

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Strategi promosi adalah salah satu teknik yang dilakukan untuk menerobos selera dan keinginan konsumen, menciptakan citra yang mampu mempengaruhi sejumlah orang yang diharapkan akan mempunyai perhatian terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Berikut merupakan hasil kesimpulan berdasarkan penelitian mengenai strategi promosi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Taman Sungai Mudal sebagai berikut:

1. Strategi Strengths-Opportunities (SO)

Strategi Promosi di destinasi Taman Sungai Mudal harus bekerjasama dengan stakeholder dalam hal mempromosikan destinasi wisata dan melakukan iklan secara terus menerus dengan memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang.

2. Strategi Strengths-Threats (ST)

Strategi yang harus dilakukan di destinasi wisata Taman Sungai Mudal adalah merancang desain iklan, memperluas hubungan kerjasama dan meningkatkan strategi promosi dalam mengembangkan destinasi ini.

3. Strategi Weaknesses-Opportunities (WO)

Lebih inisiatif lagi mengoptimalkan kegiatan promosi yang ada, dan memasang iklan di papan reklame agar dapat menarik perhatian orang untuk berkunjung ke destinasi wisata.

4. Strategi Weaknesses-Threats (WT)

Perlunya pengoptimalisasi dan menambah kegiatan promosi yang efektif dan inovatif dan merekrut SDM yang profesional di bidang promosi.

B. Saran

Dari yang telah disampaikan diatas, penulis mengemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Dalam hal promosi seharusnya destinasi wisata Taman Sungai Mudal ini membuka kesempatan seluas-luasnya kepada investor atau pengusaha yang ingin bergerak di sektor kepariwisataan guna untuk menambah kontribusi agar destinasi ini banyak dikenal oleh banyak orang.
2. Pengelola destinasi wisata Taman Sungai Mudal ini juga dalam mempromosikan destinasi wisata ini sebaiknya lebih mementingkan media elektronik sebagai media promosi, karena lebih mudah dan cepat dalam menyampaikan informasi kepada banyak orang atau calon pengunjung atau wisatawan.
3. Dalam mengelolah destinasi Wisata Taman Sungai Mudal ini sebaiknya mengajak para muda mudi untuk mengambil bagian atau

berkontribusi dalam pengembangan Taman Sungai Mudal sehingga mereka dapat menyalurkan ide yang lebih modern guna untuk memperkenalkan destinasi ini.

4. Dalam mempromosikan destinasi Taman Sungai Mudal ini pengelola seharusnya mengundang para endorsment untuk mempromosikan wisata Taman Sungai Mudal, dengan adanya endorsment tersebut diharapkan mampu menarik perhatian kepada calon wisatawan yang hendak berkunjung ke Taman Sungai Mudal.

Daftar Pustaka

1. Buku

- Adiyanto.Yoga Supriatna.2018. *Analisis Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata*. Kabupaten Lebak Banten.
- Arikunto.S.2006.*Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka cipta
- Burhan Bungin. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga Medi R. Muljadi dan Andri
- Muljadi dan Andri Warman. 2014.*Kepariwisataaan dan Perjalanan*
- Warman.2014.*Peran pemerintah daerah Dalam pengelolaan potensi wisata*.
- Moleong J Lexy, 2006, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda karya.
- Pendit.2013.Pengantar Wisata
- Suharsimi Arikunto.2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*.Jakarta:RinekaCipta.
- Sugiyono.2013 *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung:Alfabeta.
- Sunyoto dan Danang.2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*.Yogyakarta: CAPS.
- Suryatama dan Erwin.2014. *Lebih Memahami Analisis SWOT dalam Bisnis*.Yogyakarta.
- Scriptura.2021.Vol.11 No.2 Desember

2. Skripsi/Jurnal

- Anggi Seprtiyadi. 2017. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata Taman Bukit Siguntang Palembang
- Andi Nur Azakiyah.2013.Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan

Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pantai Tanjung Bira Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba

Eko Priyono.2020.Strategi Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Telaga. Madirta Kecamatan Ngargoyoso:Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Huzairin Fandefi. 2020. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kota Banda Aceh: Universitas Ubudiyah Indonesia.

Indra Masrindan Octary Khalis Amalia.2019.Startegi Pemasaran Untuk Meningkatkan Kedatangan Wisatawan: Universitas Muhammadiyah Jember.

Muhamad Azizurrohman. 2020. Srategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kampung Sasak Ende: Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram.

Nisa Amalina Setiawan.2014.Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Lokal di Desa Wisata Jelekong

Richa Mahardina. 2020. Strategi Pemerintah Kota Batam Mempromosikan Kota Batam Sebagai Wisata *Cross Border*

Sumiyati Sumiyati dan Lilik Mudiyanto.2018. Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pantai Suwuk Kabupaten Kebumen: Universitas Sahid Jakarta Indonesia.

3. Peraturan Pemenrintah

Undang-Undang Republik Indonesia No 10 tahun 2009 *tentang Kepariwisataaan.*

4. Internet

<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/11381/> diakses pada tanggal 10 Juli2022

<https://www.jurnalkommas.com/docs/Jurnal> diakses pada tanggal 23 Juli2022

<https://media.neliti.com/media/publications/> diakses pada tanggal 23

Juli2022

<https://dinpar.kulonprogokab.go.id/ekowisata-sungai-mudal/>
diakses pada 28 Juli 2022

LAMPIRAN I
PEDOMAN WAWANCARA

**PEDOMAN WAWANCARA DSETINASI WISATA TAMAN
SUNGAI MUDAL DI DESA JATIMULYO,GIRIMULYO,
KULONPROGO, DIY**

Nama :

Usia :

Jabatan :

Hari,Tanggal :

Waktu dan Tempat :

Pertanyaan :

1. Strategi apa saja yang sudah dilakukan oleh pengelola untuk menarik wisatawan datang berkunjung?
2. Strategi apa yang cocok untuk mengembangkan destinasi in?
3. Strategi apa yang sulit diterapkan di destinasi ini?
4. Bagaimana upaya pengelola Taman Sungai Mudal dalam mensosialisasikan promosi di destinasi wisata Taman Sungai Mudal agar di ketahui oleh calon pengunjung dari dalam maupun luar daerah?
5. Dalam meningkatkan kunjungan wisatawan,media sosial apa saja yang digunakan dalam mempromosikan Destinasi wisata Taman Sungai Mudal ini?

6. Apa saja kendala yang dialami dalam melakukan promosi wisata Taman Sungai Mudal?