

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis paparkan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari analisis SWOT berada pada kuadran 1. Hal tersebut menjelaskan bahwa strategi pengembangan yang dapat diterapkan oleh destinasi wisata adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang Agresif (*growth oriented strategy*) atau strategi pengembangan yang memanfaatkan kekuatan serta peluang yang dimiliki oleh destinasi wisata. Strategi pengembangan tersebut seperti:

1. Menjadi destinasi wisata alam unggulan di kabupaten Bantul dengan memanfaatkan keadaan geografis dan sumber daya yang dimiliki
2. Kemajuan teknologi dapat dimanfaatkan pengelola destinasi untuk mengembangkan destinasi wisata, seperti membuat aplikasi atau *web* khusus yang memuat informasi dan reservasi atraksi wisata yang ada pada Seribu Batu Songgo Langit
3. Bekerjasama dengan pihak lain (*stakeholder*) untuk mengadakan *event/acara* guna menarik minat wisatawan untuk berkunjung
4. Memanfaatkan media sosial sebagai media promosi dan sumber informasi terkait destinasi wisata
5. Memanfaatkan lahan yang masih tersisa untuk menambah fasilitas atau daya tarik wisata

B. SARAN

Berdasarkan dari hasil penelitian mengenai Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Seribu Batu Songgo Langit Dalam Menarik Minat Wisatawan Berkunjung di Masa *Covid-19*, maka peneliti memberikan saran seperti:

1. Meningkatkan pengawasan terkait penerapan protokol kesehatan
2. Perbaiki fasilitas dan atraksi wisata yang dimiliki secara berkala,
3. Membuat konten foto/video yang lebih berkualitas untuk di-*posting* ke akun media sosial
4. Melakukan pelatihan terhadap petugas/karyawan destinasi wisata untuk meningkatkan kemampuan (*skill*) tambahan yang dapat digunakan untuk mengembangkan destinasi wisata
5. Bekerjasama dengan pihak lain (*stakeholder*) atau masyarakat sekitar untuk membuat cinderamata/oleh-oleh khas dari daerah Mangunan.

DAFTAR PUSTAKA

1. BUKU

- Ardiwidjaja, R. (2018). *Adventure Tourism*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Arjana, I. G. B. (2015). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bagyono. (2014). *Pariwisata dan Perhotelan*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, I. (2014). *Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mas'udi, W. dan Poppy S. W. (2020). *New Normal: Perubahan Sosial Ekonomi dan Politik Akibat Covid-19*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Rangkuti. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadana, M. L. dan Vanny Octavia. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.

2. JURNAL & SKRIPSI/ TESIS

- Ardiansyah, M. (2020). *Analisis Strategi Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Dengan Menggunakan SWOT Analisis dan Model Bisnis (Studi Kasus PT. Bumi Sarana Utama)*. Tesis. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Astuti, M. T. dan Any Ariani Noor. (2016). Daya Tarik Morotai Sebagai Destinasi Wisata Sejarah dan Bahari. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, Vo. 11, No. 1 (hlm: 29).

- Barreto, M. dan I.G.A Ketut Giantari. (2015). Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste. *E-jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 4, No. 11 (hlm. 34).
- Guzman, K. C. dan Nina Oktarina. (2018). Strategi Komunikasi Eksternal Untuk Menunjang Citra Lembaga. *Economic Education Analysis Journal*, Vol. 7, No. 1 (hlm.307).
- Joesyiana, K. (2018). Penerapan Metode Pembelajaran Observasi Lapangan (*Outdoor Study*) Pada Mata Kuliah Manajemen Operasional (Survey ada Mahasiswa Jurusan Manajemen Semester III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Persada Bunda). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi FKIP UIR*, Vol. 6, No. 2 (hlm.94).
- Lukmandono. (2015). Analisis SWOT untuk Menentukan Keunggulan Strategi Bersaing di Sektor Industri Kreatif. *Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan III 2015 Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya* (hlm. 174).
- Nainggolan, D. M. dan I Made Adi Kampana. (2015). Strategi Pengembangan Pantai Sawangan Sebagai Daya Tarik Wisata Nusa Dua. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, Vol. 3, No. 2 (hlm. 46).
- Rahmawati, D. (2016). *Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Soeda, F. dkk. (2017). Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Kepulauan Talaud. *Jurnal Eksekutif*, Vol.1, No.1 (hlm. 6).
- Sulistiyo, T. D., dkk. (2020). Pengaruh Marketing Media Sosial Instagram Terhadap *Brand Image The Bunker Café*, Tangerang. *Jurnal Ekbis Analisi, Prediksi, dan Informasi*, Vol. 21, No. 2 (hlm. 193-195).
- Tomiani, Devina Lasih. (2018). *Studi Kelayakan Pantai Popoh Menjadi Objek Wisata Syariah Di Tulungagung*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Primadany, R. S., dkk. (2013). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 1, No. 4 (hlm. 137).

Valiant, V. (2020). *Instagram Sebagai Media Eksistensi Diri*. Skripsi. Fakultas Ilmu Komunikasi. Jakarta: Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

3. UNDANG-UNDANG

Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/Menkes/382/2020 Bab I dan Bab III.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 - 2025 Pasal 14 Ayat 1 (huruf a-c).

Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 24 Tahun 2021 Tentang Penerapan Disiplin dan Penegakan Hukum Protokol Kesehatan Sebagai Upaya Pencegahan dan Pengendalian *Corona Virus Disease* 2019.

Undang – Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata Bab 1, Pasal 1.

4. INTERNET

Haryanto, Agus T. “Pengguna Aktif Medsos RI 170 Juta, Bisa Main 3 Jam Sehari”. Detikinet.com. <https://inet.detik.com/cyberlife/d5407834/pengguna-aktif-medsos-ri-170-juta-bisa-main-3-jam-sehari>. Diakses pada 09 November 2021.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Permohonan Izin Penelitian



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489614 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 239/Q.AMPTA/XI/2021 09 November 2021
Lampiran : 1 bendel
Hal : Permohonan Penelitian

Yth. Kepala Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan Prov. DIY
Jalan Argolubang No. 19, Baciro, Kecamatan Gondokusuman
Kota Yogyakarta

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Destinasi Wisata Seribu Batu Songgo Langit Bantul selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 15 November 2021 sampai dengan tanggal 14 Desember 2021, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Habib Syarifudin Hidayatullah
No. Induk Mahasiswa : 517100735
Semester : IX

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun laporan penelitian yang berjudul :

Strategi Pemasaran Destinasi Wisata Seribu Batu Songgo Langit dalam Menarik Minat Wisatawan Berkunjung di Masa Pandemi Covid-19 (proposal penelitian terlampir).

Atas kerjasama dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,
Ketua

Drs. Prihatno, M.M

Lampiran 3: Hasil Wawancara Untuk Pengelola

DAFTAR PEDOMAN WAWANCARA UNTUK PENGELOLA

“Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Seribu Batu Songgo Langit Dalam Menarik Minat Wisatawan Berkunjung di Masa Pandemi Covid-19”

Pengelola Destinasi Wisata Seribu Batu Songgo Langit Yogyakarta

IDENTITAS

Nama : Sugiyadi

Umur : 40 tahun

Jabatan : Ketua organisasi pengelola destinasi wisata Seribu Batu Songgo
Langit

Alamat : Sukorame, Mangunan, Dlingo, Bantul, Yogyakarta

DAFTAR PERTANYAAN

1. Bagaimana sejarah terbentuknya destinasi wisata Seribu Batu Songgo Langit?

Jawaban: Yang pertama kita dari awal tahun 2016 adalah kelompok tani hutan yang dulunya mengelola hutan pinus ini, yang pada awal tahun 2012 sudah dilakukan penjadapan pinus, kemudian di tahun 2015 penjadapan pinus dihentikan yang diganti/alokasikan menjadi kawasan destinasi wisata.

2. Apa itu Koperas Notowono? Dan apa hubungannya dengan destinasi wisata Seribu Batu Songgo Langit?

Jawaban: Sebuah destinasi wisata harus mempunyai badan hukum, jadi setiap destinasi yang ada pada kawasan hutan pinus berada pada naungan Koperasi Notowono. Jadi kita merupakan sebuah organisasi yang dibentuk oleh Koperasi Notowo untuk mengelola destinasi wisata (Seribu Batu Songgo Langit) dan kita bertanggung jawab ke Koperasi Notowono jika terjadi suatu kendala di lapangan.

3. Siapa saja yang turut ikut serta dalam pengelolaan destinasi wisata?

Jawaban: Kalau yang mengelola organisasi dimana anggotanya berasal dari masyarakat desa Sukorame, kalau dari pihak lain tidak ada.

4. Apakah bentuk kerjasama antara pengelola destinasi wisata dengan dinas pariwisata setempat maupun organisasi pariwisata lainnya?

Jawaban: Kalau dari dinas pariwisata dan dinas Bantul ada kerjasama seperti *support* untuk bangunan-bangunan dan pelatihan-pelatihan. Kalau selain dinas, kerjasama yang dilakukan seperti menyewa tempat untuk menggelar *event*.

5. Apa yang dilakukan pengelola destinasi wisata dalam meningkatkan kualitas SDM (Sumber Daya Manusia)?

Jawaban: Melakukan pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan oleh dinas pariwisata atau dinas kabupaten Bantul, seperti pelatihan pemandu (*guide*),

pelatihan kuliner, pelatihan komunikasi, pelatihan bahasa Inggris, dan pelatihan lainnya.

6. Bagaimana cara pengelola bersaing dengan destinasi wisata lain?

Jawaban: Menciptakan atraksi yang berbeda dari destinasi wisata lain, karena atraksi wisata yang dimiliki oleh destinasi wisata yang ada di daerah sini berbeda-beda.

7. Apa saja keunggulan yang dimiliki oleh destinasi wisata Seribu Batu Songgo Langit dibandingkan dengan destinasi wisata lainnya?

Jawaban: Kalau di Seribu Batu Songgo Langit itu lokasinya berbeda dari destinasi lain, kemudian banyak spot-spot foto yang kita tawarkan dan dibuat menarik. Kemudian kita ada kegiatan *meeting* dan *outbound* yang belum ada di destinasi wisata lain di sekitar Seribu Batu Songgo Langit.

8. Bagaimana cara pengelola dalam mempromosikan destinasi wisata Seribu Batu Songgo Langit terutama pada saat pandemi *covid-19*?

Jawaban: Kalau disini ada admin yang mengurus sosial media seperti *Instagram* dan *Facebook*.

9. Apa saja media sosial yang dimiliki oleh destinasi wisata?

Jawaban: *Instagram* dan *Facebook*, tetapi yang aktif hanya *Instagram* saja.

10. Apa saja paket wisata yang ditawarkan kepada wisatawan?

Jawaban: Kalau paket wisata kita ada paket wisata mobil jeep dan glamping.

11. Berapa harga produk/atraksi wisata yang ditawarkan kepada wisatawan?

Jawaban: Kalau untuk Glamping harga paket untuk *weekend* Rp 800.000 dan *weekday* Rp 700.000 untuk 4 orang sudah termasuk *breakfast*, *welcome*

drink, fasilitas, tiket masuk gratis, dll. Kalau paket tripnya Rp 250.000 - Rp 350.000 untuk 4 orang.

12. Apakah destinasi wisata sering mengadakan acara (*event*) sebelum dan selama pandemi *covid-19*?

Jawaban: tidak, hanya ada acara gelar budaya tetapi hanya dilakukan setiap tahun sekali.

13. Apa saja upaya yang dilakukan oleh pengelola destinasi wisata dalam menyikapi kejadian pandemi *covid-19*?

Jawaban: Saat awal terjadi pandemi kemudian destinasi ditutup, kita lakukan perawatan dan perbaikan agar waktu kita buka kembali sudah siap semua.

14. Apakah sudah dilakukan pelatihan mengenai *new normal* atau penerapan protokol kesehatan?

Jawaban: Ada dari dinas, kemudian kita juga di *support* dari dinas seperti tempat cuci tangan.

15. Apa saja program yang akan dilakukan destinasi wisata Seribu Batu Songgo Langit untuk kedepannya?

Jawaban: Penambahan spot foto, kemudian banyak wisatawan dari sekolah maka kita mungkin akan tambahkan atraksi wisata seperti pentas seni.

16. Bagaimana pengelola menjaga destinasi wisata agar tetap lestari dan berkelanjutan?

Jawaban: Kita menyetihkan uang pendapatan untuk perawatan destinasi wisata dan membeli tanaman untuk reboisasi.

Lampiran 4: Sampel Hasil Wawancara Untuk Wisatawan

DAFTAR PEDOMAN WAWANCARA UNTUK WISATAWAN

“Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Seribu Batu Songgo Langit Dalam Menarik Minat Wisatawan Berkunjung di Masa Pandemi Covid-19”

IDENTITAS

Nama : Sugiyanti

Umur : 53 Tahun

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Alamat : Semarang

DAFTAR PERTANYAAN

1. Darimana anda mengetahui destinasi wisata Seribu Batu Songgo Langit?

Jawaban: Dari *goole maps*.

2. Apakah destinasi wisata sudah menerapkan prosedur protokol kesehatan sesuai dengan SOP?

Jawaban: Sudah

3. Bagaimana jalur/aksesibilitas menuju destinasi wisata?

Jawaban: Ya cukup sulit saya kira, soalnya tidak terbiasa melewati jalan naik turun seperti disini.

4. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh pengelola destinasi wisata?

Jawaban: Lumayan.

5. Apakah fasilitas yang disediakan pengelola sudah mencukupi kebutuhan untuk wisatawan?

Jawaban: Sudah menurut saya.

6. Apakah menurut anda media sosial yang dimiliki oleh destinasi wisata sudah dikelola dengan baik?

Jawaban: Saya tidak tahu akun sosial media yang dimiliki oleh destinasi wisata, karena saya melihat destinasi wisata hanya melalui *google maps*.

7. Apakah promosi yang dilakukan oleh pengelola destinasi wisata sudah cukup bagus/ harus ditingkatkan lagi?

Jawaban: Kurang tahu, soalnya saya jarang melihat destinasi wisata pada akun media sosial (*facebook*).

8. Bagaimana kualitas produk/daya tarik yang ditawarkan oleh destinasi wisata?

Jawaban: Bagus.

9. Bagaimana kondisi di dalam area destinasi wisata?

Jawaban: Ya bagus, di dalamnya masih alami dan banyak pepohonan.

10. Kritik atau saran untuk pengelola destinasi wisata?

Jawaban: Tidak ada.

Lampiran 5: Kuesioner

DATA RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Perempuan Laki-Laki
3. Usia : < 17 tahun 17-25 tahun
 25-35 tahun 35-45 tahun
 >45 tahun
4. Pendidikan Terakhir : SMP D1-D4
 SMA/K S1-S3
5. Asal Daerah : Jogja Luar Jogja
6. Pekerjaan : PNS Pelajar/Mahasiswa
 Swasta Ibu Rumah Tangga
 Lainnya.....
7. Frekuensi Kunjungan : Baru Sekali
 2-5 kali
 Lebih dari 5 kali

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Jawablah masing-masing pertanyaan di bawah ini sesuai dengan penilaian saudara.
2. Pilihlah salah satu jawaban dari keempat alternative jawaban yang sesuai dengan cara memberikan tanda centang (√) pada salah satu kolom jawaban yang tersedia.
3. Keterangan jawaban adalah sebagai berikut:

SS :Sangat Setuju

S :Setuju

TS :Tidak Setuju

STS :Sangat Tidak Setuju

No.	Faktor Internal Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Penilaian Responden			
		SS	S	TS	STS
1.	Produk wisata yang ditawarkan beragam dan menarik (selama pandemi <i>covid-19</i>)				
2.	Suasana alam yang asri dan sejuk				
3.	Harga produk yang ditawarkan terjangkau/murah (selama pandemi <i>covid-19</i>)				
4.	Fasilitas yang ditawarkan cukup lengkap				
5.	Lokasi destinasi wisata mudah untuk ditempuh/dijangkau oleh wisatawan				

No.	Faktor Internal Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Penilaian Responden			
		SS	S	TS	STS
1.	Pengelolaan media sosial kurang maksimal (selama pandemi <i>covid-19</i>)				
2.	Penerapan protokol kesehatan kurang maksimal				
3.	Jalur yang ekstrim dan kurangnya keamanan untuk wisatawan ketika menuju lokasi atraksi wisata				
4.	Tidak tersedia toko cinderamata				
5.	Program pengembangan destinasi wisata harus lebih ditingkatkan				

No.	Faktor Eksternal Peluang (<i>opportunity</i>)	Penilaian Responden			
		SS	S	TS	STS
1.	Pemanfaatan kemajuan teknologi untuk menunjang berkembangnya destinasi wisata				
2.	Memiliki sumber daya manusia dan alam yang melimpah				
3.	Banyaknya pengguna akun media sosial (<i>Instagram</i>) yang berkunjung ke destinasi wisata				
4.	Kerjasama yang baik antara pihak lain (<i>stakeholder</i>) yang terkait dengan pengembangan destinasi wisata				
5.	Area destinasi wisata luas				

No.	Faktor Eksternal Ancaman (<i>Threat</i>)	Penilaian Responden			
		SS	S	TS	STS
1.	Faktor cuaca (hujan) yang tidak menentu mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung				
2.	Hujan menyebabkan tanah menjadi licin dan rawan longsor				
3.	Pembangunan yang dilakukan tanpa mempertimbangkan kondisi sekitar akan merusak ekosistem alam				
4.	Persaingan antar destinasi wisata yang serupa di sekitar destinasi wisata				
5.	Kurangnya kesadaran wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan dan menjaga kelestarian alam				

Lampiran 6: Hasil Kuesioner

R: Responden

Jumlah Responden: 10 Responden

No.	Faktor Internal Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Penilaian Responden									
		R 1	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8	R 9	R 10
1.	Produk wisata yang ditawarkan beragam dan menarik (selama pandemi <i>covid-19</i>)	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3
2.	Suasana alam yang asri dan sejuk	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
3.	Harga produk yang ditawarkan terjangkau/murah (selama pandemi <i>covid-19</i>)	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4.	Fasilitas yang ditawarkan cukup lengkap	3	3	4	3	4	3	2	4	4	3
5.	Lokasi destinasi wisata mudah untuk ditempuh/dijangkau oleh wisatawan	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3

No.	Faktor Internal Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Penilaian Responden									
		R 1	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8	R 9	R 10
1.	Pengelolaan media sosial kurang maksimal (selama pandemi <i>covid-19</i>)	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4
2.	Penerapan protokol kesehatan kurang maksimal	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4
3.	Jalur yang ekstrim dan kurangnya keamanan untuk wisatawan ketika	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3

	menuju lokasi atraksi wisata										
4.	Tidak tersedia toko cinderamata	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5.	Program pengembangan destinasi wisata harus lebih ditingkatkan	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4

No.	Faktor Eksternal Peluang (<i>opportunity</i>)	Penilaian Responden									
		R 1	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8	R 9	R 10
1.	Pemanfaatan kemajuan teknologi untuk menunjang berkembangnya destinasi wisata	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
2.	Memiliki sumber daya manusia dan alam yang melimpah	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4
3.	Banyaknya pengguna akun media sosial (<i>Instagram</i>) yang berkunjung ke destinasi wisata	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4
4.	Kerjasama yang baik antara pihak lain (<i>stakeholder</i>) yang terkait dengan pengembangan destinasi wisata	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3
5.	Area destinasi wisata luas	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3

No.	Faktor Eksternal Ancaman (<i>Threat</i>)	Penilaian Responden									
		R 1	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8	R 9	R 10
1.	Faktor cuaca (hujan) yang tidak menentu mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
2.	Hujan menyebabkan tanah menjadi licin dan rawan longsor	3	3	2	3	3	4	4	4	4	2
3.	Pembangunan yang dilakukan tanpa mempertimbangkan kondisi sekitar akan merusak ekosistem alam	4	2	4	4	4	4	3	3	4	3
4.	Persaingan antar destinasi wisata yang serupa di sekitar destinasi wisata	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3
5.	Kurangnya kesadaran wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan dan menjaga kelestarian alam	2	2	2	2	4	3	3	3	3	4

Lampiran 7: Dokumentasi Pengambilan Data Penelitian



Wawancara bersama pengelola
Koperasi Notowono



Wawancara bersama pengelola
Destinasi Wisata




Wawancara bersama wisatawan



Pengisian Kuesioner
bersama wisatawan

Lampiran 8 Lembar Bimbingan Skripsi

LEMBAR BIMBINGAN




NAMA MAHASISWA : _____
 NO. MAHASISWA : _____
 JUDUL PENELITIAN : _____

NAMA PEMBIMBING I : _____ NAMA PEMBIMBING II : _____

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF	NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
		belakang penerangan dan tantangan juga harus bisa di penuhi, oleh karena itu hrs ada alat yg bisa mengotomasi agar bisa mem auto proses tgl penerangan yg akurat!		10-10-2021		Perbaiki - Sistemotika perputusan, sumber data, metode Peneliti (ol), Dasar teori (summar blm ada), Tahap EPR ? dll dlm dng	<i>[Signature]</i>
		→ (SWOT)				<i>[Signature]</i>	
		→ Kerangka berpikir hrs di buat dan				→ kerangka berpikir → Abstrak & Kesimpulan	<i>[Signature]</i>

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA : HABIB SYARIFUDIN H.
 NO. MAHASISWA : 512100235
 JUDUL PENELITIAN : STRATEGI PEMASARAN DESTINASI WISATA SEBIBAH BATU SONGGO LANGIT DALAM MENARIK MINAT WISATAWAN BERKONDISI DI MASA PANDEMI COVID-19.
 NAMA PEMBIMBING I : Drs. PRILATNO, MM.
 NAMA PEMBIMBING II : Dra. Pauli Jusellawati, MM.

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF	NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	8/6/21	Kecondongan marketing mix hrs longgar Kerangka pemikir hrs fokus Pedoman usulan cara hrs jelas Untuk map 2.	<i>[Signature]</i>	19-6-2021		Perbaiki Sistemotika perputusan, Kategori, sumber Literatur min - th 2010. Tinjauan pustaka m Teori dan di susun dng judul Skripsi.	<i>[Signature]</i>
2	14/6/21	Kalau akan mem buat strategi pemasaran maka hrs tdk ada nilai lebih & kemang dan ditinjau		30-6-2021		Revisi Penelitian terdahulu jarknya Pemasaran / Promosi → Kapan Strategi Pemasaran terdulu konyol dan Metode Peneliti (ol)	<i>[Signature]</i>

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA : _____
 NO. MAHASISWA : _____
 JUDUL PENELITIAN : _____

NAMA PEMBIMBING I : _____

NAMA PEMBIMBING II : _____

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
2	31/8/21	Analisa SWOT dan Uraian di Metode Analisa SWOT (mendeskripsikan)	
		• Questioner yg diguna- kan di SWOT	
		Diagram Analisis SWOT ini ada	
		• Definisi pembuka	
4	9/9/21	Proposal ACC	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	28-10-2021	Revisi: Sistematika, latar belakang masalah	
	30-10-2021	ACC proposal	
	29-11-2021	Revisi: Sistematika penulisan, sumbu koordinat, kutipan, penulisan bab 1, Bab II Tinjauan Pustaka halaman diperbaiki	
	2-12-2021	Perbaiki	

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA : _____
 NO. MAHASISWA : _____
 JUDUL PENELITIAN : _____

NAMA PEMBIMBING I : _____

NAMA PEMBIMBING II : _____

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
5	25/11/21	Analisa dan Perbaikan, Revisi yang juga hrs di keluarkan dan keluarkan uraian, - pel kerangka, di bawah uraian saya	
		Laporan ACC	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	17-12-2021	Analisa dan Perbaikan, Revisi pelajar & Uraian hasil analisis nya	
	13-12-2021	Perbaiki: lihat di dalam	
	14-12-2021	ACC ke pembimbing	