



Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan di Pantai Air Manis Padang

Nesa Putri Nanda¹, Rice Haryati², Yulistia³

¹ Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Email: nesaputrinanda1998@gmail.com

² Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

³ Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Corresponding Author: Nesa Putri Nanda

Abstract: *The number of visitors at this Padang Air Manis Beach tourist attraction has increased and decreased the number of visitors based on the results obtained from the recapitulation of tourist visits in 2015 as many as 14,067 people, an increase in 2016 as many as 48,400 people, in 2017 as many as 23,200 people. In 2018 there were 442,694 people, in 2019 it increased again to 548,471 people. However, in 2020 there was a drastic decline of 138,557 people. The purpose of this research is to analyze the marketing strategy in increasing the number of tourists at Air Manis Beach, Padang City. Data collection methods are Field Research (Field Research) and Library Research (Library Research). Types and sources of data are primary data and secondary data. The population in this study were visitors to the Air Manis Padang tourist attraction as the research population totaling 138,557 people and a sample of 100 people. The method of analysis using SWOT analysis. The results of the study are: (The IE matrix above is a map of the EFAS and IFAS matrix scores. According to Rangkuti in Maulana (2017) the IE matrix is based on two key dimensions, namely the total IFAS weighting score on the horizontal axis and the total EFAS weighting score on the vertical axis. The total score IFAS weighting in this study showed a result of 3.67 while the results of EFAS mapping in this study showed a result of 3.83. As seen in the picture above, the company's position is in cell 1. namely the GROWH position. Growth through concentration can be achieved through vertical integration backward integration This is the main strategy for companies that have a strong competitive market position (high market share) in a highly attractive competition, in order to increase their business strength.*

Keywords: *Marketing Strategy, SWOT Analysis, Air Manis Beach.*

Abstrak: Jumlah pengunjung di objek wisata Pantai Air Manis Padang ini ada peningkatan dan pengurangan jumlah pengunjung berdasarkan hasil yang didapat dari rekapitulasi kunjungan wisata tahun 2015 sebanyak 14.067 orang, meningkat tahun 2016 sebanyak

48.400 orang, tahun 2017 sebanyak 23.200 orang. Tahun 2018 sebanyak 442.694 orang, tahun 2019 meningkat lagi menjadi 548.471 orang. Akan tetapi pada tahun 2020 mengalami penurunan dratis sebanyak 138.557 orang. Tujuan penelitian adalah Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan di Pantai Air Manis Kota Padang. Pengumpulan data adalah Penelitian Lapangan (*Field Research*) dan Penelitian Kepustakaan (*Library Research*). Jenis data adalah kualitatif dan kuantitatif dan sumber data adalah data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung objek wisata Pantai Air Manis padang sebagai populasi penelitian yang berjumlah sebanyak 138.557 orang dan sampel sebanyak 100 orang. Metode analisis menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian adalah : matriks IE di dasarkan pada dua dimensi kunci yaitu total skor pembobotan IFAS pada sumbu horizontal dan total skor pembobotan EFAS pada sumbu vertikal. Total skor pembobotan IFAS di dalam penelitian ini menunjukkan hasil 3,67 sedangkan hasil pemetaan EFAS di dalam penelitian ini menunjukkan hasil 3,83. Jika dilihat pada gambar di atas posisi perusahaan berada pada sel 1. yaitu posisi *GROWTH*. Pertumbuhan melalui konsentrasi dapat dicapai melalui integrasi vertikal dengan cara *backward integration* Hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaan yang memiliki posisi kompetitif pasar yang kuat (*high market share*) dalam persaingan yang berdaya tarik tinggi. Agar dapat meningkatkan kekuatan bisnisnya.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Pantai Air Manis.

PENDAHULUAN

Pantai Air Manis Padang memiliki topografi pantai yang cukup landai serta kondisi perairan laut yang masih bersih, dengan hamparan pasir putih. Pantai Air Manis Padang memiliki luas kawasan ± 37,27 Ha, terdiri atas kawasan pantai yang dilengkapi dengan dua pulau, yaitu Pulau Pisang Kecil dan Pulau Pisang Besar. Pantai Air Manis Padang memiliki potensi sumberdaya yang cukup besar yaitu panorama pantai yang indah dan alami. Pantai Air Manis Padang umumnya mempunyai potensi sumberdaya alam pesisir yang beragam dan melimpah, sehingga bermanfaat dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat seperti tempat mencari ikan, pemukiman, dan tempat wisata atau rekreasi. Pemanfaatan kawasan pantai memberikan dampak yang berbeda terhadap sumberdaya yang ada maupun sosial masyarakat.

Jumlah pengunjung di objek wisata Pantai Air Manis Padang ini ada peningkatan dan pengurangan jumlah pengunjung berdasarkan hasil yang didapat dari rekapitulasi kunjungan wisata tahun 2015 sebanyak 14.067 orang, meningkat tahun 2016 sebanyak 48.400 orang, tahun 2017 sebanyak 23.200 orang. Tahun 2018 sebanyak 442.694 orang, tahun 2019 meningkat lagi menjadi 548.471 orang. Akan tetapi pada tahun 2020 mengalami penurunan dratis sebanyak 138.557 orang, ini dikarenakan kondisi negara saat ini yang mengalami pandemi covid-19, serta masih kurang terkelolanya objek wisata ini secara profesional oleh pihak terkait dinas pariwisata setempat, namun belum banyak investor yang tertarik untuk menanamkan investasinya di daerah ini, perspektif waktu yang lebih panjang, diharapkan investasinya akan lebih meningkat di daerah ini, yang pada gilirannya akan meningkatkan kemampuan masyarakat untuk menghasilkan *output*, berarti juga akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Masalah lain yang terlihat adalah masing kurangnya tempat bermain anak-anak dan rekreasi di pantai Air Manis kurang terjaga kebersihannya dimana terlihat sampah yang

berserakan dimana-mana. Dari uraian di atas, penelitian ini ingin mengetahui strategi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kota Padang dalam melakukan atau menggerakkan potensi dan strategi pengembangan objek wisata di daerah, terutama pada Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan di Pantai Air Manis Kota Padang.

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yang dilakukan oleh peneliti ada dua metode :Metode lapangan dan Metode kepustakaan. Teknik pengumpulan data adalah wawancara, dan dokumentasi. Jenis data dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif. Sumber data primer dan sekunder. Populasi adalah pengunjung objek wisata Pantai Air Manis padang sebagai populasi penelitian yang berjumlah sebanyak 138.557orang, sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang wisatawan (responden) Pantai Air Manis. Metode analisis adalah analisi SWOT.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

1. Seluruh item pernyataan Strength yang ada di dalam kuesioner dinyatakan valid. dikarenakan hasil $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.
2. seluruh item pernyataan kelemahan yang ada di dalam kuesioner dinyatakan valid. dikarenakan hasil $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.
3. seluruh item pernyataan kekuatanyang ada di dalam kuesioner dinyatakan valid. dikarenakan hasil $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.
4. seluruh item pernyataan kekuatan yang ada di dalam kuesioner dinyatakan valid. dikarenakan hasil $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Nilai koefisien *Alpha Cronbach* semua variabel penelitian lebih besar dari 0,6. Dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang diajukan dalam kuesioner dikatakan handal untuk mengukur variabelnya masing-masing.

Analisis SWOT

1. Faktor Internal

Dari penjabaran keadaan faktor internal diatas maka bisa di pergunakan untuk mengawasi tingkat kesuksesan objek wisata pantai air manis sebagai berikut.

a. Kekuatan

- 1) Keindahan Pantai Air Manis Padang menarik daya tarik pengunjung
- 2) Lokasi Pantai Air Manis Padang sangat strategis
- 3) Pantai Air Manis Padang memiliki Batu Si Malinkundang yang legendaris

- 4) Dapat menyebar ke pulau terdekat dengan berjalan kaki saat pasang surut
 - 5) Tempat yang aman dan nyaman bagi para pengunjung
 - 6) Adanya fasilitas motor ATV untuk wisatawan berkeliling
- b. Kelemahan
- 1) Kurangnya arena bermain untuk balita dan anak-anak
 - 2) Kurangnya informasi mengenai Pantai Air Manis Padang
 - 3) Pedagang yang tidak teratur menutup objek budaya Batu Si Malinkundang
 - 4) Masyarakat setempat tidak ramah kepada wisatawan
 - 5) Banyak pungli disekitar Pantai Air Manis Padang
 - 6) Tempat parkir tidak teratur dan keamanan tidak terjaga
2. Faktor Eksternal
- Berikut disajikan peluang dan ancaman pada Wisata Pantai Air Manis Padang:
- Peluang:
- a. Objek Pantai Air Manis Padang memberi peluang untuk kemajuan ekonomi masyarakat sekitar
 - b. Citra objek wisata Pantai Air Manis Padang baik dimata konsumen
 - c. Pantai Air Manis Padang menjadi pantai yang menarik karena bisa dengan berjalan kaki ke pulau terdekat
 - d. Objek wisata Pantai Air Manis Padang memiliki ciri khas tersendiri
 - e. Adanya pertanggungjawaban dari pihak keamanan bagi pengunjung objek wisata Pantai Air Manis Padang
 - f. Daerah tujuan wisata Pantai Air Manis Padang merupakan peluang bagi penjual oleh-oleh ciri khas daerah
 - g. Pantai Air Manis Padang dapat menyerap SDM disekitar pantai
- Ancaman:
- a. Ikon Batu Malinkundang pada Pantai Air Manis Padang yang tidak dirawat akan mengakibatkan kepunahan pada ikon tersebut
 - b. Masyarakat yang tidak ramah membuat wisatawan tidak mau berkunjung kembali
 - c. Kurangnya sarana dan prasarana kebersihan pantai akan membuat pantai kotor dan rusak
 - d. Kurangnya informasi melalui media cetak dan media non cetak akan membuat Pantai Air Manis Padang tidak dikenal wisatawan
 - e. Akses transportasi yang minim akan membuat kesulitan wisatawan berkunjung

Hasil Matrik SWOT

Matriks SWOT merupakan alat-alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Matrik ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)

Berdasarkan penelitian faktor-faktor kekuatan (*Strengths*) mempunyai nilai skor sebesar 2,03, sedangkan faktor-faktor kelemahan (*Weaknesses*) mempunyai nilai skor sebesar 1,64. Berarti Pantai Air Manis Padang mempunyai kekuatan yang lebih tinggi dibandingkan faktor

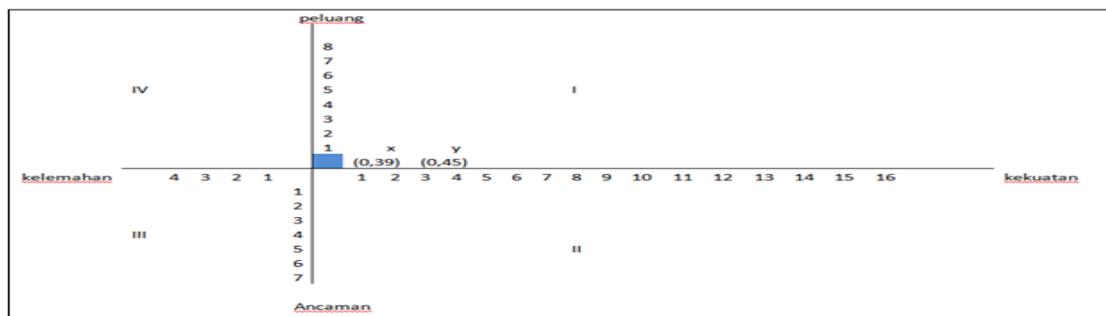
kelemahan dalam menentukan strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing melalui keindahan pantai.

Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Berdasarkan penelitian faktor-faktor peluang (*Opportunities*) mempunyai nilai skor sebesar 2,14 dan faktor-faktor ancaman (*Threats*) mempunyai nilai skor sebesar 1,69. Dari nilai skor tersebut menunjukkan bahwa upaya penentuan strategi bersaing Pantai Air Manis Padang mempunyai peluang yang cukup besar dibandingkan ancaman yang akan timbul. Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut :

- Strength* : 2,03
- Weakness* : 1,64
- Oppurtunity* : 2,14
- Treath* : 1,69

Maka diketahui selisih total skor faktor *Strength* dan *Weakness* adalah (+) **0,39**, sedangkan selisih total skor faktor *Opportunity* dan *Treath* adalah (+) **0,45**. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Diagram *Cartesius* Analisis SWOT, dapat dilihat pada Gambar 1 sebagai berikut :



Gambar 1. Diagram Cartesius Analisis SWOT

Dari Gambar di atas, posisi perusahaan berada pada posisi dan peluang dan kekuatan yakni kuadran I. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Rekomendasi strategi yang diberikan adalah Strategi Agresif, Pantai Air Manis Padang merupakan objek wisata yang memiliki keindahan artinya objek wisata Pantai Air Manis Padang dalam kondisi bagus dan baik sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan menjaga keindahan dan keasrian objek wisata Pantai Air Manis Padang, dan meraih kemajuan secara maksimal dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Kekuatan yang dimiliki oleh keindahan objek wisata Pantai Air Manis Padang.

Matriks Internalitas Eksternalitas (IE)

Matriks Internalitas Eksternalitas (Matriks IE) merupakan gambaran yang menunjukkan hasil perhitungan skor matriks IFAS dan EFAS. Pada perhitungan tersebut didapat skor matriks IFAS yaitu 3,67 dan skor matriks EFAS yaitu 3,83. Hasil tersebut ditempatkan dalam sel matriks IE sebagai berikut :

	4	KUAT	3	SEDANG	2	LEMAH	1
TINGGI		1. GROWTH POSISI WISATA PANTAI AIR MANIS PADANG		1. GROWTH		3. RETREN CHMENT	
	3						
SEDANG		1. STABILITY		5. GROWTH		6.	
						RETRENCHMENT	
	2						
RENDAH		7. GROWTH		8. GROWTH		9.	
						RETRENCHMENT	
	1						

Sumber: Data yang diolah, 2021

Gambar 2. Matrik Internalitas Eksternalitas

Pada gambar matriks IE diatas merupakan pemetaan skor matriks EFAS dan IFAS. Menurut Rangkuti dalam Maulana (2017) matriks IE di dasarkan pada dua dimensi kunci yaitu total skor pembobotan IFAS pada sumbu horizontal dan total skor pembobotan EFAS pada sumbu vertikal. Total skor pembobotan IFAS di dalam penelitian ini menunjukkan hasil 3,67 sedangkan hasil pemetaan IFAS di dalam penelitian ini menunjukkan hasil 3,83. Jika dilihat pada gambar di atas posisi perusahaan berada pada sel 1. yaitu posisi *GROWTH*. Pertumbuhan melalui konsentrasi dapat dicapai melalui integrasi vertikal dengan cara *backward integration* Hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaan yang memiliki posisi kompetitif pasar yang kuat (*high market share*) dalam persaingan yang berdaya tarik tinggi. Agar dapat meningkatkan kekuatan bisnisnya.

Beberapa keuntungan dari integrasi vertikal ini adalah turunnya biaya serta meningkatnya kordinasi. Hal ini merupakan cara terbaik bagi perusahaan yang kuat dalam rangka meningkatkan *competitive advantage* dalam industri yang atraktif.

Pembahasan

Hasil Penelitian Kekuatan

Hasil penelitian ditemukan kekuatan yang dimiliki oleh Wisatawan Pantai Air Manis Padang adalah: Keindahan Pantai Air Manis Padang menarik daya tarik pengunjung, Lokasi Pantai Air Manis Padang sangat strategis, Pantai Air Manis Padang memiliki budaya Batu Si Malinkundang yang legendaris, Dapat menyebrang ke pulau terdekat dengan berjalan kaki saat pasang surut, Tempat yang aman dan nyaman bagi para pengunjung dan Menyediakan fasilitas motor ATV untuk wisatawan berkeliling.

Hasil Penelitian Kelemahan

Hasil penelitian ditemukan kelemahan yang dimiliki oleh Wisatawan Pantai Air Manis Padang adalah : Kurangnya arena bermain untuk balita dan anak-anak , Kurangnya informasi mengenai Pantai Air Manis Padang, Pedagang yang tidak teratur menutup objek Batu Si

Malinkundang, Masyarakat setempat tidak ramah kepada wisatawan, Banyak pungli disekitar Pantai Air Manis Padang, Tempat parkir tidak teratur dan keamanan tidak terjaga.

Hasil Penelitian Peluang

Hasil penelitian ditemukan peluang yang dimiliki oleh Wisatawan Pantai Air Manis Padang adalah : Objek Pantai Air Manis Padang memberi peluang untuk kemajuan ekonomi masyarakat sekitar, Citra objek wisata Pantai Air Manis Padang baik dimata konsumen, Pantai Air Manis Padang menjadi pantai yang menarik karena bisa dengan berjalan kaki ke pulau terdekat, Objek wisata Pantai Air Manis Padang memiliki ciri khas tersendiri, Adanya pertanggungjawaban dari pihak keamanan bagi punjung objek wisata Pantai Air Manis Padang dan Daerah tujuan wisata Pantai Air Manis Padang merupakan peluang bagi penjual oleh-oleh ciri khas daerah serta Pantai Air Manis Padang dapat menyerap SDM disekitar pantai.

Hasil Penelitian Ancaman

Hasil penelitian ditemukan ancaman yang dimiliki oleh Wisatawan Pantai Air Manis Padang adalah Ikon Batu Malinkundang pada Pantai Air Manis Padang yang tidak dirawat akan mengakibatkan kepunahan pada ikon tersebut, Masyarakat yang tidak ramah membuat wisatawan tidak mau berkunjung kembali, Kurangnya sarana dan prasarana kebersihan pantai akan membuat pantai kotor dan rusak, Kurangnya informasi melalui media cetak dan media non cetak akan membuat Pantai Air Manis Padang tidak dikenal wisatawan dan Akses yang minim akan membuat kesulitan wisatawan berkunjung.

Hasil penjumlahan skor setiap indikator kekuatan pada seluruh responden kemudian dibagi dengan jumlah keseluruhan responden yang berjumlah 100 responden. Nilai bobot rata-rata 0,34 yang memiliki arti setiap responden memberikan nilai pada Faktor kekuatan kurang baik. Hasil penjumlahan skor setiap indikator kelemahan pada seluruh responden kemudian dibagi dengan jumlah keseluruhan responden yang berjumlah 100 responden. Nilai bobot rata-rata 0,27 yang memiliki arti setiap responden memberikan nilai pada Faktor kelemahankurang baik.

Hasil penjumlahan skor setiap indikator peluang pada seluruh responden kemudian dibagi dengan jumlah keseluruhan responden yang berjumlah 100 responden. Nilai bobot rata-rata 0,30 yang memiliki arti setiap responden memberikan nilai pada Faktor peluang kurang baik. Hasil penjumlahan skor setiap indikator ancaman pada seluruh responden kemudian dibagi dengan jumlah keseluruhan responden yang berjumlah 100 responden. Nilai bobot rata-rata 0,33 yang memiliki arti setiap responden memberikan nilai pada Faktor ancaman baik.

Hasil penelitian selisih total skor faktor *Strength* dan *Weakness* adalah (+) **3,67**, sedangkan selisih total skor faktor *Opportunity* dan *Treath* adalah (+) **3,83**. Dapat diketahui posisi perusahaan berada pada posisi dan peluang dan kekuatan yakni kuadran 1. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Rekomendasi strategi yang diberikan adalah Strategi Agresif, Pantai Air Manis Padang merupakan objek wisata yang memiliki keindahan artinya objek wisata Pantai Air Manis Padang dalam kondisi baik sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan menjaga keindahan dan keasrian objek wisata Pantai Air Manis Padang, dan meraih kemajuan secara

maksimal dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Kekuatan yang dimiliki oleh keindahan objek wisata Pantai Air Manis Padang.

Matriks Internalitas Eksternalitas (Matriks IE) merupakan gambaran yang menunjukkan hasil perhitungan skor matriks IFAS dan EFAS. Pada perhitungan tersebut didapat skor matriks IFAS yaitu 3,67 dan skor matriks EFAS yaitu 3,83. Matriks IE diatas merupakan pemetaan skor matriks EFAS dan IFAS. Menurut Rangkuti dalam Maulana (2017) matriks IE di dasarkan pada dua dimensi kunci yaitu total skor pembobotan IFAS pada sumbu horizontal dan total skor pembobotan EFAS pada sumbu vertikal. Total skor pembobotan IFAS di dalam penelitian ini menunjukkan hasil 3,67 sedangkan hasil pemetaan EFAS di dalam penelitian ini menunjukkan hasil 3,83. Jika dilihat pada gambar di atas posisi perusahaan berada pada sel 1. yaitu posisi *GROWH*. Pertumbuhan melalui konsentrasi dapat dicapai melalui integrasi vertikal dengan cara *backward integration*. Hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaan yang memiliki posisi kompetitif pasar yang kuat (*high market share*) dalam persaingan yang berdaya tarik tinggi. Agar dapat meningkatkan kekuatan bisnisnya. Beberapa keuntungan dari integrasi vertikal ini adalah turunya biaya serta meningkatnya koordinasi. Hal ini merupakan cara terbaik bagi perusahaan yang kuat dalam rangka meningkatkan *competitive advantage* dalam industri yang atraktif.

Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) merupakan sebuah alat formulasi strategi yang digunakan untuk meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsional bisnis, dan juga memberikan dasar untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan antara area-area tersebut. Matriks IFE dapat dilihat jumlah jawaban responden, rating, bobot dan perkalian bobot dengan rating adalah faktor strategi yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa opini/isi kusioner pengunjung berada pada kondisi sangat baik yakni point 4.

Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) adalah alat yang digunakan untuk menguji lingkungan eksternal perusahaan dan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada. Berikut disajikan matriks EFE dapat dilihat jumlah jawaban responden, rating, bobot dan perkalian bobot dengan rating adalah faktor strategi yang terdiri dari peluang dan ancaman berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa kusioner para pengunjung membenarkan adanya beberapa ancaman yang ada pada Wisata Pantai Air Manis Padang berupa pungli dan lain sebagainya sehingga dikategorikan berada pada kondisi kurang baik.

KESIMPULAN

1. Hasil penelitian ditemukan faktor internal dan eksternal pada Wisata Pantai Air Manis Padang.
2. Matriks IE diatas merupakan pemetaan skor matriks EFAS dan IFAS. Menurut Rangkuti dalam Maulana (2017) matriks IE di dasarkan pada dua dimensi kunci yaitu total skor pembobotan IFAS pada sumbu horizontal dan total skor pembobotan EFAS pada sumbu vertikal. Total skor pembobotan IFAS di dalam penelitian ini menunjukkan hasil 3,67 sedangkan hasil pemetaan EFAS di dalam penelitian ini menunjukkan hasil 3,83. Jika dilihat pada gambar di atas posisi perusahaan berada pada sel 1. yaitu posisi *GROWH*. Pertumbuhan melalui konsentrasi dapat dicapai melalui integrasi vertikal dengan cara *backward integration*. Hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaan yang memiliki

posisi kompetitif pasar yang kuat (*high market share*) dalam persaingan yang berdaya tarik tinggi. Agar dapat meningkatkan kekuatan bisnisnya.

REFERENSI

- Agussalim Manguluang, (2015). *Statistik Lanjutan*, Ekasakti Press, Padang.
- Bakaruddin. (2014). *Perkembangan dan Permasalahan Kepariwisata*. UNP Press. Padang.
- Durianto. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Andi offist: Yogyakarta.
- Kotler & Amstrong. (2016). *Marketing Management* (15th. Edit). New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.New Jersey.
- Levy, G. &. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi K En). Jakarta: Erlangga.
- Swastha, B. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. – Pengenalan Plus Tren Terkini tentang Pemasaran* (II). Jakarta: Liberty. Jakarta.