

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Strategi promosi merupakan suatu cara untuk menawarkan dan memasarkan produk yang dihasilkan agar produk tersebut dapat menarik perhatian pengunjung. Strategi promosi Objek Wisata Sari Ater *Hot Springs* Ciater mempunyai peranan penting dalam memasarkan produk, guna mencapai target pencapaian pasar yang diinginkan, serta strategi promosi yang ditetapkan objek wisata Sari Ater *Hot Springs* Ciater yaitu dengan hasil dari Analisis SWOT sebagai berikut :

1. Strategi SO : Memanfaatkan teknologi yang semakin canggih dan maju untuk menawarkan produk paket promo-promo bulanan yang berlaku dengan cara membuat grup di media sosial atau grup di whatsapp bagi wisatawan yang menyukai berendam di air panas agar mereka selalu mengetahuinya serta memanfaatkan pengikut media sosial insatgram untuk menggapai target pasar. Dan, Memanfaatkan ciri khas dari oyek wisata sari ater *hot springs* Ciater untuk menjalin kerjasama dengan sponsor-sponsor untuk menggapai strategi promosi yang telah direncanakan.
2. Strategi ST : Memanfaatkan media sosial intagram untuk menjadi media promosi menawarkan strategi promosi yang telah direncanakan oleh pihak pengelola. Dan, memanfaatkan ciri khas

yang dimiliki wisata sari ater *hot springs* Ciater untuk menjadi pembeda ditengah persaingan antar tempat wisata baru dikawasan Ciater.

3. Strategi WO : Memanfaatkan teknologi yang semakin canggih dan maju dengan selalu memperbarui penyebaran promosi lebih sering untuk mencapai target pasar. Dan, meningkatkan kualitas gambar, video, dan foto yang akan di posting menarik untuk dibaca atau dilihat oleh wisatawan serta dengan menjalin kerjasama yang baik dengan brand-brand atau sponsor/sponsor besar untuk mencapai strategi promosi yang telah di rencanakan.
4. Strategi WT : Mempelajari pesaing-pesaing termasuk pola strategi promosi yang mereka lakukan dalam mempromosikan produk wisata mereka. Serta menawarkan produk wisata yang menarik dan produk yang ditawarkan tidak ditawarkan oleh pesaing lainnya. Dan, meningkatkan kualitas gambar, foto, dan video menarik untuk wisatawan baca, ditengah adanya wisata-wisata yang baru di daerah Ciater.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka peneliti memberikan saran, sebagai berikut :

1. Objek wisata Sari Ater Hot Springs Ciater juga harus memperhatikan fasilitas-fasilitas yang layak dan menyesuaikan kebutuhan wisatawan, seperti contoh saja di dalam review google oleh wisatan mengatakan kamar ruang ganti yang sangat minim dan kebersihan kurang terjaga di dalam ruang kamar mandi.
2. Pihak pengelola harus lebih bisa memanfaatkan ciri khas yang dimiliki wisata Sari Ater Hot Springs untuk dijadikan tempat-tempat yang menarik minat kunjung wisatawan.
3. Pihak pengelola harus bisa memanfaatkan pengikut media sosial instagram untuk menarik wisatawan serta lebih sering posting-posting promo yang berlaku pada saat itu.
4. Meningkatkan kualitas Video,Gambar, serta Foto di Instagram dengan mengitu konsep-konsep yang sedang viral.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Akdon. 2011. *Manajemen strategic untuk manajemen pendidikan*. Bandung:Alfabet.
- A.Yoeti.1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT.Pradnya Paramita
- A.Muri Yusuf. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta:Prenadamedia Group.
- Andi, Kristanto. 2018. *Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya*. Yogyakarta:Gava Media.
- David,Fred. 2010. *Strategic Management. Manajemen Strategis*. Edisi Keduabelas. Buku Satu.
- Freddy Rangkuti. 2015. *Analisis SWOT*. Jakart:PT Gramedia Pustaka Utama.
- H.Oka A. Yoeti., *Potensi Obyek Wisata Sebagai Daya Tarik Wisata*. Karangan Koko Irawan,(2010:11)
- Hasan,A. S.(2015). *Tourism Marketing. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service*
- Hidayah, Nurdin(2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen pemasaran*. Edisi terjemahan. Benyamin Molan Jakarta: Indeks Pustaka.
- Rangkuti,F. 2013. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta:PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Semiawan. 2010. *Metode Penelitian kualitatif*, Jakarta. Grasindo.
- Sinaga, Supriono. (2010:12). *Potensi dan Pengembangan objek wisata di Kabupaten Tapanuli Tengah*. Sumatera Utara. Kertas Karya.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:Afabet.
- _____. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.Bandung:Afabet.

_____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Afabet.

_____. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabet

Suryadana, M Liga dan Octavia Vanny , 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata* Bandung: Alfabet.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta.

Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan 2009

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 bab VII pasal 20 tentang kepariwisataaan.

JURNAL/SKRIPSI

Aprilia, F. (2015). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata "Jawa Timur Park 2" Kota Batu)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

Brillianti, Fitri (2020) "*strategi pengembangan daya tarik wisata banten kama sebagai wisata religi Kota Serang*" STP Ampta Yogyakarta.

Fadillah, Ikhsan. (2020). "*strategi promosi dinas kebudayaan dan pariwisata dalam meningkatkan kunjungan destinasi wisata di peovinsi sulawesi selatan.*" *Skripsi. Makassar: Universitas Muhammadiyah.*

Hundjeh, Madia Putriana (2020) "*skripsi strategi promosi dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan di UPT museum balanga kota Palangka Raya*" STP Ampta Yogyakarta

Kurniasari, Hernita, dkk. (2019). "*Pengaruh Bauran Pemasaran, Word of Mouth Destination Image dan Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung di Wisata Pantai Ria Kenjeran*". *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Jurnal. Vol. 1, No. 3, Juli-September 2019, hal 1 – 16.* Surabaya: STIKOM.

Kusuma, Denda Citra. (2020) "*Skripsi Strategi Pemasaran wisata religi dalam meningkatkan jumlah pengunjung*" Universitas Muhammadiyah Mataram.

Mahardika, Paramitha. (2020) "*strategi promosi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di agrowisata bhumi merapi kabupaten Sleman*" STP Ampta Yogyakarta

Monita, Agnez (2020) “*strategi promosi paket wisata dengan metode promotion mix di CV Syahara Aneka Utama Tour “ STP Ampta Yogyakarta*”

Pranata, Ikke Dimas.(2020) “*analisi strategi pemasaran terhadap penjualan paket coffe on the bus PO.rezeki transport di tengah wabah virus pandemi covid-19*” STP Ampta Yogyakarta.

Ramadhan, Abdurrahman Hikmah,2015. *Pengaruh City Branding terhadap minat berkunjung serta dampaknya pada keputusan berkunjung.*(Survey pada wisatawan kota Surabaya 2015) Universitas Brawijaya Malang. Vol.28 No.1

Rizky,Heronymus Metta.(2020) “*strategi promosi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di meseum monjali*” STP Ampta Yogyakarta.

Rizky, M., & Soedarsono, D. K. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram@ explorebali Terhadap Keputusan Berkunjung Dari Wisatawan. *Proceedings of Management*, 8(2).

Suharso, P., & Setyowulandari, Y. (2014). Strategi Pemberian Reward untuk Meningkatkan Minat Kunjung Mahasiswa di Perpustakaan Politeknik Negeri Semarang. *EduLib*, 4(2).

INTERNET

Rri.co.id (wawancara dengan Public Relation Manager PT.Sari Ater Hot Spring and Resort). Diakses pada tanggal 10 Juni 2021.
<https://m.rri.co.id/bandung/budaya-dan-wisata/958743/turun-90-persen-kunjungan-wisata-selama-pandemi-ke-sari-ater>

KBRN Subang (wawancara dengan Corporate Commucations Manager PT.Sari Ater Hot Spring and Resort). Diakses pada tanggal 05 Mei 2022.
<https://www.beritasatu.com/news/923999/wisata-pemandian-air-panas-sari-ater-diserbu-pengunjung>

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Surat Pengantar Observasi/Penelitian



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

Jl. Laksda Adisucipto Km.0 (Tempel, Gaturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485116 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoocn.com

Nomor : 526/Q.AMPTA/VII/2022

14 Juli 2022

Hal : Pengantar Penelitian

Kepada Yth.
HRD Sari Ater Hot Spring And Resort
Jl. Ciater Subang
Subang

Dengan Hormat,

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

Nama : Sri Diniawati
NIM : 418100579
Prodi : Usaha Perjalanan Wisata (Diploma IV)
Tahun Akademik : 2021/2022
Alamat : Jl. Benge No.304 Depok - Sleman
Nomor Telp : 081299558823

Mohon untuk diijinkan melaksanakan penelitian guna Penyusunan Laporan Tugas Akhir atau skripsi dengan Judul :

**“ Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisata Ke Sari Ater
Hot Spring And Resort Di Kabupaten Subang ”**

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Hormat Kami,



LAMPIRAN 2

Surat Balasan Persetujuan Observasi/Penelitian



No : 12/SA/HRD-T&D/VII/2022
Hal : **Pemberitahuan**

Subang, 18 Juli 2022

Kepada Yth :
Bapak Drs. Prihatno, MM
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPA
Jl. Laksda Adisucipto Km.6 Sleman
Yogyakarta 55281

Dengan hormat,

Menindak lanjuti surat Bapak bertanggal 14 Juli 2022 No. 526/Q.AMPA/VII/2022 tentang permohonan Izin Penelitian di perusahaan kami, dengan ini disampaikan sebagai berikut :

1. Pada prinsipnya kami tidak berkeberatan atas pelaksanaan penelitian tersebut, yang akan dilaksanakan di bagian Resort Department.
2. Adapun Mahasiswa yang akan melaksanakan penelitian tersebut, adalah :
Nama : Sri Diniawati
NIM : 418100579
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata

Demikian hal ini kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih

Hormat kami,
Sari Ater Hot Springs Ciater



Maman Semantri, M.M.
Human Resources Manager

LAMPIRAN 3

Pedoman Wawancara

1. Bentuk strategi apa saja yang digunakan pengelola untuk mempromosikan Wisata Sari Ater Hot Spring and Resort?
2. Promosi yang digunakan saat ini melalui media apa saja?
3. Apa pernah bekerja sama dengan pihak lain untuk mempromosikan wisata Sari Ater Hot Spring and Resort?
4. Bagaimana ancaman dari strategi promosi yang telah dilakukan?
5. Bagaimanakah kelebihan dari strategi promosi yang telah dilakukan?
6. Bagaimanakah kelemahan dari strategi promosi yang telah dilakukan?
7. Strategi apa saja yang sudah dilakukan dan itu mempengaruhi jumlah kunjungan?

LAMPIRAN 4

Transkrip Hasil Wawancara

Narasumber : Pengelola Wisata Sari Ater Hot Springs Ciater – Bapak
Yaya Suhara

Divisi : Human Resources Manager

Waktu Wawancara : 18 Juli 2022

1. Bentuk strategi apa saja yang digunakan pengelola untuk mempromosikan
Wisata Sari Ater Hot Spring and Resort?

Narasumber : “kalo untuk promosi kita menyesuaikan dengan keadaan yang sedang trend sekarang, seperti contohnya yang sekarang kita rencanakan itu kita sebentar lagi akan menghadapi bulan agustus, kita memuat promo bulanan itu sesuai dengan bulan itu yang bernama Agus gratis masuk ke sari ater. Tidak hanya itu disini juga memanfaatkan teknologi ya seperti menggunakan media sosial, karena ada juga dari media sosial yang menanyakan tempatnya dimana.”

2. Promosi yang digunakan saat ini melalui media apa saja?

Narasumber : “untuk media promosi kita tentu saja melalui media yang sedang trend ya, kadang juga untuk melakukan promosi melalui media sosial, media cetak, whatsapp, instagram. Bahkan untuk karyawan disini selalu memberitahu kepada teman-temannya tentang promo-promo disini yang sedang berlaku.”

3. Apa pernah bekerja sama dengan pihak lain untuk mempromosikan wisata
Sari Ater Hot Spring and Resort?

Narasumber : “tentu, sering kita lakukan dengan adanya kegiatan-kegiatan yang melibatkan sponsor-sponsor, contohnya saja bekerjasama dengan perusahaan Eiger dan perusahaan minuman berenergi. Bahkan untuk membuat promo-promo yang kita adakan setiap bulan memerlukan sponsor yang bisa membantu mencapai apa yang kita rencanakan.”

4. Bagaimana ancaman dari strategi promosi yang telah dilakukan?

Narasumber : “untuk ancamannya sebenarnya tidak ada ancaman, tetapi mungkin lebih ke banyak wisata-wisata baru di daerah sini. dan itu juga bukan merupakan sebuah persaingan yang gimana, kita menyebutnya itu merupakan rekan bisnis, dimana dengan adanya tempat-tempat wisata baru ini malah membuat wisatawan itu ingin berkunjung sekalian ke sini karena juga sari ater memiliki air panas untuk berendam, contohnya saja saat wisatawan berlibur di D’Castello atau berkunjung ke The Ranch atau juga liburan di Astro, mereka membuat keputusan kenapa ga sekalian ke Ciater aja berendam air panas dengan suasana ciater yang dingin kan. Untuk itu kita ya terbuka saja bagi wisata-wisata baru dan ya yang tadi dibilang rekan bisnis bukan pesaing.”

5. Bagaimanakah kelebihan dari strategi promosi yang telah dilakukan?

Narasumber : “untuk kelebihan dari strategi ini ya banyak, kelebihan dari pasang promo ini ya membuat orang-orang banyak mengenal nama Sari Ater *Hot Springs* Ciater, lalu menarik minat pengunjung untuk datang ke Sari Ater *Hot Springs* Ciater baik penunjung baru ataupun pengunjung yang sudah menjadi member, selain itu review yang di peroleh meningkat.”

6. Bagaimanakah kelemahan dari strategi promosi yang telah dilakukan?

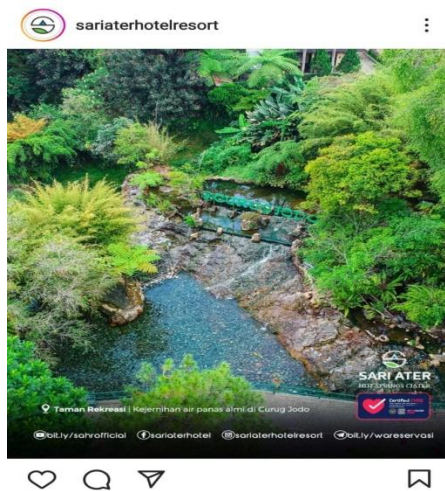
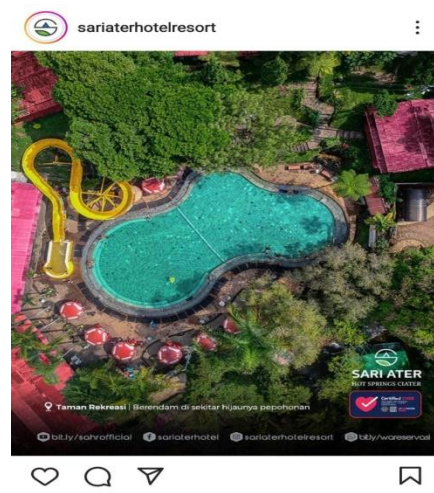
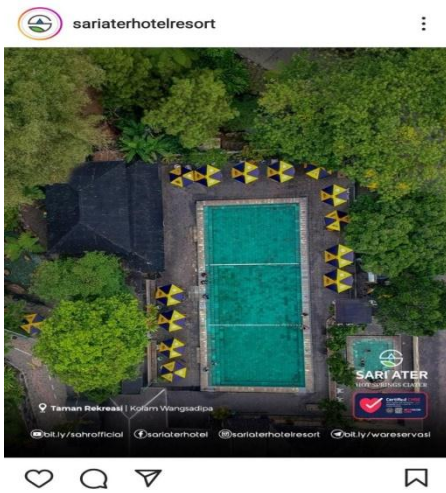
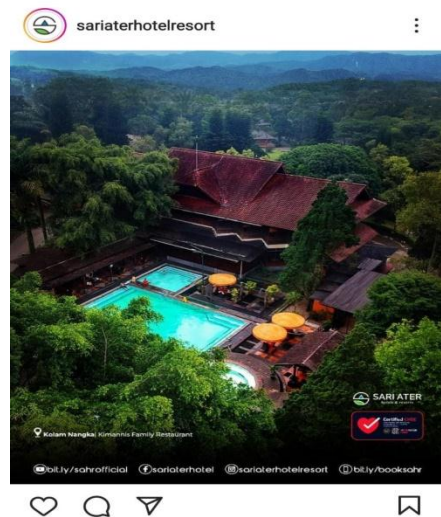
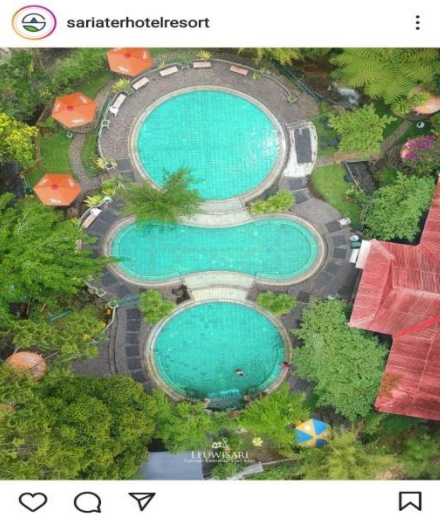
Narasumber : “untuk kelemahannya mungkin tidak ada ya, karena pembuatan promo-promo yang sudah kita bikin sudah sesuai yang di rencanakan.”

7. Strategi apa saja yang sudah dilakukan dan itu mempengaruhi jumlah kunjungan?

Narasumber : “iya, strategi promosi yang ditawarkan pada setiap bulannya tadi, promosi Cetar dan Jebret itu menjadi strategi promosi yang banyak diminati oleh wisatawan. Contohnya saja jika lagi promosi bulanan lagi ditawarkan 1 orang yang namanya bisa masuk *free* dan orang itu mengajak teman-temannya untuk berkunjung ke Sari Ater *Hot Springs* Ciater. Jika 1 orang mengajak 1 orang ataupun 2 orang.”

LAMPIRAN 5

Foto-foto Produk wisata Sari Ater *Hot Springs Ciater* Kolam Rendam, Kamar Rendam, dan Curug Jodo



LAMPIRAN 6
Foto-foto Dokumentasi Penelitian



LAMPIRAN 7
Lembar Bimbingan

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA : Siti Diniwati
NO. MAHASISWA : 418100579
JUDUL PENELITIAN : Strategi promosi untuk meningkatkan jumlah kunjungan di saat After Hot Spring and resort Kabupaten Subang
NAMA PEMBIMBING II : Mona Estika Nur Ismail, S.P.M.A.

NAMA PEMBIMBING I : Drs. Priatno, M.M

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	31/5/24	Tulis tesis & proposal, ditetulkan fokus masalah	
		fokus masalah	
		menyusun isi judul	
		ditambah foto	
		definisi	

		Teorisan, Strategi	
		SWOT	
		Kerangka Berpikir	
		Daftar Pustaka	

2	23-05-24	Tentukan tesis di latar blkg	
		perbaiki review penelitian	
		terakhir	
		Tentukan teori	
		perbaiki kerangka berpikir	



NAMA MAHASISWA : Si Dimpudati
NO. MAHASISWA : 418105179
JUDUL PENELITIAN : Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan ke Sari Ater Hiu Spring and Resort di Kabupaten Subang
NAMA PEMBIMBING II : Mora Estera Nur Laili, S.P., M.A

NAMA PEMBIMBING I : Dis. Prihanto, MPA

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
3	29-06-22	Perbaiki pedoman, parteng.	
3	01-07-22	Akt proposal	
	21-09-22	Perbahasan lebih detail	
	22-09-22	Perbaikan pembahasan	
	26-09-22	Akt Ujian	
3	20/8/22	Pedoman Wawa - Fokus meeting - Teorjansi di wawancara - Jod awal panel - Daftar pertanyaan	
3	22/8/22	- Detail lar - Detail kegiatan - Termin	



NAMA MAHASISWA : Si Diniawati
 NO. MAHASISWA : 218100579
 JUDUL PENELITIAN : sebagai prosesi untuk meningkatkan jumlah kunjungan ke wisata sisi Aser hot springs

NAMA PEMBIMBING I : Drs. Prihadi, MM

NAMA PEMBIMBING II : Maria Eryka Nur Isani, SP-MA

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF	NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
4	23/6	persiapan ACC					
5	2/9	A.					
		B.					
		C.					
		D.					
		E.					
		F.					
		G.					
		H.					
		I.					
		J.					
		K.					
		L.					
		M.					
		N.					
		O.					
		P.					
		Q.					
		R.					
		S.					
		T.					
		U.					
		V.					
		W.					
		X.					
		Y.					
		Z.					

B.
 - Metode SWS
 aas
 di akhir research

F

