

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar didunia, terdiri dari sekitar 17.000 pulau dengan garis pantai yang membentang lebih dari 95.000 kilometer.³ Keunggulan letak geografis Indonesia yang dikelilingi oleh perairan luas menjadi fondasi utama bagi kekayaan sumber daya laut. Potensi ini mencakup keindahan terumbu karang, ribuan spesies ikan, serta ekosistem laut lainnya yang berperan penting dalam menjaga keseimbangan bawah laut yang perlu di jaga dan dimanfaatkan secara. Dengan potensi alam yang dimiliki, wisata pantai menjadi salah satu pilihan utama yang mampu menarik perhatian wisatawan.

Selain menjadi destinasi wisata yang menarik, wisata pantai di Indonesia juga memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Destinasi pariwisata yang terus berkembang memberikan peluang bagi masyarakat sekitar untuk terlibat dalam berbagai sektor usaha.⁴ Pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan turut mendorong terbukanya usaha-usaha baru dan meningkatnya permintaan terhadap produk lokal, makanan khas, serta berbagai jasa wisata.

³ Muhammad Fariz Aulia, *Ancaman Serius Bagi Negara Kepulauan Terbesar di Dunia:Upaya Penyelamatan Pesisir, Laut dan Pulau Kecil Akibat Erosi Pantai dan Pencemaran Laut*, Kompasiana.com<https://www.kompasiana.com/muhammad78660/654f8bc8edff7652e73fa683/menyselamatkan-nadi-kehidupan-upaya-penyelamatan-pesisir-laut-dan-pulau-pulau-kecil>, diakses 12 Januari 2025

⁴ M.Hafidh Nashiruddin Al-Bakry, *Analisis Potensi Pariwisata Indonesia Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi: Persepsi Pedagang Lokal Terhadap Dampak Wisatawan Dalam Peningkatan Pendapatan Di Danau Toba* (2023), hal. 115.

Artinya, pariwisata tidak hanya menjadi sumber pendapatan individu, tetapi juga berkontribusi besar terhadap peningkatan kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat secara keseluruhan.

Perkembangan pariwisata pantai yang semakin meningkat perlu disertai dengan tata kelola lingkungan yang tepat guna menjaga keberlanjutan sumber daya alam. Tanpa pengelolaan yang baik, aktivitas wisata dapat berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan. Dampak tersebut dapat berupa pencemaran air laut yang berasal dari limbah wisata, hingga abrasi pantai yang disebabkan oleh pembangunan fasilitas wisata yang tidak mempertimbangkan aspek lingkungan.

Tabel 1.1
Jumlah Wisatawan Nusantara Tahun 2021-2024

Tahun	Jumlah Wisatawan Nusantara	Kenaikan
2021	603,02 juta	14,95%
2022	734,86 juta	19,82%
2023	825,80 juta	12,37%
2024	1,02 miliar	21,61%

Tabel 1.2
Jumlah Wisatawan Mancanegara Nusantara 2021-2024

Tahun	Jumlah Wisatawan Mancanegara	Kenaikan
2021	1.557.530	-61,57%
2022	5.889.031	278,10%
2023	11.677.825	98,30%
2024	13.902.420	19,05%

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), Statistik Wisatawan Nusantara dan Mancanegara Tahun 2021-2024⁵

Wisatawan nusantara dan mancanegara mengalami peningkatan yang cukup besar dari tahun 2021 hingga tahun 2024. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan tersebut menunjukkan adanya pemulihan yang cukup baik dalam sektor

⁵ Badan Pusat Statistik, “Statistik Wisatawan Nusantara dan Mancanegara”, diakses 5 Maret 2025, <https://www.bps.go.id/id>

pariwisata setelah masa pandemi COVID-19. Kondisi ini turut mendorong pemulihan dan pertumbuhan ekonomi, terutama melalui sektor pariwisata. Pariwisata memiliki peran yang penting dalam membantu pemulihan ekonomi lebih cepat, sekaligus turut mendorong pembangunan yang merata dan tetap menjaga kelestarian lingkungan.

Tabel 1.3
Persentase Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Provinsi Asal dan Jenis Kegiatan Tahun 2024

Provinsi	Wisata Bahari	Ekowisata	Wisata Sejarah/Religi
Aceh	26,88	9,60	18,45
Sumatera Utara	22,21	10,08	16,02
Sumatera Barat	17,78	10,12	11,02
Riau	16,74	9,51	14,03
Jambi	16,82	8,37	11,45
Sumatera Selatan	18,03	7,53	11,15
Bengkulu	23,89	9,79	9,38
Lampung	18,97	7,38	8,44
Kep. Bangka Belitung	22,75	10,39	9,04
Kep. Riau	23,27	7,58	13,73
DKI Jakarta	13,43	9,92	10,10
Jawa Barat	15,68	9,64	11,37
Jawa Tengah	18,43	10,06	14,52
DI Yogyakarta	17,21	13,56	13,60
Jawa Timur	20,28	13,67	14,95
Banten	14,55	9,19	12,42
Bali	13,16	11,91	13,01
Nusa Tenggara Barat	19,22	10,52	9,63
Nusa Tenggara Timur	14,10	6,36	11,39
Kalimantan Barat	19,52	7,24	9,72
Kalimantan Tengah	13,07	7,35	10,76
Kalimantan Selatan	13,95	8,57	18,51
Kalimantan Timur	15,64	8,64	10,02
Kalimantan Utara	10,47	7,00	6,24
Sulawesi Utara	16,09	9,91	7,76
Sulawesi Tengah	19,24	5,88	6,75
Sulawesi Selatan	15,51	6,98	19,72
Sulawesi Tenggara	20,38	4,71	7,37
Gorontalo	19,86	5,94	6,01
Sulawesi Barat	19,28	5,91	9,14
Maluku	19,83	8,41	9,30

Maluku Utara	22,98	6,27	6,78
Papua Barat	7,77	5,85	11,70
Papua Barat Daya	20,14	6,34	11,81
Papua	15,37	8,49	8,01
Papua Selatan	10,62	6,50	8,18
Papua Tengah	15,10	7,96	8,76

Sumber : Badan Pusat Statistik Persentase Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Provinsi Asal dan Jenis Kegiatan Wisata yang Dilakukan (persen) Tahun 2024⁶

Salah satu sektor pariwisata yang paling diminati oleh wisatawan nusantara adalah wisata bahari, khususnya destinasi pantai yang menawarkan keindahan alam, suasana menyegarkan, dan berbagai aktivitas rekreasi seperti berenang, snorkeling, dan berlayar. Wisata bahari memiliki daya tarik yang kuat karena mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan dan menenangkan bagi wisatawan. Peningkatan jumlah kunjungan tanpa diimbangi dengan pengelolaan yang bertanggung jawab dapat menyebabkan kerusakan ekosistem pesisir dan pencemaran laut yang menjadi daya tarik utama wisata bahari itu sendiri.

Pengembangan wisata bahari yang berorientasi pada keberlanjutan menjadi langkah yang sangat penting dalam menjaga kualitas dan daya tarik destinasi wisata pantai di Indonesia. Untuk mengembangkan pariwisata berkelanjutan, Kemenparekraf menetapkan empat pilar fokus yang menjadi dasar pengembangan, yaitu pengelolaan dalam bisnis pariwisata, keberlanjutan ekonomi jangka panjang yang mencakup aspek sosial dan ekonomi, pelestarian budaya (*sustainable*

⁶ Badan Pusat Statistik, “Persentase Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Provinsi Asal dan Jenis Kegiatan Wisata yang Dilakukan (persen) diakses 5 Maret 2025, <https://www.bps.go.id/id>

culture) yang harus dijaga dan dikembangkan, serta keberlanjutan lingkungan (*environment sustainability*) dalam menjaga kelestarian destinasi wisata.⁷

Keempat pilar tersebut menjadi landasan penting dalam membangun pariwisata yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga berdampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Misalnya, dalam aspek pengelolaan berkelanjutan, pelaku usaha pariwisata didorong untuk menjalankan usaha dengan cara yang efisien dan tetap ramah lingkungan. Sementara itu, keberlanjutan ekonomi berarti manfaat dari kegiatan pariwisata harus bisa dirasakan oleh masyarakat sekitar, seperti menciptakan lapangan kerja, mendukung usaha kecil, dan membantu meningkatkan kesejahteraan warga.

Dalam hal budaya, pariwisata menjadikan budaya lokal sebagai bagian penting dari daya tarik wisata. Karena itu, tradisi, seni, dan nilai-nilai lokal harus dijaga dan dilestarikan. Sedangkan dari sisi lingkungan, pengelolaan sampah, pengurangan polusi, dan menjaga alam sekitar menjadi tanggung jawab bersama agar tempat wisata tetap indah dan bisa dinikmati oleh generasi berikutnya. Keempat pilar tersebut saling melengkapi dan tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Jika hanya satu atau dua pilar yang diperhatikan, maka tujuan pariwisata tidak akan tercapai secara menyeluruh.

⁷ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Gerakan “Kita Mulai Sekarang” Upaya Mendukung Sustainable Tourism* <https://kemenpar.go.id/kebijakan/gerakan-kita-mulai-sekarang-upaya-mendukung-sustainable-tourism>, diakses 8 Januari 2025.

Penerapan keempat pilar secara konsisten membuat wisata bahari, terutama wisata pantai, dapat berkembang menjadi destinasi yang tidak hanya indah, tetapi juga bertanggung jawab terhadap lingkungan, budaya, sosial, dan ekonomi. Aktivitas pariwisata bahari sangat tergantung pada kondisi sumber daya alam yang mudah terpengaruh oleh perubahan maupun campur tangan manusia.⁸ Oleh karena itu, pengelolaan yang baik dan berkelanjutan menjadi kunci utama untuk menjaga kelestarian sumber daya alam tersebut agar wisata bahari dapat terus berkembang dan memberikan manfaat jangka panjang.

Salah satu daerah yang memiliki potensi wisata bahari yang besar adalah Kabupaten Trenggalek, yang kaya akan keindahan pantai dan kekayaan alam pesisir yang menarik untuk dikembangkan.⁹ Kabupaten Trenggalek memiliki berbagai destinasi pantai yang menarik dengan pemandangan alam yang indah, seperti pasir putih, ombak yang cocok untuk aktivitas berselancar, serta ekosistem pesisir yang masih terjaga dengan baik. Selain keindahan alam, daerah ini juga memiliki nilai budaya dan tradisi lokal yang khas, yang dapat menjadi daya tarik tambahan bagi para wisatawan.

Tingginya minat wisatawan terhadap destinasi bahari di Trenggalek menjadi salah satu indikator penting dalam menilai potensi sektor pariwisata daerah. Hal ini tercermin dari data kunjungan wisatawan pada tahun 2024 yang menunjukkan

⁸ Joko Triyono dan Dwi Yoso Nugroho, *Pengembangan Ekowisata Bahari Pantai Karang Jahe Melalui Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan*, *Metta: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, Vol. 3, No. 3 (2023), hal.347.

⁹ Detik Jatim, *Eksplorasi Pulau-pulau Menarik di Provinsi Jawa Timur*, Detik, diakses 11 Maret 2025, <https://www.detik.com/jatim/wisata/d-7633000/eksplorasi-pulau-pulau-menarik-di-provinsi-jawa-timur>

antusiasme masyarakat untuk berwisata ke berbagai destinasi di Kabupaten Trenggalek. Berikut merupakan data kunjungan wisatawan ke berbagai destinasi wisata pantai di Kabupaten Trenggalek pada tahun 2024:

Tabel 1 4
Data Kunjungan Destinasi Wisata Kabupaten Trenggalek Tahun 2024

Destinasi Wisata	Jumlah Pengunjung
Pantai Pelang	32.304
Pantai Prigi	55.308
Pantai Karanggongso	387.139
Pantai Mutiara	445.743
Pantai Kebo	7.451

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek, 2024¹⁰

Kabupaten Trenggalek memiliki beragam destinasi wisata pantai yang menarik dengan karakteristik khas yang dapat dikembangkan lebih optimal dalam sektor pariwisata. Keunikan masing-masing destinasi tersebut menjadi potensi strategis untuk meningkatkan daya tarik wisata sekaligus mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal. Salah satu destinasi yang terdapat di Trenggalek adalah Pantai Mutiara, yang menawarkan pemandangan alam yang indah serta fasilitas pendukung yang memadai, sehingga memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi salah satu destinasi wisata unggulan di wilayah tersebut.

Peningkatan jumlah wisatawan ini juga tidak terlepas dari perbaikan infrastruktur yang dilakukan. Salah satu langkah strategis dalam pengembangan infrastruktur pariwisata di Trenggalek adalah pembangunan serta pemeliharaan Jalan Lintas Selatan (JLS). Jalan ini berperan penting sebagai penghubung utama

¹⁰ Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek, *Data Kunjungan Destinasi Wisata Tahun 2024*, diakses 20 Januari 2025, <https://satudata.trenggalekkab.go.id/dataset/415/2024/data-kunjungan-destinasi-wisata>

antara berbagai destinasi wisata yang terletak di sepanjang pesisir selatan kabupaten tersebut. Dengan keberadaan JLS, akses menuju kawasan pantai menjadi lebih mudah dan nyaman bagi para wisatawan, sehingga perjalanan dapat berjalan lancar dan kunjungan wisatawan meningkat.¹¹ Dampaknya, perkembangan sektor pariwisata di Trenggalek dapat berlangsung lebih cepat dan memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal serta peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Salah satu pantai yang mendapat manfaat langsung dari perbaikan akses tersebut adalah Pantai Mutiara. Peningkatan kelancaran dan kenyamanan perjalanan menjadikan Pantai Mutiara lebih mudah dijangkau oleh berbagai kalangan wisatawan, baik lokal maupun dari luar daerah. Kondisi ini meningkatkan daya tarik destinasi sebagai pilihan wisata yang nyaman dan praktis. Akibatnya, minat kunjungan ke Pantai Mutiara terus mengalami peningkatan, yang kemudian membuka peluang bagi pengembangan fasilitas pariwisata serta pelayanan yang lebih baik guna memenuhi kebutuhan wisatawan.

Tabel 1.5
Data Kunjungan Pantai Mutiara Tahun 2021-2024

Tahun Kunjungan	Jumlah Pengunjung
2020	80.930
2021	50.754
2022	114.851
2023	268.488
2024	437.555

¹¹ Thufailah Nafiisah Bilqis et al., *The Impact of Infrastructure Development in Southern Trenggalek to Natural Tourism Attraction*, 9th International Seminar of Research Month 2024, NST Proceedings, Volume 2025, hlm. 222–229.

Sumber : Data Internal Pengelola Pantai Mutiara, 2024¹²

Berdasarkan data kunjungan wisatawan ke Pantai Mutiara dalam lima tahun terakhir, terlihat adanya peningkatan jumlah pengunjung secara konsisten setiap tahunnya. Peningkatan tersebut menjadi bukti bahwa jumlah wisatawan mengalami pertumbuhan yang stabil. Keindahan alam yang ditawarkan oleh Pantai Mutiara, seperti pasir putih, air yang jernih, dan panorama yang memukau, menjadi alasan utama mengapa pantai ini terus mengalami pertumbuhan jumlah pengunjung. Selain itu, peningkatan ini juga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah peran digital marketing yang semakin efektif dalam mempromosikan destinasi wisata.

Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan berbagai media digital untuk menyampaikan informasi mengenai produk, jasa, atau destinasi wisata kepada masyarakat luas.¹³ Strategi ini bekerja secara efektif dan efisien karena dapat menjangkau target wisatawan dalam waktu singkat tanpa adanya batasan. Selain itu, digital marketing juga menghadirkan interaksi langsung antara pengelola dan calon wisatawan, sehingga membangun kepercayaan dan meningkatkan minat kunjungan melalui penyampaian informasi yang lengkap dan menarik.

¹² Pengelola Pantai Mutiara, *Data Kunjungan Wisata Pantai Mutiara Tahun 2020–2024*.

¹³ Sulistyio Budi Utomo, *Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Memperkenalkan Kawasan Wisata Jalan Tunjungan di Surabaya*, *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, Volume 3 Nomor 2 (2023), hal. 450.

Pantai Mutiara merupakan salah satu destinasi wisata yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal, terutama dalam hal menarik minat wisatawan. Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah masih minimnya penerapan strategi pemasaran berbasis digital. Akibatnya, informasi mengenai daya tarik Pantai Mutiara belum tersebar luas, sehingga jumlah kunjungan wisatawan masih belum maksimal. Meskipun sudah terdapat upaya promosi secara digital, pemanfaatannya belum menyeluruh dan belum menggunakan berbagai fitur digital marketing secara optimal. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat peluang besar untuk mengembangkan promosi yang lebih efektif dan terencana melalui strategi digital marketing. Dengan optimalisasi strategi ini, diharapkan Pantai Mutiara dapat menarik lebih banyak wisatawan dan mendukung pertumbuhan pariwisata.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin mendalami lebih lanjut bagaimana optimalisasi digital marketing dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Mutiara. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan model pemasaran digital yang tidak hanya meningkatkan kunjungan, tetapi juga mendukung keberlanjutan ekowisata di Pantai Mutiara, sehingga kelestarian pantai dapat terjaga dalam jangka panjang. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Optimalisasi Digital Marketing sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Jumlah Wisatawan pada Pantai Mutiara Kabupaten Trenggalek.”**

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti merumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana peran media sosial berperan dalam proses pencarian informasi (*Search*) wisatawan tentang Pantai Mutiara?
2. Bagaimana konten digital dapat dioptimalkan untuk mendorong wisatawan melakukan kunjungan langsung (*Action*) ke Pantai Mutiara?
3. Bagaimana wisatawan berbagi pengalaman (*Share*) dan merekomendasikan Pantai Mutiara setelah kunjungan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka dapat diketahui tujuan dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis peran media sosial dalam memengaruhi proses pencarian informasi (*Search*) wisatawan mengenai Pantai Mutiara
2. Untuk mengetahui strategi konten digital yang dapat dioptimalkan untuk mendorong wisatawan melakukan kunjungan langsung (*Action*) di Pantai Mutiara
3. Untuk mengidentifikasi bagaimana wisatawan berbagi pengalaman dan merekomendasikan (*Share*) Pantai Mutiara setelah kunjungan

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, sebagaimana dijelaskan berikut ini:

1. Secara teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori, khususnya dalam bidang promosi pariwisata berbasis digital. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas peran media digital dalam sektor pariwisata lokal.

2. Secara praktis

a. Bagi Pengelola Pantai Mutiara Kabupaten Trenggalek

Penelitian ini dapat menjadi acuan dalam memahami efektivitas berbagai media promosi yang telah digunakan serta sebagai dasar untuk mengevaluasi dan menyusun strategi promosi yang lebih tepat sasaran, inovatif, dan sesuai dengan perkembangan perilaku wisatawan di era digital.

b. Bagi Wisatawan

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemudahan dalam memperoleh informasi yang relevan dan menarik mengenai Pantai Mutiara melalui media digital. Dengan strategi promosi yang lebih optimal, wisatawan dapat merencanakan kunjungan dengan lebih baik serta memiliki gambaran yang lebih jelas mengenai potensi dan daya tarik destinasi.

c. Bagi Industri Pariwisata

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi strategis bagi industri pariwisata dalam mengembangkan pendekatan pemasaran terhadap perkembangan teknologi digital. Selain itu, strategi ini juga diharapkan

mampu meningkatkan daya saing pelaku industri pariwisata dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin kompetitif.

d. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat mendorong peningkatan partisipasi dalam kegiatan pariwisata melalui pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi bersama. Optimalisasi promosi diharapkan mampu membuka peluang ekonomi baru, memperluas jangkauan produk lokal, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya peran masyarakat dalam pengembangan citra positif destinasi wisata.

e. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan dasar bagi peneliti di masa mendatang yang tertarik mengkaji lebih lanjut mengenai pemanfaatan pemasaran digital di sektor pariwisata, di mana cakupan tersebut belum sepenuhnya termuat dalam penelitian ini karena keterbatasan yang ada.

E. Penegasan Istilah

Penegasan istilah bertujuan untuk memberikan penjelasan yang tepat agar menghindari kesalahan penafsiran dan kesalahpahaman terhadap judul penelitian ini. Penegasan istilah dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Secara Konseptual

Secara konseptual, penegasan istilah dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan definisi operasional yang jelas terhadap konsep-konsep kunci

yang digunakan. Istilah-istilah penting yang akan ditegaskan adalah sebagai berikut:

a. Optimalisasi

Optimalisasi merupakan suatu kondisi yang menunjukkan tingkat paling ideal atau paling menguntungkan yang dapat dicapai dalam suatu proses atau kegiatan.¹⁴ Dalam konteks pemasaran digital, kondisi optimum berarti tercapainya hasil maksimal dari strategi yang diterapkan, baik dari segi jangkauan audiens, peningkatan minat wisatawan, hingga terjadinya kunjungan ke destinasi wisata. Dengan demikian, upaya optimalisasi bertujuan untuk mendekatkan strategi yang dijalankan pada titik terbaiknya agar memberikan dampak yang signifikan terhadap tujuan yang ingin dicapai.

b. Digital Marketing

Digital marketing adalah bentuk pemasaran yang lebih luas dari pemasaran konvensional karena tidak hanya memanfaatkan media digital, tetapi juga mencakup pengelolaan data pelanggan secara digital. Dengan pendekatan ini, pelaku usaha dapat memahami perilaku konsumen melalui data yang dikumpulkan secara digital, seperti preferensi dan respons konsumen. Informasi tersebut kemudian digunakan untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik target pemasaran.

¹⁴ Jurisman Kadji, *Optimalisasi Tata Kelola Sektor Pariwisata di Kabupaten Gorontalo, Ad'ministrare: Jurnal Administrasi dan Manajemen*, Volume 2 Nomor 1 (2015), hal. 2.

c. Media Promosi

Promosi merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang berfungsi untuk menyampaikan informasi mengenai suatu produk kepada konsumen.¹⁵ Selain memberikan informasi, promosi juga berperan dalam membujuk konsumen untuk mencoba produk tersebut. Di samping itu, promosi dapat memperkuat ingatan konsumen terhadap produk dan mendorong terciptanya nilai tambah, seperti meningkatnya minat dan loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

d. Kunjungan Wisatawan

Kunjungan wisatawan merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang ke suatu destinasi wisata di luar tempat tinggalnya untuk jangka waktu sementara dengan tujuan berwisata, Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata, sedangkan daya tarik wisata merupakan sasaran atau tujuan dari kunjungan wisatawan.

Selain itu, menurut Pitnatri, istilah kunjungan wisatawan digunakan untuk menggambarkan tingkat dan jumlah kedatangan wisatawan ke suatu destinasi,¹⁶ yang menjadi indikator penting dalam menilai tingkat aktivitas kepariwisataan di daerah tersebut. Sehingga, kunjungan wisatawan dapat

¹⁵ Ramsiah Tasruddin, *Tren Media Online Sebagai Media Promosi*, Jurnal Mercusuar, Vol. 2 No. 1 (2021), hal. 19.

¹⁶

diartikan sebagai ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi minat dan mobilitas wisatawan terhadap suatu daya tarik wisata.

2. Secara Operasional

Berdasarkan penegasan konseptual di atas, maka yang dimaksud dengan “Optimalisasi Digital Marketing sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Jumlah Wisatawan pada Pantai Mutiara Kabupaten Trenggalek” adalah upaya yang dilakukan untuk memaksimalkan penggunaan strategi pemasaran digital sebagai sarana promosi destinasi wisata Pantai Mutiara. Penelitian ini berfokus pada bagaimana penerapan digital marketing, seperti pemanfaatan media sosial yang dapat berperan dalam menarik minat serta meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Mutiara.

Secara operasional, penelitian ini mengkaji efektivitas kegiatan promosi yang dilakukan secara digital oleh pengelola maupun pihak terkait dalam memperkenalkan daya tarik wisata Pantai Mutiara kepada masyarakat luas. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami sejauh mana strategi digital marketing mampu memberikan dampak terhadap peningkatan kunjungan wisatawan, baik wisatawan lokal maupun dari luar daerah, sebagai salah satu bentuk penguatan promosi wisata di Kabupaten Trenggalek.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai alur pembahasan dalam penelitian. Sistematika ini bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dan arah penelitian yang dilakukan. Adapun sistematika pembahasan yang akan disajikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I, mencakup konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II, berisi landasan teoretis yang relevan dengan topik penelitian, yaitu Optimalisasi Digital Marketing sebagai Media Promosi. Pembahasan meliputi kajian konsep optimalisasi, digital marketing, dan media promosi, serta tinjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan, dan kerangka paradigma penelitian yang digunakan.

BAB III, menjelaskan secara rinci pendekatan dan jenis penelitian yang diterapkan, lokasi pelaksanaan penelitian, peran dan kehadiran peneliti, identifikasi data dan sumber data, teknik pengumpulan data yang digunakan, metode analisis data, prosedur pengecekan keabsahan temuan, serta tahapan-tahapan penelitian yang dilalui.

BAB IV, menyajikan deskripsi data yang telah terkumpul dan memaparkan temuan-temuan penting yang diperoleh dari lapangan.

BAB V, memuat interpretasi dan analisis mendalam terhadap data yang telah disajikan, serta pembahasan hasil penelitian dalam kaitannya dengan teori dan penelitian terdahulu.

BAB VI, berisi ringkasan temuan penelitian dalam bentuk kesimpulan, diikuti dengan pemberian saran atau rekomendasi berdasarkan hasil penelitian