

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN DESA WISATA WAEREBO DALAM  
MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI ERA *NEW NORMAL***



**OLEH :**

**YUSTINA ROLINDA GOA**

**NO. HMS : 517100715**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA**

**2021**

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN DESA WISATA WAEREBO DALAM  
MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI ERA *NEW NORMAL***



**OLEH :**

**YUSTINA ROLINDA GOA**

**NO. HMS : 517100715**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA  
2021**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**STRATEGI PEMASARAN DESA WISATA WAEREBO DALAM  
MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI ERA *NEW NORMAL***



**Disusun Oleh :**

**YUSTINA ROLINDA GOA**

**NO. MHS: 517100715**

**Telah disetujui oleh :**

**Pembimbing I**

**I Putu H. W. Duari S. St., M. M**  
**NIDN: 0506108201**

**Pembimbing II**

**Hamdan Anwari S.Pd, M.Pd. B.I**  
**NIDN. 0509118801**

**Mengetahui  
Ketua Jurusan**

**Arif Dwi Saputra, S.S., M.M**  
**NIDN. 0508066401**

**BERITA ACARA UJIAN**

**STRATEGI PEMASARAN DESA WISATA WAEREBO DALAM  
MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI ERA *NEW NORMAL***

**Disusun Oleh :**

**YUSTINA ROLINDA GOA**

**NO. MHS: 517100715**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA**

**Telah dipertahankan di depan penguji dan dinyatakan : LULUS**

**Pada Tanggal 28 Juli 2021**

**Penguji : Drs. Budi Hermawan, M. M  
NIDN. 0523026601**

**Pembimbing I : I Putu H. H. Duari S. ST., M. M (  
NIDN. 0506108201**

**Pembimbing II : Hamdan Anwari S.Pd, M.Pd, B.I (  
NIDN. 0509118801**

**Mengetahui  
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**



## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : YUSTINA ROLINDA GOA

NIM : 517100715

Prodi : S1 Pariwisata

Judul Skripsi : “Strategi Pemasaran Desa Wisata Waerebo Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Era *New Normal*”

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi Strategi Pemasaran Desa Wisata Waerebo Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Era *New Normal* adalah hasil karya saya sendiri dengan arahan dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun, sumber data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya ilmiah yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka dibagian skripsi ini.

Yogyakarta, 26 Juli 2021

  
  
Yustina Rolinda Goa

517100715

## **HALAMAN MOTTO**

“Jika kamu Meminta Sesuatu Kepada-Ku dalam nama-Ku, Aku akan  
melakukannya”

Yohanes 14 : 14

“Akan selalu ada harapan bagi mereka yang terus berdoa dan akan selalu ada jalan  
bagi mereka yang terus berusaha”

Michelle Liu

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya ini saya persembahkan kepada

Almamater saya Program Studi Pariwisata

Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Kedua Orang Tua Saya Alm. Paulus Bole Goa dan Sisilia Maria Strimuliati

Ngising

Keluarga yang telah membiayai saya Siviardus Bona Goa dan Christy Hevi

Krismawati

Kakak saya Yosevina Larisa Goa dan Anggelina Ira Wati Goa

Teman seperjuangan Kelas Pariwisata A angkatan 2017

Kakak Tingkat yang telah membantu saya menyelesaikan skripsi Paskalis Dula

Penyemangat Kristianus Ronaldo Jemani

Dan semua orang-orang terbaik saya yang tidak dapat disebut satu persatu

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penelitian ini dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Desa Wisata Waerebo Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Era *New Normal*”**. Penulisan skripsi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi dunia pendidikan khususnya bidang kepariwisataan. Skripsi ini juga salah satu syarat untuk memperoleh gelar serjana Pariwisata Program Studi Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini juga dapat berjalan lancar sehingga selesai di karenakan banyaknya bantuan dari bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Arif Dwi Saputra, SS. M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Setara Satu (S-1) Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan dan telah membatu untuk melengkapi segala dokumen dalam pengajuan sidang skripsi.
2. Bapak Drs. Budi Hermawan, M. M selaku penguji utama yang telah memberikan saran dan koresi dalam skripsi ini.
3. Ibu I Putu Hardani Hesti Duari,. S. ST,. M. M sebagai pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan arahan yang baik bagi penyusun skripsi ini.



4. Bapak Hamdan Anwari., S. Pd., M. Pd., B.I sebagai pembimbing II yang telah memberikan arahan serta masukan dalam proses penyusunan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Bapak Heribertus Jelamu selaku Kabid Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai yang telah memberikan waktu dan informasi selama peneliti melakukan wawancara peneliti.
6. Lembaga Pelestarian Budaya Waerebo Patris bidang *local guide* yang memberikan waktu dan informasi selama peneliti melakukan wawancara penelitian.
7. Masyarakat Waerebo Bapak Benyamin Burung yang telah memberikan waktu dan informasi selama peneliti melakukan wawancara penelitian
8. Responden Desa wisata Waerebo yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi selama wawancara penelitian.

Penulis menyadari skripsi ini banyak kekurangan, maka saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 26 Juli 2021

Penulis

Yustina Rolinda Goa

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
BERITA ACRA UJIAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Landasan Teori.....	8
1. Strategi .....	8
2. Pemasaran .....	10

3. Desa Wisata.....	14
4. Wisatawan.....	16
5. Normal Baru.....	17
B. Penelitian Terdahulu .....	20
C. Kerangka Pemikiran .....	24

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Metode dan Desain Penelitian .....	25
B. Lokasi dan Waktu .....	25
C. Teknik Cuplikan .....	25
D. Sumber Data . .....	26
E. Teknik Pengumpulan Data .....	27
F. Keabsahan Data .....	29
G. Metode Analisis Data .....	31
H. Alur Penelitian .....	37

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	39
B. Pembahasan .....	48

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	80
B. Saran .....	82

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Desa Wisata Waerebo Tahun 2013-2015

Table 3.1 Matriks SWOT

Tabel 4.1 Uraian Tugas Lembaga Pelestarian Budaya Waerebo

Tabel 4.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Desa Wisata Waerebo Tahun 2016-2020

Tabel 4.3 Harga Tarif Tiket Masuk

Tabel 4.4 Analisis Faktor Internal

Tabel 4.5 Analisis Faktor Eksternal

Tabel 4.6 Matrik SWOT

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Rumah Adat Waerebo

Gambar 4.2 Peta Wilayah Waerebo

Gambar 4.3 Rumah Adat Waerebo

Gambar 4.4 *Homestay* Kampung Kombo dan Denge

Gambar 4.5 Atraksi Budaya Mbata

Gambar 4.6 Kondisi Jalan dan Parkir

Gambar 4.7 Landasan Teori

Gambar 4.8 Website Disbudpar dan Buku waerebo

Gambar 4.9 Penyambutan di Mbaru Gendang dan Mbaru Niang

Gambar 4.10 Kain Tenun dan Slendang Khas Manggarai

Gambar 4.11 Kopi dan Madu Khas waerebo

Gambar 4.12 Wawancara Dengan Kabid Pemasaran

Gambar 4.13 Wawancara Dengan Lembaga Pelestarian Budaya Waerebo

Gambar 4.14 Wawancara Dengan Masyarakat

Gambar 4.15 Wawancara Dengan Wisatawan

Gambar 4.16 Wawanvara Dengan Wisatawan

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Pedoman Wawancara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
- Lampiran 2 : Pedoman Wawancara Masyarakat Desa Waerebo
- Lampiran 3 : Pedoman Wawancara Pokdarwis
- Lampiran 4 : Pedoman Wawancara Wisatawan
- Lampiran 5 : Pedoman Wawancara Wisatawan
- Lampiran 6 : Surat Izin STP AMPTA Yogyakarta
- Lampiran 7 : Surat Izin dari Dinas Penanaman Modal, Koperasi, Usaha Kecil,  
Menengah dan Tenaga Kerja
- Lampiran 8 : Surat Izin dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Manggarai
- Lampiran 9 : Surat Izin dari Kecamatan Satar Mese Barat Narang
- Lampiran 10 : Surat Selesai Penelitian dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata  
Manggarai

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Strategi Pemasaran Desa Wisata Waerebo dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di era *new normal*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran desa wisata Waerebo di era *new normal* dan untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal strategi pemasaran desa wisata Waerebo di era *new normal*. Strategi pemasaran desa wisata Waerebo dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di era *new normal* diharapkan mampu memberi dampak positif terhadap pengelola dan masyarakat sekitar sesuai dengan harapan wisatawan.

Metode pengumpulan data lebih banyak observasi dan wawancara terhadap Kepala bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai, Lembaga Pelestarian Budaya Waerebo, Masyarakat Waerebo dan responden yang berkunjung di desa wisata Waerebo. Metode analisis data adalah penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang menggambarkan fenomena sosial tanpa ada perbandingan hipotesa tetapi lebih memberikan penekanan pada hasil wawancara terhadap *stakholder* yaitu, pemerintah, masyarakat dan wisatawan.

Hasil penelitian ini dengan startegi 7 bauran pemasaran (*product, price, place, people, physical evidence, dan process*) menunjukkan bahwa Desa wisata Waerebo masih kurang menerapkan protokol kesehatan yang berlaku saat ini, sehingga pemasaran yang terjadipun masih bergantung pada kepopuleran rumah adat yang mereka miliki. Sehingga perlu dilakukan sosialisasi lagi bagi pengelola dan masyarkat Desa Waerebo agar startegi pemasaran berbasis protokol kesehatan dengan menerapkan CHSE (*Cleanliness, Health, Safety dan Environmet*) dapat diterapkan dan mampu menarik minat kunjungan wisatawan tanpa mengkhawatirkan pandemi covid19 serta dapat menjadi salah satu obyek wisata yang dapat kembali beroperasi di era *new normal* ini.

**Kata Kunci : Startegi Pemasaran, Desa Wisata Waerebo, Era *new normal*.**



## **ABSTRACT**

*This research is entitled Marketing Strategy of Waerebo Tourism Village in Increasing Tourist Visits in the new normal era. The purpose of this study was to determine the marketing strategy of the Waerebo tourism village in the new normal era and to determine the internal and external factors of the marketing strategy of the Waerebo tourism village in the new normal era. The marketing strategy of Waerebo tourism village in increasing tourist visits in the new normal era is expected to have a positive impact on managers and the surrounding community in accordance with tourist expectations.*

*The method of data collection is more observations and interviews with the Head of Marketing at the Manggarai Regency Culture and Tourism Office, the Waerebo Cultural Conservation Institute, the Waerebo Community and respondents who visit the Waerebo tourist village. The data analysis method is descriptive qualitative research, which is a research that describes social phenomena without any comparison of hypotheses but places more emphasis on the results of interviews with stakeholders, namely, the government, the community and tourists.*

*The results of this study with 7 marketing mix strategies (product, price, place, people, physical evidence, and process) show that the Waerebo tourist village still does not apply the current health protocols, so that marketing that occurs still depends on the popularity of the traditional house they build. So that it is necessary to carry out further socialization for the managers and community of Waerebo Village so that a marketing strategy based on health protocols by implementing CHSE (Cleanliness, Health, Safety and Environment) can be applied and is able to attract tourist visits without worrying about the covid19 pandemic and can become one of the tourist attractions that can be visited by tourists. back to operation in this new normal era.*

**Keywords: Marketing Strategy, Waerebo Tourism Village, New normal era.**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia merupakan salah satu negara yang terdampak virus korona yang bermula sejak bulan maret tahun 2020. Sejak itu pemerintah melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pembatasan tersebut dilaksanakan oleh pemerintah daerah dengan persetujuan kementerian kesehatan, peraturan tersebut juga menyebutkan bahwa pembatasan kegiatan yang dilakukan paling sedikit meliputi liburan sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, dan pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum. Sejak itu, banyak sekali perusahaan terutama pariwisata tidak dapat bergerak dan memberikan banyak hambatan dalam pemasukan bagi ekonomi di negara Indonesia. Namun pemerintah Indonesia memutuskan untuk segera menerapkan *new normal* untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.

Memasuki era *new normal* menjadikan Indonesia sebagai negara yang harus siap dengan kebiasaan baru dalam kondisi pandemi covid-19 dan untuk menghidupkan kembali sektor pariwisata ini bukan berarti tanpa persiapan yang matang. Menurut WHO, negara atau wilayah yang akan menerapkan kelaziman baru (*new normal*) paling tidak memenuhi beberapa persyaratan. Kriteria yang pertama adalah menerapkan konsep *new normal*

harus memiliki bukti bahwa penularan covid-19 di wilayahnya telah bisa dikendalikan. Kriteria kedua adalah sistem kesehatan yang ada sudah mampu melakukan identifikasi, isolasi, pengujian, pelacakan kontak, hingga melakukan karantina orang yang terinfeksi. Sistem kesehatan ini mencakup rumah sakit hingga peralatan medis. Kriteria yang ketiga adalah penetapan langkah-langkah pencegahan di lingkungan kerja. Langkah-langkah pencegahan ini meliputi penerapan jaga jarak fisik, ketersediaan fasilitas cuci tangan, etika pernapasan seperti menggunakan masker dan penyemprotan disinfektan. Kriteria keempat adalah resiko terhadap kasus dari pembawa virus yang masuk ke suatu wilayah harus bisa dikendalikan. Sedangkan kriteria kelima adalah masyarakat harus diberikan kesempatan untuk memberi masukan, berpendapat dan dilibatkan dalam proses masa transisi menuju *new normal*.

Dalam hal ini Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menyusun program CHSE (*Cleanliness, Health, Safety dan Environmet*) sebagai tatanan *new normal* di destinasi wisata dengan melibatkan para pelaku industri pariwisata dan ekonomi kreatif yang nantinya diharapkan pariwisata dapat produktif dan aman dari covid-19. Terlepas dari kesiapan daerah secara umum dalam menghadapi *new normal* ini, provinsi Nusa Tenggara Timur tetap mempersiapkan beberapa destinasi wisata unggulan untuk menyiapkan diri menerima wisatawan secara bertahap dan salah satunya adalah Desa wisata Waerebo sehingga pada saatnya nanti dibuka

sektor pariwisata telah terkondisikan untuk menerima wisatawan dalam jumlah terbatas.

Desa wisata Waerebo sebuah perkampungan tradisional yang terletak di pegunungan, yang terletak di kampung Satar Lenda, Kecamatan Satar Mese Barat, Kabupaten Manggarai. Berada pada ketinggian 1.200 m di atas permukaan laut dengan kondisi udaranya yang dingin dan biasa disebut “Negeri di atas Awan”. Daya tarik yang dimiliki berupa potensi alam dan budaya yang pernah mendapatkan perhatian dari wisatawan mancanegara dan nusantara sebagai pemenang penghargaan UNESCO *Asia-Pacific for Cultural Heritage Conservation*. Desa wisata Waerebo dianggap sukses dalam melestarikan dan menjaga aset tradisional mereka yaitu rumah tradisional yang dinamakan *Mbaru Niang*.

Selain dari keunikan Mbaru Niang-nya yang menjadi produk yang dijual oleh Desa wisata Waerebo itu sendiri, ada produk unggulan lainnya berupa kerajinan tangan serta produk unggulan yang dihasilkan langsung atau diproduksi langsung oleh masyarakat itu sendiri, seperti sarung tenun yang khas untuk dijual ke wisatawan yang berkunjung, sarung itu juga dipakai oleh masyarakat Waerebo sehari-hari dalam beraktifitas, kemudian ada anyaman tikar yang dipakai juga oleh masyarakat Waerebo sebagai alas untuk tidur, selain kerajinan tangan ada juga hasil perkebunan masyarakat Waerebo, menghasilkan kopi yang mereka tanam nantinya akan diproduksi oleh bantuan Lembaga Swadaya Masyarakat Indecone yang membantu

menyangrai kopi, mengemas lalu dijual kepada wisatawan dalam bentuk kemasan bubuk ataupun masih biji kopi.

Dengan daya tarik yang dimiliki Desa wisata Waerebo berhasil menarik minat perhatian wisatawan baik wisatawan domestik dan juga wisatawan mancanegara, hal ini diketahui dari data kunjungan wisatawan yang mengalami peningkatan tiap tahunnya. Dari data tersebut menunjukkan bahwa pihak pengelola berhasil mempromosikan daya tarik yang ada di obyek wisata Desa Waerebo.

Tabel 1.1

Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Obyek Desa Wisata

Waerebo Tahun 2013-2017

<b>DATA KUNJUNGAN WISATAWAN KE OBYEK WISATA DESA WAEREBO</b>			
<b>TAHUN</b>	<b>WISMAN</b>	<b>WISNU</b>	<b>JUMLAH TOTAL</b>
<b>2013</b>	424	617	1,041
<b>2014</b>	1,158	1,398	2,556
<b>2015</b>	1,249	2,197	3,446
<b>2016</b>	3,975	1,123	5,098
<b>2017</b>	2,537	5,002	7,539
<b>JUMLAH</b>	<b>9,343</b>	<b>10,337</b>	<b>19,680</b>

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Manggarai

Dari data kunjungan wisatawan berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dari tahun 2013 hingga 2017 kunjungan wisatawan ke obyek wisata Desa Waerebo mengalami peningkatan dan juga mengalami penurunan setiap tahunnya. Dari tahun 2013 hingga 2017 wisatawan nusantara masih mendominasi kunjungan pariwisata ke Desa Waerebo, meskipun dari tahun 2014-2016 mengalami penurunan kunjungan, namun Wisnu masih unggul dari Wisman. Data Wisman sempat mengalami

kenaikan kunjungan wisata yang drastis dari tahun 2015 hingga tahun 2016, namun pada tahun 2016-2017 mengalami kunjungan wisata yang tidak terlalu drastis.

Dari data tersebut menyimpulkan bahwa ditahun 2013-2017 pengelola telah berhasil memasarkan Desa wisata Waerebo. Namun di era pandemi covid-19 Desa wisata Waerebo juga merasakan dampak dari wabah virus korona, hal ini membuat Desa wisata Waerebo mengalami penghambatan operasional selama enam bulan dan diharuskan untuk mematuhi aturan pemerintah dengan mentaati kebijakan PSBB, sehingga kunjungan ke Desa Waerebo menjadi menurun. Oleh karena itu, Dinas kebudayaan dan Pariwisata Manggarai serta masyarakat Desa sebagai pihak pengelola Desa wisata Waerebo harus bisa membuat strategi pemasaran yang tepat agar dapat kembali menarik perhatian dan minat wisatawan untuk berkunjung ke Desa wisata Waerebo tanpa mengkhawatirkan tentang kondisi pandemi saat ini, mengingat banyaknya industri pariwisata Indonesia yang mengalami penurunan dan bahkan tidak dapat beroperasi lagi.

Dengan menyusun strategi pemasaran yang tepat maka, diharapkan agar Desa wisata Waerebo dapat menjadi salah satu obyek wisata yang dapat kembali beroperasi di era *new normal* ini. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Desa Wisata Waerebo Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Era *New Normal*.”

## **B. Fokus Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka pada penelitian ini , yaitu penulis lebih memfokuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran Desa wisata Waerebo dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di era *new normal*?
2. Apa saja faktor-faktor internal dan eksternal strategi pemasaran Desa wisata Waerebo dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di era *new normal*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis melalui penelitian ini adalah

1. untuk mengetahui strategi pemasaran Desa wisata Waerebo dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di era *new normal*.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal setrategi pemasaran Desa wisata Waerebo dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di era *new normal*.

## **D. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan nantinya akan memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi Desa Wisata waerebo

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran bagi pengelola dan sebagai bahan referensi atau masukan untuk melakukan strategi pemasaran dalam meningkatkan kunjungan wisatawan era *new normal*.

## 2. Bagi Lembaga STP AMPTA

Penelitian ini dapat digunakan sebagai landasan awal untuk peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di era *new normal*.

## 3. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan literatur bagi penulis serta sarana untuk mempelajari, mengaplikasikan, meningkatkan kompetensi ilmu pengetahuan yang dipelajari saat perkuliahan.