

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis terhadap faktor internal dan eksternal terhadap potensi dan strategi promosi destinasi wisata Kampung Etnik Kebumen dapat dilihat bahwa Matriks IE menunjukkan titik potong (2,90; 3,00) berada pada kuadran II yaitu posisi rata-rata, yang berarti Kampung Etnik harus mengembangkan produk wisata, meningkatkan sistem pemasaran dan memanfaatkan peluang yang ada guna untuk mencapai target yang maksimal. Berdasarkan hasil matriks SWOT dan penelitian di Kampung Etnik maka telah ditentukan bahwa strategi yang di dahulukan yaitu strategi SO (strength opportunity) dan Strategi WT (weakness threat)

Strategi SO

- a. Meningkatkan promosi dengan media sosial guna menarik kunjungan wisatawan.
- b. Membuat video promosi dengan adanya kegiatan di kampung etnik dengan durasi 1-2 menit dan di unggah di media sosial
- c. Meningkatkan kualitas daya tarik tempat wisata
- d. Melakukan promosi secara meluas

Strategi WT

- a. Mengadakan evaluasi promosi agar target tercapai secara maksimal
- b. Saling memberikan motivasi dan inovasi dalam bidang pemasaran

- c. Mengikuti perkembangan zaman dalam bidang promosi untuk mencapai target maksimal

B. Saran

Saran yang dapat diberikan penulis dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat sebuah tambahan produk wisata guna untuk meningkatkan kunjungan wisatawan seperti melengkapi wahana permainan. Karena dengan ditambahkan wahana yang baru dan wahana tersebut belum ada di berbagai destinasi wisata lain maka hal itu merupakan sebuah strategi untuk menariknya para wisatawan agar dapat mengunjungi destinasi wisata Kampoeng Etnik Kebumen.
2. Membuat program program acara seperti membuat acara lomba nyanyi lomba festival band festival gamelan ,atau membuat program yang berkaitan dengan isi dari produk wisata Kampoeng Etnik tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis. 2018 *Profil Pariwisata Kabupaten Ciamis*. Ciamis : Dinas Pariwisata

Djaslim Saladin. 2004. *Manajemen Pemasaran Analisis,Perencanaan Pelaksanaan Dan Pengendalian*.Bandung: Linda Karya

_____. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis ,Perencanaan,Pelaksanaan Dan Pengendalian* .Bandung : Linda Karya

Irham,Fahmi,2015. *Manajemen Strategis*,Bandung: Cv Alfabeta

Riswanti, E.2019. *Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Di Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung*. metode penelitian kuantitatif. Manajemen, Stie Putra Bangsa Kebumen.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono,Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*.Yogyakarta: Andi Offset

B. Jurnal Dan Skripsi

Asriel Pratama Biringlangi. 2020. “*Persepsi Wisatawan Terhadap Penerapan Protokol Kesehatan Di Museum Sonobudoyo*”.Proposal Skripsi S1 Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta.Yogyakarta.

Diannor Mayasari, 2014. “*Strategi Promosi Pariwisata Pulau Derawan*”. Skripsi S-1 Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta

Dwi Sulistiani, 2006.”*Analisis Swot Sebagai Strategi Perusahaan Dalam Memenangkan Persaingan Bisnis*” UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Estin Istiqomah .(2020). “*Strategi Promosi Koperasi Noto Wono Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan*”.Skripsi S-1 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

- Fahlevi, R.(2018). “*Strategi Promosi Dinas Pariwisata Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Hutan Mangrove Bsd Kota Bontang*”. Ejournal Ilmu Komunikasi, 6 (1): 244-257.
- Fitriawan, E.(2019).”*Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan Obyek Wisata G0a Jatijajar Melalui Partisipasi Masyarakat Di Desa Jatijajar Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen*”. Tesis S-2 Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mabruri. (2020). “*Strategi Promosi Objek Wisata Budaya Ciung Wanara Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Ciamis*”. Skripsi S-1 Program Studi Pariwisata.Stp Ampta Yogyakarta
- Meryda Lady R. (2020).” *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Destinasi Wisata Watu Rumpuk Kabupaten Madiun*”.Skripsi S-1 Program Studi Hospitality. Stp Ampta Yogyakarta.
- Tajul Mafakhim Ulul Albab . (2018). “*Strategi Promosi Wisata Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung*”. Skripsi S-1 Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Uin Satu Tulungagung.
- Yusnita, S.2021. “*Strategi Promosi Wisata Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Museum Tani Jawa Indonesia Kabupaten Bantul Diy*”.Skripsi. Program Studi S-1 Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta. Yogyakarta.
- .
- ..
- .

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Pedoman Wawancara Untuk Pengelola

PEDOMAN WAWANCARA

Judul Skripsi : Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Wisatawan Di
Kampoeng Etnik Kebumen

Lokasi Penelitian : Dukuh legok Rt01,06, Legok Lor, Pejagoan, Kec. Pejagoan,
Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah 54361

Pengelola destinasi wisata kampoeng etnik kebumen

Nama :

Jabatan :

Hari,tanggal :

Tempat :

Daftar pertanyaan

Strenghts (Kekuatan)

- a. Apa saja atraksi/keunikan yang dimiliki objek wisata kampoeng etnik kebumen ?
- b. Apakah ada program Dinas pariwisata dalam pengembangan objek wisata kampoeng etnik kebumen ?
- c. Bagaimana promosi yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan jumlah wisatawan di kampoeng etnik ?
- d. Bagaimana kondisi Sarana dan Prasarana pendukung di objek wisata kampoeng etnik kebumen ?
- e. Apa saja media sosial yang di manfaatkan pengelola untuk mempromosikan Wisata kampoeng entik kebumen?

Weaknesses (Kelemahan)

- a. Kelemahan apa yang dimiliki objek wisata kampoeng etnik kebumen ?
- b. Apakah kampoeng entik memiliki website khusus untuk mempromosikan kampoeng etnik?
- c. apakah pengelola kampoeng etnik memiliki SDM terbaik dalam bidang promosi?

Opportunities (Peluang)

- a. apakah dengan adanya media sosial merasa terbantu dalam mempromosikan kampoeng etnik
- b. Dukungan apa yang didapat dari Pemerintah Daerah maupun Pusat untuk pengembangan objek wisata kampoeng etnik ?
- c. Bagaimana dukungan kelompok masyarakat di kampoeng etnik ?
- d. Manfaat apa yang didapatkan masyarakat lokal dari adanya objek wisata kampoeng etnik ?

Threats (Tantangan)

- a. Bagaimana dukungan Pemerintah yang tidak berkelanjutan dalam mengembangkan objek wisata kampoeng etnik ?
- b. Tantangan apa yang didapatkan terkait pengembangan objek wisata kampoeng etnik ?
- c. Bagaimana dengan persaingan dalam mempromosikan objek wisata kampoeng etnik ?
- d. Bagaimana dengan daya dukung masyarakat yang kurang ?

Lampiran 3

Transkrip Wawancara Pengelola

Pengelola destinasi wisata kampoeng etnik kebumen

Nama : Amin Kurniawan

Jabatan : pengelola kampoeng etnik

Hari,tanggal : senin, 4 april 2022

Tempat : Kampoeng etnik

Daftar pertanyaan

Strenghts (Kekuatan)

a. **Pertanyaan** : Apa saja atraksi/keunikan yang dimiliki objek wisata kampoeng etnik kebumen ?

Jawaban : gamelan terus bangunan serba etnik dan bungalow serba etnik dan ada miniature ka bah. Kebanyakan tentang bentuk yang klasik. Disini aja egrang ,becak mini

b. **Pertanyaan** : Apakah ada program Dinas pariwisata dalam pengembangan objek wisata kampoeng etnik kebumen ?

Jawaban : untuk sementara ini belum ada .ini milik pribadi anggaran pribadi .

c. **Pertanyaan** : Bagaimana promosi yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan jumlah wisatawan di kampoeng etnik ?

Jawaban : promosi wisata menggunakan media social seperti facebook,instagram ,whatsaap dan brosur di gencarkan. Untuk kali ini kan ada jadwal gratis perminggu dari senin sampai jumat . dari perminggu itu masing masing desa di beri jadwal gratis dan nantinya akan di beri jadwal masing masing dari desa mana yang akan didahulukan untuk mengunjungi kampoeng etnik dan dilakukan secara bertahap mungkin bisa berjalan selama 2 tahun lebih untuk jadwal gratis tersebut karena itu 1 kabupaten kebumen.

d. **Pertanyaan:** Bagaimana kondisi Sarana dan Prasarana pendukung di objek wisata kampoeng etnik kebumen ?

Jawaban : sarana prasarana cukup bagus , dari kolam renang dan wahana lainnya masih tahap perbaikan dan pengembangan seperti flying fox .untuk wahana permainan yang ada di kampoeng etnik ini sedang melakukan perubahan tempat karena agar lebih rapi dan tertata.

e. **Pertanyaan :** Apa saja media sosial yang di manfaatkan pengelola untuk mempromosikan Wisata kampoeng etnik kebumen?

Jawaban : siaran radio, siaran tv dan media sosial.

Weaknesses (Kelemahan)

a.**Pertanyaan :** kelemahan apa yang dimiliki objek wisata kampoeng etnik kebumen ?

Jawaban : kelemahan yang terjadi di kampoeng etnik masih mengalami banjir Karena saluran drainase masih kurang dan memerlukan perubahan lagi

b.**Pertanyaan :** Apakah kampoeng etnik memiliki website khusus untuk mempromosikan kampoeng etnik?

Jawaban : masih dalam pembuatan

c. **Pertanyaaan :** apakah pengelola kampoeng etnik memiliki SDM terbaik dalam bidang promosi?

Jawaban : kampoeng etnik masih kurang sdm yang terbaik terutama di bidang promosi ,tetapi kita dari pihak kampoeng etnik dan seluruh karyawan ikut serta dalam mempromosikan kampoeng etnik secara bersama sama. Karena disini tidak adanya struktur organisasi jadi semua ikut bersama sama dan kerja bareng untuk mempromosikan kampoeng etnik kebumen

Opportunities (Peluang)

a. **Pertanyaan** : apakah dengan adanya media sosial merasa terbantu dalam mempromosikan kampoeng etnik

Jawaban : dengan adanya media sosial kampoeng etnik merasa terbantu dalam bidang pemasaran. Karena adanya media sosial pemasaran pun bisa di lakukan dengan cara yang menarik dan meminimkan modal untuk pembuatan brosur .

b. **Pertanyaan** : Dukungan apa yang didapat dari Pemerintah Daerah maupun Pusat untuk pengembangan objek wisata kampoeng etnik ?

Jawaban : kalo dukungan bagus malah memberi dukungan yaitu menambah gedung film usul dari pemda kebumen. Karena di kabupaten kebumen ini masih belum tersedia gedung film maka pihak dari pemda mengusulkan kampoeng etnik membuat gedung film. Rencananya akan di bangun di lantai 3

c. **Pertanyaan:** Bagaimana dukungan kelompok masyarakat di kampoeng etnik ?

Jawaban : warga lokal setempat menangani dengan baik dan memiliki partisipasi yang bagus untuk kelanjutan dari kampoeng etnik ini.

d. **Pertanyaan** : Manfaat apa yang didapatkan masyarakat lokal dari adanya objek wisata kampoeng etnik ?

Jawaban: penambahan usaha juga bisa. Lingkungan sekitar kan dari masing masing rt diambil 2 untuk dagang disini itu sebelum covid .dengan adanya covid dari warga tidak ada yang jualan. Sebelum covid 1 rt ada 2 pedagang yang di ambiil untuk Kampoeng etnik khususnya dari rw 6

Threats (Tantangan)

a. **Pertanyaan:** Bagaimana dukungan Pemerintah yang tidak berkelanjutan dalam mengembangkan objek wisata kampoeng etnik ?

Jawaban : belum ada sih .

b. **Pertanyaan** : Tantangan apa yang didapatkan terkait pengembangan objek wisata kampoeng etnik ?

Jawaban : Tantangan nya itu kesusahan di lokasi karena ini dulunya sawah dan utaranya rawa .pada saat pengecoran itu sulit karena lahan nya dulunya air jadi hal ini merupakan tantangan dalam pembangunan kampoeng etnik. Terus kalo malem nyamuknya banyak dari awal pembangunan sampai jadi itu sulit di hilangkan dan membuat tamu dari bungalow banyak yang komplain

c. **Pertanyaan** : Bagaimana dengan persaingan dalam mempromosikan objek wisata kampoeng etnik ?

Jawaban: persaingan promosi wisata tetep sehat sehat saja . karena sini promosi di lakukan dengan secara bersama. Entah itu di lakukan dengan komunitas ,teman ,dan facebook

d. **Pertanyaan:** Bagaimana dengan daya dukung masyarakat yang kurang ?

Jawaban: saat terjadinya pembangunan kampoeng etnik dikira membuat banjir lahan lahan perkampungan lainnya sedangkan aslinya engga , karena ada saluran yang mampet malah aslinya masuk kesini .jadi adanya banjir tersebut karena kurangnya bak control masyarakat sekitar.

Lampiran 3

Dokumentasi



Papan Informasi Kampung Etnik



Pintu Masuk Kampung Etnik



Kondisi Lahan Parkir Kampoeng Etnik



Gapura Kampoeng Etnik

DAFTAR HARGA MAKANAN DAN MINUMAN LEBARAN

KAMPOENG ETNIK

KAMPOENG ETNIK KEBUMEN

NO	MENU	HARGA
1	Nasi Ayam	Rp 10.000
2	Nasi Kames	Rp 10.000
3	Nasi Goreng	Rp 10.000
4	Nasi Pecel	Rp 10.000
5	Mie Goreng	Rp 10.000
6	Mie Rebus	Rp 10.000
7	Pop Mie	Rp 10.000
8	Kentang Goreng	Rp 10.000
9	Sosis Goreng	Rp 10.000
10	Mendoan (isi 3)	Rp 10.000
11	Bakwan (isi 5)	Rp 10.000
12	Roti Bakar	Rp 5.000
13	Ea Teh	Rp 5.000
14	Ea Jeruk	Rp 5.000
15	Ea Good day	Rp 5.000
16	Ea Capucino	Rp 5.000
17	Ea Susu Putih/ Coklat	Rp 5.000
18	Ea Krim	Rp 5.000
19	Teh Anget	Rp 5.000
20	Jeruk Anget	Rp 5.000
21	Kopi Hinam	Rp 5.000
22	Good day panas	Rp 5.000
23	Capucino panas	Rp 5.000
24	Indocafe/cofimix panas	Rp 5.000
25	Whitecofe panas	Rp 5.000
26	Kopi ABC panas	Rp 5.000
27	Jabe Panas	Rp 5.000
28	Jabe susu Panas	Rp 5.000
29	Susu Putih/coklat anget	Rp 5.000
30	Jus Melon	Rp 5.000
31	Jus Alpukat	Rp 5.000
32	Jus Semangka	Rp 5.000
33	Jus Jambu	Rp 5.000
34	Jus Buah Naga	Rp 5.000
35	Jus Mangga	Rp 5.000

Daftar harga makanan dan minuman di Kampong Etnik



Kondisi Jalan Masuk Kampong Etnik



Pengisian data kuesioner kampoeng etnik



Penulis sedang observasi di Kampoeng Etnik

LAMPIRAN 4

JAWABAN KUESIONER BOBOT

KUESIONER BOBOT INDIKATOR

Saya Indit Ertanto Satrio Utomo, mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta, saya sangat membutuhkan partisipasi bapak /ibu/sdra/sdri sebagai responden yaitu dengan membantu memberikan alternatif jawaban yang tersedia dalam kuesioner ini untuk melengkapi data data penelitian saya .

Nama : Nurdiah

Umur : 21 tahun

Jenis kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Petunjuk untuk nomor 1 dan 2

Mohon untuk memberikan bobot pada setiap indikator indikator di bawah ini dengan skala 0 (tidak penting) sampai dengan 10 (sangat penting)

1. Menurut Bapak /Ibu, seberapa besar indikator indikator internal dibawah ini mempengaruhi strategi promosi Kampoeng Etnik Kebumen.

No	Pernyataan	bobot
1	melakukan promosi melalui media sosial, audio, dan audio visual	10
2	memiliki akun instagram facebook yang memuat tentang destinasi kampoeng etnik	10
3	pemberian tiket gratis kepada masing masing desa yang terpilih sebagai pengunjung kampoeng etnik	0
4	kampoeng etnik melakukan kerja sama dengan komunitas dalam mempromosikan kampoeng etnik	0
5	Kampoeng etnik bekerjasama dengan para selebgram dan musisi kebumen untuk ikut serta dalam mempromosikan	2

	kampoeng etnik	
6	strategi promosi yang sudah di lakukan belum optimal	2
7	belum memiliki website yang memuat tentang hal hal berisikan destinasi kampoeng etnik	0
8	Kurangnya sdm yang paham akan pariwisata dalam bidang promosi	0
9	kurangnya penyebaran baliho di daerah kabupaten kebumen	3
10	Kurangnya kreatifas dalam membuat konten video dalam mempromosikan kampoeng etnik	5
	Jumlah	30

2. Menurut bapak /ibu ,seberapa besar indikator indikator eksternal dibawah ini mempengaruhi strategi promosi kampoeng etnik kebumen

No	Pernyataan	Bobot
1	memanfaatkan media sosial sebagai media promosi karena sangat murah dan mudah di akses	10
2	mengadakan kegiatan yang rutin untuk mempromosikan destinasi kampoeng etnik	10
3	teknologi yang semakin berkembang akan memudahkan periklanan produk	10
4	menciptakan dan membangun brand image kampoeng etnik	10
5	mengikuti bazar wisata secara berkala	10
6	kegiatan promosi yang di lakukan oleh kompetitor lain lebih menarik minat wisatawan dari pada yang di gunakan destinasi kampoeng etnik	10
7	iklan destinasi wisata yang di gunakan pesaing memiliki desain	0

	yang lebih menarik.	
8	strategi media sosial kurang efektif untuk kalangan usia 40 ke atas karena tidak banyak dari mereka yang paham tentang menggunakan smartphone	0
9	Tidak mencapai target, karena promosi dari kompetitor lain lebih menarik	0
10	Kualitas dan ketersediaan SDM kompetitor di bidang promosi lebih memadai	6
	Jumlah	66

KUESIONER BOBOT INDIKATOR

Saya Indit Ertanto Satrio Utomo, mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta, saya sangat membutuhkan partisipasi bapak /ibu/sdra/sdri sebagai responden yaitu dengan membantu memberikan alternatif jawaban yang tersedia dalam kuesioner ini untuk melengkapi data data penelitian saya.

Nama : Anggun Kartika Putri

Umur : 18 Tahun

Jenis kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Petunjuk untuk nomor 1 dan 2

Mohon untuk memberikan bobot pada setiap indikator indikator di bawah ini dengan skala 0 (tidak penting) sampai dengan 10 (sangat penting)

1. Menurut Bapak /Ibu, seberapa besar indikator indikator internal dibawah ini mempengaruhi strategi promosi Kampong Etnik Kebumen.

No	Pernyataan	bobot
1	melakukan promosi melalui media sosial, audio, dan audio visual	10
2	memiliki akun instagram facebook yang memuat tentang destinasi kampong etnik	10
3	pemberian tiket gratis kepada masing masing desa yang terpilih sebagai pengunjung kampong etnik	5
4	kampong etnik melakukan kerja sama dengan komunitas dalam mempromosikan kampong etnik	8
5	Kampong etnik bekerjasama dengan para selebgram dan musisi kebumen untuk ikut serta dalam mempromosikan	8

	kampoeng etnik	
6	strategi promosi yang sudah di lakukan belum optimal	8
7	belum memiliki website yang memuat tentang hal hal berisikan destinasi kampoeng etnik	2
8	Kurangnya sdm yang paham akan pariwisata dalam bidang promosi	5
9	kurangnya penyebaran baliho di daerah kabupaten kebumen	9
10	Kurangnya kreatifas dalam membuat konten video dalam mempromosikan kampoeng etnik	7
	Jumlah	

2. Menurut bapak /ibu ,seberapa besar indikator indikator eksternal dibawah ini mempengaruhi strategi promosi kampoeng etnik kebumen

No	Pernyataan	Bobot
1	memanfaatkan media sosial sebagai media promosi karena sangat murah dan mudah di akses	10
2	mengadakan kegiatan yang rutin untuk mempromosikan destinasi kampoeng etnik	10
3	teknologi yang semakin berkembang akan memudahkan periklanan produk	8
4	menciptakan dan membangun brand image kampoeng etnik	9
5	mengikuti bazar wisata secara berkala	7
6	kegiatan promosi yang di lakukan oleh kompetitor lain lebih menarik minat wisatawan dari pada yang di gunakan destinasi kampoeng etnik	5
7	iklan destinasi wisata yang di gunakan pesaing memiliki desain	9

	yang lebih menarik.	
8	strategi media sosial kurang efektif untuk kalangan usia 40 ke atas karena tidak banyak dari mereka yang paham tentang menggunakan smartphone	8
9	Tidak mencapai target, karena promosi dari competitor lain lebih menarik	5
10	Kualitas dan ketersediaan SDM kompetitor di bidang promosi lebih memadai	7
	Jumlah	

KUESIONER BOBOT INDIKATOR

Saya Indit Ertanto Satrio Utomo, mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta, saya sangat membutuhkan partisipasi bapak /ibu/sdra/sdri sebagai responden yaitu dengan membantu memberikan alternatif jawaban yang tersedia dalam kuesioner ini untuk melengkapi data data penelitian saya.

Nama : Reka Dyah Sdputri

Umur : 23

Jenis kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Petunjuk untuk nomor 1 dan 2

Mohon untuk memberikan bobot pada setiap indikator indikator di bawah ini dengan skala 0 (tidak penting) sampai dengan 10 (sangat penting)

1. Menurut Bapak /Ibu, seberapa besar indikator indikator internal dibawah ini mempengaruhi strategi promosi Kampoeng Etnik Kebumen.

No	Pernyataan	bobot
1	melakukan promosi melalui media sosial, audio, dan audio visual	8
2	memiliki akun instagram facebook yang memuat tentang destinasi kampoeng etnik	10
3	pemberian tiket gratis kepada masing masing desa yang terpilih sebagai pengunjung kampoeng etnik	0
4	kampoeng etnik melakukan kerja sama dengan komunitas dalam mempromosikan kampoeng etnik	0
5	Kampoeng etnik bekerjasama dengan para selebgram dan musisi kebumen untuk ikut serta dalam mempromosikan	3

	kampoeng etnik	
6	strategi promosi yang sudah di lakukan belum optimal	5
7	belum memiliki website yang memuat tentang hal hal berisikan destinasi kampoeng etnik	0
8	Kurangnya sdm yang paham akan pariwisata dalam bidang promosi	0
9	kurangnya penyebaran baliho di daerah kabupaten kebumen	3
10	Kurangnya kreatifas dalam membuat konten video dalam mempromosikan kampoeng etnik	5
	Jumlah	

2. Menurut bapak /ibu ,seberapa besar indikator indikator eksternal dibawah ini mempengaruhi strategi promosi kampoeng etnik kebumen

No	Pernyataan	Bobot
1	memanfaatkan media sosial sebagai media promosi karena sangat murah dan mudah di akses	10
2	mengadakan kegiatan yang rutin untuk mempromosikan destinasi kampoeng etnik	10
3	teknologi yang semakin berkembang akan memudahkan periklanan produk	10
4	menciptakan dan membangun brand image kampoeng etnik	10
5	mengikuti bazar wisata secara berkala	10
6	kegiatan promosi yang di lakukan oleh kompetitor lain lebih menarik minat wisatawan dari pada yang di gunakan destinasi kampoeng etnik	10
7	iklan destinasi wisata yang di gunakan pesaing memiliki desain	0

	yang lebih menarik.	
8	strategi media sosial kurang efektif untuk kalangan usia 40 ke atas karena tidak banyak dari mereka yang paham tentang menggunakan smartphone	5
9	Tidak mencapai target, karena promosi dari competitor lain lebih menarik	0
10	Kualitas dan ketersediaan SDM kompetitor di bidang promosi lebih memadai	6
	Jumlah	

LAMPIRAN 5

HASIL PERHITUNGAN BOBOT DAN RATING INTERNAL

jawaban responden pada kuesioner bobot dan hasil perhitungan bobot internal indikator

responden	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	total
1	10	10	5	8	8	8	2	5	9	7	
2	10	10	0	0	2	2	0	0	3	5	
3	8	10	0	0	3	5	0	0	3	5	
total	28	30	5	8	13	15	2	5	15	17	138
rata rata	0,2029	0,21739	0,03623	0,05797	0,0942	0,1087	0,01449	0,03623	0,1087	0,12319	1
bobot	0,2	0,2	0,04	0,1	0,1	0,11	0,01	0,04	0,1	0,1	1

Jawaban responden pada kuesioner bobot dan hasil tabulasi data internal

responden	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	total
1	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	32
2	4	3	4	4	4	1	1	1	1	3	26
3	4	4	4	4	3	1	1	4	4	3	32
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	29
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29
7	2	3	1	4	3	4	2	3	2	3	27
8	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	25
9	2	3	4	3	4	2	3	3	1	3	28
10	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	27
11	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	29
12	2	3	3	4	3	1	2	2	1	4	25
13	3	3	1	3	3	3	2	4	3	4	29
14	4	3	3	4	4	2	1	1	1	4	27
15	4	4	3	4	3	2	2	1	1	4	28
16	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	21
17	4	3	4	4	3	2	2	2	2	4	30
18	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	28
19	3	3	4	3	4	2	2	2	2	4	29

20	3	2	3	3	3	2	2	3	2	1	24
21	3	3	3	3	4	3	2	3	2	4	30
22	4	3	4	3	2	2	2	3	3	2	28
23	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
24	3	2	3	3	2	2	2	3	4	2	26
25	3	3	3	4	2	2	4	3	4	2	30
26	3	2	2	2	2	1	1	3	4	2	22
27	3	3	3	3	2	1	2	3	3	2	25
28	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	26
29	4	3	4	4	4	2	2	2	2	4	31
30	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	28
Total	94	89	91	101	88	66	67	79	75	90	840
rata rata	3,1	3	3	3,4	2,9	2,2	2,2	2,7	2,5	3	28
Bobot	0,2	0,2	0,04	0,1	0,1	0,11	0,01	0	0,1	0,1	1
Skor	0,62	0,6	0,12	0,3	0,29	0,24	0,022	0,1	0,25	0,3	2,892

Lampiran 6

HASIL PERHITUNGAN BOBOT DAN RATING EKSTERNAL

jawaban responden pada kuesioner bobot dan hasil perhitungan bobot eksternal
Indikator

responde n	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	total
1	10	10	10	10	10	10	0	5	0	6	71
2	10	10	10	10	10	10	0	0	0	6	66
3	10	10	8	9	7	5	9	8	5	7	78
total	30	30	28	29	27	25	9	13	5	19	215
rata rata	0,13953 5	0,13953 5	0,13023 3	0,13488 4	0,12558 1	0,11627 9	0,0418 6	0,06046 5	0,02325 6	0,08837 2	1
bobot	0,14	0,14	0,13	0,13	0,13	0,12	0,04	0,06	0,02	0,09	1

Jawaban responden pada kuesioner bobot dan hasil tabulasi data Eksternal

Indikator

Responden	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	total
1	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	33
2	4	4	4	4	1	1	2	1	3	3	27
3	4	4	4	4	1	4	1	4	3	4	33
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29
6	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	28
7	3	1	1	3	4	1	3	2	3	3	24
8	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	27
9	4	4	4	4	2	2	4	2	3	3	32
10	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	29
11	2	3	4	3	1	4	4	2	4	4	31
12	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	36
13	2	3	3	3	2	3	3	2	4	3	28
14	3	3	4	4	2	2	3	1	4	4	30
15	3	4	4	4	2	3	3	1	4	3	31
16	4	4	4	4	1	1	3	1	3	2	27
17	3	3	3	3	2	2	2	2	4	4	28
18	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32

19	4	3	4	3	2	2	3	2	3	3	29
20	3	3	3	4	2	3	3	2	2	2	27
21	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	27
22	4	3	4	4	2	3	2	1	2	2	27
23	4	4	4	4	1	4	4	1	3	3	32
24	2	3	3	3	3	4	4	2	2	2	28
25	3	4	3	3	3	3	2	3	1	1	26
26	3	1	4	4	2	2	4	2	2	2	26
27	3	3	3	3	3	3	4	1	2	2	27
28	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	29
29	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	33
30	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	29
Total	95	93	101	103	68	82	90	65	90	89	876
rata rata	3,16667	3,1	3,36667	3,43333	2,26667	2,73333 3	3	2,16666 7	3	2,96666 7	29,2
Bobot	0,14	0,14	0,13	0,13	0,13	0,12	0,04	0,06	0,02	0,09	1
Skor	0,44333 3	0,434	0,43766 7	0,44633 3	0,29466 7	0,328	0,12	0,13	0,06	0,267	2,961