

**STRATEGI PEMASARAN OBJEK WISATA DERMAGA WISATA
SUNGAI MESUJI DI KABUPATEN MESUJI**

TESIS



Oleh :

**RUDY SEPTIAWAN
NPM. 18710030**

**PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2020

ABSTRAK

Rudy Septiawan . 2020. Strategi Pemasaran Objek Wisatadermaga Wisata Sungai Mesuji Di Kabupaten Mesuji. Tesis. Program Studi Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Dr. Suharto, S.E., M.M. Pembimbing (2) Dr. Bambang Suhada S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk dijalankan di Objek Wisata Dermaga Wisata Sungai Mesuji di Kabupaten Mesuji. Pengambilan data dilakukan dengan sistem kuesioner dan wawancara. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Adapun hasil penelitian yaitu menghasilkan matrik SWOT dan beberapa strategi sebagai berikut : Kekuatan utama yang dimiliki oleh objek wisata dermaga sungai mesuji adalah dukungan kuat Pemerintah Daerah dan kelemahan utama yang harus diatasi oleh objek wisata dermaga sungai mesuji yakni kurangnya promosi. Peluang utama yang harus dimanfaatkan oleh objek wisata dermaga sungai mesuji yakni menjadi paket wisata dan ancaman utama yang harus dihadapi yakni wisatawan yang mudah bosan. Dari hasil analisis matriks IE, didapati bahwa objek wisata sungai mesuji berada pada kuadran II dengan strategi yang cocok yakni strategi intensif. Strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh objek wisata dermaga sungai mesuji yakni mengembangkan produk, kemudian melakukan promosi dengan cara penetrasi pasar keseluruhan wilayah Kabupaten Mesuji dan terakhir melakukan promosi perluasan pasar ke luar wilayah Kabupaten Mesuji.

Key word : Strategi Pemasaran, Objek wisata.

ABSTRACT

Rudy Septiawan. 2020. Marketing Strategy of the Tourism Object of the Mesuji River Tourism Tour in Mesuji Regency. Thesis. Master of Management Study Program, Metro Muhammadiyah University. Advisors (1) Dr. Suharto, S.E., M.M. Advisor (2) Dr. Bambang Suhada S.E., M.Sc.

This study aims to formulate alternative priorities for the right marketing strategy to be implemented at the Mesuji River Tourism Pier in Mesuji Regency. Data is collected by a questionnaire and interview system. This research is a descriptive research. The results of the study are to produce a SWOT matrix and several strategies as follows: The main strength possessed by the tourist attraction of the river dock mesuji is the strong support of the Regional Government and the main weaknesses that must be overcome by the attraction of the river dock mesuji namely the lack of promotion. mesuji river jetty tourism object that is a tourist package and the main threat that must be faced is tourists who are easily bored. From the results of the IE matrix analysis, it was found that the attractions of the river mesuji are in quadrant II with a suitable strategy that is intensive strategy. The marketing strategy that must be carried out by the tourism object of the Mesuji river pier is developing products, conducting promotions by penetrating markets throughout the Mesuji Regency and finally promoting the expansion of markets outside the Mesuji Regency.

Keyword: Marketing Strategy, Tourism Object

PERSETUJUAN

TESIS

STRATEGI PEMASARAN OBJEK WISATA DERMAGA WISATA
SUNGAI MESUJI DI KABUPATEN MESUJI

Oleh

RUDY SEPTIAWAN
18710030

Pembimbing I



Dr. Suharto, S.E., M.M
NIDN: 0228035801

Pembimbing II



Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Si.
NIDN: 0004126401

Menyetujui,

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Suharto, S.E., M.M
NIDN: 0228035801

PENGESAHAN
STRATEGI PEMASARAN OBJEK WISATA DERMAGA WISATA
SUNGAI MESUJI DI KABUPATEN MESUJI

Oleh

RUDY SEPTIAWAN
18710030

Telah Dipertahankan di depan Tim Penguji
Metro, 9 Mei 2020

Dr. Suharto, S.E., M.M
NIDN: 0228035801

Ketua

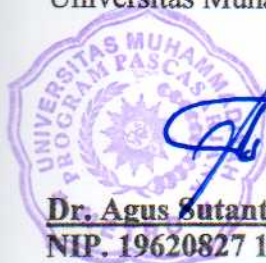
Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Si
NIDN: 0004126401

Sekretaris

Dr. Afdal Mazni, S.E., M.M
NIDN: 0331106101

Penguji Utama

Menyetujui,
Direktur Program Pasca Sarjana
Universitas Muhammadiyah Metro



Dr. Agus Sutanto, M.Si
NIP. 19620827 198803 1 001

MOTTO

HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada kemudahan. Karena itu
bila Kau telah selesai (mengerjakan yang lain) dan kepada Tuhan
berharaplah”

(Q.S Al Insyirah : 6-8)

“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan
orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”

(Q.S Al Mujaadalah : 11)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas berkat yang telah saya terima sehingga tesis ini dapat terselesaikan. Saya persembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang memiliki peran penting dalam kehidupan saya :

1. Terimakasih untuk Ayah dan Ibuku atas setiap doa dan dukungan untuk diriku. Tanpa kalian mungkin aku bukanlah apa apa dan akupun tidak dapat menyelesaikan tesis ini dengan sebaik baik nya terimakasih untuk setiap motivasi yang selalu mengalir dalam diriku untuk tidak pernah menyerah semoga aku dapat membahagiakan kalian dengan menjadi seseorang yang sukses dengan langkah langkah yang baru.
2. Terimakasih untuk Istriku dan Buah hatiku tersayang yang telah rela mengorbankan waktu dan tidak banyak menuntut sesuatu, semoga engkau semakin tumbuh dewasa selalu taat kepada kedua orang tua, patuh dengan ajaran-ajaran Islam dan selalu dalam perlindungan Allah SWT
3. Terima kasih untuk sahabat ku di Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Metro seluruh rekan Magister Manajemen angkatan 2018/2019 yang selalu memberikan dukungan dan semangat sehingga aku mampu melewati ujian ini dengan baik.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat Nya saya dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Pascasarjana Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro dan menambah wawasan penulis untuk melanjutkan studi ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan tesis ini tidaklah mudah untuk penulis menyelesaikan tesis ini, oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Drs. H. Jazim Ahmad., M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. Dr. Agus Sutanto, M.Si., selaku Direktur Pascasarjana Magister Universitas Muhammadiyah Metro dan penguji yang telah memberikan saran dan bahan pertimbangan guna menuju tesis yang lebih baik.
3. Dr. Suharto, S.E., M.M., selaku Ketua Prodi Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro dan dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta bimbingan dengan kesabaran hingga terselesaikannya tesis ini.
4. Dr. Bambang Suhada S.E., M.Si., selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan pengarahan serta bimbingan dengan kesabaran hingga terselesaikannya tesis ini.
5. Segenap dosen Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Metro yang telah memberikan banyak wawasan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang

berarti bagi penulis. Seluruh staf dan karyawan Pascasarjana, penulis mengucapkan terimakasih atas bantuannya.

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu dan telah membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan kemampuan penulis, oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi penulis demi kesempurnaan tesis ini. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Metro, Mei 2020



PENULIS

SURAT PERNYATAAN

Menyatakan bahwa Tesis dengan judul: "Strategi Pemasaran Objek Wisata Dermaga Wisata Sungai Mesuji Di Kabupaten Mesuji" benar hasil karya saya dan bukan hasil plagiat. Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam tesis tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik Magister Manajemen dan akan mempertanggungjawabkan secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, Mei 2020



Kudi Septiawan
NPM. 18710030



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO



Jl. Dewantara No.116
Kec. Metro Timur Kota
Lampung, Indonesia
www.upi.ummetro.ac.id
upi.ummetro@gmail.com

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 1196/II.3.AU/F/UPI-UK/2020

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : RUDI SEPTIAWAN
NPM : 18710030
Jenis Dokumen : TESIS

Judul :

STRATEGI PEMASARAN OBJEK WISATA DERMAGA WISATA SUNGAI MESUJI DI KABUPATEN MESUJI

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 12 Juni 2020

Kepala Unit,



Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.
NIDN. 0224018703

x

xiii

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR	x
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	xii
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A.Latar Belakang	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN TEORITIK	
A. Deskripsi Teori	8
1. Pariwisata	8
2. Wisata	9
3. Objek Wisata	12
4. Pemasaran	12
5. Strategi Pemasaran	13
6. Pemasaran Pariwisata.....	15
7. Unsur-unsur strategi pemasaran	17
8. Strategi Pemasaran Pariwisata	19
9. Metode SWOT	21
B. Hasil Penelitian Relevan.....	24
C. Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Objek dan Lokasi Penelitian	27
C. Metode Penelitian.....	27
1. Operasional Variabel.....	27

2. Populasi dan Sampel	28
D. Teknik Pengumpulan Data	29
E. Teknik Analisa Data	31
1. Metode Pengolahan data	31
2. Analisis Deskriptif	31
3. Analisis tiga tahap formulasi strategi	32
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum Hasil Penelitian.....	40
1. Profil Kabupaten Mesuji	40
2. Geografis Kabupaten Mesuji	40
3. Penduduk Kabupaten Mesuji	41
B. Deskripsi Hasil Penelitian	42
1. Kondisi Lingkungan Internal	42
2. Idenstifikasi SWOT	47
3. Anailsisi matriks IFE	55
4. Analisis Matriks EFE	56
5. Analisis Matriks IE	57
6. Analisis Matriks SWOT	58
C. Pembahasan.....	63
BAB V. PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	