

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Strategi promosi wisata merupakan sebuah bentuk dari kegiatan yang dimana dilakukan perencanaan dengan sebuah tujuan memberitahukan, membujuk atau meningkatkan konsumen atau wisatawan supaya wisatawan yang bersangkutan mempunyai keinginan untuk datang berkunjung ke daerah yang telah dipromosikan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dari hasil pembahasan, tentang Strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat dalam mempromosikan wisata Gua Rangko di Kabupaten Manggarai Barat antara lain:

1. Mempromosikan obyek wisata Gua Rangko dengan cara memperbanyak event- event dan memanfaatkan media sosial sebagai media promosi. Dengan promosi semua wisatawan bisa menjangkau baik wisatawan Domestik maupun Mancanegara.
2. Menambah fasilitas umum yang bersih dan tertata rapi agar wisatawan lebih nyaman saat berkunjung ke wisata Gua Rangko
3. Gua Rangko dan Pantainya memiliki banyak kekuatan untuk bisa dipromosikan lebih jauh lagi, masih alaminya keadaan alam yang ada

didalam gua maupun pantai tersebut memungkinkan untuk lebih di lestarikan.

4. Adapun masalah hambatan yang timbul dalam pelaksanaan promosi gua rangko yaitu:
 - a. Ketersediaan anggaran APBD Kabupaten Manggarai Barat sangat minim
 - b. Kurangnya Partisipasi masyarakat setempat untuk membantu dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten manggarai barat dalam mempromosi wisata gua rangko.

B. Saran

Beberapa saran yang peneliti sampaikan guna untuk memperbaiki dan sebagai bahan masukan dalam pengelolaan strategi promosi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan KabupatenManggarai Barat yaitu:

1. Sebaiknya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat Menambah fasilitas yang belum tersedia diwisata Gua Rangko seperti rumah makan, kamar mandi, maupun toko souvenir agar wisatawan merasa puas dan nyaman saat berkunjung.
2. Meningkatkan promosi dan pemasaran lewat media online sehingga wisatawan dapat tertarik dan merasa terkesan dengan obyek wisata yang dipromosikan.
3. Menyediakan dan melengkapi fasilitas wisata untuk menunjang kegiatan perjalanan wisata dengan melakukan kerja sama dengan perusahaan transportasi baik transportasi darat maupun laut.

4. Mengoptimalkan kealamian Gua Rangko dan pantainya agar menjadi daya tarik tersendiri dan banyak diminati pengunjung.
5. Dinas Pariwisata harus memberikan penyuluhan kepada masyarakat sekitar tentang kebersihan pantai serta turut menjaga kebersihan dan keindahan lokasi obyek tersebut.

Daftar Pustaka

BUKU

- Abdul Wahid. (2015). *Peningkatan Pengelolaan dan Pengembangan Usaha Garmen pada Novi Konveksi Terhadap Sumber Daya Manusia*. Universitas Yudharta Pasuruan.
- Ali Hasan. 2015. *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS
- Buchory, H. A., & Saladin, D. (2011). *Manajemen Pemasaran: Teori, Aplikasi & Tanya Jawab*. Jakarta: Linda Karya.
- Hadiwijoyo. 2012. *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat: Sebuah Pendekatan Konsep*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kuncoro, M. 2012. *Perencanaan Daerah: Bagaimana Membangun Ekonomi Lokal, Kota dan Kawasan*. Yogyakarta: Salemba Empat
- Labolo, Muhadam. 2010. *Memahami Ilmu Pemerintah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nyoman S Pendit. 2006. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: PT Pradanya Paramita
- , 2006. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Rangkuti, 2016 *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- , 2013. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Sugiyono 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Penerbit Bandung. CV. Alfabeta
- , 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- , 2017. *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- , 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Suryadana, dan Octavia. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta
- Siagian. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Bumi Aksara*, Jakarta.

Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI. Yogyakarta: Alma.

Undang - Undang Nomor 10 Tahun 2009 *tentang kepariwisataan*. Jakarta. 2009.

Skripsi Dan Internet

Farida Robithoh Widyasti .2013. *Strategi Promosi Wisata Pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Temanggung*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Joy Bethani. 2019. “Strategi Promosi Heritage Tourism Pada Kawasan Kota Lama Semarang Untuk Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Remaja”. Skripsi STP AMPTA YOGYAKARTA.

Puspita Indah. 2015. Analisis Promosi Makanan Khas Melayu Bolu Kemojo Pada Gerai Almahdi Pekabaru. Universitas Riau. *Jurnal Manajemen FISIP Vol. No 2hal 4* Diakses Pada Tanggal 9 februari 2020: <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/7346/7032>

Ramanda Tri Nugraha. 2019. “Strategi Promosi Pariwisata Budaya Di Kota Bengkulu (Studi Kasus Pada Event Tabot 2018)”. Skripsi STP AMPTA YOGYAKARTA.

Wahyu Agung Widagdo. 2010. *Strategi Pengembangan Wisata Kota Tua Sebagai Salah Satu Upaya Pelestarian Urban Heritage Studi Kasus: Koridor Kali Besar, Jakarta Barat*. Jakarta: Teknik Planologi Universitas Esa Unggul.

(https://www.academia.edu/7176904/PAPER_Integrate_Marketing_Communication, akses 18 Maret 2020, 20.07 WIB).

<http://www.halotorajautara.com/tujuan-dan> <https://www.nativeindonesia.com/guarangko/>

<http://manggaraibaratkab.go.id/>

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Surat Pengantar Penelitian



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

Jl. Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur (Tempat, Gununggaga, Derasak, Semarang) Yogyakarta 55221
Telp./fax : (0271) 487115 - 488114 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@ampta.ac.id

Nomor : 1261/Q-AMPTA/VI/12021
Hal Pengantar Observasi

25 Agustus 2021

Kepada Yth.
Bapak/Ibu
Kepala Dinas Pariwisata
Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur
Di Tempat

Dengan Hormat,

Kami yang bertanda tangan di bawah ini Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, menerangkan bahwa

Nama	Yuni Anyan
NIM	447160474
Prodi	Usaha Perjalanan Wisata (Diploma IV)
Tahun Akademik	2020/2021
Alamat	Jl. Gabriel Gumpur No.-Labuan Bajo
Nomor Telp	(0385)-11170

Mohon untuk diijinkan melaksanakan observasi guna Penyusunan Laporan Penelitian dengan
Judul

**"STRATEGI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN
MANGGARAI BARAT DALAM UPAYA MEMPROMOSIKAN OBYEK WISATA
GUA RANGKO DI KABUPATEN MANGGARAI BARAT"**

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Hormat Kami,


Oka Febriano, MM

LAMPIRAN 2

Surat Balasan Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN MANGGARAI BARAT
DINAS PARAWISATA DAN KEBUDAYAAN
Jl. Gabriel Gampur, Telp. (0885)41173 Labuan Bajo - Flores-NTT

SURAT KETERANGAN

NO. 206/SK/TPK/16/Pemda/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dimpinius Masiha, SST, Par, M.Pd
Np : 19580522 200132 1 003
Pangkat : Pembina, IV/a
Jabatan : Sekretaris Dinas Pariwisata dan Kebudayaan
Kabupaten Manggarai Barat

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Nuri Daryana
NIM : 4512100414
Program Studi : Ilmu Pendidikan Akhira (Diploma III)
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Pendidikan AMPTA Yogyakarta

telah melaksanakan Penelitian di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat,
pada tanggal 02 September s.d. 02 September 2021

Dengan surat keterangan penelitian untuk digunakan sebagai nilai akademik.

Labuan Bajo, 20 September 2021

W. Manggarai, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan
Kabupaten Manggarai Barat
Dinas
Dimpinius Masiha, SST, Par, M.Pd
Pembina IV/a
Telp. 19580522 200132 1 003

LAMPIRAN 3

Pedoman Wawancara

Pedoman Wawancara

Bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat

Tanggal Wawancara : 02 September 2021

Lokasi Wawancara : Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Via Online)

Identitas Responden

Nama : Bapak Ferdinandus Ben

Jabatan : Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata

1. Bagaimana tanggapan Dinas Pariwisata dalam menghadapi situasi pandemicCovid 19?
2. Bagaimana sistem promosi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata dalam mempromosikan Wisata Gua Rangko?
3. Apakah ada hambatan dalam mempromosikan obyek wisata Gua Rangko?
4. Bagaimana upaya dalam mengatasi hambatan tersebut?
5. Apa saja media elektronik yang digunakan untuk mempromosikan wisata GuaRangko?
6. Bentuk strategi promosi apa sajakah yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dalam menyambut masa new normal Covid 19?

Pedoman Wawancara

Bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat

Tanggal Wawancara : 03 September 2021

Lokasi Wawancara : Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Via Online)

Identitas Responden

Nama : Bapak Thomas Edison Jerau

Jabatan : Kepala Seksi Strategi Pemasaran dan Brand Pariwisata

1. Bagaimanakah Potensi Pariwisata di Dinas Pariwisata dan apa kelebihannya dengan pariwisata yang ada di daerah lain?
2. Siapakah yang menangani secara khusus kegiatan promosi wisata pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat?
3. Apa strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat sebagai destinasi wisata?
4. Siapakah yang menjadi sasaran kegiatan promosi wisata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat?
5. Apa faktor pendukung pelaksanaan Strategi Promosi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat?
6. Apa kendala yang dihadapi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat dalam mempromosikan obyek wisata Gua Rangko?

LAMPIRAN 4

Hasil Wawancara

Hasil Wawancara

Bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai BaratTanggal

Wawancara : 02 September 2021

Lokasi Wawancara : Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Via Online)

Identitas Responden

Nama : Bapak Ferdinandus Ben

Jabatan : Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata

<p>Bagaimana tanggapan Dinas Pariwisata dalam menghadapi situasi pandemic Covid 19?</p>	<p>Pandemi Covid 19 membawa implikasi yang sangat buruk bagi kunjungan wisatawan ke Kabupaten Manggarai Barat tidak terkecuali destinasi wisata Gua Rangko. Dimana kunjungan wisatawan ditahun 2021 sangat turun drastis begitu juga pendapatan Daerahnya sangat turun jauh.</p>
<p>Bagaimana sistem promosi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata dalam mempromosikan Wisata Gua Rangko?</p> <p>Apakah ada hambatan dalam mempromosikan obyek wisata Gua Rangko?</p>	<p>Sistem promosi yang dilakukan dengan menggunakan berbagai media elektronik, sosial dan <i>selling</i> paket wisata di berbagai moment bisnis yang dilakukan di berbagai daerah termasuk diluar negeri yang dilakukan oleh mitra kita seperti Kementerian Pariwisata, Badan Otoritas Pariwisata (BOP), dan travel agent.</p> <p>1. Belum dapat memaksimalkan promosi wisata secara besar-besaran, karena terbatasnya dana yang dianggarkan. Sebagaimana diketahui bersama bahwa ketersediaan Anggaran</p>

	<p>Pendapatan Belanja Daerah (APBD) Kabupaten Manggarai Barat sangat minim.</p> <p>2. Obyek wisata Gua Rangko belum ditata dan dikelola dengan baik, termasuk belum terpenuhinya sarana dan fasilitas pendukung bagi wisatawan. Hal ini kadang-kadang membuat para wisatawan baik domestik maupun mancanegara enggan mengunjungi. Apabila sudah mengunjungi mereka enggan berlama-lama karena minimnya sarana dan prasarana.</p>
<p>Bagaimana upaya dalam mengatasi hambatan tersebut?</p>	<p>Upaya yang kami lakukan untuk mengatasi hambatan kegiatan promosi wisata adalah dengan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak/instansi dan lembaga baik negeri maupun swasta seperti kelompok Sadar Wisata.</p>
<p>Apa saja media elektronik yang digunakan untuk mempromosikan wisata Gua Rangko?</p>	<p>1. Media cetak Media cetak yang digunakan adalah menerbitkan brosur, banner, booklet yang dilengkapi dengan <i>calender event</i> selama satu tahun.</p> <p>2. Media elektronik Media elektronik yang digunakan adalah telephone, dan internet di alamat dinaspariwisatamabar.blogspot.com dan http://manggaraibaratkab.go.id/ yang memuat informasi sep</p> <p>3. Promosi dan pameran wisata Untuk promosi dan pameran wisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat bekerjasama dengan berbagai pihak baik instansi/lembaga pemerintahan maupun swasta.</p>

<p>Bentuk strategi promosi apa sajakah yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dalam menyambut masa new normal Covid 19?</p>	<p>Strategi promosi pariwisata kami dalam masa new normal yaitu dengan <i>mengexplore</i> tempat wisata baru yg belum dikenal oleh publik, sehingga ada rasa ingin tahu oleh para wisatawan baik lokal maupun wisatawan mancanegara.</p>
---	--

Hasil Wawancara

Bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat Tanggal

Wawancara : 03 September 2021

Lokasi Wawancara: Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Via Online)

Identitas Responden

Nama : Bapak Thomas Edison Jerau

Jabatan : Kepala Seksi Strategi Pemasaran dan Brand Pariwisata

Bagaimanakah Potensi Pariwisata di Dinas Pariwisata dan apa kelebihanannya dengan pariwisata yang ada didaerah lain?	Potensi pariwisata di Manggarai banyak cukup banyak terutama wisata alam dan wisata Bahari yang kaya dan exotic. Selain itu didukung dengan keberadaan Komodo sebagai 7 Keajaiban Dunia sehingga menjadi Destinasi wisata internasional. Kelebihan pariwisata Labuan Bajo ditetapkan sebagai Destinasi Super Prioritas dan kemudian ditetapkan sebagai wisata super premium.
Siapakah yang menangani secara khusus kegiatan promosi wisata pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat?	Yang menangani promosi secara khusus di Dinas Pariwisata adalah Bidangpromosi dan <i>Brand</i> Pariwisata.
Apa strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat sebagai destinasi wisata?	Untuk strategi promosi kami tentu dengan memperbanyak event-event dimasa yang akan datang dan memanfaatkan media sosial sebagai media promosi kami. Selanjutnya kami membagi tugas-tugas (<i>job description</i>) kepada seluruh pegawai. Hal ini dilaksanakan agar kerja promosi wisatabisa berlangsung optimal.
Apa faktor pendukung pelaksanaan Strategi Promosi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan	1. Dalam kegiatan promosi wisata kami mendapat dukungan dalam bentuk adanya kerjasama yang baik

Kabupaten Manggarai Barat?	<p>antara Dinas Pariwisata dengan berbagai pihak baik instansi/lembaga pemerintahan maupun swasta.</p> <p>2. Adanya kegiatan pameran dan promosi wisata didalam dan luar negeri yang sudah terjadwal dengan baik. Pameran yang sudah terjadwal dengan rapih dan kerjasama yang baik dengan mitranya, mempermudah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat dalam mempersiapkan secaramaksimal.</p>
Apa kendala yang dihadapi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat dalam mempromosikan obyek wisata Gua Rangko?	Kendala yang dihadapi tentu kondisi pandemi covid-19 saat ini dan belum dapat memaksimalkan promosi wisata secara besar-besaran karena terbatasnyadana yang dianggarkan.
Siapakah yang menjadi sasaran kegiatan promosi wisata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat?	Saat ini yang menjadi sasaran promosi wisata untuk masa new normal saat ini adalah wisatawan Domestik.

LAMPIRAN 5

Lembar Bimbingan

NAMA PEMERIKSA I: _____

NAMA PEMERIKSA II: _____

NO.	TANGGAL	URAIAN ERIDANGAN	PARAF
1	20/10	Uraian eridangan	✓
2	20/10	Uraian eridangan	✓
3			
4			
5	20/10	Uraian eridangan	✓
6	20/10	Uraian eridangan	✓
7	20/10	Uraian eridangan	✓
8	20/10	Uraian eridangan	✓
9	20/10	Uraian eridangan	✓
10	20/10	Uraian eridangan	✓
11	20/10	Uraian eridangan	✓
12	20/10	Uraian eridangan	✓
13	20/10	Uraian eridangan	✓
14	20/10	Uraian eridangan	✓
15	20/10	Uraian eridangan	✓
16	20/10	Uraian eridangan	✓
17	20/10	Uraian eridangan	✓
18	20/10	Uraian eridangan	✓
19	20/10	Uraian eridangan	✓
20	20/10	Uraian eridangan	✓

JUDUL PENELITIAN: _____

NAMA PEMERIKSA I: _____

NAMA PEMERIKSA II: _____

NO.	TANGGAL	URAIAN ERIDANGAN	PARAF
1	20/10	Uraian eridangan	✓
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			