

**STRATEGI BAURAN PROMOSI PULAU BELIBIS
KOTA SOLOK**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sains Terapan
(S.ST) Pada Program studi D4 Manajemen Perhotelan Fakultas Pariwisata Dan
Perhotelan Universitas Negeri Padang*



Oleh :

**AGNES FRADILA ALSABET
17135075/2017**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

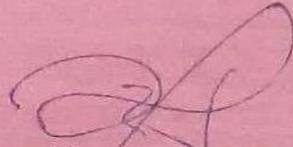
STRATEGI BAURAN PROMOSI PULAU BELIBIS KOTA SOLOK

Nama : Agnes Fradila Alsabet
NIM/BP : 17135075/2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2021

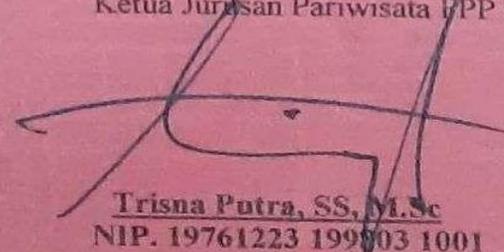
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Hijriantomi Suyuthie, S.IP, M.M
NIP.197889032010121001

Ketua Jurusan Pariwisata FPP UNP



Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199903 1001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program
Studi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata
Fakultas Pariwisata dan Perhotelan
Universitas Negeri Padang

Judul : Strategi Bauran Promosi Pulau Belibis Kota Solok
Nama : Agnes Fradila Alsabet
NIM/BP : 17135075/2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2021

Tim Penguji

Nama

Tanda Tangan

1. Ketua : Hijriyantomi Suyuthie, S.IP, M.M

1

2. Anggota : Dr. Yuliana, SP, M.Si

2

3. Anggota : Lise Asnur, S.Pd., M.Pd

3



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang
25171 Telp. (0751) 7051186 Email : pariwisata@fpp.unp.ac.id
Laman: <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Agnes Fradila Alsabet
NIM/TM : 17135075 / 2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Strategi Bauran Promosi Pulau Belibis Kota Solok ” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,
Ketua Jurusan Pariwisata


Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223/199803 1001

Saya yang menyatakan,


Agnes Fradila Alsabet
NIM. 17135075

ABSTRAK

Agnes Fradila Alsabet, 2021: “Strategi Bauran Promosi Pulau Belibis Kota Solok. *Skripsi*. Program Studi D4 Manajemen Perhotelan. Jurusan Pariwisata. Univeristas Negeri Padang”

Penelitian ini didasari oleh kurangnya promosi terhadap 4 (empat) komponen bauran promosi yaitu *Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, dan Direct Marketing* di Pulau Belibis Kota Solok. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi dalam bauran promosi Pulau Belibis Kota Solok dengan menggunakan analisis SWOT yang ditentukan oleh faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman).

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan data kualitatif. Data dikumpulkan dengan melakukan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi dari para informan penelitian dengan menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, pengambilan keputusan dan analisis strategi menggunakan *SWOT*.

Hasil penelitian ini secara keseluruhan adanya faktor internal yang didapatkan dari kekuatan dan kelemahan pengembangan daya tarik wisata di Pulau Belibis Kota Solok dan faktor eksternal yang didapatkan dari peluang dan ancaman. Jika dilakukan promosi pada Pulau Belibis Kota Solok, strategi yang dirumuskan: 1) Memanfaatkan media sosial seperti *Instagram, Facebook, Tik Tok* dan *Youtube* sebagai media promosi periklanan. 2) Merekrut admin media sosial yang profesional dan ahli di bidang promosi agar mampu mempromosikan Pulau Belibis di sosial media dengan membangun kerjasama dengan pihak ketiga. 3) Mengelola dan mengoptimalkan fasilitas dan wahanabermain di Pulau Belibis untuk mendukung diadakan paket wisata serta *voucher*. 4) Membuat sebuah aplikasi destinasi objek wisata Kota Solok yang bertujuan memudahkan wisatawan untuk mencari informasi mengenai objek wisata di Kota Solok, termasuk Pulau Belibis.

Kata kunci : Strategi, Bauran Promosi, Promosi, Pariwisata.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan banyak kesempatan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Bauran Promosi Pulau Belibis Kota Solok”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan Diploma IV (DIV) pada Program Studi Manajemen Perhotelan di Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti tidak terlepas dari dukungan, semangat serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril- maupun materil. Untuk itu peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang terkait.

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Hijriyantomi Suyuthie, S.IP, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan dukungan motivasi serta membimbing peneliti dalam skripsi ini.
3. Bapak Trisna Putra, SS, M.Sc selaku Ketua Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Rian Surendra, S.E.I., M.M selaku Dosen Penasehat Akademik.
5. Ibu Yuliana, SP, M.Si selaku Dosen Penguji Skripsi I yang telah membantu peneliti dalam memberi kritik dan saran yang membangun untuk skripsi ini.
6. Ibu Lise Asnur, S.Pd., M.Pd Dosen Penguji Skripsi II yang telah

membantu peneliti dalam memberi kritik dan saran yang membangun

Untuk skripsi ini.

7. Jajaran dosen prodi D4 Manajemen Perhotelan Universitas Negeri Padang.
8. Teman-teman angkatan 2017 dan senior yang telah membantu peneliti dalam penyusunan skripsi.
9. Keluarga yang telah membantu dan memberi dukungan kepada penulis.

Semoga semua bantuan yang telah diberikan diberkahi dan dibalas oleh Allah SWT. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak khususnya untuk peneliti sendiri.

Padang, Agustus 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL	v
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Fokus Masalah.....	12
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Aspek Teoritis	14
B. Kerangka Konseptual	22
C. Pertanyaan Penelitian	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	24
B. Lokasi Penelitian	24
C. Informan Penelitian	24
D. Teknik dan Alat Pengumpul Data	27
E. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	29
F. Instrumen Penelitian	29
G. Teknik Analisis Data	30
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	33
1. Temuan Umum	33
2. Temuan Khusus	36
3. Analisis Strategi Bauran Promosi Pulau Belibis Kota Solok.....	62
4. Formulasi Strategi Bauran Promosi Pulau Belibis Kota Solok	69
B. Pembahasan.....	76
BAB V KESIMPULAN	
A. Kesimpulan	98
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Promosi <i>Advertising</i> Media Cetak Objek Wisata yang ada di Dinas Pariwisata Kota Solok.....	5
2. Postingan terakhir akun <i>instagram</i> Pulau Belibis sejak tahun 2018.....	6
3. Wahana sepeda air dan <i>flying fox</i> yang sepi pengunjung.....	7
4. Kerangka Konseptual Bauran Promosi	23
5. Panggung <i>Theater</i> Terbuka Seni Pulau Belibis Kota Solok	35
6. Akun <i>instagram</i> Pulau Belibis dengan visual yang tidak menarik	36
7. Salah satu postingan <i>instagram</i> Pulau Belibis yang tidak menarik	43
8. Beberapa wahana dan fasilitas yang ada di Pulau Belibis Kota Solok	48
9. Aplikasi Destinasi Wisata “ <i>Padati</i> ” oleh Dinas Pariwisata Padang Pariaman .	58

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Kunjungan Januari – Oktober 2020 Pengunjung Nusantara dan Mancanegara ke Destinasi Pulau Belibis	4
2. Matrik Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT	21
3. Daftar Informan Penelitian.....	26
4. Kisi - Kisi Instrumen Peneltitan.....	30
5. Matrik Analisis SWOT	32
6. Formulasi SWOT <i>Advertising</i> berupa Media Sosial (<i>#BelibisGreeniLand</i>)....	69
7. Formulasi SWOT <i>Personal Selling</i> berupa Admin Media Sosial (<i>Admin Quality Improvement</i>).....	71
8. Formulasi SWOT <i>Sales Promotion</i> berupa Paket Wisata (Belibis Treasure of Nature Park (<i>BtoNP</i>))	72
9. Formulasi SWOT <i>Sales Promotion</i> berupa <i>Voucher</i> (Gold, Silver, & Bronze (<i>BtoNP</i>))	74
10. Formulasi <i>Direct Marketing</i> berupa Aplikasi Destinasi Wisata Kota Solok (<i>Solok Ultimate City Tourism(SoulTyRism)</i>).....	75

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata beserta semua kegiatan pendukungnya seperti travel, perhotelan, kuliner dan sebagainya merupakan salah satu bentuk industri yang berkembang paling cepat. Pariwisata mampu menjadi kekuatan pembangunan, menjadi penghasil devisa negara dan sumber pendapatan beberapa daerah. Sektor pariwisata di Indonesia memiliki peran penting pada sektor ekonomi di Indonesia. Sektor pariwisata menempati urutan keempat dengan nilai US\$ 12,22 dalam Ranking Devisa Pariwisata Terhadap 11 Ekspor Barang Terbesar, tahun 2011 – 2015 untuk penerimaan devisa setelah komoditi minyak dan gas bumi, batu bara serta minyak kelapa sawit di Indonesia pada tahun 2015. Menurut Undang-undang No.10 tahun 2009 “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah”(Kemenparekraf.go.id, 2009). Pariwisata telah menjadi kebutuhan pendamping dari kebutuhan pokok masyarakat diberbagai lapisan sehingga dalam penanganannya harus dilakukan dengan serius dan melibatkan berbagai pihak untuk pelestarian dan memaksimalkan pengelolaannya. Salah satu caranya yaitu dengan memperkenalkan produk pariwisata agar tetap berkelanjutan adalah melalui kegiatan promosi.

Kelancaran dalam kegiatan promosi ditentukan oleh alat-alat penunjang promosi salah satunya yaitu strategi bauran promosi. Menurut Kotler dalam Labanu et al (2018:16), “Bauran Promosi merupakan suatu perpaduan dari alat-alat promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai untuk konsumen dan membangun hubungan dengan pelanggan”. Bauran promosi mencakup beberapa indikator penunjang strategi promosi, yaitu *advertising*, *personal selling*, *sales promotion*, dan *direct marketing* (Hasan, 2015:259). Adanya strategi bauran promosi akan menciptakan pariwisata yang berkelanjutan pariwisata yang berkembang sangat pesat, termasuk pertambahan arus kapasitas akomodasi, populasi lokal dan lingkungan, dimana perkembangan pariwisata dan investasi – investasi baru dalam sektor pariwisata seharusnya tidak membawa dampak buruk dan dapat menyatu dengan lingkungan, jika kita memaksimalkan dampak yang positif dan meminimalkan dampak negatif (Arida, 2017:19).

Salah satu provinsi yang kaya akan daya tarik wisata adalah Provinsi Sumatera Barat, karena keanekaragaman hayati yang melimpah dengan hasil holtikulturalnya, dari keanekaragaman hayati tersebut berpotensi untuk dikembangkan menjadi asset wisata ataupun dikembangkan sebagai sarana edukasi atau pendidikan (DS, Tela, & Fajriansyah, 2018). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Sumatera Barat menunjukkan bahwa pada tahun 2019 terjadi peningkatan jumlah kunjungan pengunjung mancanegara ke Sumatera Barat sebesar 12,44% dibandingkan tahun 2018 (BPS, 2020). Salah

satu tujuan para pengunjung yang datang ke Sumatera Barat adalah Kota Solok.

Kota Solok memiliki lokasi yang sangat strategis, karena terletak pada persimpangan jalan antar provinsi dan antar kabupaten/kota. Keindahan alam Kota Solok masih sangat alami dan sangat perlu dikembangkan agar menjadi suatu potensi daya tarik pariwisata. Salah satu objek wisata yang menjadi tujuan pengunjung di Kota Solok adalah Pulau Belibis. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Solok pada tahun 2020 memperlihatkan bahwa jumlah kunjungan pada tahun 2018 mencapai 305.945 pengunjung nusantara dan mancanegara yang datang ke Kota Solok dan meningkat menjadi 371,709 pengunjung. Salah satu tempat wisata yang menjadi andalan Kota Solok adalah Pulau Belibis.

Pulau Belibis adalah destinasi wisata yang murni dikelola dan dibiayai oleh Dinas Pariwisata Kota Solok. Pulau Belibis adalah salah satu obyek wisata yang menonjolkan panorama alamnya. Bentuk wisata yang terdapat di Pulau Belibis seperti kegiatan outbound, kegiatan memancing, taman bermain anak-anak, dan tempat berkemah. Pulau Belibis juga dilengkapi sarana kolam pancingan yang telah digunakan untuk lomba se-Sumatera Barat dan se-Sumatera (Sumbar-Riau) yang diperlombakan satu kali enam bulan (Mayasari, 2016). Pulau Belibis semenjak pembukaan kembalinya pada pertengahan tahun 2018 pernah dikunjungi sampai lebih dari 2.000 orang pengunjung dalam satu hari (Janra, Herwina, Mairawita, &Nurdin, 2018). Hal ini terjadi karena pemerintah daerah khususnya dinas pariwisata membuat

strategi promosi. Salah satu bentuk promosi yang telah dilakukan oleh pemerintah daerah adalah Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dapat menyampaikan informasi mengenai keunggulan dan keistimewaan yang dimiliki objek wisata kepada para pengunjung baik domestik maupun mancanegara, sehingga pada akhirnya akan meningkatkan jumlah pengunjung yang berkunjung (Septika,2016).

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Januari – Oktober 2020 Pengunjung Nusantara dan Mancanegara ke Destinasi Pulau Belibis

No	Pulau Belibis						
	Bulan	2018		2019		2020	
		Wisnus	Wisaman	Wisnus	Wisaman	Wisnus	Wisaman
1.	Januari	5.049	4	3.833	-	1.637	-
2.	Februari	4.211	-	3.913	-	1.706	-
3.	Maret	4.284	-	5.720	-	-	-
4.	April	4.315	-	4.010	-	-	-
5.	Mei	3.115	-	893	-	170	-
6.	Juni	9.589	-	8.873	-	200	-
7.	Juli	3.115	5	7.160	-	370	-
8.	Agustus	9.589	-	2.939	-	257	-
9.	September	795	-	3.252	-	452	-
10.	Oktober	896	-	3.366	-	763	-
11.	November	951	-	6.686	-	-	-
12.	Desember	7.903	3	7.916	-	-	-
JumlahKunjungan		53.824		58.561		5.555	

Sumber : (Dinas PariwisataKota Solok,2021)

Pada tahun 2020 jumlah pengunjung yang datang ke Pulau Belibis Kota Solok mengalami penurunan yaitu hanya 5.555 pengunjung. Hal ini terjadi karena adanya pembatasan kunjungan yang dilakukan oleh pemerintah daerah karena pandemi *covid-19*, artinya para wisatawan tetap dapat berkunjung ke Pulau Belibis namun dibatasi. Hal ini terlihat saat dilakukannya observasi oleh peneliti pada saat diberlakukannya pembatasan oleh pemerintah terlihat tetap ada wisatawan yang datang berkunjung. Oleh sebab itu, untuk meningkatkan kembali dan menjaga agar Pulau Belibis tetap

dikunjungi wisatawan saat pandemi maupun setelah pandemi *Covid-19*, perlu adanya kegiatan-kegiatan promosi yang lebih ekstra atau penguatan strategi promosi yang sudah ada oleh Dinas Pariwisata Kota Solok dan pengelola objek wisata seperti promosi yang lebih baik terhadap objek wisata tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 06 mei 2021, peneliti melakukan observasi dengan mewawancarai pihak pengelola yaitu Dinas Pariwisata Kota Solok pada bagian promosi, ada beberapa permasalahan yang ditemui pada bagian kegiatan promosi Pulau Belibis Kota Solok yaitu terkait periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan *direct marketing*.

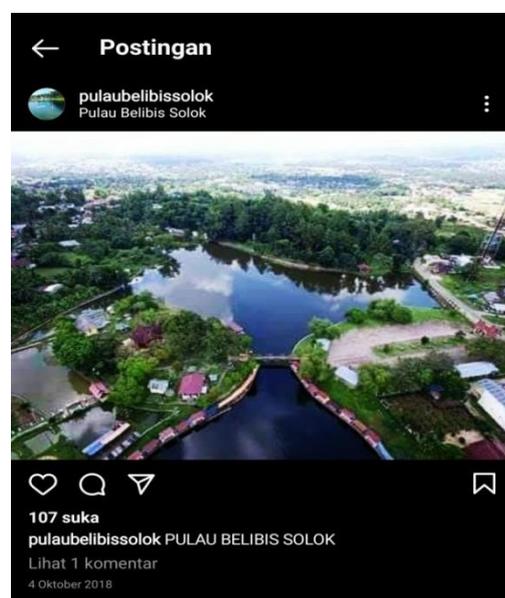


Gambar 1. Promosi *Advertising* Media Cetak Objek Wisata yang ada di Dinas Pariwisata Kota Solok

(Sumber: Dinas Pariwisata Kota Solok,2021)

Permasalahan pertama periklanan (*Advertising*) yaitu terbatasnya bentuk promosi yang hanya pada kegiatan *event* kepariwisataan saja. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada informan kunci diketahui bahwa bentuk media promosi yang dibagikan kepada masyarakat berupa brosur, *leaflet* dan buku saku wisata yang terlihat seperti pada gambar 1

diatas. Hal ini sangat disayangkan karena Pulau Belibis memiliki akun media sosial namun kurang dikelola dengan baik karena akun tersebut sudah tidak aktif semenjak 2018. Memanfaatkan media sosial untuk media promosi dengan mengaktifkan kembali akun media sosial instagram Pulau Belibis Kota Solok dan menggunakan *hashtag* (#) pada foto dan video yang di unggah di media sosial dengan memanfaatkan pemandangan serta wahana yang tersedia sebagai objek promosi sehingga dapat dipromosikan dengan luas secara virtual di media sosial. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan informan yang menyebutkan bahwa pemandangan di Pulau Belibis dapat dijadikan konten untuk promosi bila dikelola dengan orang yang memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam hal pembuatan konten-konten promosi yang berkualitas.



Gambar 2. Postingan terakhir akun *instagram* Pulau Belibis sejak tahun 2018
(Sumber :Instagram,2021)

Permasalahan kedua yaitu penjualan pribadi (*Personal Selling*) kemampuan sumber daya manusia masih terbatas pada kemampuan desain

digital visual sehingga promosi secara *personal selling* dengan memanfaatkan media sosial yang berbasis desain visual kurang tercapai hal ini dibuktikan dengan media sosial yang sudah tidak aktif dengan psotingan terakhir pada 4 oktober 2018 hingga saat ini seperti yang terlihat pada gambar 2 diatas. Untuk mengatasi hal ini dapat memaksimalkan jika diadakan pelatihan terkait promosi berbasis digital visual di media sosial akan meningkatkan kemampuan individual dari sumber daya manusia yang ada di Dinas Pariwisata Kota Solok dan menghasilkan *output* promosi berupa foto dan video serta desain promosi visual yang memiliki nilai jual yang nanti nya juga dapat dipromosikan juga oleh pihak ketiga seperti uda uni Kota Solok, duta wisata Kota Solok dan juga pokdarwis Pulau Belibis sehingga promosi tidak tergantung dengan ada atau tidak nya *event*.



Gambar 3. Wahana sepeda air dan *flying fox* yang sepi pengunjung
(Sumber: Dokumentasi Peneliti,2021)

Permasalahan ketiga adalah promosi penjualan (*Sales Promotion*) belum adanya penjualan paket wisata *one way* (paket wisata dengan satu harga yang dapat menikmati beberapa macam wahana) padahal Pulau Belibis memiliki wahana bermain yang beragam seperti terlihat pada gambar 3 diatas dimana pengelola Pulau Belibis menyediakan wahana sepeda air dan *flying*

fox namun terlihat sepi pengunjung. Beragamnya pilihan wahana yang disediakan merupakan suatu potensi yang dapat di optimalkan untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan menyediakan paket wisata oleh pengelola. Memanfaatkan paket wisata dapat membuat proses promosi yang terintegrasi serta meningkatkan jumlah kunjungan di Pulau Belibis Kota Solok. Memanfaatkan paket wisata dapat membuat proses promosi yang terintegrasi serta meningkatkan jumlah kunjungan di Pulau Belibis Kota Solok.

Permasalahan yang keempat yaitu penjualan langsung (*Direct Marketing*) yang dilakukan oleh pihak Dinas Pariwisata dengan mengandalkan *event* untuk melakukan promosi secara langsung kepada masyarakat, hal ini sangat terbatas karena pada saat pandemi *Covid-19* saat ini kegiatan *event* tidak dapat dilaksanakan secara terus menerus. Hal ini sangat disayangkan karena Pulau Belibis memiliki daya tarik wisata menarik untuk dikunjungi karena masih tergolong asri dan memiliki wahana bermain yang beragam serta menjalin koneksi kerja sama dengan Kominfo untuk menjalankan aplikasi berbasis destinasi wisata. Memanfaatkan penjualan langsung yang berbasis aplikasi destinasi objek wisata yang dapat memberikan informasi terkait lokasi, pilihan wahana, biaya masuk objek serta akses lokasi yang dapat mempermudah calon pengunjung untuk mengunjungi objek wisata di Kota Solok, termasuk Pulau belibis.

Atas dasar permasalahan diatas perlu adanya kajian strategi yang tepat untuk merumuskan strategi dalam bauran promosi Pulau Belibis Kota Solok.

Hal ini dikarenakan Pulau Belibis memiliki potensi wisata alam yang bagus untuk dipromosikan. Menurut Maryam (2011:44), “Terdapat dua faktor yang perlu diperhatikan dalam menerapkan strategi bauran promosi yaitu dengan memperhatikan faktor internal dan eksternal, dimana faktor internal adalah kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh objek wisata, sedangkan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman”. Faktor internal yang dimiliki oleh Pulau Belibis Kota Solok berupa kekuatannya yaitu keindahan wisata alam yang masih asri serta wahana bermain dan fasilitas pendukung yang beragam sedangkan kelemahannya yaitu pemanfaatan sumber daya manusia dalam promosi digital visual belum optimal serta akun media sosial *instagram* sudah ada namun tidak aktif dari tahun 2018 hingga sekarang. Faktor eksternal yang terdapat di Pulau Belibis Kota Solok yang berupa peluang adalah menjalin kerjasama dengan pihak ketiga (biro perjalanan, komunitas wisata, *influencer*, dan pihak lainnya) untuk jangkauan promosi secara luas sedangkan ancamannya berupa persaingan antar sektor pariwisata baik didalam maupun diluar Kota Solok. Faktor internal dan faktor eksternal akan dianalisis dengan strategi *strength*, *weakness*, *opportunities*, dan *threats* (SWOT). Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini digunakan untuk meminimalisir (*weakness*) kelemahan dan ancaman (*threats*) serta meningkatkan (*strengths*) kekuatan dan (*opportunities*) peluang (Habibah Nur, 2016:15).

Berdasarkan penjabaran masalah diatas, maka urgensi dalam penelitian ini adalah memberikan ide strategi yang dapat diaplikasikan pada

saat masa ini dan masa yang akan datang serta mengusulkan strategi promosi yang dapat mempertahankan eksistensi objek wisata Pulau Belibis Kota Solok agar promosi dapat berjalan secara berkelanjutan (*Sustainable*). Penemuan masalah ini membuat peneliti ingin meneliti mengenai strategi promosi Pulau Belibis dengan melakukan penelitian judul “**Strategi Bauran Promosi Pulau Belibis Kota Solok**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Terbatas nya bentuk promosi yang hanya pada kegiatan *event* kepariwisataan saja. Selain itu, berdasarkan informasi yang didapatkan dari informan kunci yaitu pihak Dinas Pariwisata Kota Solok menyebutkan bahwa mereka mempromosikan dengan cara membagikan brosur, *leaflet* dan buku saku wisata kepada masyarakat yang hadir. Hal ini sangat disayangkan karena Pulau Belibis memiliki akun media sosial *instagram* yang sudah tidak aktif semenjak 2018, dengan mengaktifkan kembali akun media sosial *instagram* Pulau Belibis Kota Solok dapat mempromosikan Pulau Belibis dengan jangkauan yang luas secara virtual.
2. Pengelolaan media sosial sebagai media promosi masih rendah, padahal Pulau Belibis memiliki akun media sosial yang sudah tidak aktif semenjak 2018, dengan memanfaatkan *hashtag* (#) di media sosial dapat mempromosikan Pulau Belibis dengan jangkauan yang luas secara virtual.

3. Belum adanya promosi menggunakan *hashtag* (#) yang mendukung kegiatan promosi Pulau Belibis. Memanfaatkan *hashtag* (#) sebagai jargon atau *tagline* promosi dapat meningkatkan jumlah *audience* yang melihat dan ikut berpartisipasi dalam mempromosikan Pulau Belibis.
4. Kemampuan sumber daya manusia masih terbatas pada kemampuan desain digital visual sehingga promosi secara *personal selling* dengan memanfaatkan media sosial yang berbasis desain visual kurang tercapai padahal jika diadakan pelatihan terkait promosi berbasis digital visual di media sosial akan meningkatkan kemampuan individual dari sumber daya manusia yang ada di Dinas Pariwisata Kota Solok.
5. Belum adanya penjualan paket wisata *one way* (paket wisata dengan satu harga yang dapat menikmati beberapa macam wahana) padahal Pulau Belibis memiliki potensi wahana bermain yang beragam. Memanfaatkan dan membuat paket wisata dapat membuat proses promosi yang terintegrasi serta meningkatkan jumlah kunjungan di Pulau Belibis Kota Solok.
6. Belum adanya bentuk penjualan langsung yang diadakan oleh Dinas Pariwisata terhadap Pulau Belibis. Hal ini sangat disayangkan karena Pulau Belibis memiliki potensi keindahan wisata alam menarik untuk dikunjungi serta menjalin koneksi kerja sama dengan Kominfo untuk menjalankan aplikasi berbasis destinasi wisata. Memanfaatkan penjualan langsung yang berbasis aplikasi destinasi objek wisata yang dapat memberikan informasi terkait lokasi, pilihan wahana, biaya masuk objek

serta akses lokasi yang dapat mempermudah calon pengunjung untuk mengunjungi objek wisata di Kota Solok, termasuk Pulau belibis.

C. Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka focus masalah penelitian ini adalah Strategi Bauran Promosi Pulau Belibis yang ditinjau dari indikator Promosi yaitu *Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, dan Direct Marketing* dengan menganalisis faktor internal dan eksternal.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan focus masalah yang telah dijabarkan diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan promosi (*Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, dan Direct Marketing*) Pulau Belibis Kota Solok ?
2. Apakah faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman promosi (*Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, dan Direct Marketing*) Pulau Belibis Kota Solok ?
3. Bagaimana Strategi Bauran Promosi Pulau Belibis yang ditinjau dari indikator Promosi yaitu *Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, dan Direct Marketing* Pulau Belibis Kota Solok ?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Strategi Bauran Promosi Pulau Belibis yang ditinjau dari indikator Pro-

mosi yaitu *Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, dan Direct Marketing* di Pulau Belibis Kota Solok.

2. Tujuan Khusus

- a. Mendeskripsikan faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan Strategi Promosi Pariwisata Pulau Belibis Kota Solok.
- b. Mendeskripsikan faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman Strategi Promosi Pariwisata Pulau Belibis Kota Solok.
- c. Mendeskripsikan Strategi Bauran Promosi Pulau Belibis yang ditinjau dari indikator Bauran Promosi yaitu *Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, dan Direct Marketing* Pulau Belibis Kota Solok.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pemerintahan Daerah Setempat

Bermanfaat bagi pemerintahan daerah setempat dalam upaya menganalisis Strategi Promosi Pulau Belibis Kota Solok serta berharap penelitian ini dapat memberikan informasi dalam membuat bahan pertimbangan dalam melakukan promosi terhadap objek pariwisata, khususnya di Kota Solok.

2. Bagi Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Menambahkan ilmu pengetahuan pustaka dan wawasan dalam penelitian, serta dapat sebagai pedoman bagi mahasiswa Universitas Negeri Padang pada Program Studi Manajemen Perhotelan.

3. Bagi Peneliti Lainnya

Sebagai tambahan wawasan pengetahuan dan sebagai dasar penelitian yang sama pada objek dan lingkup penelitian yang berbeda.

4. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan pemahaman ilmu pengetahuan di bidang pariwisata, khususnya mengenai Strategi Bauran Promosi Pulau Belibis dan sebagai bentuk tugas akhir perkuliahan serta untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan (S.St).