

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MELALUI SOSIAL MEDIA
PADA EKOWISATA MANGROVE PANDANG TAK JEMU
KOTA BATAM**

SKRIPSI



RENDHY PUTRA ANGGARA

**PROGRAM STUDI SOSIAL EKONOMI PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
TANJUNGPINANG
2025**

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MELALUI SOSIAL MEDIA
PADA EKOWISATA MANGROVE PANDANG TAK JEMU
KOTA BATAM**

SKRIPSI



RENDHY PUTRA ANGGARA

**PROGRAM STUDI SOSIAL EKONOMI PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
TANJUNGPINANG
2025**

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi dengan judul *Strategi Pemasaran Digital Melalui Sosial Media pada Ekowisata Mangrove Pandang Tak Jemu Kota Batam* adalah benar karya saya sendiri dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau kutipan dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka pada bagian akhir dari Skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta karya tulis saya kepada Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, April 2025



Rendhy Putra Anggara
Rendhy Putra Anggara
NIM 2002050002

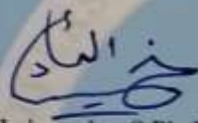
LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Digital Melalui Sosial Media pada
Ekowisata Mangrove Pandang Tak Jemu Kota Batam
Nama : Rendhy Putra Anggara
NIM : 2002050002
Program Studi : Sosial Ekonomi Perikanan

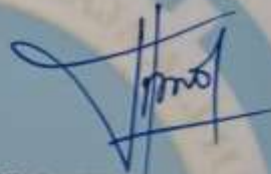
Disetujui oleh

Ketua Pembimbing

Anggota Pembimbing



Khairunnisa, S.Pi., M.Si
NIP 199002242018032001



Khairul Hafsar, S.Pi., M.Si
NIP 199007132018031002

Mengetahui

Dekan

Koordinator Program Studi



Dr. Dony Apdillah, S.Pi., M.Si
NIPPPK 197602222021211004



Haidawati, S.Pi., M.Si
NIP 199007022019032022

Tanggal Ujian: 7 Maret 2025

Tanggal Lulus: 02 - 06 - 25

PRAKATA

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah Subhanahu wa ta'ala atas limpah rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi yang berjudul Strategi Pemasaran Digital melalui Sosial Media pada Wisata Mangrove Pandang Tak Jemu Kota Batam dapat selesai tepat pada waktunya.

Penyusunan skripsi dapat diselesaikan dengan bantuan berbagai pihak dan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya Ria Fahrudin dan Siti Fatonah, yang sudah mendidik dan mengajarkan serta memberikan dukungan dan semangat maupun materi kepada penulis.
2. Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, S.Pi., DEA selaku Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji.
3. Dr. Dony Apdillah, S.Pi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Maritim Raja Ali Haji.
4. Haidawati, S.Pi., M.Si selaku Koordinator Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan Universitas Maritim Raja Ali Haji.
5. Khairul Hafsar, S.Pi., M.Si selaku penasihat akademik dan anggota pembimbing skripsi yang sudah membimbing selama perkuliahan
6. Khairunnisa, S.Pi., M.Si selaku ketua Pembimbing yang telah membimbing dalam pembuatan skripsi.
7. Fitria Ulfah, S.Pi., M.M., Dr. Ir. Linda Waty Zen, M.Sc dan Angga Reni, S.Pi., M.Si selaku tim penguji.
8. Dosen Sosial Ekonomi Perikanan Universitas Maritim Raja Ali Haji yang telah banyak melimpahkan ilmu pengetahuan dan pembelajaran selama masa perkuliahan.
9. Staf Universitas Maritim Ali haji, staf Tata Usaha Fakultas ilmu Kelautan dan Perikanan dan staf Program Studi Sosial Ekonomi perikanan yang telah memberikan pelayanan terbaik selama proses penyelesaian skripsi.

Tanjungpinang, April 2025



Rendhy Putra Anggara

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Tujuan.....	3
1.4. Manfaat.....	3
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Wisata Mangrove.....	5
2.2. Pemasaran.....	6
2.3. Strategi Pemasaran.....	6
2.4. Pemasaran Digital.....	7
2.5. Sosial Media.....	8
2.6. Pemasaran Melalui Sosial Media.....	10
BAB III. METODE PENELITIAN.....	11
3.1. Waktu dan Tempat.....	11
3.2. Alat dan Bahan.....	11
3.3. Metode dan Prosedur Penelitian.....	12
3.3.1. Populasi dan Sampel.....	13
3.3.2. Jenis dan Sumber Data.....	13
3.3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	14
3.4. Analisis Data.....	15
3.4.1. Analisis SWOT.....	16
3.4.2. <i>Analytical Hierarchy Proces (AHP)</i>	18
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	19
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	19
4.2. Karakteristik Responden.....	21
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	21
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	21
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	22
4.3. Penerapan Pemasaran Digital Melalui Sosial Media.....	23
4.4. Perumusan Strategi Pemasaran Digital Melalui Sosial Media.....	27
4.4.1. Perumusan Strategi Dengan SWOT.....	27
4.4.1.1. Kekuatan (<i>Strength</i>).....	28
4.4.1.2. Kelemahan (<i>Weakness</i>).....	29
4.4.1.3. Peluang (<i>Oppurtunity</i>).....	31
4.4.1.4. Ancaman (<i>Threat</i>).....	32
4.4.2. Matrik SWOT.....	32
4.4.2.1. Strategi SO (<i>Strength Oppurtunity</i>).....	33
4.4.2.2. Strategi WO (<i>Weaknes Oppurtunity</i>).....	35
4.4.2.3. Strategi ST (<i>Strength Threat</i>).....	36
4.4.2.4. Strategi WT (<i>Weakness Threat</i>).....	37
4.4.3. Perumusan Strategi Dengan Menggunakan <i>AHP</i>	37

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	41
5.1. Kesimpulan	41
5.2. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN.....	47



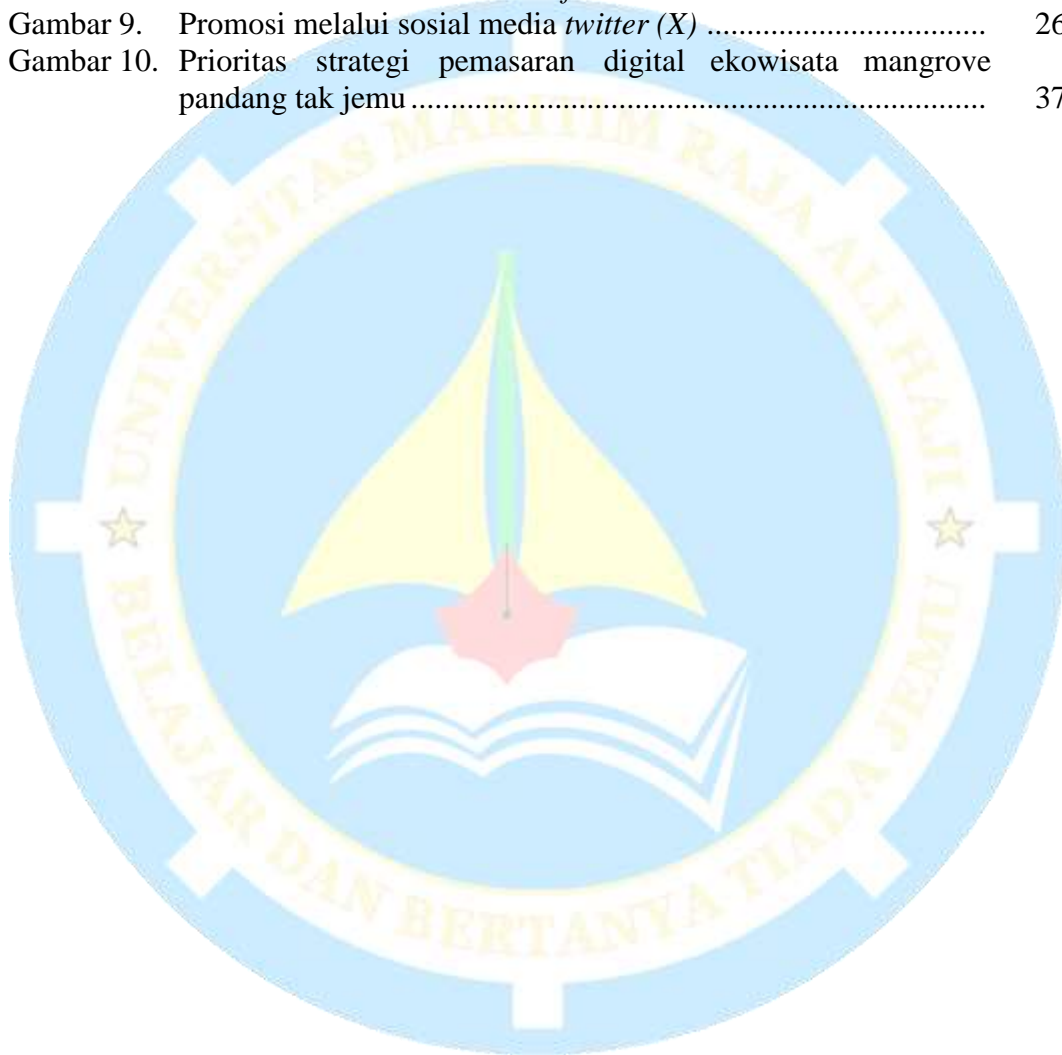
DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Alat dan bahan	11
Tabel 2.	Jenis dan sumber data	14
Tabel 3.	Matrik SWOT	17
Tabel 4.	Keterangan Skala <i>AHP</i>	17
Tabel 5.	Paket wisata ekowisata mangrove pandang tak jemu.....	20
Tabel 6.	Jumlah kunjungan melalui <i>platform</i> sosial media	21
Tabel 7.	Matriks SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity dan Threat</i>)	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Kerangka pikir penelitian.....	4
Gambar 2.	Lokasi penelitian.....	11
Gambar 3.	Diagram alir prosedur penelitian	12
Gambar 4.	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	21
Gambar 5.	Karakteristik responden berdasarkan usia	22
Gambar 6.	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan	22
Gambar 7.	Promosi melalui sosial media <i>instagram</i>	24
Gambar 8.	Promosi melalui sosial media <i>facebook</i>	25
Gambar 9.	Promosi melalui sosial media <i>twitter (X)</i>	26
Gambar 10.	Prioritas strategi pemasaran digital ekowisata mangrove pandang tak jemu	37



LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner.....	47
Lampiran 2.	Dokumentasi.....	54
Lampiran 3.	Brosur Paket Wisata	55
Lampiran 4.	Kuesioner <i>AHP</i>	56
Lampiran 5.	Hasil pengolahan data <i>AHP</i> melalui <i>Expert choices</i> seri 11	59
Lampiran 6.	Surat Izin Penelitian	61

DAFTAR

