

**PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP PENINGKATAN
KUNJUNGAN WISATAWAN KE PANTAI PULAU MERAH
BANYUWANGI**

ARTIKEL ILMIAH

Disiapkan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Disusun oleh:

Nama : Alfian Fadillah
NIM : 205634
Program Studi : Pariwisata
Jenjang : Strata satu / S-1

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO
YOGYAKARTA
2024**

ABSTRAK

Pantai pulau merah merupakan objek wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan. Dengan keindahan sunrise yang terkenal indah dan bagus sehingga banyak dikunjungi oleh para wisatawan lokal bahkan mancanegara. Namun pada 2019 kunjungan wisata mengalami penurunan akibat pandemi covid 19. Akan tetapi, pada tahun 2021 wisata ini mengalami peningkatan kembali. Hal ini disebabkan dengan salah satu faktor yaitu pengaruh digital marketing. Berdasarkan data tersebut penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian sejauh mana pengaruh digital marketing terhadap kenaikan kunjungan wisatawan ke pantai Pulau Merah Banyuwangi. Metode yang akan digunakan ialah deskriptif-kuantitatif. Pertama kami melakukan pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner kepada 113 Responden kemudian setelah data dikumpulkan, untuk menghasilkan data yang akurat penulis menggunakan teknik analisis data regresi linear sederhana meliputi, uji asumsi klasik, dan koefisien determinasi. Setelah dilakukan analisis data menunjukkan bahwa digital marketing memang memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisatawan ke Pantai pulau merah Banyuwangi.

Kata Kunci: Pantai pulau merah, peningkatan kunjungan, digital marketing.

ABSTRACT

Pulau merah beach is a tourist attraction that is visited by many tourists. With the beauty of sunrise which is famous for being beautiful and good, it is visited by many local and foreign tourist. but in 2019 tourist visits decreased due to the covid 19 pandemic. However, in 2021 this tour experienced an increase again. This is due to one factor, namely the influence of digital marketing. Based on this data, the authors are interested in conducting research on the extent to which digital marketing influences the increase in tourist visits to pulau merah beach in Banyuwangi. The method to be used is descriptive-quantitative. First we collected data by distributing questionnaires to 113 respondents then after the data was collected, To produce accurate data, the authors use simple linear regression data analysis techniques including, classical assumption tests, and determination coefficients. After analyzing the data, it shows that digital marketing does have a very significant influence on increasing tourist visits to pulau merah Beach in Banyuwangi .

Keywords : Pulau Merah beach, increased visit, digital marketing

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi dari internet menyebabkan perubahan gaya hidup manusia. Perubahan yang dimaksud adalah manusia tidak terlepas dari namanya teknologi dan internet yang berkemungkinan besar setiap orang menggunakan media digital untuk memudahkan penyebaran informasi. Hal ini dikarenakan penggunaan media digital sebagai penyebaran informasi yang bersifat tanpa batas dan dapat di jangkau setiap kalangan dari penjuru dunia. Media digital sangat efektif untuk menyebarkan informasi dan mempromosikan satu produk maupun jasa dengan harapan mampu menjangkau target pasar yang diinginkan. Tentunya hal ini memiliki potensi yang sangat besar daripada cara yang konvensional.

Digital marketing adalah penggunaan internet dan teknologi informasi untuk memperluas target pasar dan meningkatkan fungsi marketing tradisional (Lucyantoro and Rachmansyah 2017). Definisi digital marketing berkaitan dengan metode pemasaran secara media digital dan cara yang konvensional. Pemasaran melalui media digital lebih efektif dibandingkan dengan cara yang konvensional. Efektifitas itu dapat dilihat dari segi biaya dan waktu, pemasaran melalui digital marketing memiliki biaya yang lumayan rendah dan memiliki jangkauan pasar yang lebih besar tanpa harus membuang banyak waktu untuk mempromosikan produk secara *offline*.

Digital marketing memiliki cakupan yang sangat luas, hal ini disebabkan penggunaan teknologi melalui multimedia dengan kapasitas yang besar. Adapun aktifitas digital marketing meliputi penggunaan media sosial seperti, *Instagram, facebook, tiktok. Website* juga termasuk aktifitas dari digital marketing. Peluang penggunaan digital marketing di Indonesia cukup besar. Bisa di lihat dari jumlah pengguna internet di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil laporan pada tahun 2020 yang menunjukkan bahwa, sebagai negara dengan jumlah penduduk tertinggi ke-4 di dunia memiliki 64% pengguna internet dari total populasi di Indonesia pada tahun 2020 (Stefanny and Tiara 2021).

Pemanfaatan digital marketing khususnya sosial media sangat berpengaruh bagi industri pariwisata di Indonesia, hal ini dapat dibuktikan dengan data jumlah kunjungan wisatawan di Indonesia berkembang pesat. Menurut informasi dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, hingga bulan Agustus 2022, terdapat lebih dari 510.246 kunjungan wisatawan yang telah tercatat di Indonesia (Feli Rabilla Putri et al. 2022). Faktor penyebab meningkatnya kunjungan wisatawan ialah strategi promosi kementerian pariwisata secara besar-besaran. Kementerian pariwisata seharusnya sudah mulai mempromosikan pariwisata di Indonesia melalui digital marketing. Pengelola industri pariwisata dapat melakukan promosi melalui digital marketing karena sebagai besar masyarakat tidak terlepas dari gadget yang terhubung dengan internet yang dimana penyebaran informasi sangat cepat sehingga model promosi seperti ini sangat relevan.

Banyuwangi ialah salah satu kabupaten yang berada di Jawa Timur, Indonesia Kabupaten ini terletak paling Timur pulau Jawa dan memiliki luas wilayah 5.782,50 km² (Risdarani et al. 2021). Kabupaten Banyuwangi dikenal dengan julukan “*sunrise van java*”, yang menggambarkan bahwa tempat terbitnya matahari pertama di pulau Jawa. Kabupaten Banyuwangi menawarkan berbagai jenis Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) yang beragam, berupa laut, pegunungan, hutan/taman nasional dan lainnya (Jajang, Yulisetiari, and Hadi 2018), sehingga Banyuwangi memiliki potensi yang sangat besar di bidang pariwisata.

Pantai Pulau Merah adalah pantai yang memiliki pasir berwarna putih yang membentang sepanjang 3 kilometer dari bibir pantai. Keunikan dari pantai ini terletak pada pemandangan pulau yang ada di dekat bibir pantai. Pulau ini seperti bukit yang memiliki tanah berwarna merah, hampir seluruh permukaannya tertutup oleh vegetasi hijau, sehingga dari kejauhan yang terlihat adalah bukit hijau, yang keindahannya dapat dinikmati dikala senja datang. Pantai ini memiliki ombak yang tinggi dan cenderung stabil sehingga hal tersebut membuat pantai ini menjadi tempat favorit bagi wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berselancar.

Berikut tabel kunjungan wisatawan ke Pantai Pulau Merah Banyuwangi :

Bulan	2017	2018	2019	2020
Januari	33.239	15.436	15.511	15.543
Februari	13.488	12.380	12.540	12.452

Maret	16.697	13.423	7.550	6.098
April	22.386	12.452	12.452	Tutup
Mei	14.187	11.352	14.295	Tutup
Juni	30.437	15.785	13.423	Tutup
Juli	48.437	14.296	15.785	13.203
Agustus	25.538	7.550	11.352	20.851
September	18.774	6.571	6.678	13.001
Oktober	16.916	13.790	14.380	14.336
November	13.774	15.676	14.008	15.416
Desember	17.435	34.754	31.283	21.780
total	271.308	173.464	169.257	132.680

Sumber : pengelola objek wisata banyuwangi

Berdasarkan data jumlah pengunjung tersebut objek wisata Pulau Merah Banyuwangi mengalami penurunan. Penurunan jumlah pengunjung tersebut disebabkan adanya wabah pandemi covid 19. Sehingga pemerintah membuat kebijakan untuk mengurangi korban covid 19. Kebijakan yang paling berdampak ialah sektor pariwisata yaitu ditutupnya akses wisatawan internasional dan luar kabupaten Banyuwangi. Sehingga selama pandemi covid 19 pengunjung Pantai Pulau Merah hanya wisatawan domestik dari Kabupaten Banyuwangi saja

Salah satu cara yang dilakukan untuk mempromosikan wisata Pantai Pulau Merah ialah dengan digital marketing yaitu sosial media yang tentunya akan mempengaruhi jumlah kunjungan ke Pantai Pulau Merah. Digital marketing

sudah seharusnya digunakan oleh para pengelola objek wisata Pantai Pulau Merah, dilihat dari segi gaya hidup masyarakat sekarang hampir semua kalangan menggunakan *handphone*. Pada saat ini digital marketing melalui media sosial seperti *facebook*, *Instagram*, *twiter*, *website* dan media sosial lainnya sudah banyak di gunakan oleh para pengelola pariwisata dan wisatawan, tentunya hal ini dapat mempermudah mereka meberikan atau mendapatkan informasi mengenai objek wisata yang ingin mereka tuju.

Berdasarkan wacana di atas peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh digital marketing terhadap peningkatan kunjungan wisatawan ke Pantai Pulau Merah Banyuwangi karena belum ada tema ini dalam penelitian sebelumnya. Tujuan dari penelitian ini ialah ingin mengetahui digital marketing apa saja yang digunakan oleh pengelola objek wisata Pantai Pulau Merah dan sejauh mana digital marketing mempengaruhi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Pulau Merah. Dengan demikian, penulis artikel ilmiah ini mengambil penelitian dengan metode deskriptif kuantitatif, data diperoleh melalui menyebarkan kuisioner kepada para pengunjung atau seseorang yang pernah berkunjung ke Pantai Pulau Merah.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah digital marketing mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan ke Pantai Pulau Merah?
- b. seberapa besar pengaruh digital marketing mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan ke Pantai pulau merah?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah digital marketing mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan wisata Pantai Pulau Merah Banyuwangi.
- b. Ingin melihat seberapa besar digital marketing mempengaruhi peningkatan kunjungan wisatawan di Pantai Pulau Merah Banyuwangi.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat bagi peneliti untuk mendapatkan gelar S1 di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo.
- b. Manfaat bagi pembaca agar pembaca mendapat pandangan lebih dalam terhadap wisata Pantai Pulau Merah Banyuwangi
- c. Manfaat bagi pengelola ialah agar pengelola dapat mengembangkan promosi wisata Pantai Pulau Merah melalui digital marketing agar dapat meningkatkan kunjungan wisatawan.
- d. Manfaat bagi peneliti selanjutnya, di harapkan hasil penelitian ini bisa menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya dan mengembangkan penelitian dengan tema serupa maupun objek wisata yang sama di kemudian hari.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan artikel ilmiah ini disusun dan terbagi dari beberapa bagian. Untuk memudahkan dalam melihat dan memahami artikel ilmiah ini berikut bagian-bagiannya:

BAB 1 PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang
- 1.2 Rumusan Masalah
- 1.3 Tujuan Penelitian
- 1.4 Manfaat Penelitian
- 1.5 Sistematika Penulisan

BAB II KAJIAN LITERATUR DAN KAJIAN TEORI

- 2.1 Kajian Literatur
- 2.2 Kajian Teori
- 2.3 Hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

- 3.1 Jenis Penelitian
- 3.2 Tempat dan Waktu Penelitian
- 3.3 Populasi dan Sampel
- 3.4 Instrumen Penelitian
- 3.5 Teknik Pengumpulan Data
- 3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas
- 3.7 Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

- 4.1 Gambaran Umum Objek wisata
- 4.2 Deskriptif Responden
- 4.3 Uji Validitas & Uji Realibitas
- 4.4 Tehnik Analisis Data

4.5 Uji Hipotesis Penelitian

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

5.2 Saran

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada penelitian yang telah selesai dilakukan yaitu pengaruh digital marketing terhadap peningkatan kunjungan wisatawan kepantai pulau merah Banyuwangi. Dengan adanya promosi melalui digital marketing sangat berpengaruh terhadap peningkatan kunjungan wisatawan. Sehingga, semakin banyak promosi yang dilakukan melalui digital marketing maka, akan semakin meningkat jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Pantai pulau merah Banyuwangi.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini diharapkan bagi pengelola objek wisata Pantai pulau merah Banyuwangi terus mengembangkan strategi marketing melalui digital marketing agar objek wisata ini lebih dikenal banyak orang sehingga akan meningkatkan kunjungan yang lebih banyak lagi. Bagi para peneliti diharapkan nantinya penelitian yang sudah dilakukan ini dapat menambah sumber informasi bagi teman – teman dan dapat dikembangkan lebih detail Kembali

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, Riyan. 2020. "E-Book Digital Marketing Content." *E-Book Digital Marketing*: 14.
- Abdullah, Prof. Ma'ruf. 2015. *Aswaja Pressindo Living in the World That Is Fit for Habitation : CCI's Ecumenical and Religious Relationships*.
- Ali, Muhson. 2016. "Teknik Analisis Kualitatif." *Makalah Teknik Analisis II*: 1–7. <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pendidikan/Analisis+Kuantitatif.pdf>.
- Anastasia, Reni et al. 2023. "Pengaruh Relationship Marketing Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue Makassar." 5(2): 13–37. <https://ejurnal.uniyos.ac.id/index.php/ysej-server/user/register?source=>.
- Aulia, Rizka et al. 2024. "Lingkungan Pemasaran Global (Luar Negeri) Ekonomi Dan Keuangan." 9(204): 29–37.
- Fauziah, Disa Salsabila, and Dinda Bella Pramita. 2018. "Pengaruh Manajemen Keselamatan Terhadap Kepuasan Wisatawan." (0274): 1–6.
- Feli Rabilla Putri et al. 2022. "Pengaruh Pariwisata Terhadap Petumbuhan Ekonomi Di Indonesia Tahun 2019-2021." *ILTIZAMAT: Journal of economic sharia law and business studies* 2(1): 195–203.
- Ghozali. 2018. "Uji Validitas Dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik."
- Hamiseno, Dading Yudis, Daniel Setiawan, and Geger Jaka Kiswara. 2023. "Analisis Validitas Database Stock Opname Bmp Guna Mendukung Kebutuhan Bmp Jatah Darat Di Stasiun Pengisian Bahan Bakar Tni (Spbt) Mabesal." *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business* 6(4): 920–32.
- Harnita, Ayu, Makmur Kambolong, and Muh Yusuf. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Horison Kendari." *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis* 1(2): 302.
- Imran, Dahlil, and Nur Hidayat Sardini. 2022. "Bayang Otoritarianisme Digital: Analisis Rkuhp Kehormatan Penyelenggara Negara Dan Kebebasan Menyatakan Pendapat." *Jurnal Education and Development* 11(1): 24–30.
- Jajang, Mohamad, Diah Yulisetiari, and P Hadi. 2018. "Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Pengunjung

- Objek Wisata Pantai Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi (Analysis Of Customer Satisfaction On Quality Of Service In Tourism Beach Red Island Visitor District Banyuwangi).” *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* V(1): 189–93.
- Kanom, & Darmawan, Radhi Nanang. 2021. “Strategi Pengembangan Pantai Pulau Merah Banyuwangi Sebagai.” *Open Journal Systems. ejurnal.binawakya* 16(5): 6851–72. <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>.
- Kurniawati, Risa Amalia, Natasya Shaherani, and Basuhnami Lena Leopold. 2022. “280-Article Text-1158-1-10-20220630.” 16(1): 52–60.
- Lucyantoro, Bagas Ilham, and Moch Rizaldy Rachmansyah. 2017. “Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di MyBCA Ciputra World Surabaya).” *Jurnal ilmiah manajemen, ekonomi bisnis, kewirausahaan* 5(1): 38–57.
- Madafuri, Bintang. 2018. “Pengaruh Attraction, Amenities, Dan Accessibilities Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan Pada Pantai Pulau Merah Di Kabupaten Banyuwangi.” : 1–114.
- Nugroho, Fuad Hardi, Indah Widiya Ningsih, Eny Wahyuni, and Iskandar Ahmaddien. 2020. “Analisis Pengaruh Pandemi Dan Pembelajaran Secara Daring Terhadap Prestasi Melalui Variabel Intervening Keadaan Ekonomi Mahasiswa Universitas Sangga Buana Ypkp Bandung.” *Jurnal EBI* 2(2): 11–19.
- Pitri, Tedi. 2023. “The Effect of Marketing Strategy on Purchasing Decisions.” *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 1(2): 87–98. <https://ip2i.org/jip/index.php/>.
- Pranandika, Irvan Agy, and Jaeni Jaeni. 2023. “Peran Tax Amnesty Sebagai Pemoderasi Pada Sanksi Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Pada UMKM Kota Semarang).” *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 7(1): 217.
- Pujaastwa, Ida Bagus Gde. 2016. “Teknik Wawancara Dan Observasi Untuk Pengumpulan Bahan Informasi.” : 1–11.
- Purwanti, Novi Dwi, and Retno Mustika Dewi. 2014. “Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Mojokerto Tahun 2006-2013.” *Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya* 2(3): 1–12.
- Riki et al. 2023. “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peranan Sebagai

- Sarana Komunikasi Dan Promosi Produk.” *Jurnal Cafeteria* 4(1): 98–105.
- Risdarani, Yucha, Giofani Ginolla Ardiyanto, Elan Artono Nurdin, and Era Iswara Pangastuti. 2021. “Analisis Daya Tarik Wisata Pulau Merah Sebagai Objek Wisata Berbasis Alam.” *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial (JIHIS)* 1(11): 1159–66.
- Rival, Muhammad. 2023. “Karakteristik Wisatawan Mancanegara Di Industri Perhotelan.” *Jurnal Pariwisata Bunda* 3(2): 1–17.
- Shofiyah, N. 2019. “Uji Instrumen.” *Gastronomía ecuatoriana y turismo local*. 1(69): 5–24.
- Stefanny, Vanessa, and Beby Tiara. 2021. “Overview Perbandingan Jumlah User Fintech (Peer-To-Peer Lending) Dengan Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19.” *Insan Pembangunan Sistem Informasi dan Komputer (IPSIKOM)* 9(1): 134–41.
- Suwarti Suwarti, and Hani Krisnawati. 2019. “Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan Sebagai Daya Tarik Wisata Pantai Marina Semarang Guna Mendukung Kesejahteraan Masyarakat.” *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 12(2): 43–49.
- Syaeful Millah, Ahlan, Dede Arobiah, Elsa Selvia Febriani, and Eris Ramdhani. 2023. “Analisis Data Dalam Penelitian Tindakan Kelas.” *Jurnal Kreativitas Mahasiswa* 1(2): 152.
- Wicaksono, S Y. 2020. “Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiki Di Surabaya.” ... *Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 9(7): 1–18.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3100>.
- Winda Atila, Cici, and Wahyu Syarvina. 2022. “Analysis of Property Marketing Strategy by Utilizing Digital Marketing (Case Study of PT Rizki Mandiri) Analisis Strategi Pemasaran Properti Dengan Memanfaatkan Digital Marketing (Studi Kasus PT Rizki Mandiri).” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi ...* 3(3): 803–8. <https://doi.org/10.53697/emak.v3i3>.
- Yanti, Dewi. 2020. “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisata Di Danau Toba The Effect Of Digital Marketing Toward Enhancement Tourist Visit In Toba Lake.” *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 11(1): 16–26.