BAB II
Promosi & Wisata Alam Bawah Laut Pantai Teluk Limau

Promosi merupakan salah satu unsur yang penting dari pemasaran pariwisata, selain struktur harga dan distribusi. Dengan promosi perusahaan pariwisata dapat memberikan informasi, menghimbau serta mempengaruhi masyarakat agar tertarik untuk membeli produk atau jasa yang dipasarkan.

Promosi merupakan kegiatan yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan, mengingatkan kembali suatu manfaat produk agar mendorong konsumen untuk membeli atau menggunakan produk yang dipromosikan tersebut.

Kotler (1997) menjelaskan “promosi sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya untuk meyakinkan konsumen agar membeli” (h.142).

Yoeti (2005) menjelaskan “promosi adalah variable kunci dalam rencana strategi pemasaran dan dapat dipandang sebagai suatu unsur untuk menciptakan kesempatan-kesempatan menguasai pasar. unsur promosi yang digunakan disusun oleh lingkungan, terutama oleh keadaan atau kondisi permintaan wisatawan.

II.1 Promosi Wisata

Menurut Yoeti (2005) bila suatu produk industri pariwisata diketahui mempunyai masalah maka perlu beberapa alternatif untuk memperbaikinya sehingga produk itu bisa bersaing jika ditawarkan kepada calaon wisatawan.

Luck dan Ferrel (seperti dikutip oka, 2005) fungsi promosi dalam strategi pemasaran pariwisata pada umumnya adalah untuk merangsang transaksi, karena promosi menggerakkan wisatawan untuk mengambil keputusan dengan memberikan fasilitas melalui arus informasi yang mendapat mendorong wisatawan melakukan penawaran menjadi visible bagi wisatawan.

Yoeti berpendapat bahwa “Bila seseorang wisatawan ingin melakuan perjalanan wisata, kemana saja dan kapan saja, sebelum dia mengambil keputusan, selalu akan mencari informasi. Tiap keputusan akan dipengaruhi oleh faktor-faktor, baik internal maupun eksternal, secara obyektif atau secara

subyektif dengan penjelasan bahwa faktor internal bergantung pada *image* yang dimiliki calon wisatawan sendiri tentang suatu daerah tujuan wisata, mulai dari pelayanan yang dapat diberikan, daya tarik daerah tujuan wisata tersebut, tingkat harga, keamanan dan ketertiban, dan harapan yang hendak dicapai calon wisatawan yang bersangkutan. Faktor eksternal banyak dipengaruhi informasi yang disampaikan dan *advis* yang diberikan selama proses pengambilan keputusan". (hal.171-172)

II.1.1 Elemen-elemen Promosi Wisata

Pada dasarnya bauran promosi yang dapat dilakukan oleh suatu daerah sebagai suatu daerah tujuan wisata, salah satunya adalah periklanan.

Periklanan mempunyai peran dalam menyampaikan *positioning* yang diharapkan untuk jasa. Karena sifat jasa yang tak berwujud, maka sulit untuk mempromosikannya, untuk itulah perusahaan atau lembaga/organisasi memilih benda berwujud untuk sarana promosi. Media tersebut diklasifikasikan dua, yaitu media *above below the line* (media lini atas) dan media *below the line* (media lini bawah). Media *above the line* meliputi media cetak, media audio visual, surat kabar dan majalah, media elektronik seperti media televisi, radio, media internet, serta media luar ruang misalnya *poster*, baliho, dan *pamphlet*. Untuk media *below the line* misalnya *direct mail* (penjualan langsung), pameran, peragaan, *point of sale*, selebaran, *poster, leaflet, brosur*, dan lain-lain.

Periklanan merupakan pesan-pesan penjualan yang paling persuasif yang diarahkan kepada para calon wisatawan yang paling potensial atas produk barang atau jasa pariwisata.

Periklanan berfungsi sebagai bentuk mempresentasikan gagasan atau ide promosi dari wisata tersebut.

Salah satu ide promosi pariwisata dapat menggunakan Multimedia Online atau *website* yaitu kumpulan halaman yang menampilkan informasi data, teks,gambar, animasi, suara dan gabungan dari semuanya baik yang bersifat statis

maupun yang bersifat dinamis yang membentuk suatu rangkaian bangunan yang saling terkait dengan jaringan halaman *(hyperlink)*.

Multi memiliki arti “banyak”, sedangkan Media berarti alat atau jalur dalam menyampaikan suatu informasi berita ataupun pesan.

II.1.2 Tujuan Promosi Wisata

Rustam Effendi (1995) menjelaskan “tujuan promosi adalah menarik pembeli baru, memperluas aktifitas-aktifitas ke pasar-pasar, mengusahakan timbulnya kebutuhan akan barang-barang baru, memberikan dorongan kepada makelar, mengusahakan dibelinya produk yang kurang laku dan mengusahakan timbulnya *Good Will”*.

Dapat disimpulkan tujuan promosi wisata adalah menarik wisatawan baru, mengusahakan timbulnya suatu kawasan wisata yang berbeda dan lebih menarik , memberikan informasi akan keberadaan suatu daerah tujuan wisata dan mempengaruhi wisatawan untuk melakukan wisata di suatu daerah tujuan wisata.

II.1.3 Pendekatan Dalam Promosi Wisata

Menurut Luck dan Ferrel (seperti dikutip Oka, 2005) “pendekatan mengevaluasi suatu program promosi sebagai berikut :

1. menetapkan sasaran atau target pasar yang akan dipengaruhi dengan kegiatan promosi
2. membandingkan hasil-hasil penampilan suatu kegiatan promosi dengan harapan mendapatkan penampilan yang sesuai dengan sasaran.
3. Mengevaluasi dan melakukan perbaikan yang lebih efektif secara keseluruhan dengan menggunakan penelitian promosi. (hal.431)

Neil Wearne dan Geoffray Wall (seperti dikutip Oka, 2005) mengungkapkan “langkah-langkah pengembangan strategi promosi suatu daerah tujuan wisata minimal melakukan identifikasi target pasar, menetapkan tujuan

promosi, mempersiapkan bahan-bahan promosi, menetapkan komposisi bauran promosi, pemilihan strategi yang spesifik. (hal. 154-155)

II.2 Pengertian Wisata Alam Bawah Laut

Pengertian wisata menurut Undang-undang Rebublik Indonesia Nomor 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan, yaitu kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela bersifat sementara.

Menurut Kamus Bahasa Indonesia, Alam adalah dunia atau daerah,sedangkan laut adalah kumpulan air asin (dalam jumlah yang banyak dan luas) yang menggenangi dan membagi daratan atas benua atau pulau-pulau.

Wisata alam adalah bentuk kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi sumberdaya alam, baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budidaya, sehingga memungkinkan wisatawan memperoleh kesegaran jasmaniah dan rohaniah, mendapatkan pengetahuan dan pengalaman serta menumbuhkan inspirasi dan cinta terhadap alam

Wisata alam bawah laut adalah kegiatan dan rekreasi yang memanfaatkan potensi sumber daya alam bawah laut (Suwantoro, 2004, h.6).

Jadi, wisata alam bawah laut dapat diartikan suatu kegiatan perjalanan yang memanfaatkan potensi sumber daya alam bawah laut beserta komponen pendukungnya, baik alami maupun buatan atau gabungan keduanya.

Kegiatan-kegiatan pada saat melakukan Wisata Alam Bawah Laut adalah *snorkeling* yaitu kegiatan berenang atau menyelam di permukaan air yang dangkal dengan mengenakan peralatan berupa masker selam dan *snorkel.*

Snorkel adalah peralatan selam berbentuk huruf J dengan pelindung mulut dibagian ujung sebelah bawah. Alat ini berfungsi sebagai jalan masuk udara ketika bernapas dengan mulut tanpa harus mengangkat muka dari permuakaan air. Pemandangan bawah air bisa dilihat sambil berenang dengan wajah menghadap ke permukaan air dan bernapas melalui *snorkel*.



Gambar II.1 Orang yang menggunakan peralatan *Snorkeling*
Sumber : Dokumen Pribadi (2012)

II.3 Gambaran Umum Pantai Teluk Limau Kota Sungailiat Bangka Belitung

Provinsi Kepulauan Bangka Belitung menjadi Provinsi pada tanggal 21 Bulan November Tahun 2000 bersamaan dengan disetujuinya Undang-undang nomor 27 tahun 2000. Bangka Belitung mempunyai wilayah administrasi 6 Kabupaten, 1 Kotamadya, 36 Kecamatan, 54 Kelurahan dan 267 Desa. Jumlah penduduknya 1.074.775 jiwa. Terdiri dari dua pulau besar yaitu pulau Bangka dan Belitung, dengan panjang pantai 1200 km dengan luas wilayah 81.725.14 km^2, luas daratan 16.424,14 km^2 atau 20,10%, luas perairan 65.301 km^2 atau 79,90% (Dinas Perhubungan Pariwisata dan Informatika Provinsi Bangka Belitung, 2011).

II.3.1 Kondisi Fisik

Pantai Teluk Limau terletak di Desa Matras, Kelurahan Sinar Jaya, Kecamatan Sungailiat, Kabupaten Bangka Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Pantai ini terletak disebelah Timur Laut Pulau Bangka.

Kecamatan Sungailiat meliputi 7 Desa/K elurahan yaitu Desa Kenanga, Desa Rebo, Desa Parit Padang, Desa Sri Menanti, Desa Sungailiat, Desa Kudai, dan Desa Sinar Baru . Pantai Matras memiliki batas administrasi yaitu sebagai berikut :

1. Sebelah Utara : Laut Cina Selatan

2. Sebelah Selatan : Desa Penyamun
3. Sebelah Timur : Desa Kudai
4. Sebelah Barat : Desa Deniang

Kondisi pengunaan lahan kawasan studi terdiri dari beberapa peruntukan kegiatan yang meliputi permukiman 553,5 Ha/m², lahan pertanian dan perkebunan mencapai 491 Ha /m², luas pekarangan 2.445 Ha /m² dan luas prasarana umum lainnya 40 Ha/m².



Gambar II.2 Kondisi fisik pantai Teluk Limau
Sumber : Dokumen Pribadi (2012)

Menurut Tim Eksplorasi Terumbu Karang Universitas Bangka Belitung, Kondisi Terumbu Karang Pantai Teluk Limau masih dalam keadaan baik dan berpotensi untuk dilaksanakannya *diving* dan *snorkeling.*



Gambar II.3 Penelitian anggota Tim Eksplorasi terumbu karang UBB

Sumber : Tim Eksplorasi Terumbu Karang UBB (2011)



Gambar II.4 Kondisi Terumbu Karang Pantai Teluk Limau

Sumber : Tim Eksplorasi Terumbu Karang UBB (2011)



Gambar II.5 Biota laut pantai Teluk Limau

Sumber : Tim Eksplorasi Terumbu Karang UBB (2011)

Berdasarkan peraturan daerah Kabupaten Bangka nomor 1 tahun 1985, Pantai Teluk Limau memiliki luas keseluruhan kurang lebih 75 Ha dan berjarak kurang lebih 50 Km dari ibu kota Propinsi Bangka Belitung.

Kawasan wisata alam bawah laut pantai Teluk Limau dapat ditempuh baik dari dalam Pulau Bangka maupun dari luar Pulau Bangka.

Dari pusat Kota Pangkal Pinang, lokasi ini dapat dicapai melalui jalan raya Sungailiat dengan menggunakan kendaraan roda dua atau roda empat.

Dari luar Pulau Bangka kalau menggunakan pesawat yang mendarat di bandara Depati Amir Pangkal Pinang, sedangkan kalau menggunakan kapal laut berhenti di pelabuhan Pangkal Balam Pangkal Pinang. Kedua alternatif tersebut sama-sama berada di Ibukota Provinsi Bangka Belitung yang menyediakan transportasi yang bisa langsung menuju lokasi wisata alam bawah laut pantai Teluk Limau.

II.3.2 Sarana dan Prasarana

Berdasarkan hasil observasi awal, diketahui bahwa di kawasan Pantai Teluk Limau terdapat beberapa sarana dan prasarana, sebagai berikut :

1. Gerbang Utama

   Kondisi gerbang utama Pantai Teluk Limau saat ini masih dalam keadaan baik.



Gambar II.6 Gerbang utama pantai Teluk Limau

Sumber : Dokumen Pribadi (2012)

2. Prasarana Jalan

Akses jalan ke arah obyek wisata Pantai Teluk Limau pada umumnya dalam kondisi baik dengan fasilitas jalan aspal yang mulus.



Gambar II.7 Jalan aspal menuju pantai Teluk Limau

Sumber : Dokumen Pribadi (2012)

3. Panggung Terbuka

Pantai Teluk Limau pernah menampilkan berbagai unsur seni tari dan budaya berbasis melayu dan daerah. Pada tahun 2007 Pemerintah Daerah Kabupaten Bangka telah membangun 1 buah panggung lengkap dengan ruang ganti baju atau pakaian.



Gambar II.8 Panggung hiburan pantai Teluk Limau

Sumber : Dokumen Pribadi (2012)

4. Taman Bermain

Taman bermain anak yang dilengkapi dengan berbagai sarana permainan anak menjadikan taman bermain anak dilokasi ini selalu

menjadi tujuan anak-anak, Taman bermain anak ini dilengkapi dengan beberapa sarana permainan anak seperti jungkat-jungkit, perosotan, rumah-rumahan, dan ayunan.



Gambar II.9 Taman bermain Ppantai Teluk Limau

Sumber : Dokumen Pribadi (2012)

5. Warung dan Toko

Terdapat 20 buah warung dan toko yang ada di kawasan Pantai Teluk Limau yang menawarkan makanan dan minuman ringan, ikan bakar, mainan anak-anak, sewa ban, sewa kuda/andong dan lain-lain.



Gambar II.10 Warung dan toko di kawasan pantai Teluk Limau

Sumber : Dokumen Pribadi (2012)

6. Pos Penjaga Pantai

Pos penjaga pantai yang ada di kawasan Pantai Teluk Limau berfungsi sebagai keamanan di kawasan Pantai Teluk Limau dan sebagai

sarana informasi bagi wisatawan.



Gambar II.11 Pos penjaga pantai Teluk Limau

Sumber : Dokumen Pribadi (2012)

7. Fasilitas Umum

Di kawasan Pantai Teluk Limau terdapat fasilitas umum seperti toilet umum dan mushola.



Gambar II.12 Fasilitas umum di kawasan pantai Teluk Limau

Sumber : Dokumen Pribadi (2012)

II.4 Analisa Masalah Wisata Alam Bawah Laut Pantai Teluk Limau

Dalam mempromosikan wisata Alam Bawah Laut Pantai Teluk Limau diperlukan perencanaan. Langkah awal suatu perencanaan adalah melakukan analisa S.W.O.T. Analisa SWOT lebih memfokuskan diri pada peluang pencapaian tujuan promosi.

II.4.1 Analisa SWOT

II.4.1.1 *Strenghts* (kekuatan)

- Kondisi Terumbu Karang yang masih baik, Memiliki ciri khas keindahan berupa Terumbu Karang dan batuan *granit* yang besar.
- Memiliki biota laut yang sangat baik dan beragam. Contoh biota khasnya seperti *Tridacna squamosa* yang merupakan biota laut yang dilindungi karena terancam kepunahan, *Amphiprion sp*, *Ocellaris magnifica* dan berbagai macam *softcoral* dan *hardcoral* lainnya. Berbagai jenis ikan hias karang dan *gastropoda.*
- Terumbu karang di kawasan pantai ini tergolong jenis karang tepi yang berpotensi dijadikan kawasan *snorkeling.*

II.4.1.2 *Weakness* (kelemahan)

- Kurang tersedianya media-media informasi sebagai promosi wisata alam bawah laut
- Keindahan alam bawah laut kurang menarik perhatian wisatawan dibandingkan pesisir pantainya.

II.4.1.3 *Oppurtunity* (peluang)

- menjadi salah satu kawasan wisata berpendapatan terbesar bagi pemerintahan kabupaten Bangka karena menjadikan Kabupaten Bangka sebagai salah tujuan wisata alam bawah laut di Indonesia selain laut Bunaken Manado, Raja Ampat dan laut-laut di pulau Bali.
- Pengunjung berwisata di alam bawah laut lebih banyak daripada berwisata di pesisir pantai.

II.4.1.4 *Threats* (ancaman)

- Kurangnya informasi tentang wisata alam bawah laut dibandingkan wisata pesisir pantainya bagi pengunjung.
- Wisatawan beranggapan bahwa mahalnya sarana dan prasarana sebagai pendukung wisata alam bawah laut seperti peralatan menyelam.

II.5 Pemecahan Masalah

Untuk memecahkan masalah yang muncul di objek wisata alam bawah laut Pantai Teluk Limau ini, maka diperlukan solusi seperti pelaksanaan promosi dan penyampaian informasi secara efektif dan efesien. Strategi ini sangat cocok untuk menimbulkan ketertarikan untuk mengunjungi Objek wisata alam bawah laut Pantai Teluk Limau Kota Sungailiat.

II.6 Target Sasaran

Tinjauan pada khalayak sasaran yang menjadi tujuan dari promosi ini meliputi :

a. Demografis

Gender	: Laki-laki dan perempuan
Usia	: 15 – 18 tahun
Pendidikan	: Sekolah Menengah Atas (SMA)
Status sosial ekonomi	: Kelas Menengah

b. Psikografis

Remaja yang membutuhkan sesuatu hal yang baru dan menarik, remaja yang memiliki kepribadian selalu ingin tampil beda, remaja yang memiliki gaya hidup untuk mencapai kepuasan batinnya.

c. Geografis

Remaja yang tinggal atau bersekolah di daerah perkotaan, khususnya di daerah kota Sungailiat dan Pangkalpinang.