



**PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM UPAYA PENINGKATAN
VOLUME PENGUNJUNG OBYEK WISATA PASIR PUTIH SITUBONDO**

***(THE PROMOTION MIX IMPLEMENTATION TO INCREASE VISITOR
VOLUME OF THE PASIR PUTIH SITUBONDO TOURIST OBJECT)***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Oleh

Fahmi Haris

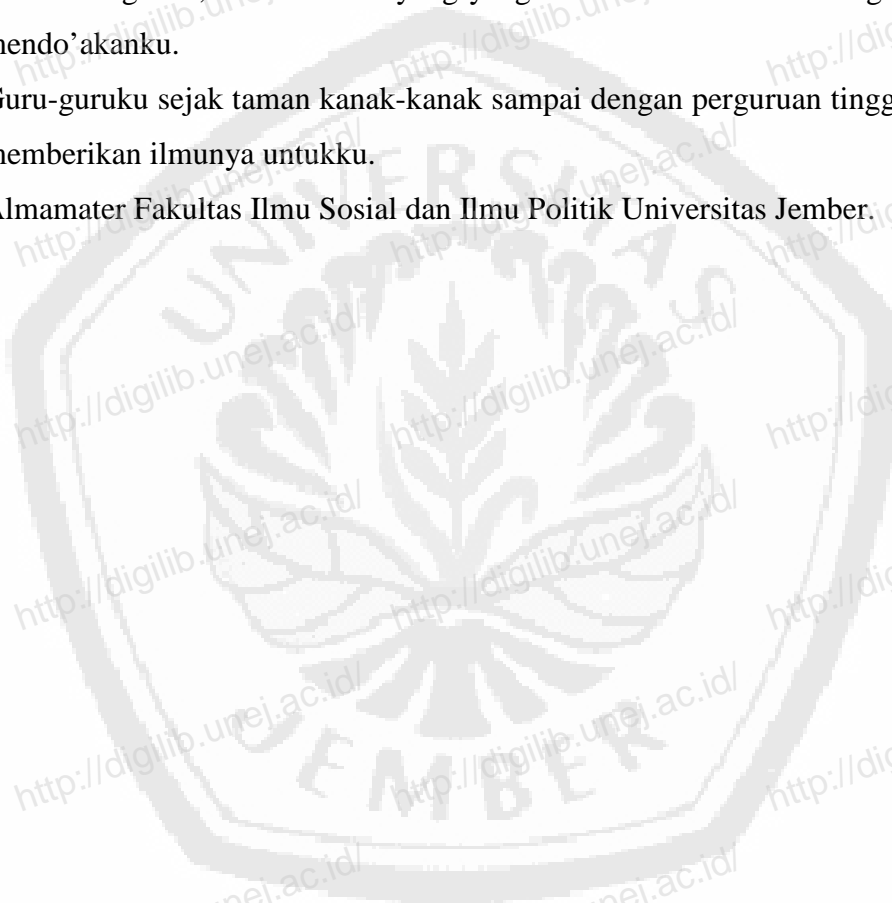
NIM: 070910202117

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

PERSEMBAHAN

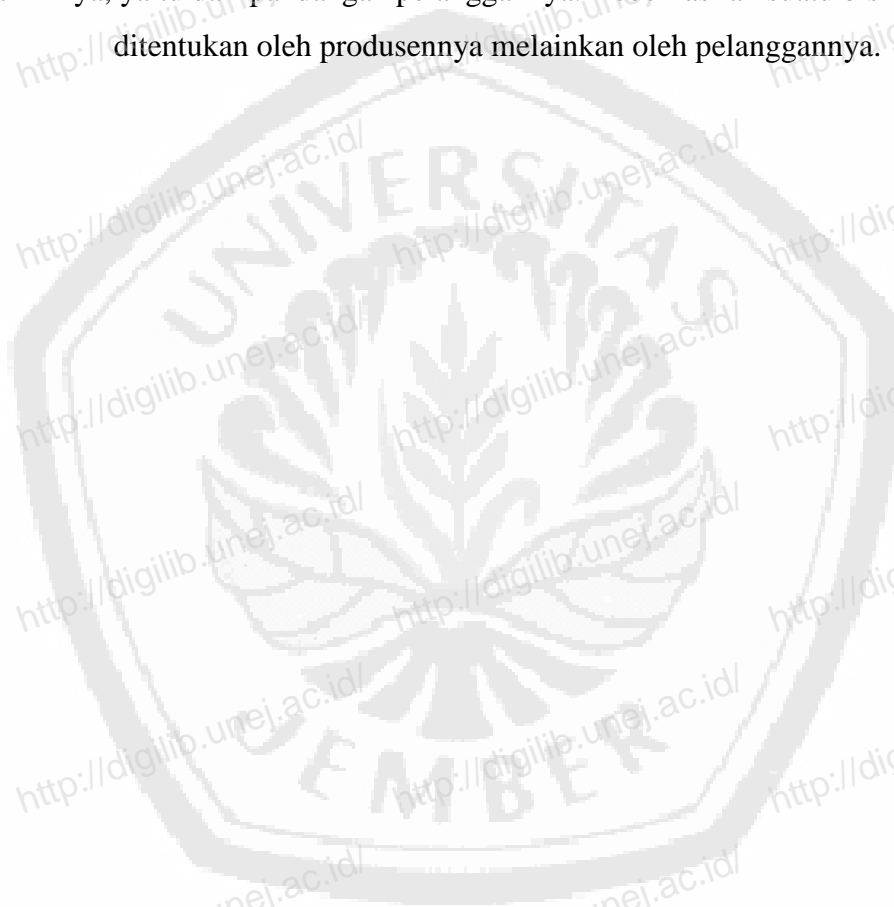
Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Mulyadi dan Susianik, ayah dan ibu yang tercinta yang telah memberikan kasih sayang, do'a dan dorongan untuk saya.
2. Ariana Maghfira, kakakku tersayang yang telah memberikan semangat dan selalu mendo'akanku.
3. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi yang telah memberikan ilmunya untukku.
4. Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.



MOTTO

Pemasaran adalah hal yang amat mendasar sehingga tidak dapat dipandang sebagai fungsi sendiri. Pemasaran adalah cara memandang seluruh perusahaan dari hasil akhirnya, yaitu dari pandangan pelanggannya. Keberhasilan suatu bisnis bukan ditentukan oleh produsennya melainkan oleh pelanggannya.



Kotler, Philip dan Susanto A.B. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: salemba Empat

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fahmi Haris

Nim : 070910202117

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul "*Penerapan Bauran Promosi Dalam Upaya Peningkatan Volume Pengunjung Obyek Wisata Pasir Putih Situbondo*" adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 11 September 2012

Yang menyatakan,

Fahmi Haris
NIM 070910202117

**PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM UPAYA PENINGKATAN
VOLUME PENGUNJUNG OBYEK WISATA PASIR PUTIH SITUBONDO**

***(THE PROMOTION MIX IMPLEMENTATION TO INCREASE VISITOR
VOLUME OF THE PASIR PUTIH SITUBONDO TOURIST OBJECT)***

SKRIPSI

Oleh

Fahmi Haris

NIM: 070910202117

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Sasongko, M.Si

Dosen Pembimbing Anggota : Yulinda DH, S.Sos, M.AB

PENGESAHAN

Skripsi berjudul *Penerapan Bauran Promosi Dalam Upaya Peningkatan Volume Pengunjung Obyek Wisata Pasir Putih Situbondo* telah di uji dan disahkan oleh Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember pada:

Hari, tanggal :Selassa, 11 September 2012

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Tim Penguji:

Ketua

Sekretaris

Drs. Didik Eko Julianto, MAB
NIP.19610700 198902 1 001

Dr. Sasongko, M.Si
NIP. 19570407 198609 1 001

Anggota:

1) Yuslinda DH, S. Sos., M.AB
NIP.19790919 200812 2 001

()

2) Drs. I Ketut Mastika, M.M
NIP.19590507 198903 1 002

()

3) Drs. Sugeng Iswono, MA
NIP. 19540202 1984031 004

()

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA,
NIP. 19520727 198103 1 003

RINGKASAN

Penerapan Bauran Promosi Dalam Upaya Peningkatan Volume Pengunjung Obyek Wisata Pasir Putih Situbondo ;Fahmi Haris, 070910202117; 2012; 73 halaman; Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Pariwisata saat ini merupakan sebuah industri hiburan yang sangat dibutuhkan oleh setiap orang di dunia ini. Keberhasilan penyelenggaraan berbagai jenis wisata yang ada, diperlukan adanya kerjasama yang baik antara pemerintah, swasta, maupun masyarakat. Persaingan dalam industri jasa khususnya pada sektor pariwisata, memaksa para manajer pemasaran untuk melakukan terobosan-terobosan baru dalam hal pengembangan obyek wisata terkait. Promosi merupakan salah satu bagian penting dalam kegiatan pemasaran. Promosi merupakan suatu alat pengenalan produk kepada masyarakat luas. Promosi adalah variabel kunci dalam rencana strategi pemasaran. Pasir Putih Situbondo merupakan salah satu obyek wisata yang melakukan kegiatan promosi, khususnya kegiatan bauran promosi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan penerapan bauran promosi yang dilakukan obyek wisata Pasir Putih Situbondo dalam upaya meningkatkan volume pengunjung. Penelitian dilakukan di lokasi obyek wisata Pasir Putih Situbondo. Adapun permasalahan dari penelitian ini adalah bagaimana penerapan bauran promosi yang dilakukan obyek wisata Pasir Putih Situbondo untuk meningkatkan volume pengunjung. Penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan metode deskriptif paradigma kualitatif melalui beberapa tahapan yaitu observasi pendahuluan, wawancara dan dokumentasi yang berkaitan dengan bauran promosi yang dilakukan Pasir Putih Situbondo.

Hasil penelitian bahwa penerapan bauran promosi bertujuan agar tetap menjaga kenaikan volume pengunjung, mempertahankan pelanggan dan menjaga *image* Obyek Wisata Pasir Putih Situbondo di masyarakat. Penerapan bauran promosi tersebut telah berpengaruh sehingga mampu meningkatkan volume pengunjung di obyek wisata Pasir Putih Situbondo. Hal tersebut dapat dijelaskan dari adanya peningkatan jumlah pengunjung yang datang ke obyek wisata Pasir Putih Situbondo.

Demi meningkatkan volume pengunjung obyek wisata Pasir Putih Situbondo, maka dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran atau masukan yang berarti bagi perusahaan agar dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan serta evaluasi dalam mengambil keputusan bagi perusahaan, khususnya dalam hal bauran promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung di Pasir Putih.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penerapan Bauran Promosi Dalam Upaya Peningkatan Bauran Promosi Obyek Wisata Pasir Putih Situbondo”. Skripsi disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Sasongko, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember;
3. Drs. Poerwanto, MA Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis dan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember dan selaku Dosen Pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan demi terselesainya penulisan skripsi ini;
4. Dr. Sasongko, M.Si selaku Dosen Pembimbing utama yang telah membeikan petunjuk dan bimbingan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
5. Yulsinda Dwi, S.Sos., M.AB selaku Dosen Pembimbing anggota yang telah memberikan pengarahan selama penulisan skripsi;
6. Drs. Didik Eko Julianto, MAB selaku dosen wali yang memberikan arahan dan bimbingan selama penulis belajar di bangku kuliah
7. Semua Dosen-Dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember, yang telah membantu dalam urusan administrasi;

8. Bapak Danial Maulana S.H direktur/pemimpin dan seluruh karyawan di Obyek Wisata Pasir Putih Situbondoyang membantu selama proses penelitian
9. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2007 Jurusan Administrasi Bisnis, teman-teman nongkrong, khususnya Anas, Moo, Inyong, Helmi, Pepeng, Mas Sapto, Adhi, Oci, Dwiki, Athfin, Teddy, Bayu, Ray, Isal, Badrun, Yopi, Gaga, Mahardi, Sya, Ommen serta para penolong (Sakinah, Alfinda, Anita, Badrid, Ulul).

Semoga bantuan dan bimbingan, semangat serta dorongan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Tiada suatu karya yang sempurna kecuali milik Allah semata, untuk itu saran dan kritik selalu penulis terima dengan senang hati untuk menyempurnakan Laporan Akhir ini. Besar harapan penulis semoga karya ini bermanfaat bagi kita semua.

Jember, 11 September 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Pemasaran	10
2.2 Pemasaran Jasa	11
2.2.1 Pengertian dan Karakteristik Jasa	11
2.2.2 Bauran Pemasaran Jasa.....	11
2.2.3 Macam - Macam Jasa	13
2.3 Promosi	14
2.4 Bauran Promosi	17

2.4.1 Personal Selling (tatap muka)	18
2.4.2 Periklanan	18
2.4.3 Promosi Penjualan	19
2.4.4 Publik Relation	20
2.4.5 Direct Marketing	21
2.5 Pariwisata	21
2.5.1 Pengertian Pariwisata dan Wisatawan	21
2.5.2 Macam – Macam Bentuk Wisata	22
2.5.3 Klasifikasi Motif Wisata	23
2.5.4 Industri Pariwisata	24
2.5.5 Wisata Alam	24
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu	25
 BAB 3. METODE PENELITIAN	 27
3.1 Tipe penelitian	27
3.2 Tahap Persiapan	28
3.3 Tahap Pengumpulan Data	32
3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data	32
3.5 Tahap Analisis Data	33
3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan	36
 BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	 37
4.1 Sejarah Obyek Wisata	37
4.1.1 Visi Obyek Wisata Pasir Putih Situbondo	37
4.1.2 Misi Obyek Wisata Pasir Putih Situbondo	38
4.2 Obyek Wisata	38
4.3 Tarif	40

4.4	Struktur Organisasi	40
4.5	Aspek Personalia	43
4.6	Kebijakan Promosi Obyek Wisata Pasir Putih Situbondo	45
	4.6.1 Aspek Bauran Promosi	45
	4.6.2 Anggaran Promosi	46
	4.6.3 Media Promosi yang Digunakan	47
	4.6.4 Lokasi Kegiatan Bauran Promosi	49
4.7	Implementasi Bauran Promosi	50
	4.7.1 Periklanan	50
	4.7.2 Promosi Penjualan	54
	4.7.1 Hubungan Masyarakat	56
4.8	Volume Pengunjung Obyek Wisata Pasir Putih Situbondo	59
4.9	Dampak Positif dan Negatif Peningkatan Volume Pengunjung Obyek Wisata Pasir Putih Situbondo	70
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN		71
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Saran	72
DAFTAR BACAAN		73
LAMPIRAN		
-		

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Volume pengunjung obyek wisata Pasir Putih tahun 2006 - 2011	6
4.1 Jumlah tenaga kerja obyek wisata Pasir Putih Situbondo.....	3
4.2 Pegawai yang mengikuti diklat	3
4.3 Volume pengunjung obyek wisata Pasir Putih tahun 2006 - 2011	6
4.4 Analisis taksonomi pada obyek wisata Pasir Putih Situbondo	61
4.5 Matrix implementasi bauran promosi obyek wisat Pasir Putih Situbondo	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar

Halaman

4.1 Struktur Organisasi 41

