

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Strategi promosi adalah serangkaian tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau organisasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau layanan mereka dengan tujuan meningkatkan penjualan. Media sosial sangat dapat membantu perkembangan suatu destinasi karena memiliki jangkauan yang luas yang bisa di gunakan oleh semua orang. Dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, pengelola di Destinasi Wisata Pantai Samas telah melakukan berbagai strategi. Masih banyak strategi promosi yang di lakukan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, meskipun belum mencapai tahap yang sangat optimal. Bentuk strategi promosi yang telah di lakukan oleh pengelola Destinasi Wisata Pantai Samas dengan mengadakan event besar Layangan Samas sebanyak tiga kali dalam waktu satu tahun dan di hadiri oleh banyak orang serta pihak pemerintah terkait, kemudian memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan pastinya adanya semangat dari pihak pengelola dalam mempromosikan Destinasi Wisata Pantai Samas.

Berdasarkan hasil perhitungan pada rating, bobot, dan skor pad IFAS dan EFAS yang ada di Pantai Samas, dapat disimpulkan bahwa, Destinasi Wisata Pantai Samas memiliki peluang pasar yang besar dengan di dukung oleh kekuatan internal yang kemudian bisa meminimalisir kendala

ancaman dan kelemahan yang ada di Pantai Samas. Hal tersebut di karenakan, fokus strategi promosi Destinasi Wisata Pantai Samas adalah meminimalkan masalah faktor internal (kelemahan) dan faktor eksternal (ancaman) sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih besar. Ancaman dan kelemahan yang ada di pantai Samas memang menjadi salah satu faktor penghambat strategi promosi yang ada, tetapi hal tersebut bisa di tutupi dengan adanya kekuatan internal dan pihak pengelola bisa membaca peluang sehingga masih bisa mengoptimalkan target pasar yang besar. Jadi kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi Promosi Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pantai Samas yaitu: Dalam memajukan suatu destinasi wisata sangat dibutuhkan strategi promosi yang optimal dan tepat. Strategi promosi yang optimal dan tepat akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Dan masa sekarang semua orang akan mencari informasi mengenai suatu tempat yang hendak di kunjungi melalui media digital atau media elektronik karena sangat mudah dan efektif. Pihak pengelola terkait harus bisa memahami cara menggunakan media sosial yang baik dan bijak agar perkembangan suatu destinasi dapat berjalan efektif dan efisien.

## **B. Saran**

Dari hasil yang telah di kaji dari awal sampai akhir, penulis mengemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Dalam melaksanakan kegiatan promosi, sebaiknya Destinasi Wisata Pantai Samas melakukan banyak Kerjasama kepada investor yang bergerak pada sektor pariwisata agar Destinasi Wisata Pantai Samas semakin banyak di kenal oleh masyarakat luar.
2. Sebisa mungkin pihak pengelola dapat mengundang atau mengajak selebgram untuk mempromosikan destinasi ini. Dan dengan adanya selebgram yang melakukan promosi melalui vlog-vlog di Pantai Samas kemudian di share ke berbagai platform media sosial pribadinya di harapkan mampu menarik minat kunjung wisatawan.
3. Pihak pengelola Destinasi Wisata Pantai Samas di harapkan mampu menguasai dan selalu menupdate kegiatan keseharian yang ada di Pantai Samas, agar semakin di kenal oleh masyarakat luar.
4. Melakukan sosialisasi kepada seluruh masyarakat untuk meningkatkan kesadaran bahwa pentingnya keberadaan Destinasi Wisata Pantai Samas bagi perekonomian mereka, agar Sumber Daya Manusianya semakin optimal.
5. Pengelola Pantai Samas harus bisa memilih SDM yang professional dalam bidang promosi atau dalam bidang pariwisata agar dapat menyalurkan ide-ide yang kreatif dan modern guna untuk mengembangkan strategi promosi mengikuti perkembangan jaman.

6. Segera memperbaiki hal-hal yang kurang optimal pada saat melaksanakan event Layangan Samas agar terus berkreasi dan inovatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. 2015. *Manajemen Strategi (Teori-Konsep-Kinerja)*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Asmika, W. P. 2021. *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Desa Wisata Batu Dulang Subawa Besar*. Skripsi S1 Pariwisata. Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta.
- Azakiyah, Andi Nur. 2013. *Strategi Promosi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pantai Tanjung Bira Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba*. Skripsi S1 Fakultas Dakwah Dan Komunikasi. Universitas Islam Negri Alauddin Makasar.
- Bhatia, A. K. dan Grag, P. (2015) *Tourist Attractions: A Review*. *Journal Of Tourism dan Hospitality*
- Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Analisis Data*. Jakarta : PT. Raja Geafindo Persada
- Erna Wigati. 2018. *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Candi Prambanan Yogyakarta*. *Jurnal Riset Manajemen & Akuntansi*, Vol 0. No. 1 Mei 2018.
- Fauzia, Rosalina. 2022. *Strategi Promosi Pengembangan Destinasi Wisata Batu Mentas Kabupaten Belitung*. Skripsi S1 Pariwisata. Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. 2015. *Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lesmono, E. G. 2021. *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Pantai Alam Indah Kota Tegal*. Skripsi S1 Pariwisata. Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta.
- Mahendrayani A. P. S. Gusti, Suryawan Bagus Ida. 2018. *Strategi Pemasaran Daya Tarik Wisata Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Sangeh Kabupaten Badung Provinsi Bali*, *Jurnal Destinasi Pariwisata*
- Moleong, Lexy. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Puspitasari, Dewi. 2019. *Strategi Pengembangan Produk Pariwisata*. Skripsi S1 Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Darma Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rangkuti, Freddy. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. (2017). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Sri Narti. 2016. *Melihat Hubungan Masyarakat Dalam Praktik*. Jurnal Profesional FIS UNIVED Vol.3.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, P. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sulandjari. 2020. *Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan di Online Shop Brilink Khumaria*. Jurnal Egaliter, Vol 4. No.7 Oktober 2020.
- Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Undang-Undang Republik Indonesia No.10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan
- Weaver, D.B. dan Lawton. L. J. (2010). *Visitor Management In Nature-Based Tourism: A Review Of Research*. *Journal Of Sustainable Tourism*
- Wening Nur, Hasny Al Muhammad dan Fitryana Ridha. 2014. *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Pada Obyek Wisata Kebun Raya Dan Kebun Binatang (KRKB) Gembira Loka Di Kota Yogyakarta*. Jurnal Kajian Bisnis
- Wright, K. (2017). *Accessible Tourism: Concepts and Issues*. Chanel View Publications

### **Internet**

<https://www.nativeindonesia.com/pantai-samas/> 21 Desember 2022

[https://id.wikipedia.org/wiki/Pantai\\_Samas](https://id.wikipedia.org/wiki/Pantai_Samas) 21 Desember 2022

<https://jogja.idntimes.com/travel/destination/langgeng-irma-salugiasih-1/pantai-samas-jogja-lokasi-rute-harga-tiket-dan-tips> 27 Desember 2022

[https://maps.app.goo.gl/njuVSdKTxid6ibvm6?g\\_st=iw](https://maps.app.goo.gl/njuVSdKTxid6ibvm6?g_st=iw) 02 Maret 2023

<https://www.instagram.com/reel/CpSHO0Egihr/?igshid=MDJmNzVkMjY=>  
03 Maret 2023

# LAMPIRAN



Lampiran 1 Surat Permohonan 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 : I20/Q.AMPTA/I/2023  
Lampiran : 1 bendel  
Hal : Permohonan Penelitian

24 Januari 2023

Yth. Ketua Pengelola Destinasi Wisata Pantai Samas  
Desa Srigading, Kecamatan Sanden  
Kabupaten Bantul, DIY

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan penelitian di Destinasi Wisata Pantai Samas, Kab. Bantul selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 25 Januari 2023 sampai dengan tanggal 24 Februari 2023, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Eugracia Mariani Vitus  
No. Induk Mahasiswa : 519101072  
Semester : ~~IX~~ VIII

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

**Strategi Promosi Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pantai Samas, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta (proposal penelitian terlampir).**

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

Hormat kami,  
Ketua  
  
Dr. Primatno, M.M.

Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian

**DESTINASI WISATA PANTAI SAMAS  
KEMBANG KRAN DHANG**

Alamat Ngepet DK 17, Kelurahan Srigading, Sanden, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta

01 Februari 2023

Hal : Tanggapan Permohonan

Lampiran : -

Yth. Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta, Daerah Istimewa Yogyakarta

Dengan Hormat

Pengajuan permohonan melaksanakan penelitian di *Destinasi Wisata Pantai Samas*, mahasiswa sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Eugracia Mariani Vitus

Nomor Induk Mahasiswa : 519101072

Semester : VIII

Kami pengelola tidak keberatan menerima mahasiswa di atas untuk melakukan penelitian pada surat permohonan, dengan ketentuan ikut menjaga, mengembangkan, dan mewujudkan Destinasi Wisata Pantai Samas.

Demikian surat ini di buat agar dapat di gunakan sebagaimana mestinya.

Hormat Kami

Pengelola Wisata Pantai Samas

Ketua II  
  
Sarijan

Lampiran 3 Daftar Bimbingan

**NAMA MAHASISWA:** Eugracia Mariani Vitus  
**NO. MAHASISWA :** 57101072  
**JUDUL PENELITIAN :** Strategi Pemasaran Melalui Jaringan Kelembagaan  
 Mahasiswa Di Pantea Savaris, Bantul, DIY



**NAMA PEMBIMBING I:** Prihatno  
**NAMA PEMBIMBING II:** Setyo

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
3	19/09	Tato tulis	
		fontalis logo	
		- Cedraan wa	
		usan.com gambar	
		lean of	
		- Koneksi/kelemb. 1	
		The Mata 2 ke 4	
		Spesifikasi/kelemb. 2	
		- kelengkapan?	
		drb.	
3	17/03	Swot (mendesain)	
		di munculkan. dr	
		Metode Analisis	

  

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
3	19/09	Ace proposal	
		<del>-----</del>	
1	13/03	- tata tulis	
		- Cara Mengarahkan	
		dipertajam	
		- hasil wawancara	
		dimunculkan	
		<del>-----</del>	
2	17/03	- Paes Analisis	
		Metode Bimbingan	
		hasil wawancara	
		Program Wawancara	
		kelebihan/kelemahan	



UNIVERSITAS VIDYADARMAS: LUYUKU AVIATION V.PUS

NO. MAHASISWA : 519101072

JUDUL PENELITIAN : Studi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kinerja Wisatawan Di Pantai Samas, Bantul, D.I.Y

NAMA PEMBIMBING I: Prihatno

NAMA PEMBIMBING II: Setyo

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
		Difteri, Penyakit Bintang ket. Lap	
4	16/1/23	Proposal Acc.	
5	12/2/23	Faktor & Faktor ? harus menjawab perbaikan dan penyusunan kembali melaye	
		Sharia	
		Wawancara SWOT	

NO.	TANGGAL	URAIAN BEMINGAN	PARAF
3	29/3/23	Perbaiki Cara Mengajar lis. (cara dan jawaban) wisatwan / pengelolan - Kuarikan Kesempitan	
		29/2/23	
		Acc Skripsi	



Lampiran 4 Kuisisioner

## **KUISISIONER PENELITIAN**

### **IDENTITAS RESPONDEN**

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Bagian ini terdiri dari:

- 1 Kondisi internal, tujuannya untuk mengetahui faktor apa yang menjadi menjadi kekuatan dan kelemahan di Destinasi Wisata Pantai Samas.
- 2 Kondisi eksternal, tujuannya untuk mendapatkan faktor apa yang menjadi peluang dan ancaman di Destinasi Wisata Pantai Samas.

Cara pengisian:

1. Penilaian kondisi ini responden di minta untuk menilai Destinasi Wisata Pantai Samas saat ini

**Acuan pengisian kuesioner adalah sebagai berikut:**

**Penilaian kondisi saat ini:**

Angka 1 = Kurang

Angka 2 = Cukup

Angka 3 = Baik

Angka 4 = Sangat baik

<b>Analisis Faktor-Faktor Internal (IFAS)</b>		<b>Penilaian Kondisi Saat Ini</b>			
<b>Kekuatan (<i>strength</i>)</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1	Melakukan promosi melalui media sosial.				
2	Memiliki akun Instagram, dan Facebook, yang memuat tentang destinasi Wisata Pantai Samas.				
3	Memanfaatkan event Layangan Samas sebagai strategi promosi.				
4	Semangat pengelola dalam mempromosikan destinasi Pantai Samas agar banyak di ketahui oleh masyarakat luar.				
5	Bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul dalam mempromosikan destinasi Wisata Pantai Samas.				
<b>Kelemahan (<i>weakness</i>)</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1	Strategi promosinya belum optimal.				
2	Belum memiliki website resmi yang dapat memuat hal-hal tentang Wisata Pantai Samas.				
3	Belum memiliki brosur khusus yang dapat di bagikan ke setiap orang, yang memuat hal-hal mengenai event yang di adakan di Pantai Samas.				
4	Sumber Daya Manusianya kurang memperhatikan dampak positif keberadaan Pantai Samas.				
5	Tidak memiliki space iklan khusus yang memuat tentang destinasi Wisata Pantai Samas.				

<b>Analisis Faktor-Faktor Eksternal (EFAS)</b>		<b>Penilaian Kondisi Saat Ini</b>			
<b>Peluang (<i>opportunity</i>)</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1	Banyak wisatawan yang menggunakan media sosial untuk mencari informasi tentang destinasi wisata yang hendak di kunjungi.				
2	Adanya dukungan dari pihak daerah dalam melakukan kegiatan promosi.				
3	Teknologi yang semakin berkembang memudahkan periklanan destinasi Wisata dan tergolong murah.				
4	Banyak daya tarik wisata yang di minati wisatawan.				
5	Adanya dukungan dari para influencer dengan melakukan promosi melalui platform media sosial mereka.				
<b>Ancaman (<i>threat</i>)</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1	Munculnya wisata baru yang berdekatan dengan Pantai Samas.				
2	Kegiatan promosi pesaing lebih kreatif dan inovatif.				
3	Desain periklanan pesaing lebih kreatif dan menarik.				
4	Kegiatan promosi melalui media elektronik pesaing lebih memadai				
5	Sumber Daya Manusia di destinasi baru lebih memadai.				

Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara





Lampiran 6 Dokumentasi Observasi Di Pantai Samas





## Lampiran 7 Dokumentasi Festifal Layangan Samas



