SKRIPSI

STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI DESTINASI SRAMBANG PARK KABUPATEN NGAWI

DISUSUN OLEH:

MAHARRATRI RANY PHUSPI RUMANTI
NIM 517100781

PROGRAM STUDI PARIWISATA

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI DESTINASI SRAMBANG PARK KABUPATEN NGAWI

DISUSUN OLEH:

MAHARRATRI RANY PHUSPI RUMANTI

NIM 517100781

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs. Budi Hermmawan, M.M	Angela Ariani, S.H., M.M
NIDN. 0523026601	NIDN. 0530106001

Mengetahui

Ketua Jurusan

Arif Dwi Saputra, SS., M.M

NIDN.0525047001

BERITA ACARA UJIAN

STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI DESTINASI SRAMBANG PARK KABUPATEN NGAWI

DISUSUN OLEH:

MAHARRATRI RANY PHUSPI RUMANTI

NIM 517100781

Telah dipertahankan di depan penguji dan dinyatakan lulus

pada tanggal 3 Agustus 2021

TIM PENGUJI:

Penguji	: **Drs. Prihatno, M.M** **NIDN. 0526125901**	: .....
Pembimbing I	: **Drs. Budi Hermawan, M.M** **NIDN. 0523026601**	: .....
Pembimbing II	: **Angela Ariani, S.H., M.M** **NIDN. 0530106001**	: .....

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Drs. Prihatno, M.M

NIDN. 0526125901

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Maharratri Rany Phuspi Rumanti
NIM	: 517100781
Program Studi	: S1 Pariwisata
Judul Tugas Akhir	: Strategi Promosi dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Destinasi Srambang Park Kabupaten Ngawi

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini adalah hasil karya saya berdasarkan hasil penelitian dan pemikiran dari saya. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 3 Agustus 2021

METERAI TEMPEL

Maharratri Rany Phuspi P.R

HALAMAN MOTTO

"***When you have a dream that you can't let go of, trust instincts and pursue it. But remember: Real dreams take work, they take patience, and sometimes they require you to dig down very deep. Be sure you're willing to do that.***"
(Harvey Mackay)

"Serahkan segalanya pada Tuhan dan Dia akan memberikan jalan padammu. Yakinlah bahwa semua akan indah pada waktu-Nya. Dia akan menunjukkan jalan selangkah demi selangkah menuju kebaikanmu."
(Merry Riana)

"Kunci untuk mewujudkan mimpi adalah berfokus dengan tidak hanya pada kesuksesan, tetapi juga maknanya. Maka kemudian, bahkan langkah-langkah kecil di sepanjang jalan yang kamu jalani akan bermakna besar."
(Oprah Winfrey)

"Hidup itu penuh keindahan. Perhatikan itu. Perhatikan lebah, anak kecil, dan wajah yang tersenyum. Cium aroma hujan dan rasakan angin. Jalani hidupmu dengan potensi penuh dan perjuangkan mimpimu."
(Ashley Smith)

"Langkah pertama yang sangat diperlukan untuk mendapatkan hal-hal yang kamu inginkan dalam hidup ini: putuskan apa yang kamu inginkan."
(Ben Stein)

"Jaga mimpimu tetap hidup. Pahamilah, bahwa untuk mencapai apapun membutuhkan keyakinan, percaya diri, visi, kerja keras, tekad, dan dedikasi. Ingat segala sesuatu mungkin bagi orang yang yakin.
(Gail Devers)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya kepada dua orang hebat dalam hidup saya, Ayahanda dan Ibunda. Keduanya lah yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap dimana skripsi ini akhirnya selesai. Serta untuk orang-orang terdekatku yang tersayang, dan juga untuk pendamping hidupku (kelak).

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **"Strategi Promosi dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Destinasi Srambang Park Kabupaten Ngawi".** Penulisan skripsi ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi dunia pendidikan khususnya bidang kepariwisataan. Skripsi ini juga menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana "Kepariwisataan" pada Program Studi "Sarjana Pariwisata" di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini dapat berjalan lancar hingga selesai dikarenakan banyaknya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah berperan secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Budi Hermawan, M.M sebagai pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan yang baik bagi penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Angela Ariani, SH. M.M sebagai pembimbing II yang telah mengarahkan serta memberikan banyak masukan dalam proses penyusunan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Prihatno, M.M sebagai dosen penguji utama yang telah memberikan kritik dan saran yang sangat bermanfaat untuk menyempurnakan skripsi ini.

4. Bapak Arif Dwi Saputra, SS., M.M selaku Ketua Jurusan S1 Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwsata AMPTA Yogyakarta.
5. Seluruh dosen dan staf Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan bantuan dan kemudahan selama saya menuntut ilmu.
6. Pihak Pengelola Destinasi Srambang Park yang telah memberikan izin penelitian.
7. Teman-teman S1 Pariwisata angkatan 2017, khususnya Pariwisata C yang telah memberikan semangat selama proses penyusunan skripsi.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyususnan skripsi ini, untuk itu penulis mengharapkan saran dan masukan untuk perbaikan agar skripsi ini dapat selesai dengan maksimal. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 3 Agustus 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGESAHAN ii

BERITA ACARA iii

HALAMAN MOTTO iv

HALAMAN PERSEMBAHAN v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR LAMPIRAN xv

ABSTRAK xvi

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1
B. Fokus Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 8

A. Landasan Teori 8
1. Pariwisata 8
a. Pengertian Pariwisata 8

b. Jenis-Jenis Pariwisata 9
2. Wisatawan 11
3. Destinasi Wisata 12
4. Strategi 13
5. Promosi 15
a. Pengertian Promosi 15
b. Tujuan Promosi 16
c. Bauran Promosi 17
6. SWOT 22
a. Pengertian Analisis SWOT 22
b. Tujuan Analisis SWOT 23
c. Manfaat Analisis SWOT 24
d. Matriks SWOT 25
B. Kerangka Pemikiran 26
C. Penelitian Terdahulu 27

BAB III METODE PENELITIAN 30

A. Metode dan Desain Penelitian 30
B. Lokasi dan Waktu 30
C. Teknik Cuplikan 31
D. Sumber Data 31
E. Metode Pengumpulan Data 32
F. Uji Keabsahan Data 35
G. Metode Analisis Data 38
H. Alur Penelitian 44

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN 45

A. Gambaran Umum 45
1. Sejarah 45
2. Visi dan Misi 47
3. Struktur Organisasi 47

4. Komponen 3A 48
a. Atraksi Wisata (*Attraction*) 48
b. Amenitas (*Amenity*) 53
c. Aksesibilitas (*Accesibility*) 58
B. Strategi Promosi dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Destinasi Srambang Park Kabupaten Ngawi 59
1. Periklanan (*Advertising*) 60
2. Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*) 65
3. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) 68
4. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*) 70
5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*) 73
C. Pembahasan SWOT 78
1. Analisis Faktor Internal (IFAS) dan Faktor Eksternal (EFAS) 78
2. Perhitungan Analisis SWOT 80
3. Perhitungan Skor Internal dan Eksternal 84
4. Analisis Matriks SWOT 88
a. Strategi *Strength – Opportunity* (SO) 90
b. Strategi *Weakness – Opportunity* (WO) 94
c. Strategi *Strength – Treath* (ST) 97
d. Strategi *Weaknes – Treath* (WT) 99

BAB V PENUTUP 101

A. Kesimpulan 101
B. Saran 103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1 Data Kunjungan Wisatawan di Destinasi Srambang Park Tahun 2019 5
1.2 Data Kunjungan Wisatawan di Destinasi Srambang Park Tahun 2020 5
4.1 Analisis Faktor Internal (IFAS) 78
4.2 Analisis Faktor Eksternal (EFAS) 79
4.3 Perhitungan Rating Internal 80
4.4 Perhitungan Rating Eksternal 81
4.5 Perhitungan Bobot Internal 82
4.6 Perhitungan Bobot Eksternal 83
4.7 Internal Factor Analysis Summary (IFAS) 84
4.8 Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS) 85
4.9 Matriks SWOT 87

DAFTAR GAMBAR

2.1 Matriks SWOT 25
2.2 Kerangka Pemikiran 26
4.1 Struktur Organisasi 48
4.2 Panorama Alam yang Indah 49
4.3 Air Terjun Srambang 50
4.4 Kolam Renang 51
4.5 Taman Bunga 51
4.6 Kincir Raksasa 52
4.7 Spot Foto Rumah Dewi Nawang Wulan 52
4.8 Gazebo 53
4.9 Toilet 54
4.10 Mushola Pertama 54
4.11 Mushola Kedua 55
4.12 Tempat Parkir Roda Dua 56
4.13 Warung Makan 57
4.14 Warung Makan 57
4.15 Ruang Informasi 58
4.16 Iklan di Jawa Pos Radar Ngawi 8 Juli 2019 61
4.17 Iklan di Jawa Pos Radar Ngawi 9 Juli 2018 61
4.18 Iklan di Jawa Pos Radar Ngawi 9 Desember 2018 62
4.19 Iklan di Jawa Pos Radar Ngawi 7 Desember 2018 62
4.20 Liputan di Sakti TV 64
4.21 Liputan di Garda TV 64
4.22 Liputan di Trans7 65
4.23 Liputan di JTV Madiun 65
4.24 Promosi Srambang Park Ngawi 72
4.25 Instagram Srambang Park Ngawi 75

4.26 Youtube Srambang Park Ngawi 75
4.27 Facebook Srambang Park 76
4.24 Diagram SWOT 87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Peneliti

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

Lampiran 3 Kuisioner Penelitian

Lampiran 4 Surat Izin Penelitian

Lampiran 5 Lembar Bimbingan

ABSTRAK

Promosi merupakan komponen yang penting dalam pemasaran. Bahkan dapat dikatakan tidak ada pemasaran tanpa promosi. Hal ini telah banyak disadari oleh setiap pengelola destinasi wisata karena semakin ketatnya persaingan dalam mendatangkan pengunjung. Dengan banyaknya pesaing destinasi wisata di Kabupaten Ngawi, mengharuskan pengelola Destinasi Srambang Park untuk merencanakan strategi promosi yang efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan pengelola Destinasi Srambang Park dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalalui observasi, wawancara, dokumentasi, studi pustaka, dan kuisioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT dengan pendekatan deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan pengelola Destinasi Srambang Park dalam meningkatkan kunjungan wisatawan melalui berbagai bentuk promosi. Periklanan (*advertising*), Srambang Park menggunakan media cetak (koran) dan media elektronik (radio, televisi, internet). Penjualan perseorangan (*personal selling*), Srambang Park melakukan kegiatan melalui bazar wisata Kabupaten Ngawi. Promosi penjualan (*sales promotion*), Srambang Park memberikan potongan harga tiket kepada wisatawan yang datang dalam bentuk rombongan sebesar 20%, 25%, sampai 50%. Hubungan masyarakat (*public relation*), Srambang Park melakukan kerja sama dengan berbagai pihak untuk melakukan promosi. Pemasaran langsung (*direct marketing),* Srambang Park melakukan kegiatan secara *face to face* melalui bazar dan juga tanpa tatap muka melalui media sosial (*Instagram* dan *Facebook*). Adapun dalam diagram analisis SWOT, Destinasi Srambang Park berada pada posisi kuadran 3 yang artinya menghadapi peluang pasar yang besar, tetapi di lain pihak, Destinasi Srambang Park menghadapi beberapa kendala dan kelemahan internal. Fokus strategi Destinasi Srambang Park yaitu meminimalkan masalah-masalah internal agar dapat meraih peluang yang lebih baik. Strategi yang tepat untuk Destinasi Srambang Park berdasarkan kuadran SWOT yaitu WO (*Weakness – Opportunity*).

Kata Kunci: Strategi, Promosi, Pariwisata, Analisis SWOT.

ABSTRACK

Promotion is an important component in marketing. It can even be said that there is no marketing without promotion. This has been widely realized by every destination manager because of the increasingly fierce competition in bringing in visitors. The number of competitors for tourist destinations in Ngawi Regency requires the manager of the Srambang Park Destination to plan an effective promotional strategy.

This study aims to find out how the promotion strategy carried out by the Srambang Park Destination manager in increasing tourist visits. The type of research used in this thesis is descriptive qualitative. Data was collected through observation, interviews, documentation, literature study, and questionnaires. This study uses a SWOT analysis technique with a qualitative descriptive approach.

The results showed that the promotional strategy carried out by the Srambang Park Destination manager in increasing tourist visits through various forms of promotion. Advertising (advertising), Srambang Park uses print media (newspapers) and electronic media (radio, television, internet). Personal selling (personal selling), Srambang Park conducts activities through the Ngawi Regency tourism bazaar. Sales promotion, Srambang Park provides ticket price discounts to tourists who come in groups of 20%, 25%, up to 50%. Public relations, Srambang Park cooperates with various parties to carry out promotions. Direct marketing (direct marketing), Srambang Park conducts activities face to face through the bazaar and also without face to face through social media (Instagram and Facebook). As for the SWOT analysis diagram, the Srambang Park Destination is in quadrant 3, which means it faces a large market opportunity, but on the other hand, the Srambang Park Destination faces several internal constraints and weaknesses. The focus of the Srambang Park Destination strategy is to minimize internal problems in order to seize better opportunities. The right strategy for the Srambang Park Destination is based on the SWOT quadrant, namely WO (Weakness – Opportunity). As for the SWOT analysis diagram, the Srambang Park Destination is in quadrant 3, which means it faces a large market opportunity, but on the other hand, the Srambang Park Destination faces several internal constraints and weaknesses.

Keywords: Strategy, Promotion, Tourism, SWOT Analysis.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah pulau yang begitu banyak. Hal ini menyebabkan Indonesia kaya akan sumber daya alam yang melimpah dengan beragam jenis bentuknya. Beberapa diantaranya meliputi sumber daya alam materi, energi, ruang, dan lain-lain. Karena adanya potensi pada sumber daya alam tersebut, saat ini pemerintah terus mengembangkannya terutama melalui sektor pariwisata. Hal ini terbukti sektor pariwisata telah menyumbang banyak dalam devisa negara dari beragam destinasi yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Keberadaan sektor pariwisata dapat memberi manfaat positif bagi pemerintah, pihak swasta, dan masyarakat yang ikut terlibat dalam memanfaatkan peluang usaha di objek wisata. Potensi pariwisata di Indonesia diharapkan dapat membantu negara dalam memajukan perekonomian.

Industri pariwisata saat ini telah berkembang menjadi salah satu industri terbesar karena mampu menyediakan banyak mafaat pada setiap sektor atau bidang lainnya. Dimana industri atau bidang lain turut berpartisipasi untuk mendukung pengembangan kepariwisataan terutama dalam menyediakan kebutuhan makan minum, akomodasi, hingga produk

kerajinan. Berkembangnya kepariwisataan ini juga mampu menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat, menciptakan peluang usaha, dan menambah pendapatan daerah.

Setiap daerah memiliki potensi yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata, seperti panorama alam maupun warisan budayanya. Jika potensi tersebut dapat dikelola dengan baik maka daerah tersebut dapat bersaing dengan daerah tujuan wisata lainnya. Terlebih lagi kegiatan berwisata saat ini bukan hanya dilakukan oleh wisatawan mancanegara saja, namun juga wisatawan nusantara. Hal ini disebabkan karena sebuah perjalanan wisata sudah menjadi kebutuhan sehari-hari, hobi, bahkan peluang bisnis.

Kabupaten Ngawi merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang memiliki berbagai macam objek wisata, salah satunya adalah Srambang Park. Berkonsep taman hutan asri dan air terjun, objek wisata ini menawarkan keindahan yang sanggup memanjakan mata pengunjung. Banyak pengunjung yang memanfaatkan Srambang Park sebagai tujuan wisata saat libur panjang karena mampu memberikan rasa kenyamanan. Objek wisata ini terletak di lereng Gunung Lawu yang membuat udaranya sangat sejuk. Untuk mencapai lokasi dapat meggunakan kendaran bermotor sekitar 45 menit dari pusat Kota Ngawi. Srambang Park dilengkapi berbagai fasilitas, diantaranya area parkir yang luas, toilet, kamar mandi, mushola, gazebo, spot foto, dan warung makan.

Sejarah munculnya Destinasi Srambang dimulai pada tahun 1995. Pada waktu itu terdapat lahar dingin, pohon-pohon hanyut di sungai, dan masyarakat banyak yang melihat, akhirnya oleh pihak Perhutani dibuka menjadi objek wisata dan dibuatkan jalan sampai air terjun. Setelah itu, pada tahun 2017 atas berkat buah pemikiran dari berbagai pihak dalam hal ini pihak swasta, Perhutani, Pemerintah Daerah, dan masyarakat sekitar akhirnya dibangunlah Srambang Park Ngawi. Pembangunan berlangsung selama 3 bulan dari bulan Oktober hingga selesai pada bulan Desember, kemudian diresmikan oleh Bupati Ngawi Ir. H. Budi Sulistyono pada tanggal 19 Desember 2017. Destinasi Srambang Park pernah meraih penghargaan di ajang bergengsi *East Java Culture and Tourism Award 2019*. Penghargaan diserahkan oleh gubernur Jawa Timur Khofifah Indar Parawansa di Hotel Harris Surabaya. Selain itu, Srambang Park juga pernah meraih sertifikat standar pengelolaan alam "*Canopy*" pada tahun 2018 dari Kementrian Kehutanan. Penghargaan "*Canopy*" ini bertujuan untuk meningkatkan layanan wisata dalam rangka mendukung program pemerintah dalam peningkatan jumlah kunjungan wisatawan.

Harapan masyarakat sekitar setelah Srambang Park dibangun yaitu bisa dapat meningkatkan kehidupan perekonomian mengingat pariwisata merupakan sektor paling potensial mendatangkan devisa. Banyaknya pengunjung yang datang ke Srambang Park Ngawi akan membuka kesempatan usaha bagi masyarakat sekitar untuk melakukan kegiatan dengan menyediakan berbagai macam kebutuhan wisatawan selama

berada di kawasan Srambang Park Ngawi. Peluang inilah yang dimanfaatkan oleh masyarakat dengan menawarkan berbagai jasa untuk menarik minat wisatawan yang berkunjung. Untuk dapat meningkatkan kunjungan wisatawan, maka pihak pengelola Srambang Park juga melakukan promosi wisata dengan melalui berbagai bentuk.

Promosi merupakan komponen yang sangat penting dalam pemasaran. Bahkan dapat dikatakan tidak ada pemasaran tanpa promosi. Hal ini telah banyak disadari oleh setiap pengelola destinasi wisata dikarenakan semakin ketatnya persaingan dalam mendatangkan pengunjung. Promosi yang efiktif harus dapat menumbuhkan serta membangkitkan niat wisatawan untuk berkunjung. Promosi wisata dilakukan untuk menginformasikan dan membujuk supaya calon wisatawan mempunyai keinginan untuk datang berkunjung ke destinasi wisata yang telah dipromosikan. Oleh karena itu promosi harus dilakukan melalui media komunikasi yang efektif, sebab orang-orang yang menjadi sasaran promosi mempunyai selera dan keinginan yang berbeda-beda.

Dengan banyaknya pesaing destinasi wisata di Kota Ngawi, Srambang Park tetap berusaha mempertahankan eksistensinya. Pengelola Srambang Park telah melakukan berbagai macam kegiatan promosi agar Destinasi Srambang Park semakin dikenal oleh banyak orang. Hal ini tentunya memerlukan strategi promosi yang efektif agar tingkat kunjungan wisatawan semakin meningkat.

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan di Destinasi Srambang Park Tahun 2019

No.	Tahun 2019	Jumlah Wisatawan
1	Januari	14.703
2	Februari	12.569
3	Maret	13.142
4	April	11.329
5	Mei	5.177
6	Juni	53.231
7	Juli	12.872
8	Agustus	8.682
9	September	9.624
10	Oktober	10.294
11	November	9.459
12	Desember	82.118

Sumber: Destinasi Srambang Park

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa kunjungan wisatawan ke Destinasi Srambang Park dari bulan ke bulan mengalami peningkatan dan penurunan. Pada bulan Mei jumlah kunjungan sebanyak 5.177 orang. Menurunnya jumlah kunjungan pada bulan Mei dikarenakan pada waktu tersebut adalah bulan ramadhan.

Tabel 1.2 Data Kunjungan Wisatawan di Destinasi Srambang Park Tahun 2020

No.	Tahun 2020	Jumlah Wisatawan
1	Januari	61.345
2	Februari	4.260
3	Maret	2.122
4	April	-
5	Mei	-
6	Juni	-
7	Juli	3.967
8	Agustus	4.826
9	September	5.714
10	Oktober	5.115
11	November	6.630
12	Desember	8.973

Sumber: Destinasi Srambang Park

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui bahwa pada bulan Januari jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 61.345 orang. Sedangkan untuk bulan Maret, April, Mei, dan Juni, jumlah kunjungan 0 karena wisata ditutup akibat pandemi Covid-19. Selanjutnya bulan Juli sampai bulan Desember, jumlah pengunjung menyusut dibandingkan dengan tahun 2019, karena pengaruh pandemi Covid-19.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, perlu adanya kajian untuk menelusuri dan memahami strategi promosi yang tepat di Destinasi Srambang Park, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul, **"Strategi Promosi dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Destinasi Srambang Park Kabupaten Ngawi."**

B. Fokus Masalah

Agar pembahasan tidak meluas maka masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini dibatasi pada strategi promosi destinasi wisata Srambang Park Kabupaten Ngawi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan pertanyaan sebagai berikut, "Bagaimana strategi promosi yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Destinasi Wisata Srambang Park Kabupaten Ngawi?"

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus masalah yang telah disebutkan, maka penelitian ini mempunyai tujuan yaitu untuk mengetahui bagaimana

strategi promosi yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Destinasi Wisata Srambang Park Kabupaten Ngawi.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi sarana dalam meningkatkan dan mengembangkan ilmu pengetahauan peneliti khususnya mengenai strategi promosi yang diperlukan pada suatu destinasi wisata.

2. Bagi STP AMPTA Yogyakarta

Penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmiah bagi pengembangan ilmu pengetahuan di kepustakaan STP Ampta Yogyakarta mengenai strategi promosi pada suatu destinasi wisata.

3. Bagi Pengelola

Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dan pedoman dalam pelaksanaan kegiatan promosi di Destinasi Srambang Park Ngawi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.