refisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Musfar, Tengku Firli. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Muharto. 2020. *Pariwisata Berkelanjutan*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Marlizar, Dkk, 2020. “ *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Kota Banda Aceh*”. Jurnal Economics Science, Vol. 6 No. 2: 2020. Diakses pada tanggal 15 November 2020. Dari <http://www.jurnal.uui.ac.id/index.php/jecs/article/view/1132>.
- Nurhayani dan Deni Suryanto. 2019. *Strategi Pemasaran Kontemporer*. Pasuruan: Qiara Media Patner.
- Nugraha, Putra dan Dian Putri Agustina, 2020. “*Strategi Pemasaran Museum Buleleng Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan*”. Jurnal Widya Manajemen, Vol.2 No. 2: 2020, Diakses pada tanggal 15 November 2020. Dari <https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyamanajemen/article/view/868>.
- Rangkuti, Freddy. 2016. *Analisis SWOT Teknik membelah kasus bisnis*. PT. Gramedia, Jakarta.
- Rukin. 2019. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia.
- Revida, Erika, dkk. 2020. *Pengantar Pariwisata*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Suwendra. 2018. *Metodologi Penelitian Dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Budaya*. Bandung: Nilacakra.

- Saputra, Arif Dwi dan Ade Gusti Sariadi, 2019. “*Strategi Pemasaran Shaba Outbound Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisatawan*”. Jurnal Kajian Pariwisata, Vol. 1 No. 1: 2019, Diakses pada tanggal 15 November 2020. Dari <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/JIIP/article/view/87>.
- Satria, Edia, 2018. “*Analisis Strategi Promosi dan Kebudayaan Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Kerinci*”. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, Vol. 9 No. 1: 2018, Diakses pada tanggal 15 November 2020. Dari <http://eksis.unbari.ac.id/index.php/EKSIS/article/view/133>.
- Siswoyo, Sriyono D dan Meutia Sistarani. 2020. *Manajemen Teknik*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Umarti dan Hengki Wijaya. 2020. *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Wijaya, Hengki. 2018. *Analisis Data Kualitatif*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologi Jaffray.
- Yudhanto, Yudha. 2018. *Information Technology business Strart-Up*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.