

BAB V

PENUTUP

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 pengelola Tamansari Yogyakarta dalam promosi meningkatkan kunjungan wisatawan, antara lain:

1. Mempromosikan obyek wisata Tamansari Yogyakarta 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 seperti tempat parkir yang lebih luas dan tertata rapi agar wisatawan lebih nyaman saat berkunjung ke wisata Tamansari Yogyakarta.
3. Tamansari Yogyakarta masih memiliki banyak kekuatan untuk bisa dipromosikan lebih jauh lagi. Salah satunya adalah nilai budaya dan sejarah yang masih melekat dengan wisata Tamansari Yogyakarta.

4. Adapun masalah hambatan yang timbul dalam pelaksanaan promosi Tamansari Yogyakarta adalah pihak Pengelola Tamansari Yogyakarta belum maksimal dalam melakukan promosi setelah masa pandemi Covid-19.

B. Saran

Beberapa saran yang peneliti sampaikan guna untuk memperbaiki dan sebagai bahan masukan dalam pengelolaan strategi promosi sebagai upaya peningkatan kunjungan wisatawan pada pengelola Tamansari Yogyakarta, yaitu:

1. Sebaiknya pihak pengelola Tamansari Yogyakarta menambah fasilitas yang masih kurang seperti rumah makan, kamar mandi, maupun toko souvenir agar wisatawan merasa puas dan nyaman saat berkunjung.
2. Menyediakan dan melengkapi fasilitas wisata seperti lahan parkir yang luas untuk menunjang kegiatan perjalanan wisata dengan melakukan kerja sama dengan perusahaan transportasi darat seperti Bus.
3. Mengoptimalkan kealamian bangunan Tamansari Yogyakarta serta nilai budaya dan sejarahnya sehingga menjadi daya tarik tersendiri dan banyak diminati pengunjung.
4. Meningkatkan promosi dan pemasaran lewat media online sehingga wisatawan dapat tertarik dan merasa terkesan dengan obyek wisata yang dipromosikan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Ahmadi, Rulam. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Penerbit Ar-Ruzz Media.
- Ali, Hasan. 2015. *Tourism Marketing*. Yogyakarta: Penerbit Center For Academic Publishing Service.
- Allison, Michael dan Jude Keye, 2014. *Perencanaan Strategis untuk Organisasi Nirlaba*. Terjemahan oleh Faisal Basri. Jakarta: Penerbit Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Bagus, I Gusti, dan Ni Made Eka, 2012. *Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Buchari, Alma. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler & Armstrong, 2012. *Dasar- Dasar Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Prenhallindo.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Prastowo, Andi, 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, Yogyakarta: Penerbit Ar-Ruzz Media
- Rangkuti, Fredy. 2015. *Manajemen Strategi Konsep dan Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis Swot*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Shofwan, dan Hanief, 2018, *Pengembangan Bisnis Pariwisata Dengan Media Sistem Informasi*, Penerbit Andi Yogyakarta. Hal. 77.
- Sofar & Widiyono. 2013. *Pengertian Pengamatan Observasi*. Jakarta: Penerbit in Media
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Penerbit CV. Alfabeta.

Suwena, I.K. dan Widyatmaja, I.G.N., 2017, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*, Pustaka Larasan. Hal. 18.

Sumber Jurnal dan karya ilmiah:

Aly, M.N., Putri, A.N.R., Rosyda,G., Hamidah, A., Ahmad, A.S., Suryani, H.A., A'yuni, A.Q., Khairunnisa, P.H., Rachmadicha, N.N., Ilmi, I.Q. 2020, Panduan Aman New Normal Menghadapi Pandemi COVID-19, *Journal Of Public Service*, Vol 4(2) : 415-422.

Nasution, N.H., Hidayah, A., Sari, K.M., Cahyati, W., Khoiriyah, M., Hasibuan, R.P., Lubis, A.A. dan Siregar, A.Y., 2021, Gambaran Pengetahuan Masyarakat Tentang Pencegahan COVID-19 Di Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan, *Jurnal Kesehatan Ilmiah Indonesia*, Vol 6(1):107-114.

Poluan, F. M., Mandey, S., & Ogi, I. W. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).

Radji, D.L. dan Kasim, S., 2018, Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Delizza Pizza Kota Gorontalo, *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, Vol 4(1): 17-26.

Wulandari, N.F.dan Ardyan, P.S., 2019, Analisis Pengaruh jumlah Wisatawan kendaraan Yang Parkir Di Tempat Wisata Dan Tingkat Hunian kamar Terhadap pendapatan Sektor Industri Pariwisata Di Kota Surabaya, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 3(2): 688-702.

Sumber Internet:

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/01/1796/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-bulan-desember-2020-mencapai-164-09-ribu-kunjungan-.html#:~:text=Selama%20tahun%202020%2C%20jumlah%20kunjungan,berjumlah%2016%2C11%20juta%20kunjungan.> Di akses dari internet pada 2 April 2022 Pukul 23.00.

<https://visitingjogja.jogjaprov.go.id/32907/statistik-kepariwisataan-diy-tahun-2020/> . Diakses dari internet pada 2 April 2022 Pukul 23.20.

<https://www.kratonjogja.id/tata-rakiting-wewangunan/14/bangunan-bangunan-Taman%20Sari>. Di akses dari internet pada tanggal 08 Agustus 2022 pukul 14.00.

LAMPIRAN

Lampiran. 1 : Surat Izin Penelitian



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

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 269/Q AMPTA/VI/2022
Hal : Pengantar Penelitian

28 Juni 2022

Kepada Yth.
Pengelola Tamansari
Jl. Tamanan Patehan Keraton
Yogyakarta

Dengan Hormat,

Kami yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, menerangkan bahwa :

Nama	: Ismail
NIM	: 418100563
Prodi	: Usaha Perjalanan Wisata (Diploma IV)
Tahun Akademik	: 2021/2022
Alamat	: Jl. Garuda Berbah Sendangtirto - Sleman
Nomor Telp	: 081236925232

Mohon untuk diijinkan melaksanakan observasi guna Penyusunan Laporan Penelitian dengan
Judul :

**“Strategi Promosi Sebagai Upaya Peningkatan Kunjungan Wisatawan Di Taman
Sari Pada Masa New Normal”**

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.



Drs. Prihatno, MM

Tembusan :
- File

Lampiran. 2 : Surat Balasan Izin Penelitian

WISATA TAMAN SARI KRATON YOGYAKARTA
Jalan Tamanan, Patehan, Kecamatan Kraton, Kota Yogyakarta
Daerah Istimewa Yogyakarta 55133

Yogyakarta, 28 Juni 2022

Nomor : 17/PKL/TS/VII/2022
Perihal : Surat Jawaban Permohonan Observasi Penelitian
Lampiran : -

Kepada Yth,
Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA
di
Tempat.

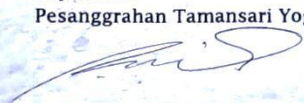
Dengan Homat,

Sehubungan dengan Surat permohonan Observasi Penelitian No :
269/Q.AMPTA/VI/2022 tertanggal 6 Juni 2022 yang diajukan kepada kami
oleh mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA yogyakarta atas nama :

Nama : Ismail
NIM : 418100563
Prodi : Usaha Perjalanan Wisata Diploma IV
Tahun Akademik : 2021/2022

Dengan ini kami memberikan ijin kepada mahasiswa tersebut diatas
untuk melakukan kegiatan Observasi Penelitian. Demikian surat balasan
ini dibuat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya, kami ucapkan
terima kasih.

Supervisor
Pesanggrahan Tamansari Yogyakarta


M. RidwanSyam

Lampiran. 3 : Transkrip Wawancara Pengelola

Transkrip Wawancara

Narasumber : Muhamad Ridwan Syam

Jabatan : Supervisor Tamansari Yogyakarta

Pewawancara : Ismail

1. Bagaimana bentuk dan metode promosi yang selama ini dilakukan oleh pengelola Tamansari?

Jawab: selama ini metode promosi yang sering kami lakukan yaitu dengan mempublikasikan melalui brosur, media sosial, elektronik dan lain-lain. Dan sebelum pandemi covid-19 kami sering melakukan sosialisasi dengan berbagai instansi diluar jogja dan bekerja sama untuk saling promosi wisata khususnya Tamansari Yogyakarta. Karena berhubung dua tahun belakangan ini kita dilandai dengan virus Covid-19 dan aktivitas pariwisata terbatas untuk itu kami memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi khususnya pada masa New Normal ini melalui Instagram, facebook, tiktok, dll.

2. Bentuk promosi seperti apa yang sangat menarik bagi wisatawan untuk mengunjungi Tamansari?

Jawab: ya karena di Indonesia sudah menerapkan masa new Normal dan membolehkan masyarakat untuk melakukan aktivitas salah satunya berwisata, dan masyarakat Indonesia sangat aktif di media sosial untuk itu kami memanfaatkan kesempatan ini sebagai media promosi Tamansari Yogyakarta melalui Tiktok, Instagram, facebook, dll.

3. Apakah metode promosi yang selama ini digunakan sudah sangat efektif atau tidak dalam meningkatkan kunjungan di Tamansari? Jika belum efektif, kendala apa saja yang mempengaruhi metode promosi yang dilakukan?

Jawab: sebelum pandemi Covid-19 metode promosi yang kami lakukan sangat efektif dan itu sangat berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan ke Tamansari yogyakarta. Tetapi karena dengan adanya Covid-19 dua tahun terakhir ini tentunya sangat membatasi aktivitas

masyarakat salah satunya berwisata. Jadi dengan adanya masa New normal ini tentunya kami akan tetap melakukan promosi seperti biasanya dengan harapan wisatawan bisa berkunjung ke Tamansari Yogyakarta.

4. Berapa lama waktu yang dibutuhkan pengelola dalam melakukan promosi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Tamansari?

Jawab: Waktu yang kami butuhkan tentunya tidak menentu, karena wisatawan juga dengan sendirinya langsung berkunjung ke Tamansari Yogyakarta setelah masa pandemi Covid-19.

5. Apa saja yang menjadi kelemahan dari Tamansari?

Jawab: untuk kelemahan wisata Tamansari Yogyakarta hampir tidak ada, hanya saja masih ada kekurangan masyarakat setempat yang masih melakukan coret-coret tembok atau bangunan Tamansari itu sendiri yang bisa berpengaruh terhadap penilaian wisatawan yang datang berkunjung. Dan itu yang masih menjadi hal terpenting bagi kami selaku pengelola dalam menjaga eksistensi Tamansari Yogyakarta dan menyadarkan masyarakat sekitar.

6. Bagaimana kebijakan pemerintah dalam mempromosikan Tamansari?

Jawab: Kebijakan pemerintah dalam mempromosikan Tamansari Yogyakarta tentunya sangat mendukung karena masih dalam satu kesatuan dengan Keraton Yogyakarta. Jadi hal itu juga sangat memudahkan bagi kami selaku pengelola untuk melakukan promosi tamansari Yogyakarta.

7. Apa saja yang menjadi daya tarik wisata Tamansari?

Jawab: Daya tarik Tamansari itu sendiri adalah bangunan nya yang bernilai sejarah dan budaya. Dan itu tidak ada di tempat lain bangunan seperti ini, sehingga itu yang menjadi nilai historis tersendiri bagi wisatawan setelah berkunjung ke Tamansari Yogyakarta.

Lampiran. 4 : Transkrip Wawancara wistawan

Transkrip Wawancara

Nama : Fitryani

Jabatan : Pegawai Swasta/Wisatawan

Pewawancara : Ismail

1. Apa saja yang membuat Bapak/Ibu/Saudara/I tertarik mengunjungi Tamansari?

Jawab: bangunan nya yang sangat unik

2. Apakah informasi yang Bapak/Ibu/Saudara/I peroleh sesuai dengan kondisi sesungguhnya di Tamansari?

Jawab: informasi yang saya dapat di media sosial tentunya sangat sesuai dengan destinasi wisatanya, bahkan lebih indah disaat lihat langsung.

3. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/I akan merekomendasikan pengalaman nya kepada orang lain setelah mengunjungi Tamansari?

Jawab: ohw tentunya saya akan merekomendasikan kepada orang lain bahwa destinasi wisata Tamansari sangat bagus untuk dikunjungi.

4. Bentuk promosi seperti apa yang menarik menurut Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengunjungi Tamansari?

Jawab: menurut saya bagusnya promosinya tetap selalu up to date di media sosial khususnya Instagram dan Tiktok yang sering digunakan oleh banyak orang pada umumnya.

5. Selain promosi apakah ada hal lain yang menarik menurut Bapak/Ibu/Saudara/I dalam mengunjungi Tamansari?

Jawab: hal menarik tentunya bentuk bangunan dan nilai budaya serta sejarahnya yang sangat bermanfaat.

6. Berapa kali Bapak/Ibu/Saudara/I telah mengunjungi Tamansari?

Jawab: kalau saya sudah lebih dari satu kali ke Tamansari.

7. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/I merasa puas setelah mengunjungi Tamansari?

Jawab: saya sangat puas sehingga saya mengunjungi destinasi ini lebih dari satu kali.

8. Menurut Bapak/Ibu/Saudara/I sarana dan prasarana apa saja yang perlu ditambahkan dalam penunjang kegiatan wisata di Tamansari?

Jawab: kalau menurut saya mungkin hanya lahan parkirnya di perluas.

Lampiran. 5 : Dokumentasi





Lampiran. 6 : Lembar Bimbingan Skripsi

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA PEMBIMBING I : Dsr. SANTOSA, M.M.

NAMA PEMBIMBING II : XUDI SETIADI, SH., M.M.

NAMA MAHASISWA : ISMAIL
 NO. MAHASISWA : 418100563
 JUDUL PENELITIAN : Strategi Promosi Peningkatan
Kunjungan Wisatawan di Taman Sari
Pada Masa New Normal.

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	1/9/20	Perumusan Bab I pembukaan / latar belakang	h
		Extremis kelangkaan	
		rentas lingkungan	
		Abk dan T bawar	h
		teknis / plan	
		Case teori plan	h
		kg: program	
2	20/9/20	Revisi Bab I Ked. Rumpun	h
		modifikasi program	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1.	1/6/20	Sistematika Penulisan Laporan	
		- Latar belakang	h
		- Landasan teori	
		- Definisi	
2	6/6/20	Halaman Pengantar	h
3	8/6/20	Acc	h



NAMA PEMERIKSANYA: DR. SAHUTOK, M.M

NAMA PEMERIKSANYA II: XUDI SETIAB, S.H., M.M

NAMA BERSISWA: ISMAIL
NO. MAHASISWA: 91020561
JUDUL PENELITIAN: STRATEGI PROMOSI SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KUALITAS WISATAWISMAN DI PERUMSAWI ANDA PAKSA BEM NONGKIL

NO.	TANGGAL	URAIAN BERSISWAN	PASIF
		Infirmary Stambul's	Yes
		Anggur, Lungs	
		De la Field g	
5	24/6/2022	Lampiran Kus?	
		Manajemen	
		1. Kuesioner	
		2. Wawancara	
		Lengkap Bsm A.M. & S	Yes
6	13/9/2022	Lengkap' dalam	
		As of operation	Yes
		Bar' dan Sep	

NO.	TANGGAL	URAIAN BERSISWAN	PASIF
4	26/6	Dilemp	Yes
5	21/9	Koran Ward Prakt	Yes
6	26/9	Komputer - Siswa	Yes
7	28/9	Ace	Yes

