

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi promosi adalah salah satu tehnik 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 Pantai Baru, Kabupaten Bantul.

1. Strategi yang tepat sangat dibutuhkan agar dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Pantai Baru. Media sosial merupakan salah satu strategi yang digunakan dalam mempromosikan objek wisata, karena pada era sekarang ini media sosial telah memiliki jangkauan yang luas dan digunakan oleh banyak orang untuk mendapatkan informasi tentang objek wisata yang ingin mereka kunjungi.

Sehingga diharapkan Pantai Baru ini dapat diketahui oleh wisatawan luas melalui strategi promosi dengan menggunakan media sosial *instagram*.

2. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan menggunakan *promotion mix* dan matriks SWOT di Pantai Baru maka dapat disimpulkan bahwa ke empat strategi (SO, ST, WO, WT) semuanya sangat penting.

3. Dari hasil perhitungan diagram SWOT, promosi Pantai Baru berada pada kuadran IV yang terletak pada posisi WT. Oleh karena itu, perlu merealisasikan strategi WT di Pantai Baru untuk menutup kemungkinan terjadinya serangan dari objek wisata pantai lainnya dengan menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman dengan cara:
 - a. Membuat akun media sosial *facebook*, *twiter*, dan tik tok untuk memposting desain iklan Pantai Baru yang sangat menarik dari desain iklan objek wisata saingan.
 - b. Menggunakan tehnologi baru untuk memaksimalkan promosi Pantai Baru.
 - c. Merekrut SDM yang berkompeten di bidang promosi agar mampu membuat promosi Pantai Baru yang lebih menarik serta menjadikan objek wisata yang unggul dari objek wisata pantai lainnya.
 - d. Mengontrol media sosial *instagram* sebaik mungkin agar promosi Pantai Baru selalu digencarkan secara terus menerus guna mengatasi persaingan dengan objek wisata lain.
 - e. Melakukan promosi semenarik dan sesering mungkin di media sosial *instagram* guna untuk menerpa isu-isu negatif di tengah masyarakat.

B. Saran

Dalam penelitian ini beberapa saran yang peneliti tujukan untuk pihak pengelola Pantai Baru untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Pantai Baru, Kabupaten Bantul:

1. Sebaiknya pengelola membuat lebih dari satu media sosial seperti *facebook*, *twiter*, tik tok, dan website sebagai media yang digunakan untuk mengiklankan Pantai Baru, sehingga tidak hanya *instagram* saja yang digunakan melainkan di dukung oleh media sosial yang lain.
2. Sebaiknya pengelola membuat space iklan agar wisatawan dapat mengetahui informasi mengenai Pantai Baru.
3. Sebaiknya pengelola perlu memberikan pelatihan SDM dibidang promosi guna untuk mendapatkan SDM yang unggul dalam mempromosikan Pantai Baru.
4. Menggencarkan promosi Pantai Baru dan mengupdate kegiatan dan aktivitas terbaru di Pantai Baru.
5. Membuat website resmi Pantai Baru agar memudahkan wisatawan untuk mencari informasi yang mereka butuhkan sebelum mereka berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Aj, M. (2012). *Kepariwisata dan perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo *Persada*.
- Firmansyah, R. (2017). *Tinjauan Penerapan Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Pempek Holly Di Bandara Sultan Mahmud Badaruddin II Kota Palembang (Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya)*.
- Kotler, P. dan Lane K. 2008. *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks
- Kurniawan, Rizky. (2021). *Strategi Promosi Guna Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Pantai Saliper Ate Kabupaten Sumbawa Besar (Skripsi STP AMPTA Yogyakarta)*
- Kurniawan, W. (2015). *Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Pariwisata Umbul Sidomukti Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang*. *Economics Development Analysis Journal*, 4(4), 443-451
- Kuro, U. (2021). *Pengaruh Promosi Dan Diskon Terhadap Daya Tarik Closing Online Shop Mahasiswa Di Stkip Pgri Bangkalan (Doctoral Dissertation, Stkip Pgri Bangkalan)*.
- Lesmono, G. H (2021). *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan di Pantai Alam Indah Kota Tegal (Doctoral Dissertation, STP AMPTA Yogyakarta)*.
- Maghfiroh, L. (2018). *Analisis Pelaksanaan Strategi Promosi Untuk Mencapai Tujuan Penjualan Pada UKM Sepatu Sharah Shoes Cibaduyut Bandung (Doctoral Dissertation, Perpustakaan)*.
- Mahulae, K.E. (2022). *Strategi Promosi Objek Wisata Mangli Sky View di Desa Mangli, Kecamatan Kaliangkrik, Kabupaten Magelang*.
- Masjhoer, J. M. (2019). *Pengantar Wisata Bahari*. Jussac M Masjhoer.
- Oka, A. Yoeti. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa 197 (1996).
- Pengantar, I., & Pariwisata, P. T. (2010). *Gramedia Widisarana Indonesia*.
- Pitana, I.G., & Gayatri, P.G. (2005). *Sosiologi Pariwisata Yogyakarta: Andi Offset*. Muljadi, A.J. 2009.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.

Rangkuti, Freddy. 2016. *Tehnik Membedah Kasus Bisnis analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama .

Ridwan, R. (2020). *Ekonomi dan pariwisata*. Penerbit Garis Khatulistiwa. Routledge.

Sandy, Febryan. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pemebelian (Susrvei Pada Mahasiswa Jurusan Bisnis Angkatan 2010-2012 Fakultas Ilmu Administrasi Pengguna Indosat Di Universitas Brawijaya)*. Diss. Brawijaya University, 2014.

Santari, M. N. (2022). *Strategi Promosi Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung Di Pulau Pahawang Lampung (Skripsi, STP AMPTA Yogyakarta)*.

Soebagyo. (2012). *Strategi pengembangan pariwisata di Indonesia*. *Jurnal: Jurnal Liquidity*. 1,(2), hlm. 153-158.

Sugiyama, A.G. (2013). *Manajemen Aset Pariwisata*. Bandung: Guardaya Intimarta.

Suwantoro, G. (2004). *Dasar-Dasar Ilmu Pariwisata (II;ANDI.Ed)*. Yogyakarta.

Swarbrooke, J., & Horner, S. (2007). *Consumer Behaviour In Tourism*.

Tiniasti, K. R., Suwena, K. R., & Sujana , I. N. (2019). *Pengaruh Biaya Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Bintang Bali Indah Singaraja Tahun 2016*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 217-226.

Yusnita, Ernest. (2021). *Strategi Promosi Wisata Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Museum Tari Jawa Indonesia Kabupaten Bantul, DIY (Skripsi, STP AMPTA Yogyakarta)*.

<https://bantulkab.go.id> di akses pada tanggal 10 Desember 2022

<https://idtesis.com/pembahasan-lengkap-promosi-meurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-strategi-promosi/> diakses pada tanggal 10 Desember 2022

<https://www.kajianpustaka.com/2019/12/pariwisata-pengertian-unsur-bentuk-danjenis-wisata.html> diakses pada tanggal 11 Desember 2022

<http://eprints.polsri.ac.id/5042/3/BAB%20%20II.pdf> diakses pada tanggal 12 Desember 2022.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

Narasumber : Bapak Suwandi (Pengelola Pantai Baru)

Waktu : Februari 2023

1. Apakah Pantai Baru sudah melakukan promosi melalui media visual, audio, dan audio visual? Jika sudah media apa yang digunakan?

(Sudah. Tapi belum maksimal. Yang kita gunakan untuk sementara yaitu instagram. Dulu kita punya website. Web tersebut yang membuat adalah temannya alm. Pak Jumali selaku penasehat dan ketika itu webnya itu Pantai Baru. Dan kemudian ketika ada KKN dari UGM web tersebut di rubah-rubah, passwordnya dirubah dan emailnya juga dirubah. Tapi kami tidak diberi tahu emailnya apa, passwordnya apa. Sehingga kita tidak bisa akses lagi. Sekarang baru ingin memulai lagi untuk membuat webnya tapi belum jadi, jadi yang ada cuma ig).

2. Apakah Pantai Baru sudah memiliki akun media sosial? Jika iya, sebutkan apa saja?

(Baru ig saja).

3. Apakah Pantai Baru sering membuat paket diskon atau memberikan potongan harga untuk setiap wisatawan yang datang secara bergroup?

(Kalau kami obyeknya sama seperti parangtritis jadi mereka datang (wisatawan) tidak melalui reservasi atau booking, jadi mereka datang secara bergerombol langsung masuk saja karena objek yah berbeda dengan desa wisata jadi untuk diskon-diskon itu memang bagian retribusi kalau memang diminta itu diberikan (diskon) tapi khusus untuk diskon tiket masuk. Tapi hanya sebatas itu, sama seperti parangtritis pun seperti itu. Karena wisata alam datangnya tidak melalui reservasi langsung mereka datang secara bergerombol dan secara pribadi berbeda. Tapi belum bisa secara menyeluruh, misalkan paket ini, datang kesini dengan kegiatan ini, jelas, desa wisata kadang seperti itu kalau kami belum).

4. Apakah Pantai Baru pernah mengadakan *event-event* untuk menarik wisatawan? Jika pernah, *event* apa saja yang diadakan?

(Pernah. Pertama itu paradogben, pesta lampion namun kemarin tidak diizinkan lagi kecuali parangtritis karena pantai baru dekat dengan bandara katanya mengganggu penerbangan, pesta kembang api, jatilan celeng, reog, kemudian ada paket dari dinas pariwisata itu campur sari dan music-musik lain).

5. Apakah strategi promosi yang dilakukan sudah optimal? Jika belum, apa saja factor yang menjadi kendala dalam melakukan promosi?

(Belum maksimal. Faktornya adalah SDM)

6. Apakah Pantai Baru membuat baliho atau space iklan yang berisikan daya tarik dan atraksi wisata agar wisatawan tertarik untuk berkunjung?

(Belum membuat mbak)

7. Apakah Pantai Baru menyediakan brosur khusus sebagai media promosi?

(Brosur khusus pun belum tapi kalau dulu pernah tapi setelah adanya hp sehingga brosur secara manual itu kita lepas kemudian lebih inten ke promosi dari mulut ke mulut atau ke media instagram).

8. Apakah Pantai Baru sudah memiliki SDM yang memadai dibidang promosi?

(Belum).

9. Apakah Panta Baru pernah mengikuti bazar wisata secara berkala?

(Bazar wisata secara berkala belum, tapi kalau mengikuti secara sesaat pada saat dinas pariwisata mengadakan kegiatan kemudian kita salah satu peserta yang diminta untuk ikut. Tapi sifatnya hanya sebatas kegiatan itu, tidak ada kelanjutannya untuk kegiatan ini kemudian kegiatan itu dilanjutkan dengan kegiatan ini lagi kemudian lagi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan belum).

10. Apakah Pantai Baru menggunakan jasa promosi berbayar di social media?

(Belum)

11. Apakah kegiatan promosi yang sudah dilakukan sudah mencapai target?

(Kalau mencapai target yah belum yah. Karena kan target kami itu usaha kuliner yang ada disana sekitar ada warung makan seratusan yah mbak ya. Dengan target misalkan warung seratus paling tidak dari jumlah kunjungan sepertiganya kita kemaskan pengunjung dan warungnya. Berarti secara otomatisnya jumlah warung seratus berarti kunjungan wisatanya perharinya harus kurang lebihnya tiga ratus karena sepertiganya dimasuk. Tetapi saa ini belum dan keliatannya masih disitu-situ aja. Kalau hari libur akad sama lebaran sama tahun baru memang beda dan agak lumayan, tapi parkir mesti penuh).

12. Apakah strategi promosi yang dilakukan mengalami perubahan setiap tahunnya?

(Perubahannya tidak ada. Tapi baru dari mulut ke mulut dan ig itu saja, masih monoton dan stuck di situ-situ aja).

Sebenarnya SDM kami sangat banyak, tapi karena mereka mungkin kurang minat atau kurang tertantang dengan perkembangan pariwisata ataukah mungkin karena mereka banyak masalah sehingga mereka enggan untuk bekerjasama dengan kami.

Banyak wisatawan yang berlangganan datang setiap bulannya biasanya dari Surabaya. Selain itu yang paling lama sekali setahun yaitu wisatawan dari Depok, tetapi tahun kemari alhamdulillah dua kali setahun pada tahun baru dan pertengahan tahun. Tapi untuk tahun baru kemarin itu tidak ada kegiatan kecuali wisatawan yang ingin bakar ikan. Kembang api pun Cuma wisatawan yang datang dengan berapa mobil kemudian menjelang tahun baru mereka menyalakn kembang api secara pribadi).

PEDOMAN WAWANCARA

Narasumber : Pengunjung Pantai Baru

Waktu : Februari 2023

1. Sudah berapa kali anda mengunjungi Pantai Baru?
2. Dari mana anda mengetahui Pantai Baru?
3. Apakah anda tertarik berkunjung ke Pantai Baru karena promo-promo yang ditawarkan oleh Pantai Baru?
4. Promosi atau promo seperti apa yang membuat anda tertarik untuk berkunjung ke Pantai Baru?
5. Mengapa anda memilih berwisata ke Pantai Baru daripada berwisata ke pantai lainnya?
6. Apakah anda tertarik untuk berkunjung lagi ke Pantai Baru?
7. Apa saran dan harapan anda supaya Pantai Baru tetap menarik untuk dikunjungi ke depannya?

HASIL WAWANCARA

No	Daftar Pertanyaan	Narasumber		
		Nola	Putri	Anto
1	Sudah berapa kali anda mengunjungi Pantai Baru?	Kurang lebih tiga kali mbak	Saya baru pertama kali mbak.	Sudah kelima kali mbak.
2	Dari mana anda mengetahui Pantai Baru?	Dari teman yang pernah berkunjung ke Pantai Baru.	Saya pernah mencari tahu sama dapat info dari teman saya mbak	Kebetulan saya pernah main ke Parangtritis, kemudian saya melihat petunjuk arah ke Pantai Baru, jadi saya berkeputusan untuk berkunjung.
3	Apakah anda tertarik berkunjung ke Pantai Baru karena promo-promo yang ditawarkan oleh Pantai Baru?	Nggak juga mbak, kalau datang karena promo pastinya nggak ya mbak.	Nggak mbak, Cuma murni keinginan untuk berkunjung kesini.	Nggak mbak, saya memang orangnya kalau berkunjung tidak memerlukan promo.
4	Promosi atau promo seperti apa yang membuat anda tertarik untuk berkunjung ke Pantai Baru?	Nggak pernah dapat promo mbak, Cuma kalau bisa ingin datang aja.	Ngak datang karena promo sih mbak, karena jarang juga ada promo di sini.	Kalau terkait promo saya tidak terlalu mempermasalahkan, karena tanpa promo saya tetap berkunjung kesini.
5	Mengapa anda memilih berwisata ke Pantai Baru daripada berwisata ke pantai lainnya?	Ingin makan seafood dan main ke pantai sih mbak.	Saya ingin merasakan suasana yang baru, karena pantai lainnya sudah.	Karena saya juga suka kuliner, saya ingin rekreasi sambil mencicipi kuliner di Pantai Baru ini.
6	Apakah anda tertarik untuk berkunjung lagi ke Pantai Baru?	Iya mbak	Jika ada kesempatan, saya ingin datang lagi.	Iya mbak, pastinya mbak.
7	Apa saran dan harapan anda supaya Pantai Baru tetap menarik untuk dikunjungi ke depannya?	Untuk pengelolanya sih lebih perhatikan terkait sampah.	Sebaiknya pengelola menyediakan banyak tong sampah dan menjaga kebersihan dan keamanan di sini.	Bagi pengelolanya untuk selalu menjaga Pantai Baru dengan segala fasilitas dan daya tarik yang ada. Mungkin ke depannya juga bisa memberikan inovasi kuliner yang baru bagi wisatawan.

Lampiran 2: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN STRATEGI PROMOSI PANTAI BARU, KABUPATEN BANTUL

Dalam rangka penyelesaian Skripsi, saya Priska Filtriani Jenia Nabun bermaksud untuk melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi yang berjudul "Strategi Promosi Pantai Baru, Kabupaten Bantul". Besar harapan saya agar kuesioner ini dapat diisi dengan sebaik-baiknya sehingga bisa berguna bagi penelitian saya. Atas kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

1. Nama : Suwandi
Jenis kelamin :
 Laki-laki
 Perempuan
2. Umur (tahun) :
 13 - 17
 18 - 30
 31 - 50
 >55
3. Domisili :
Kota : Bantul
4. Pendidikan :
 SD
 SMP
 SMA /SMK
 Sarjana
5. Pekerjaan :
 Pelajar
 Mahasiswi
 Karyawati
 Wiraswasta
 Lainnya

Petunjuk Pengisian :

1. Mohon kesediaan saudara/I mengisi kuesioner ini dengan jawaban yang jujur.
2. Beri tanda (✓) pada kolom yang menurut anda benar dan sesuai dengan promosi yang dilakukan oleh Pantai Baru.
3. Setelah selesai harap dikembalikan kepada petugas pengumpul kuesioner.

1. Kekuatan

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Menggunakan media sosial Instagram sebagai media iklan		✓		
2	Menyelenggarakan event tahunan Pantai Baru sebagai bentuk promosi		✓		
3	Pantai Baru melakukan promosi dari mulut ke mulut	✓			
4	Pantai Baru melakukan kerjasama dengan berbagai instansi baik swasta, dinas, dan perguruan tinggi		✓		
5	Semangat tinggi pengelola dalam mempromosikan Pantai Baru			✓	

2. Kelemahan

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Belum menggunakan media sosial lain seperti facebook, twiter, tik tok dalam mengiklankan Pantai Baru		✓		
2	Pengelolaan media sosial yang belum maksimal	✓			
3	Kurangnya SDM yang memadai di bidang promosi		✓		
4	Kurangnya kontrol atas media yang digunakan oleh Pantai Baru	✓			
5	Jarang adanya kegiatan promosi yang dilakukan oleh Pantai Baru		✓		

3. Peluang

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	SIS
1	Banyak masyarakat yang menggunakan media sosial		✓		
2	Banyak wisatawan yang berkunjung ke Pantai Baru		✓		
3	Masyarakat sekarang ini memilih tempat wisata yang mempunyai image yang baik	✓			
4	Banyak masyarakat lokal yang mengetahui Pantai Baru		✓		
5	Banyak daya tarik yang diminati oleh wisatawan		✓		

4. Ancaman

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	SIS
1	Banyak objek wisata saingan yang memiliki desain iklan yang lebih menarik	✓			
2	Objek wisata saingan lebih tanggap dengan perkembangan teknologi baru		✓		
3	Banyak objek wisata saingan yang lebih unggul		✓		
4	Promosi objek wisata saingan digencarkan terus-menerus		✓		
5	Banyak isu-isu negatif tentang Pantai Baru		✓		

KUESIONER PENELITIAN
STRATEGI PROMOSI PANTAI BARU, KABUPATEN BANTUL.

Dalam rangka penyelesaian Skripsi, saya Priska Fitriani Jema Nabun bermaksud untuk melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi yang berjudul "Strategi Promosi Pantai Baru, Kabupaten Bantul". Besar harapan saya agar kuesioner ini dapat diisi dengan sebaik-baiknya sehingga bisa berguna bagi penelitian saya. Atas kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

1. Nama : *Anwar*
Jenis kelamin :
 Laki-laki
 Perempuan
2. Umur (tahun) :
 13 - 17
 18 - 30
 31 - 50
 >55
3. Domisili : *Yogyakarta*
Kota : *Yogyakarta*
4. Pendidikan
 SD
 SMP
 SMA /SMK
 Sarjana
5. Pekerjaan :
 Pelajar
 Mahasiswi
 Karyawan
 Wiraswasta
 Lainnya

Petunjuk Pengisian :

1. Mohon kesediaan saudara / mengisi kuesioner ini dengan jawaban yang jujur
2. Beri tanda (✓) pada kolom yang menurut anda benar dan sesuai dengan promosi yang dilakukan oleh Pantai Baru.
3. Setelah selesai harap dikembalikan kepada petugas pengumpul kuesioner.

1. Kekuatan

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Menggunakan media sosial Instagram sebagai media iklan		✓		
2	Menyelenggarakan event tahunan Pantai Baru sebagai bentuk promosi		✓		
3	Pantai Baru melakukan promosi dari mulut ke mulut		✓		
4	Pantai Baru melakukan kerjasama dengan berbagai instansi baik swasta, dinas, dan perguruan tinggi			✓	
5	Semangat tinggi pengelola dalam mempromosikan Pantai Baru		✓		

2. Kelemahan

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Belum menggunakan media sosial lain seperti facebook, twiter, tik tok dalam mengiklankan Pantai Baru		✓		
2	Pengelolaan media sosial yang belum maksimal		✓		
3	Kurangnya SDM yang memadai di bidang promosi	✓			
4	Kurangnya kontrol atas media yang digunakan oleh Pantai Baru		✓		
5	Jarang adanya kegiatan promosi yang dilakukan oleh Pantai Baru		✓		

3. Peluang

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Banyak masyarakat yang menggunakan media sosial		✓		
2	Banyak wisatawan yang berkunjung ke Pantai Baru	✓			
3	Masyarakat sekarang ini memilih tempat wisata yang mempunyai image yang baik		✓		
4	Banyak masyarakat lokal yang mengetahui Pantai Baru		✓		
5	Banyak daya tarik yang diminati oleh wisatawan			✓	

4. Ancaman

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Banyak objek wisata saingan yang memiliki desain iklan yang lebih menarik		✓		
2	Objek wisata saingan lebih tanggap dengan perkembangan teknologi baru	✓			
3	Banyak objek wisata saingan yang lebih unggul		✓		
4	Promosi objek wisata saingan digencarkan terus-menerus		✓		
5	Banyak isu-isu negatif tentang Pantai Baru	✓			

KUESIONER PENELITIAN
STRATEGI PROMOSI PANTAI BARU, KABUPATEN BANTUL

Dalam rangka penyelesaian Skripsi, saya Priska Filtriani Jenia Nabun bermaksud untuk melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi yang berjudul "Strategi Promosi Pantai Baru, Kabupaten Bantul". Besar harapan saya agar kuesioner ini dapat diisi dengan sebaik-baiknya sehingga bisa berguna bagi penelitian saya. Atas kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

1. Nama : Rr. Nolatria Kusuma.S
Jenis kelamin : Perempuan
- Laki-laki
 Perempuan
2. Umur (tahun) :
- 13 - 17
 18 - 30
 31 - 50
 >55
3. Domisili : Jln. Kapulogo No. 227, Nologaten, Depok, Caturtunggal
Kota : Kab. Sleman
4. Pendidikan
- SD
 SMP
 SMA /SMK
 Sarjana
5. Pekerjaan :
- Pelajar
 Mahasiswi
 Karyawati
 Wiraswasta
 Lainnya

1. Tujuan Pengisian :

1. Mohon kesediaan saudara/I mengisi kuesioner ini dengan jawaban yang jujur.
2. Beri tanda (✓) pada kolom yang menurut anda benar dan sesuai dengan promosi yang dilakukan oleh Pantai Baru.
3. Setelah selesai harap dikembalikan kepada petugas pengumpul kuesioner.

1. Kekuatan

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Menggunakan media sosial Instagram sebagai media iklan	✓			
2	Menyelenggarakan event tahunan Pantai Baru sebagai bentuk promosi	✓			
3	Pantai Baru melakukan promosi dari mulut ke mulut	✓			
4	Pantai Baru melakukan kerjasama dengan berbagai instansi baik swasta, dinas, dan perguruan tinggi	✓			
5	Semangat tinggi pengelola dalam mempromosikan Pantai Baru			✓	

2. Kelemahan

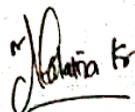
No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Belum menggunakan media sosial lain seperti facebook, twiter, tik tok dalam mengiklankan Pantai Baru				✓
2	Pengelolaan media sosial yang belum maksimal	✓			
3	Kurangnya SDM yang memadai di bidang promosi	✓			
4	Kurangnya kontrol atas media yang digunakan oleh Pantai Baru	✓			
5	Jarang adanya kegiatan promosi yang dilakukan oleh Pantai Baru		✓		

3. Peluang

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Banyak masyarakat yang menggunakan media sosial		✓		
2	Banyak wisatawan yang berkunjung ke Pantai Baru	✓			
3	Masyarakat sekarang ini memilih tempat wisata yang mempunyai image yang baik		✓		
4	Banyak masyarakat lokal yang mengetahui Pantai Baru		✓		
5	Banyak daya tarik yang diminati oleh wisatawan		✓		

4. Ancaman

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Banyak objek wisata saingan yang memiliki desain iklan yang lebih menarik	✓			
2	Objek wisata saingan lebih tanggap dengan perkembangan teknologi baru			✓	
3	Banyak objek wisata saingan yang lebih unggul	✓			
4	Promosi objek wisata saingan digencarkan terus-menerus	✓			
5	Banyak isu-isu negatif tentang Pantai Baru		✓		


(Rr. Nolatnia Ks)

KUESIONER PENELITIAN
STRATEGI PROMOSI PANTAI BARU, KABUPATEN BANTUL

Dalam rangka penyelesaian Skripsi, saya Priska Filtriani Jenia Nabun bermaksud untuk melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi yang berjudul "Strategi Promosi Pantai Baru, Kabupaten Bantul". Besar harapan saya agar kuesioner ini dapat diisi dengan sebaik-baiknya sehingga bisa berguna bagi penelitian saya. Atas kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

1. Nama : *Rahmat Agung Mukharom*
Jenis kelamin :
 Laki-laki
 Perempuan
2. Umur (tahun) :
 13 - 17
 18 - 30
 31 - 50
 >55
3. Domisili : *Ngantak*
Kota : *Bantul*
4. Pendidikan
 SD
 SMP
 SMA /SMK
 Sarjana *(D3)*
5. Pekerjaan :
 Pelajar
 Mahasiswi
 Karyawan
 Wiraswasta
 Lainnya

Petunjuk Pengisian :

1. Mohon kesediaan saudara/I mengisi kuesioner ini dengan jawaban yang jujur.
2. Beri tanda (✓) pada kolom yang menurut anda benar dan sesuai dengan promosi yang dilakukan oleh Pantai Baru.
3. Setelah selesai harap dikembalikan kepada petugas pengumpul kuesioner.

1. Kekuatan

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Menggunakan media sosial Instagram sebagai media iklan		✓		
2	Menyelenggarakan event tahunan Pantai Baru sebagai bentuk promosi		✓		
3	Pantai Baru melakukan promosi dari mulut ke mulut		✓		
4	Pantai Baru melakukan kerjasama dengan berbagai instansi baik swasta, dinas, dan perguruan tinggi	✓			
5	Semangat tinggi pengelela dalam mempromosikan Pantai Baru		✓		

2. Kelemahan

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Belum menggunakan media sosial lain seperti facebook, twiter, tik tok dalam mengiklankan Pantai Baru		✓		
2	Pengelolaan media sosial yang belum maksimal		✓		
3	Kurangnya SDM yang memadai di bidang promosi	✓			
4	Kurangnya kontrol atas media yang digunakan oleh Pantai Baru	✓			
5	Jarang adanya kegiatan promosi yang dilakukan oleh Pantai Baru		✓		

3. Peluang

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Banyak masyarakat yang menggunakan media sosial		✓		
2	Banyak wisatawan yang berkunjung ke Pantai Baru		✓		
3	Masyarakat sekarang ini memilih tempat wisata yang mempunyai image yang baik	✓			
4	Banyak masyarakat lokal yang mengetahui Pantai Baru		✓		
5	Banyak daya tarik yang diminati oleh wisatawan		✓		

4. Ancaman

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Banyak objek wisata saingan yang memiliki desain iklan yang lebih menarik	✓			
2	Objek wisata saingan lebih tanggap dengan perkembangan teknologi baru		✓		
3	Banyak objek wisata saingan yang lebih unggul		✓		
4	Promosi objek wisata saingan digencarkan terus-menerus		✓		
5	Banyak isu-isu negatif tentang Pantai Baru		✓		

KUESIONER PENELITIAN
STRATEGI PROMOSI PANTAI BARU, KABUPATEN BANTUL

Dalam rangka penyelesaian Skripsi, saya Priska Filtriani Jenia Nabun bermaksud untuk melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi yang berjudul "Strategi Promosi Pantai Baru, Kabupaten Bantul". Besar harapan saya agar kuesioner ini dapat diisi dengan sebaik-baiknya sehingga bisa berguna bagi penelitian saya. Atas kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

1. Nama : *Desi Halima*
Jenis kelamin :
 Laki-laki
 Perempuan
2. Umur (tahun) :
 13 - 17
 18 - 30
 31 - 50
 >55
3. Domisili : *Caturtunggal*
Kota : *Kab. Sleman*
4. Pendidikan :
 SD
 SMP
 SMA / SMK
 Sarjana
5. Pekerjaan :
 Pelajar
 Mahasiswi
 Karyawati
 Wiraswasta
 Lainnya

Petunjuk Pengisian :

1. Mohon kesediaan saudara/I mengisi kuesioner ini dengan jawaban yang jujur.
2. Beri tanda (✓) pada kolom yang menurut anda benar dan sesuai dengan promosi yang dilakukan oleh Pantai Baru.
3. Setelah selesai harap dikembalikan kepada petugas pengumpul kuesioner.

1. Kekuatan

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Menggunakan media sosial Instagram sebagai media iklan		✓		
2	Menyienggarakan event tahunan Pantai Baru sebagai bentuk promosi	✓			
3	Pantai Baru melakukan promosi dari mulut ke mulut		✓		
4	Pantai Baru melakukan kerjasama dengan berbagai instansi baik swasta, dinas, dan perguruan tinggi		✓		
5	Semangat tinggi pengelola dalam mempromosikan Pantai Baru				✓

2. Kelemahan

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Belum menggunakan media sosial lain seperti facebook, twiter, tik tok dalam mengiklankan Pantai Baru		✓		
2	Pengelolaan media sosial yang belum maksimal			✓	
3	Kurangnya SDM yang memadai di bidang promosi			✓	
4	Kurangnya kontrol atas media yang digunakan oleh Pantai Baru			✓	
5	Jarang adanya kegiatan promosi yang dilakukan oleh Pantai Baru			✓	

3. Peluang

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Banyak masyarakat yang menggunakan media sosial		✓		
2	Banyak wisatawan yang berkunjung ke Pantai Baru	✓			
3	Masyarakat sekarang ini memilih tempat wisata yang mempunyai image yang baik		✓		
4	Banyak masyarakat lokal yang mengetahui Pantai Baru				✓
5	Banyak daya tarik yang diminati oleh wisatawan				✓

4. Ancaman

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Banyak objek wisata saingan yang memiliki desain iklan yang lebih menarik		✓	✓	
2	Objek wisata saingan lebih tanggap dengan perkembangan teknologi baru				✓
3	Banyak objek wisata saingan yang lebih unggul		✓		
4	Promosi objek wisata saingan digencarkan terus-menerus		✓		
5	Banyak isu-isu negatif tentang Pantai Baru	✓			

Desi
(Desi Holimah.)

Lampiran 4 : Surat Balasan dari Kelurahan Poncosari, Kabupaten Bantul



PEMERINTAH KABUPATEN BANTUL
KAPANEWON SRANDAKAN
KALURAHAN PONCOSARI

ꦏꦧꦸꦥꦠꦺꦤ꧀ꦧꦤ꧀ꦠꦸꦭꦏꦏꦤꦼꦮꦺꦤ꧀ꦱꦫꦤꦏꦭꦸꦫꦲꦤ꧀ꦥꦺꦤꦕꦺꦱꦫꦶ

Jln Pandansimo Km 3 Srandakan Tlp. 083144553324 Kode Pos 55162
website: <http://poncosari.bantulkab.go.id> Email : desa.poncosari@bantulkab.go.id

Poncosari, 25 Januari 2023

Nomor: 079/101
Lamp. : bendel
Perihal: **Pemberian Ijin Penelitian**

Kepada :
Yth. Direktur Sekolah Tinggi Pariwisata
AMPTA
di Yogyakarta

Dengan Hormat,

Menindaklanjuti Surat dari Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Nomor :
118/Q.AMPTA/I/2023 tertanggal 24 Januari 2023 perihal Surat Pengantar Ijin
Penelitian maka kami Pemerintah Kelurahan Poncosari memberikan Ijin Penelitian
Kepada Mahasiswa dari Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata
AMPTA dengan Topik : "Strategi Promosi di Pantai Baru, Kabupaten Bantul" :

Nama : Priska Filtriani Jenia Nabun
NIM : 519101129
Semester : VIII
Waktu Pelaksanaan : Tanggal 28 Januari s/d 27 Februari 2023

Demikian surat ijin ini kami sampaikan, agar dapat dipergunakan sebagaimana
mestinya.



NAMA MAHASISWA: PRISKA JULIYANI JEMPA AJABIN
NO. MAHASISWA : 5101129
JUDUL PENELITIAN : STRATEGI PROMOSI PANTAI BARU.
 KABUPATEN BANTUL

NAMA PEMBIMBING I: DRS. PRILATNO, M.M.
NAMA PEMBIMBING II: DRA HENI SUSILAWATI, M.M.



NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF	NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	20/3/23	Edi7 keP	[Signature]		31-3-2023	Revisi	Auz
		S W O T				PhDloc, latar belakang	
		matrix ya				penymasalahan, pembarsan	
		dan Spalte				Sumber data, kutipan -	
		Be ppa - medik				kutipan, metode penelitian	
						wawancara ?	
5	27/3/23	pd kesimpulan	[Signature]		6-4-2023	Revisi	Auz
		eksep atau kearahnya				Dr. Hasil analisis, kesimpulan	
		ilang sumbu				dan saran	
		hasil Berhitung					
		Yaitu pd Dyecha			10-4-2023	Revisi: Abstrac, Sistematis	Auz
		4 yg berarti				Hasil disisner ?, Daftar	
		pd WT				putok	

Lampiran 6: Dokumentasi Penelitian





