

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produk yang dimiliki kepada sasaran pasar. Promosi dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi yang ada sebagai salah satu cara untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa yang dimiliki suatu perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Promosi dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan, Desa Wisata Pulesari sudah melakukan strategi promosi guna meningkatkan kunjungan wisatawan, bentuk promosi yang dilakukan oleh pengelola menggunakan lima bauran promosi antara lain berupa periklanan (*advertising*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*), Hubungan Masyarakat (*Publick Relation*) dan Pemasaran Langsung (*Direct Marketting*).

Dari Grafik 4.1 menunjukkan bahwa posisi grafik tersebut berada di kuadran I. Hal itu dapat dilihat dari hasil sumbu X yaitu 0,3130 dan Y 0,1428. Pada analisis SWOT di atas menunjuk bahwa posisi Desa Wisata Pulesari berada pada kuadran I dimana terdapat strategi yang direkomendasikan adalah strategi SO. Dari hasil SO tersebut dapat dilihat bahwa Desa Wisata Pulesari harus

1. Menonjolkan kelebihan dan keunggulan yang dimiliki melalui gambar-gambar atau video-video yang unik sehingga memberikan perhatian kepada para wisatawan yang melihat.
2. Mengadakan *event* yang besar bersama pemerintah sehingga mengundang perhatian wisatawan lebih luas.
3. Menjadikan Wisata edukasi dan wisata alam menjadi ikon utama untuk menarik minat wisatawan agar melakukan kunjungan
4. Menginformasikan naik-turunnya harga melalui internet agar wisatawan bisa mendapatkan informasi mengenai adanya diskon.
5. Terus bekerjasama dengan pesona Indonesia agar dapat mempertahankan Pesona Desa Wisata Pulesari dengan memanfaatkan promosi yang dilakukan melalui TV nasional dan agar mendapatkan peluang pasar yang semakin besar.

B. Saran

1. Desa wisata pulesari perlu melakukan promosi dengan memberikan informasi yang menarik serta konsisten dalam mempromosikan Destinasi ke semua media sosial yang dimiliki seperti Twitter, instagram dan Facebook sehingga banyak wisatawan yang tahu tentang keindahan alam dan daya Tarik wisata yang dimiliki Desa Wisata Pulesari.
2. Perlu adanya peningkatan Sumber Daya Manusia serta pelatihan khusus kepada masyarakat Pulesari mengenai pariwisata sehingga masyarakat bisa berkontribusi dalam mempromosikan wisata Pulesari.

3. Sebaiknya pengelola Melakukan media iklan melalui Spanduk karena Spanduk merupakan media untuk memberikan informasi yang spesifik sekaligus mempromosikan suatu produk secara lebih luas sehingga wisatawan bisa mengetahui lebih rinci tentang Desa Wisata Pulesari
4. Desa Wisata Pulesari sebaiknya terus memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk meraih peluang yang ada, dengan meminimalkan adanya ancaman. Hal ini akan meningkatkan daya saing perusahaan dari para pesaingnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, G., & Kotler P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. In A. Sindoro, & B. Molan. Jakarta: Prenhalindo.
- Andreasen , K. (1995). *Strategi Pemasaran Untuk Organisasi Nirlaba*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Bungin & Burhan. (2008:53). *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Castyana, Billy. (2013) *Pengaruh Program Pariwisata Olahraga Borobudur Interhash 2012 Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Ke Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Magelang*. Skripsi. Jurusan Ilmu Keolahragaan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang. Semarang
- E. Yuliati, and D. Suwandono, (2016). *Arahan Konsep dan Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Nongkosawit Sebagai Destinasi Wisata Kota Semarang*, *Ruang* vol. 2, no. 4, 263-272, <https://doi.org/10.14710/ruang.2.4.263-272>
- Ferrel, O.C & D, Harline. (2005). *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation.
- Freddy Rangkuti, (2004), *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia.
- Inskeep, Edward. (1991). *Tourism Planning, An Integrated Sustainable Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- J , S. J. (2003). *Pariwisata dan Wisata Budaya*. CV Rajawali.
- Kleindl, B.A. & Burrow, J.L. (2005). *E-Commerce Marketing*. United States of America: South Western.
- Kotler, Philip. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2010). *Principles of Marketing*. Edisi 13. United States of America: Pearson
- Kusmayadi & Endar Sugiarto. (2000). *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lupiyoadi, Rambat. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.
- Mintzberg, H., & Quinn, J. B. (1991) dalam (Solihin, 2012:25-28). *Concepts, Contexts and Cases. In The Strategy Process*. Inc New Jersey: Prentice Hall International.
- (Moleong, 2007a: 6; Moleong, 2007b: 330). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Musanef. (1996:8). *Manajemen Usaha Pariwisata di Inonesia*. Jakarta: Gunung Agung.
- O. Yoeti, (1996:118). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Pendit. (2002). *Sebuah Pengantar Perdana. In Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Pitana, i.g.p dan diarta, l.k.s. (2009). *Pengantar ilmu pariwisata*. Yogyakarta: andi offset.
- Rangkuti, Freddy. (2018:83). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Setyaningrum, et.al (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: CV. AndiOffset

- Sinaga, Supriono (2010:12) *Potensi dan Pengembangan objek wisata di kabupaten Tapanuli Tengah*. Sumatera Utara: Kertas Karya.
- Sistaningrum, (2002). *Manajemen Penjualan Produk*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius
- Spillane, James J. (2003). *Pariwisata dan Wisata Budaya*, CV. Rajawali.
- Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sutopo, (2002). *Metode penelitian kualitatif*. UNS Press, Solo.
- Stanton, William J. (2012). *Prinsip pemasaran*, alih bahasa: Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga, Jakarta
- Sunyoto, Danang. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service (APS).
- Swastha & Irawan (2014) dalam (Madjukie, 2018:6). *Pengaruh Promosi dan Kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Zalora di Jakarta: JM, Vol.11, no.2*.
- Tahir, Y. D., & Burhanuddin. (2021). *Strategi Promosi Pariwisata Bunga DI Kota Tomohon*. 7, ISSN 2338-9613.
- Tjiptono , F. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____, (2001). *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Cetakan Kelima. Yogyakarta: Andi.
- _____, (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi keempat, Andi Offset, Yogyakarta.
- Undang Undang tentang Kepariwisataaan, UU No. 10 Tahun 2009*. Jakarta: Direktorat Jenderal Hukum dan HAM

- Rahma, A. A. (2020, April). *Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata di Indonesia*. jurnal Nasional Indonesia, vol. 12, No.1, 1-8
- Zakaria, F., & Suprihardjo, RD. (2014). *Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan*. Jurnal Teknik Pomits Vol. 3, No.2, 245-249.
- (n.d.) *Yogyakarta sebagai kota pariwisata paling ramai*. Retrieved from Jogjarentcar.com: <https://www.id.jogjarentcar.com/yogyakarta-sebagai-kota-pariwisata-paling-ramai>
- n.d. (2023, 01 09). *Daerah Istimewa Yogyakarta*. Retrieved from wikipedia: https://id.wikipedia.org/wiki/Daerah_Istimewa_Yogyakarta
- n.d. (2022, 12 03). *Desa Wisata*. Retrieved from Wikipedia: https://id.wikipedia.org/wiki/Desa_wisata
- Evitasari. (2022, 10 27). *pengertian pariwisata dan unsur-unsur pariwisata*. Retrieved from: <https://guruakuntansi.co.id/pengertian-pariwisata/>
- (n.d.). *Yogyakarta sebagai kota pariwisata paling ramai*. Retrieved from jogjarentcar.com: <https://www.id.jogjarentcar.com/yogyakarta-sebagai-kota-pariwisata-paling-ramai/>
- Mutaqin, A. Z. (2016, 11 24). *paket-wisata-indonesia-dan-unsur-unsur-pariwisata*. Retrieved from Wisatahalimun: <https://wisatahalimun.co.id/paket-wisata-indonesia-dan-unsur-unsur-pariwisata>
- n.d. (2022). *Mekari Jurnal*. Retrieved from Jurnal Entrepreneur: <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>
- (n.d. 2023, 01 09). *pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta*. Retrieved from wikipediabahasaindonesia,e.b:https://id.wikipedia.org/wiki/Daerah_Istimewa_Yogyakarta:
- Huda, M. (2022, 03 20). *keberadaan desa wisata di diy mampu mengurangi urbanisasi kaum muda*. Retrieved from Tribunjogja.com:

<https://jogja.tribunnews.com/2022/03/20/keberadaan-desa-wisata-di-diy-mampu-mengurangi-urbanisasi-kaum-muda>.

(2021, 12 10) Retrieved from Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Strategi>

(2018, 12 06). Retrieved from idtesis.com: <https://idtesis.com/teori-lengkap-tentang-swot-analysis-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-swot-analysis/>

<https://desawisatapulesari.wordpress.com/about/profil-desa-wisata/>

<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/37570/14321111.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<https://www.jojonomic.com/blog/advertising-artinya-pengertian-tujuan-manfaat-bagi-perusahaan/>

LAMPIRAN

Lampiran 1
Surat Ijin 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 : 227/Q.AMPTA/II/2023
Lampiran : 1 bendel
Hal : Permohonan Penelitian

07 Februari 2023

Yth. Ketua Pengelola Desa Wisata Pulesari
Dusun Pulesari, Desa Wonokerto, RT 1, RW 22, Kecamatan Turi
Kabupaten Sleman

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan penelitian di Desa Wisata Pulesari Kab. Sleman selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 15 Februari 2023 sampai dengan tanggal 14 Maret 2023, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Angelina Gollu
No. Induk Mahasiswa : 519101063
Semester : VIII

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun skripsi yang berjudul :

Strategi Promosi untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Pulesari Kabupaten Sleman Yogyakarta (proposal penelitian terlampir).

Atas kerjasama dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.



Formal Kami,
Ketua

Drs. Prihatno, M.M

Lampiran 2

Surat Balasan Penelitian



No : 015/DWP/II/2023
Lamp : -
Hal : Permeritahuan Izin Penelitian

Sleman, 15 Februari 2023

Kepada Yth.
Pimpinan STP AMPTA
Drs. Prihatno, M.M
Di Tempat

Dengan Hormat,
Berdasarkan Surat Permohonan Penelitian Nomor 227/Q.AMPTA/II/2023,
berkaitan dengan permohonan untuk melaksanakan penelitian skripsi di Desa
Wisata Pulesari.

Bersamaan dengan ini kami Pengelola Desa Wisata Pulesari menerima kegiatan
tersebut dengan melaksanakan kegiatan selama 1 (satu) Bulan terhitung mulai
tanggal 15 Februari sampai dengan 15 Maret 2023. sebanyak 1 (satu) orang
mahasiswa atas nama sebagai berikut ;

1. Nama Mahasiswa : Angelina Gollu
Nim : 5 1 9 1 0 1 0 6 3
Semester : VIII

Demikian surat ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat Kami,
Ketua Pengelola
Desa Wisata Pulesari

Desa Wisata Pulesari
WISATA ALAM DAN BUDAYA TRADISI
DIDIK IRWANTO, AM,d

Lampiran 3
Lembar Bimbingan

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA: Angelina Gollu
 NO. MAHASISWA : 519101062
 JUDUL PENELITIAN : Strategi Promosi dan untuk Meningkatkan Kenyamanan Wisatawan di Desa Wisata Pulewari Kabupaten Slemang Yogyakarta.

NAMA PEMBIMBING I: DRS. PRIHATNO, MM

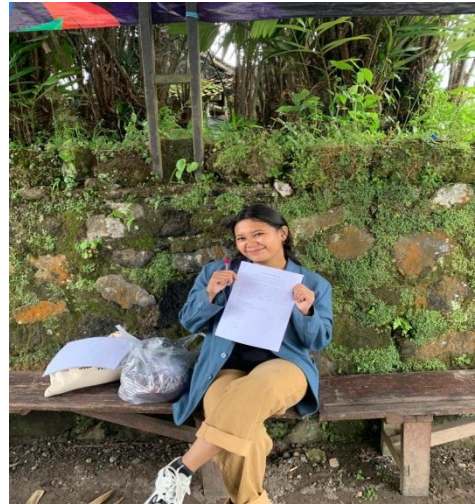
NAMA PEMBIMBING II: HAMDAN ANWARI, S.Pd., M.Pd., B.I.

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1.	3/1/2023	Membaca dan diskusi penelitian di Pulewari	
		2. Jeda Tulis / pencahayaan	
		3. Terang dan pencahayaan	
		4. Daftar Disial	
		5. Pedoman wisata	
		6. ...	
2.	8/1/2023	Satis tulis tambahan dan penomoran di awal bab	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	17/01/2023	Perbaiki Penulisan pada Cover, Hilangkan tanda kutip pada judul	
		Perbaiki kutipan menurut Para ahli dan lengkapi kutipan yang benar pada Jurnal.	
	2/2/23	Daftar isi dibetulkan	
	3/2/23	Tambah kan penandaan dan dikoran di awal waktu penelitian	
	4/2/23	ACC	

Lampiran 4
Dokumentasi





Lampiran 5
KUESIONER PENELITIAN
STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN
KUNJUNGAN WISATAWAN DI DESA WISATA
PULESARI KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA

Perkenalkan Saya Angelina Gollu mahasiswa dari jurusan Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan pengambilan data penelitian untuk memenuhi tugas akhir (Skripsi) dengan judul "Strategi Promosi untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Pulesari Kabupaten Sleman Yogyakarta". Kuesioner ini saya tujukan khusus bagi Bapak/Ibu/Sdr/i yang pernah berkunjung ke Desa Wisata Pulesari. Untuk itu besar harapan saya bahwa Bapak/Ibu/Sdr/i bersedia untuk ikut serta berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini. Jawaban yang Bapak/Ibu/Sdr/i berikan tidak akan mempengaruhi kedudukan maupun jabatan, karena akan dijamin kerahasiaannya dan tidak akan dipublikasikan.

A. IDENTITAS RESPONDEN

Isilah identitas diri saudara dengan keadaan yang sebenarnya:

a. Nama Responden :

b. Umur :

1. 20 s/d 25 tahun

2. 26 s/d 30 tahun

3. 31 s/d 35 tahun

4. 36 s/d 40 tahun

5. 45 s/d 50 tahun

6. > 50 tahun

c. Jenis Kelamin

1. Laki-laki

2. Perempuan

d. Pendidikan Terakhir :

1. D III
2. S1
3. S2
4. Lain-lain.....

Petunjuk Pengisian

1. Berikan tanda ceklist (√) pada tempat yang telah disediakan sesuai dengan jawaban Bapak/Ibu, Sdr/i.
2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Mohon untuk dapat memberikan jawaban dengan sebenar-benarnya.
4. (SS) Sangat Setuju, (S) Setuju, (TS) Tidak Setuju, (STS) Sangat Tidak Setuju.

B. PERNYATAAN

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
<i>Kekuatan (strength)</i>					
1	Memiliki akun media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Youtube dan Web resmi yang memuat tentang Desa Wisata Pulesari				
2	Masyarakat setempat mendukung penuh hadirnya Desa Wisata Pulesari				
3	Memiliki nilai edukatif yang menjadi daya tarik wisata seperti wisata sejarah, wisata alam dan wisata budaya				
4	Memberikan tiket gratis kepada pengunjung secara pilihan				
5	Bekerja sama dengan PESONA INDONESIA untuk membantu mempromosikan Desa Wisata Pulesari				
<i>Kelemahan (weakness)</i>					
1	Promosi yang dilakukan di Media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan Youtube belum optimal				
2	Tidak memperbaharui <i>feeds</i> instagram dalam mempromosikan destinasi				
3	Kurangnya kreatifitas dalam mempromosikan destinasi wisata di Media Sosial				
4	Kurangnya SDM yang paham tentang IT (Ilmu Teknologi) dalam mempromosikan Destinasi Wisata Pulesari				
5	Kurangnya penyebaran brosur di kabupaten sleman untuk mempromosikan Desa Wisata Pulesari				

Peluang (<i>opportunities</i>)				
1	Banyaknya media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk mencari informasi mengenai destinasi wisata yang hendak di kunjungi.			
2	Adanya Dukungan pemerintah terhadap keberadaan Desa Wisata Pulesari.			
3	Banyaknya daya Tarik wisata yang diminati oleh wisatawan			
4	Tingginya pengguna teknologi di Indonesia yang dapat mempermudah untuk mendapatkan informasi			
5	Banyaknya dukungan dari TV nasional dalam promosi			
Ancaman (<i>threat</i>)				
1	Sudah banyak Desa Wisata lain yang melakukan promosi melalui media sosial			
2	Kegiatan promosi, penawaran, dan pelayanan lebih inovatif dilakukan oleh pesaing			
3	Tidak mencapai target karena promosi yang dilakukan oleh pesaing lebih menarik dan berkualitas			
4	Kompetitor lebih mengutamakan penampilan dan mendesain sesuatu yang menarik untuk promosi di semua akun media sosial yang dimiliki.			
5	Ketersediaan SDM pesaing dalam bidang promosi lebih mendukung			