

SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI OBJEK DAERAH TUJUAN WISATA
(Studi Kasus: Desa Wisata Dukuh, Sleman)**



Oleh :

BELLA INDRA RIZKI

NO. MHS: 513100290

**PROGRAM STUDI PARIWISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA
2017**

SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI DAERAH TUJUAN WISATA
(Studi Kasus: Desa Wisata Dukuh, Sleman)**



Oleh :

BELLA INDRA RIZKI

NO. MHS: 513100290

**PROGRAM STUDI PARIWISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA
2017**

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
STRATEGI PROMOSI OBJEK DAERAH TUJUAN WISATA
(Studi Kasus: Desa Wisata Dukuh, Sleman)

Disusun Oleh :

BELLA INDRA RIZKI

NO. MHS : 513100290

Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Santosa, MM

NIDN. 0519045901

Yudi Setiaji, SH. MM

NIDN. 0508066401

Mengetahui

Ketua Jurusan

Arif Dwi Saputra SS, MM

NIDN.0525047001

BERITA ACARA UJIAN
STRATEGI PROMOSI DAERAH TUJUAN WISATA
(Studi Kasus: Desa Wisata Dukuh, Sleman)

Disusun Oleh :

BELLA INDRA RIZKI

NO. MHS : 513100290

Telah Dipertahankan Di Depan Penguji

Dan Dinyatakan Lulus

Pada Tanggal : 19 April 2017

TIM PENGUJI

Penguji : Drs. Budi Hermawan, MM : ()
NIDN. 0523026601

Pembimbing I : Drs. Santosa, MM : ()
NIDN. 0519045901

Pembimbing II : Yudi Setiaji, SH, MM : ()
NIDN. 0508066401

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA

Drs. Santosa, MM

NIDN. 0519045901

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bella Indra Rizki

NIM : 513100290

Program Studi : Pariwisata

Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI OBJEK DAERAH TUJUAN WISATA

(Studi Kasus: Desa Wisata Dukuh, Sleman)

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 1 April 2017

Bella Indra Rizki

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, karya kecil dan sederhana ini kupersembahkan sebagai wujud rasa hormat dan terima kasih yang tak terhingga kepada orang-orang terdekat dan tercinta. Skripsi ini peneliti persembahkan untuk :

1. Kedua orangtua peneliti do'a yang selalu dipanjatkan tanpa henti demi mewujudkan cita – cita peneliti.
2. Nazwan Tamir yang telah bersedia memberikan semangat dan motivasinya pembuatan skripsi mulai dari awal sampai selesai.
3. Seluruh teman – teman yang telah berjuang bersama dalam menuntut ilmu di bangku perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan, sehingga dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “STRATEGI PROMOSI OBJEK DAERAH TUJUAN WISATA (Studi Kasus: Desa Wisata Dukuh, Sleman)”. Penelitian skripsi ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi dunia pendidikan khususnya bidang kepariwisataan. Skripsi ini juga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Penelitian skripsi ini dapat berjalan lancar hingga selesai dikarenakan banyaknya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Budi Hermawan, MM. Selaku penguji utama yang telah memberikan kesempatan kepada untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.
2. Bapak Drs. Santosa, MM selaku dosen pembimbing I dan Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan yang baik bagi penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Yudi Setiaji, SH, MM sebagai pembimbing II yang telah mengarahkan serta memberikan banyak masukan dalam proses penyusunan hingga terselesaikannya penelitian skripsi ini.
4. Bapak Arif Dwi Saputra, SS., M.M selaku Ketua Jurusan S1 Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwsata AMPA Yogyakarta.

5. Seluruh dosen dan staf Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan bantuan dan kemudahan selama menuntut ilmu.
6. Kepala Desa Donokerto Bapak Waluyo Jati.
7. Kepala Dukuh Dusun Turi Bapak Tartono.
8. Seluruh anggota Desa Wisata Dukuh.

Meskipun penelitian telah berusaha menyajikan dengan sebaik-baiknya, namun adanya keterbatasan memungkinkan dijumpainya kekurangan dalam penyusunan laporan ini, kritik dan saran yang menuju kearah perbaikan sangat peneliti harapkan.

Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi khalayak ramai dan pengembangan pendidikan pada akademik dan pengembangan pariwisata nasional yang berkelanjutan.

Yogyakarta, 1 April 2017

Peneliti

MOTTO

“Do right by other, do right by yourself, and the Universe will do right by you”

- **Unknown** -

“Semakin anda mampu bermimpi, semakin banyak hal yang mampu anda lakukan”

- **Michael Korda** -

“ Saya mungkin belum sampai tujuan, tetapi saya lebih dekat daripada kemarin”

- **Anonim** -

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN MOTTO	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Landasan Teori	7

1. Pariwisata	7
2. Strategi	9
3. Promosi	10
4. Daya Tarik Wisata (DTW)	24
B. Kerangka Pemikiran	26
C. Penelitian Terdahulu	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian	29
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
C. Metode Pengumpulan Data	30
D. Metode Analisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Profil Desa Wisata Dukuh	36
1. Sejarah Dusun Dukuh	37
2. Kondisi Geografis dan Demografis	39
3. Potensi Daya Tarik dan Produk Pariwisata Dukuh	41
4. Tokoh Masyarakat yang paling Berpengaruh.....	49
B. Pembahasan	51
1. Pengujung Desa Wisata Dukuh	51
2. Berbagai kegiatan Promosi yang telah dilakukan oleh Desa Wisata Dukuh	54

3. Strategi Promosi yang Dapat dijadikan Alternatif untuk kegiatan Promosi di Desa Wisata Dukuh	62
BAB V PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Daftar Wawancara Penelitian

Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian

Lampiran 4 Lembar Bimbingan

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Peta Wilayah Dusun Dukuh	34
Gambar 4.2 Rumah Joglo	35
Gambar 4.3 Jarak dari Sungai yang Berhulu di Merapi	38
Gambar 4.4 Jarak Aman dan Pengungsian	38
Gambar 4.5 Kegiatan Outbound di Sungai Sempor	40
Gambar 4.6 Perkebunan Salak Dusun Dukuh	41
Gambar 4.7 Kolam Ikan Kelompok Warga Dukuh	42
Gambar 4.8 Kandang Sapi Kelompok Dusun Dukuh	43
Gambar 4.9 Kethoropak Cipto Gumelar	44
Gambar 4.10 Salah Satu Homestay Dusun Dukuh	45
Gambar 4.11 Kerajinan Siluet Dusun Dukuh	46
Gambar 4.12 Blog Desa Wisata Dukuh	55
Gambar 4.13 Akun Facebook Desa Wisata Dukuh	56
Gambar 4. 14 Akun Instragram Desa Wisata Dukuh	56

ABSTRAK

Kegiatan promosi merupakan suatu yang perlu diperhatikan untuk dapat memasarkan produk atau jasa pada suatu DTW. Kurangnya keseriusan pengelola suatu DTW menjadi kendala untuk melakukan promosi sehingga menyebabkan DTW tidak berkembang. Salah satu DTW yang memiliki potensi wisata untuk dipasarkan adalah Desa Wisata Dukuh. Promosi terdiri dari bermacam-macam komunikasi yang dilakukan untuk menyampaikan informasi dan meyakinkan atau membujuk calon wisatawan yang potensial untuk melakukan perjalanan wisata. Dalam kegiatan promosi ada yang disebut *promotion mix* atau bauran promosi. Bauran promosi merupakan gabungan dari berbagai jenis promosi yang ada untuk suatu produk yang sama agar hasil dari kegiatan promosi yang dilakukan dapat memberikan hasil yang maksimal.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui berbagai kegiatan promosi yang sudah dilakukan oleh Desa Wisata Dukuh dalam memasarkan produknya. Kemudian selanjutnya untuk menentukan strategi promosi yang bisa dijadikan sebagai jalan alternatif untuk mempromosikan Desa Wisata Dukuh. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan cara mendapatkan data di lokasi penelitian melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang selanjutnya di cocokkan dengan teori – teori mengenai *promotion mix*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Wisata Dukuh sebelumnya sudah melakukan kegiatan promosi, akan tetapi tidak berlangsung sampai saat ini. Kegiatan promosi menjadi terhambat karena kesibukan dari pengelola Desa Wisata yang begitu padat, sehingga kegiatan promosi menjadi terhenti. Dan untuk jala alternatif yang bisa dilakukan oleh Desa Wisata Dukuh untuk mempromosikan produknya telah dibahas dipembahasan lebih lanjutnya.

Kata Kunci: Promosi, *Promotion Mix*, Desa Wisata Dukuh.

BAB I

PEBDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia pariwisata bukan merupakan hal baru bagi tiap orang. Pariwisata telah menjadi industri yang “menggurita” di tiap daerah tujuan wisata. Berbagai fasilitas dan kemudahan serta hiburan yang disediakan untuk menunjang berbagai aktifitas pariwisata telah disediakan oleh pemerintah ataupun komponen pendukung industri pariwisata lainnya.

Industri pariwisata merupakan salah satu industri terbesar di dunia. Industri pariwisata dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar, mampu meningkatkan pendapatan dan perekonomian serta dapat memberikan kontribusi yang besar pada suatu negara. Hal inilah yang mendorong banyak negara tertarik untuk mengembangkan pariwisata sebagai salah satu sektor pembangunan, terutama bagi negara yang sedang berkembang termasuk Indonesia.

Di Indonesia, kegiatan pariwisata ini sudah berkembang disetiap daerah-daerah yang merasa daerahnya mempunyai potensi dan daya tarik untuk diadakan kegiatan pariwisata. Berbagai tantangan persaingan mengharuskan suatu DTW untuk lebih kreatif dan berinovasi dalam menyusun strategi dan program-program untuk melakukan promosi agar mampu bersaing dengan

kompetitor-kompetitor lain. Kegiatan promosi merupakan kunci dalam memperkenalkan dan memasarkan suatu DTW yang dapat dipandang sebagai suatu unsur untuk menciptakan kesempatan-kesempatan menguasai pasar.

Menurut Yoeti (2005: 169), promosi terdiri dari bermacam-macam komunikasi yang dilakukan untuk menyampaikan informasi dan meyakinkan atau membujuk calon wisatawan yang potensial untuk melakukan perjalanan wisata. Dalam kegiatan promosi ada yang disebut *promotion mix* atau bauran promosi. Bauran promosi merupakan gabungan dari berbagai jenis promosi yang ada untuk suatu produk yang sama agar hasil dari kegiatan promo yang dilakukan dapat memberikan hasil yang maksimal. Menurut Kotler (2005: 264-312), mengatakan bahwa unsur bauran promosi (*promotion mix*) terdiri atas lima perangkat utama, yaitu: Pertama *Advertising* merupakan semua penyajian non personal, promosi ide-ide, promosi produk atau jasa yang dilakukan sponsor tertentu yang dibayar. Kedua *Sales Promotion* merupakan berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Ketiga *Public relation and publicity* yaitu berbagai program untuk mempromosikan dan/atau melindungi citra perusahaan atau produk individualnya. Keempat *Personal Selling* adalah Interaksi langsung dengan calon pembeli atau lebih untuk melakukan suatu presentasi, menjawab langsung dan menerima pesanan. Dan Kelima *Direct marketing* merupakan penggunaan surat, telepon, faksimil, e-mail dan alat penghubung nonpersonal lain untuk berkomunikasi secara

dengan atau mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan tertentu dan calon pelanggan.

Kegiatan promosi merupakan suatu yang perlu diperhatikan untuk dapat memasarkan produk atau jasa pada suatu DTW. Kurangnya keseriusan pengelola suatu DTW menjadi kendala untuk melakukan promosi sehingga menyebabkan DTW tidak berkembang. Salah satu DTW yang memiliki potensi wisata untuk dipasarkan adalah Desa Wisata Dukuh.

Desa Wisata Dukuh yang terletak di Kabupaten Sleman ini, memiliki potensi yang bisa ditawarkan kepada wisatawan, akan tetapi masyarakat atau pengelola masih kurang memahami tentang kegiatan promosi yang tepat agar dapat mendatangkan wisatawan ke Desa Wisata Dukuh ini. Dengan terbatasnya kegiatan promosi yang dilakukan di Desa Wisata Dukuh ini menyebabkan kurangnya wisatawan yang mengenal adanya Desa Wisata Dukuh ini. Padahal sebelumnya pada awal terbentuknya Desa Wisata Dukuh kegiatan promosi sudah sempat berjalan dan beberapa kali mendatangkan wisatawan setiap setiap tahunnya.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang kegiatan promosi di Desa Wisata Dukuh. Adapun judul penelitian yang akan diajukan penulis yaitu “Strategi Promosi Objek Daerah Tujuan Wisata” (Studi Kasus: Desa Wisata Dukuh). Sehingga penulis dapat mengetahui strategi promosi yang dapat direkomendasikan untuk Desa Wisata Dukuh agar dapat dijadikan sebagai alternatif untuk melakukan pemasaran, sehingga Desa Wisata

Dukuh ini mampu dikenal oleh wisatawan luas. Dengan adanya strategi promosi ini diharapkan mampu menarik minat dan mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, bahwa pengelola Desa Wisata Dukuh sebelumnya sudah pernah melakukan kegiatan promosi untuk memasarkan produk Desa Wisata Dukuh, akan tetapi kegiatan promosi tersebut tidak begitu efisien. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Sejauh mana kegiatan promosi yang sudah dilakukan di Desa Wisata Dukuh ini?
2. Strategi promosi seperti apa yang dapat dijadikan alternatif untuk kegiatan promosi di Desa Wisata Dukuh?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tetap fokus dan tidak menyebarluas keluar dari tujuan penelitian, penulis membatasi masalah penelitian ini. Penulis hanya mencari data yang berhubungan dengan kegiatan promosi yang sudah dilakukan oleh Desa Wisata Dukuh dan selanjutnya memberikan alternatif strategi promosi untuk Desa Wisata Dukuh. Pengumpulan data hanya dilakukan di Desa Wisata Dukuh.

D. Tujuan Penelitian

Adapun dari uraian latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini dilakukan untuk:

1. Untuk mendeskripsikan sejauh mana kegiatan promosi yang sudah dilakukan di Desa Wisata Dukuh.
2. Mengetahui strategi promosi seperti apa yang dapat dijadikan alternatif untuk Desa Wisata Dukuh.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada yang membaca. Adapun manfaat yang diharapkan terdapat pada penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis
 - a. Menambah wawasan penulis khususnya di bidang promosi.
 - b. Penelitian ini sebagai acuan pembuatan tugas akhir mahasiswa STP AMPTA Yogyakarta dan sebagai syarat kelulusan menempuh program Sarjana di STP AMPTA Yogyakarta.
2. Bagi Desa Wisata Dukuh
 - a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan sebagai bahan pertimbangan bagi Desa Wisata Dukuh dalam proses pemasaran.
 - b. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman Warga dan pengelola Desa Wisata Dukuh dalam pengembangan promosi wisata di Desa Wisata Dukuh.

c. Bagi Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Penelitian ini sebagai pelengkap penelitian-penelitian pariwisata sebelumnya. Dan dapat memberikan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya.