

HUBUNGAN PROMOSI DENGAN TINGKAT KUNJUNGAN WISATAWAN
DI CANDI PRAMBANAN



Disusun oleh :

Vania Putri Alia Shinta

417100469

PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA
2021

HUBUNGAN PROMOSI DENGAN TINGKAT KUMUNGAN WISATAWAN

DI CANDI PRAMBANAN



Oleh :

VANIA PUTRI ALIA SHINTA
NO. MHS: 419100469

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Dr. Santosa, MM

NIDN. 0519045901

Pembimbing II

Dra. Heni Snsilawati, MM

NIDN. 05105026202

Mengetahui,

Ketua Jurusan Usaha Perjalanan Wisata

Yudi Setiaji, SH, MM

NIDN. 0508066401

BERITA ACARA UJIAN

**HUBUNGAN PROMOSI DENGAN TINGKAT KUNJUNGAN
WISATAWAN DI CANDI PRAMBANAN**

SKRIPSI

Oleh

VANIA PUTRI ALIA SHINTA
No. MHS : 417100469

Telah Dipertahankan di Depan Tim
Penguji dan Dinyatakan Lulus
Pada Tanggal : 31 Mei 2021

TIM PENGLUJI

Penguji Utama : Arief Dwi Saputra, S.S., M.M
NIDN. 0530099002

Pembimbing I : Drs. Sutroso, MM
NIDN. 0519045001

Pembimbing II : Dra. Heni Susilawati, MPA
NIDN. 0505026002

Arief Dwi Saputra
Sutroso
Heni Susilawati

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Negeri PIA Yogyakarta



Urip Triandono, MM
NIDN. 0525123901

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vania Putri Alia Shinta

NIM : 417100469

Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata

Judul Skripsi : Hubungan Promosi Dengan Tingkat Kunjungan Wisatawan di Candi Prambanan.

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa dalam skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan bukan karya orang lain. Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Terapan DIV Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Demikian surat ini saya buat dengan sebagaimana mestinya dan apabila surat pernyataan ini tidak benar, maka saya siap dimintai sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Yogyakarta, Juni 2021


Vania

417100469

MOTTO

“ Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu. Dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”

- Umar bin Khattab -

“where is the easy things in this world ? There is nothing that can be done without an effort, So work needs you.”

- Jeong Jaehyun -

“Even if you didn't make it. It's not the end of the world, right ? As long as you've try hard. That's all the matter right ?”

- YoungK -

“You can't always be strong but you can always be brave. Just remember to believe in yourself”

- Johnny Suh -

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

1. Allah Subhanahuwata'ala yang selalu membimbingku ke jalan yang benar, yang memberikan napas di setiap detikku dan menerangi langkahku serta memberikan kesempatan untuk menyelesaikan studi DIV.
2. Kepada kedua orang tuaku yang tiada hentinya mendukung setiap perjalanan hidupku, mendoakan, memberi semangat, dan juga yang telah mendorong untuk melanjutkan studi di Kota Yogyakarta.
3. Kepada Kheista Nava Malika, terima kasih sudah menjadi support system di hidupku. Selalu berada di sisiku untuk menjadi tempat curahan hati, selalu memberikan positive energy.
4. Kepada kedua sahabat saya Ainaya Ramadhani dan Marli Andani, terima kasih banyak atas semua dukungan dan semangat.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahuwata' ala atas berkat rahmat, rezeki, Kesehatan serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dari D-IV Usaha Perjalanan Wisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Penulis merasa sangat bersyukur karena dapat menyelesaikan pendidikan yang dijalani selama 4 tahun dapat selesai tepat pada waktunya, yaitu dengan penyusunan skripsi yang berjudul "**HUBUNGAN PROMOSI DENGAN TINGKAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI CANDI PRAMBANAN**" dengan sebaik – baiknya.

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih khususnya kepada orang tua yang telah memberikan dorongan, motivasi, dan doa selama menyelesaikan penulisan skripsi. Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis memperoleh bantuan moril dan materiil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Drs. Santosa, M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi.
2. Ibu Dra. Heni Susilowati, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi.
3. Bapak Arif Dwi Saputro, SS.MM selaku dosen penguji yang memberikan arahan, masukan, kritik dan saran kepada penulis untuk kesempurnaan skripsi ini

4. Bapak Yudi Setiaji, S.H., M.M selaku Ketua Jurusan Usaha Perjalanan Wisata di STP AMPTA yang telah memberikan kemudahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Drs, Prihatno, MM, selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan ijin penulisan skripsi ini.
6. Bapak Ariyanto selaku kepala unit Candi Prambanan yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk dapat melakukan penelitian.
7. Seluruh Karyawan Candi Prambanan Yogyakarta yang tekah membantu penulis untuk melaksanakan penelitian hingga selesai.
8. Berbagai pihak yang telah membantu serta memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis sangat berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak sebagai pengembangan ilmu oengetahuan. Penulis mengharapkan bantuan berupa saran dan kritikann dari semua pembaca yang bersifat membangun demi terciptanya karya yang lebih baik dimasa mendatang.

Yogyakarta, April 2021

Vania Putri Alia Shinta

417100469

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
LEMBAR PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN.....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRACT.....	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	6
A. Landasan Teori.	6
1. Pemasaran dan Promosi.....	6
2. Minat Beli	26
3. Wisatawan	27
4. Kunjungan Wisatawan.....	30
B. Kerangka Pemikiran Teoritik.....	31
C. Penelitian Terdahulu.	32

D. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel	39
D. Variabel	39
E. Metode Pengumpulan Data	40
F. Metode Analisis Data	42
BAB IV ANALISIS DATA	44
A. Deskripsi Objek Wisata	44
1. Profil PT.Taman Wisata Candi	44
2. Visi dan Misi	46
3. Budaya dan Tata Nilai Perusahaan	47
4. Profile Candi Prambanan	48
5. Daya Tarik Candi Prambanan	49
6. Fasilitas	50
B. Hasil Penelitian	57
1. Deskripsi Data	57
2. Analisis Data	61
C. Pembahasan Hasil Penelitian	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Promosi Konvensional	57
Tabel 4.2 Data Promosi Non-konvensional	58
Tabel 4.3 Data Wisatawan Candi Prambanan	60
Tabel 4.4 Analisis <i>Product Moment</i>	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1 Logo PT. Taman Wisata Candi	43
Gambar 4.2 Museum Arkeolog Candi Prambanan	49
Gambar 4.3 Sendratari Ramayana	50
Gambar 4.4 Pusat Informasi	51
Gambar 4.5 Jemparingan.....	52
Gambar 4.6 Sepeda Gantung.....	52
Gambar 4.7 VW Prambanan.....	53
Gambar 4.8 Restaurant.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 3 Media Promosi Candi Prambanan
- Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian

ABSTRACT

The title of this research is the relationship of promotion to the level of tourist visits at Prambanan Temple. This research was conducted because it wanted to know the promotions carried out by Prambanan Temple and to examine more deeply the relationship between promotions and the level of tourist visits at Prambanan Temple. The purpose of this study was to determine the relationship between promotions and the level of tourist visits at Prambanan Temple, as well as to find out between promotions conventional or unconventional which has the strongest relationship with the level of tourist visits at Prambanan Temple.

This research is a quantitative study, and in this study the data collection method was through documentation, namely ticket sales data and promotional activities from July to December 2020, for 6 months. To take the hypothesis, the data analysis method is through product moment analysis.

The results of this study indicate that each correlation value (1) Between conventional promotions (X1) and the number of tourists (Y) there is a moderate and insignificant relationship where r_{count} is 0.603, while r_{table} with $N=6$ at the 5% significance level is 0.811, so r_{count} is smaller than r_{table} ($0.603 < 0.811$). (2) Between non-conventional promotions (X2) and the number of tourists (Y) there is a strong and positive and significant relationship where r_{count} is 0.879, while r_{table} is 0.811, so r_{count} is greater than r_{table} ($0.879 > 0.811$). (3) Between conventional promotions (X1) and non-conventional promotions (X2) based on the results of the r value, non-conventional promotions (X2) are stronger than conventional promotions (X1). The final conclusion is that $H_0 1$ is accepted because the value of r_{count} is smaller than r_{table} , and $H_0 2$ is rejected because r_{count} is greater than r_{table} , then $H_0 3$ is also rejected because there is one promotion, namely promotion, namely non-conventional promotions which r_{count} greater than r_{table} .

Keywords: Conventional Promotion, Non-conventional Promotion, Number of Tourists

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Hubungan Promosi Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Di Candi Prambanan. Dilakukan penelitian ini karena ingin mengetahui promosi yang dilakukan oleh Candi Prambanan dan mengkaji lebih dalam hubungan antara promosi dengan tingkat kunjungan wisatawan di Candi Prambanan.. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara promosi dengan tingkat kunjungan wisatawan di Candi Prambanan, serta untuk mengetahui diantara promosi konvensional atau non konvensional yang paling kuat hubungannya dengan tingkat kunjungan wisatawan di Candi Prambanan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dan dalam penelitian ini metode pengambilan data melalui dokumentasi yaitu data penjualan tiket dan aktivitas promosi mulai dari bulan Juli sampai dengan bulan Desember tahun 2020, selama 6 bulan. Untuk pengambilan hipotesis, metode analisis data yaitu melalui analisis *product moment*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masing masing nilai korelasi (1) Antara promosi konvensional (X_1) dan jumlah wisatawan (Y) terdapat hubungan moderat dan tidak signifikan dimana r_{hitung} sebesar 0,603, sedangkan r_{tabel} dengan $N=6$ pada taraf signifikansi 5% sebesar 0.811, jadi r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($0,603 < 0,811$). (2) Antara promosi non-konvensional (X_2) dengan jumlah wisatawan (Y) terdapat hubungan yang bersifat kuat dan positif serta signifikan dimana r_{hitung} sebesar 0,879, sedangkan r_{tabel} sebesar 0,811, jadi r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($0,879 > 0,811$). (3) Antara promosi konvensional (X_1) dan promosi non-konvensional (X_2) berdasarkan hasil nilai r maka lebih kuat promosi non-konvensional (X_2), daripada promosi konvensional (X_1). Kesimpulan akhir dinyatakan bahwa $H_0 1$ diterima karena nilai r hitung lebih kecil dibandingkan dengan r tabel, dan $H_0 2$ ditolak karena r hitung lebih besar dari r tabel, kemudian $H_0 3$ juga ditolak karena ada salah satu promosi yaitu promosi yaitu promosi non konvensional yang r hitung lebih besar daripada r tabel.

Kata Kunci : Promosi Konvensional, Promosi Non-konvensional, Jumlah Wisatawan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki keindahan alam dan destinasi – destinasi wisata yang dapat mendukung perkembangan sektor pariwisata. Kondisi geografis Indonesia yang memiliki banyak pesona keindahan dan sumber daya alam memberikan peluang bagi pemerintah untuk menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan yang dapat berpengaruh dalam peningkatan pendapatan di Indonesia serta mampu menjadi pemasok devisa utama.

Pariwisata di Indonesia saat ini sedang mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah dan juga dari pihak pihak yang terkait dengan daya tarik wisata untuk mengembangkan kepariwisataan di Indonesia. Karena dengan berkembangnya pariwisata di Indonesia diharapkan pula perekonomian di Indonesia juga akan ikut berkembang.

Daya tarik wisata yang ada di Indonesia saat ini sedang lebih dikembangkan lagi oleh pihak pihak terkait,yang salah satunya dapat dilihat dari program program yang dilakukan oleh pemerintah pada saat ini,yaitu dengan dilakukannya promosi.Di jaman sekarang ini dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memudahkan informasi untuk disebar luaskan dengan cepat dan mudah,dalam semua bidang begitu pun bidang pariwisata yang juga memanfaatkan perkembangan teknologi untuk melakukan promosi,karena

tentunya dunia kepariwisataan tidak dapat berkembang dan maju jika tidak dilakukan promosi.

Promosi tentunya akan membawa pengaruh pada dunia pariwisata, terutama pada destinasi wisata yang pastinya akan dikenal oleh masyarakat luas. Promosi saat ini tidak hanya menggunakan media konvensional saja, dengan adanya perkembangan teknologi informasi saat ini mengalami sebuah perubahan dimana promosi yang dilakukan dengan menggunakan media tradisional atau media konvensional seperti brosur dan pamflet atau bahkan koran dianggap kuno dan kurang efektif.

Perkembangan teknologi informasi seperti internet juga berpengaruh besar terhadap perkembangan di bidang promosi. Hal tersebut tentunya sangat menguntungkan bagi dunia promosi karena media non-konvensional lebih efektif dibandingkan dengan media konvensional. Promosi menggunakan media non-konvensional juga dianggap lebih efisien dan tersebar dengan cepat dalam jangkauan yang luas.

Beberapa candi yang ada di kota Yogyakarta salah satunya adalah Candi Prambanan. Candi Prambanan sendiri merupakan candi peninggalan agama hindu yang terletak di kota Yogyakarta, candi ini merupakan kompleks candi hindu terbesar di Indonesia yang dibangun pada abad ke-9 masehi.

Kawasan Candi Prambanan adalah salah satu objek wisata yang memiliki ke khasan tersendiri dan merupakan salah satu warisan sejarah yang masih ada. Bangunan Candi yang sudah lama berdiri ini sampai saat ini masih ramai dikunjungi oleh wisatawan baik wisatawan lokal maupun mancanegara.

Candi Prambanan yang selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan, dibalik itu semua ada staff yang mengelola Candi Prambanan yang mempunyai tugas dan tanggung jawab untuk mengembangkan kawasan ini dan membuat untuk terus maju. Salah satunya dengan mempromosikan setiap fasilitas yang ada di candi prambanan, mempromosikan kegiatan yang bisa dilakukan di candi prambanan atau mungkin dengan adanya event besar yang diadakan di candi prambanan

Promosi yang dilakukan bisa membantu candi prambanan untuk semakin dikenal masyarakat luas. Jadi mengacu pada ini, peneliti merasa tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang hubungan promosi dengan tingkat kunjungan wisatawan di Candi Prambanan.

B. Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang penelitian, mengembangkan Candi Prambanan dan membangun minat wisatawan untuk berkunjung, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah ada hubungan yang signifikan antara promosi konvensional dengan tingkat kunjungan wisatawan.
2. Apakah ada hubungan yang signifikan antara promosi non konvensional dengan tingkat kunjungan wisatawan.
3. Diantara promosi konvensional dan promosi non-konvensional manakah yang lebih kuat hubungannya dengan tingkat kunjungan wisatawan.

C. Batasan Masalah.

Berdasarkan pembahasan hubungan promosi dengan tingkat kunjungan wisatawan di Candi Prambanan, peneliti membatasi permasalahan dalam penelitian agar tidak menyimpang dan terlalu luas, Adapun pembatasan masalah dari penelitian ini adalah promosi di Candi Prambanan, kemudian juga akan diteliti promosi mana diantara konvensional dan non konvensional yang paling kuat hubungannya dengan tingkat kunjungan wisatawan di Candi Prambanan.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas peneliti dapat memberikan tujuan dari uraian diatas sebagai berikut, diantaranya :

1. Untuk mengetahui hubungan antara promosi konvensional dengan tingkat kunjungan wisatawan di Candi Prambanan
2. Untuk mengetahui hubungan antara promosi non-konvensional dengan tingkat kunjungan wisatawan di Candi Prambanan.
3. Untuk mengetahui diantara promosi konvensional atau non konvensional yang paling kuat hubungannya dengan tingkat kunjungan wisatawan di Candi Prambanan

E. Manfaat Penelitian.

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada :

1. STP AMPTA Yogyakarta

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan acuan untuk penelitian yang lebih lanjut khususnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

2. Candi Prambanan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna sebagai pertimbangan untuk melakukan promosi di lain kesempatan oleh candi prambanan untuk membangun minat masyarakat untuk berkunjung.

3. Peneliti

Untuk mengetahui penerapan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan realita yang terjadi di lapangan. Mengenai pengaruh promosi terhadap meningkatnya minat kunjungan wisatawan di Candi Prambanan.