

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi Promosi merupakan suatu cara untuk menawarkan dan memasarkan produk yang dihasilkan agar produk tersebut dapat menarik perhatian pengunjung. Strategi promosi Desa Wisata Sangurejo mempunyai peranan penting dalam memasarkan produk, guna mencapai target pencapaian pasar yang diinginkan, Hasil dari perpaduan faktor-faktor internal dengan faktor-faktor eksternal dalam matriks SWOT, diperoleh empat strategi pokok yang diutamakan dan diikuti dengan strategi-strategi lain yang telah dibuat. Berikut merupakan empat strategi pokok yang diutamakan :

1. Strategi Strengths-Opportunities (SO), Mengoptimalkan kegiatan promosi yang sudah dilakukan Desa Wisata Sangurejo dengan memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang.
2. Strategi Weaknesses-Opportunities (WO), Lebih aktif membagikan brosur yang sudah ada dan ikut terlibat dalam berbagai event besar di Turi.
3. Strategi Strengths-Treats (ST), Memanfaatkan brand yang sudah ada dan rutin mengikuti pelatihan SDM bagi pengelola sehingga dapat mencegah munculnya pesaing baru yang dikelola lebih profesional.

4. Strategi Weaknesses-Treats (WT), Bekerjasama dengan komunitas yang ada di Turi dalam mengadakan event di Desa Wisata Sangurejo

B. Saran

Dari Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi Desa Wisata Sangurejo Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga saran yang dapat direkomendasikan bagi Desa Wisata Sangurejo.

1. Pengelola memaksimalkan keunggulan atraksi wisata alam dan memanfaatkan trend wisata back to nature yang saat ini sedang dinikmati oleh wisatawan. Kemudian selalu diunggah di media sosial agar masyarakat juga mengikuti perkembangan Desa Wisata Sangurejo.
2. Memanfaatkan brand yang sudah ada dan memperkuat karakter Desa Wisata Sangurejo sebagai desa penghasil salak sehingga dapat menjadi desa wisata yang memiliki sarana edukasi yang ada di Turi, selain itu menawarkan edukasi memanen buah salak Bersama dengan masyarakat. Kemudian dibuatkan program yang disebarakan ke sekolah-sekolah.
3. Rutin mengikuti pelatihan terkait pemasaran digital bagi SDM pariwisata yang di selenggarakan oleh instansi pemerintah.
4. Bekerjasam dengan pelaku usaha pariwisata dengan membuat paket tour untuk Desa Wisata Sangurejo yang ditawarkan di instansi-instansi baik swasta maupun pemerintah.

5. Mengoptimalkan kegiatan promosi yang sudah di lakukan Desa Wisata Sangurejo dengan memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, Dodi; E.O. Lussianda; Y. Afriyeni. (2019). Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Pada Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru Provinsi Riau. *Jurnal Media* 16(1), hlm. 54-61.
- Alma, H. Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. (2010). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Assauri, Sofjan. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Avinda, Chintiya Betari; I Nyoman Sudiarta; Ni Made Oka Karini (2016). Strategi Promosi Banyuwangi Sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata). *Jurnal IPTA* 4(1), hlm. 55-60.
- Awaluddin & Sumarni S. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan Di Kota Palopo. *Movere Journal* 3(1), hlm. 81-92.
- Fera, Feni. (2016). Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Poso. *e-Journal "Acta Diurna"* 5(2), hlm. 01-11.
- Handayani, Estu & Mohamad Dedi. (2017). Pengaruh Promosi Wisata Bahari dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Pelabuhan Muncar Banyuwangi. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* 7(2),
- Hermawan, Agus & Adi Maulana. (2012). *Komunikasi Pemasaran Jasa*. Jakarta: Erlangga. hlm. 151-160, Sekolah Tinggi Ilmu Komputer PGRI Banyuwangi. <http://eksis.unbari.ac.id/index.php/EKSIS/article/view/133>
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/view/5381>
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Jannah, Noor F; Sugandi; Faries A. (2018). Strategi Media Promosi dalam Meningkatkan Kunjungan Daya Tarik Wisata Rumah Ulin Arya. *e-Journal*

Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik 6(1), hlm. 428-440, Universitas Mulawarman.

Kotler, Philip & Garry Armstrong. (2008). *Prinsip - Prinsip Pemasaran (Edisi 12. Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.

Mayasari, Diannor. (2014). “Strategi Promosi Pariwisata Pulau Derawan (Deskriptif Kualitatif Strategi Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Berau Kalimantan Timur Dalam Upaya Menjadikan Pulau Derawan Sebagai Tujuan Wisata)”, *Tugas Akhir*, Fakultas Jurusan Ilmu administrasi, Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Moleong. Lexy J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Pendit, Nyoman S. (2003). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

Pitana, I Gede & I Ketut Surya Diarta. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.

Satria, Edia. (2018). Analisis Strategi Promosi dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Kerinci. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 9(1), hlm. 53-63.

Tjiptono, Fandy. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Yusuf, A.M. (2014). *Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Advertising

1. Bagaimana periklanan yang dilakukan desa wisata sangurejo?
2. Seberapa efektifkah metode ini? Apa kelebihan yang di gunakan?
3. Media apa yang terbaik untuk menjangkau masyarakat secara luas?
4. Apa saja kendala dalam melakukan promosi melalui Instagram, serta bagaimana solusinya?
5. Strategi apa yang digunakan Desa Wisata Sangurejo dalam promosi melalui Instagram? Mengapa menggunakan strategi tersebut?
6. Mengapa menggunakan Instagram sebagai media promosi?
7. Sejak kapan Desa Wisata Sangurejo menggunakan Instagram sebagai media promosi? Media apa saja yang digunakan Desa Wisata Sangurejo dalam mempromosikan penjualan?
8. Apakah akun Instagram Desa Wisata Sangurejo di jalankan sendiri oleh pengelola atau dioperasikan oleh admin?
9. Berapa kali Desa Wisata Sangurejo meng - upload foto di Instagram setiap hari?
10. Apakah ada jadwal sendiri dalam meng-upload foto ke instagram? Mengapa Desa Wisata Sangurejo tidak meng - upload foto kegiatan seperti desa lainnya?
11. Strategi apa yang digunakan Desa Wisata Sangurejo dalam memanfaatkan Instagram?

Personal selling

1. Sejak kapan anda menggunakan Instagram?
2. Media apa saja yang digunakan Desa Wisata Sangurejo dalam mempromosikan penjualan?
3. Berapa kali frekuensi desa wisata sangurejo melakukan kegiatan promosi?
Apa kelebihan metode yang digunakan?
4. Dari mana saudara tau informasi mengenai Desa Wisata Sangurejo?
5. Strategi apa yang digunakan Desa Wisata Sangurejo dengan memanfaatkan Instagram untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung?
6. Bagaimana menurut anda strategi yang dilakukan oleh Desa Wisata Sangurejo, apakah sudah efektif, apakah ada saran lain untuk Desa Wisata Sangurejo dalam segi promosi, agar dapat meningkatkan jumlah kunjungan?
7. Menurut saudara apakah kelebihan yang di miliki oleh Instagram sebagai media promosi?
8. Apa kendala dalam mempromosikan melalui Instagram?
9. Faktor- faktor yang membuat Instagram efektif sebagai media promosi?
10. Apakah anda pernah mempromosikan Desa Wisata Sangurejo melalui Instagram pribadi anda? kalau iya, bagaimana respon dari wisatawan?

Sales Promotion

1. Bagaimana bentuk promosi yang dilakukan desa wisata sangurejo?
2. Apakah dalam melakukan promosi penjualan desa wisata sangurejo menggunakan media, seperti media cetak dan media elektronik? Sebutkan media yang digunakan?
3. Seberapa efektifkah metode ini? Apa kelebihan metode yang digunakan?
4. Bagaimana cara mempertahankan Agar promosi penjualan tersebut dapat menarik wisatawan?

Direct marketing

1. Bagaimana bentuk kegiatan pemasaran langsung yang dilakukan desa wisata sangurejo?
2. Apakah desa wisata sangurejo juga melakukan pemasaran langsung melalui media sosial?
3. Seberapa efektifkah media tersebut? Apa kelebihan metode yang digunakan?
4. Kelebihan Instagram sebagai media promosi?
5. Kekurangan Instagram sebagai media promosi?

Lampiran 2 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 : 499/Q.AMPTA/III/2023
Lampiran : 1 bendel
Hal : Permohonan Penelitian

27 Maret 2023

Yth. Ketua Pengelola Desa Wisata Sangurejo
Desa Wonokerto, Kecamatan Turi
Kabupaten Sleman, DIY

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan penelitian di Desa Wisata Sangurejo, Kabupaten Sleman selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 01 April 2023 sampai dengan tanggal 30 April 2023, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Sefania Naftali Warouw
No. Induk Mahasiswa : 519101284
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 dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Sangurejo Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta (proposol penelitian terlampir).

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

Hormat kami,

Drs. Rihanto, M.M

Lampiran 3 Surat Balasan Permohonan penelitian



DESA WISATA KAMPUNG PRAMUKA SANGUREJO

Sangurejo, Wonokerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman Daerah Istimewa
Yogyakarta, Kode Pos 55551 Telp: 0851-0060-2092 / 0821-1350-8088

No : 001 / S.Ket/VI/2023

Sleman, 13 Juni 2023

Lampiran : _

Perihal : Surat Keterangan

Dengan Hormat,

Menindak lanjuti Surat Permohonan yang saudara/i Ajukan, Dengan ini Kami Menerangkan Bahwa :

Nama Mahasiswa/i : SEFANIA NAFTALI WAROUW

No Induk Mahasiswa/i : 519101284

Semester : VIII

Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN
WISATAWAN DI DESA WISATA SANGUREJO, KABUPATEN SLEMAN
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Benar Nama Tersebut telah melaksanakan tugas penelitian di DESA WISATA SANGUREJO.

Demikian Surat Keterangan ini Kami buat Se benar-benar nya dan untuk dapat digunakan dengan baik.

Atas Kerjasama nya Kami Ucapkan Terimakasih.

Hormat Kami,

Nur Rohmah Fitriyanti

Ketua Desa Wisata Sangurejo

Lampiran 4 Dokumentasi

Wawancara





Lampiran 5 Lembar Bimbingan


 NAMA MAHASISWA: SEFANIA NAFTALI WARDUW
 NO. MAHASISWA : 51901284
 JUDUL PENELITIAN : STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WICATAWAN DI DESA SANGREK.

NAMA PEMBIMBING I: Jahwans NAMA PEMBIMBING II: Fian

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	21/1/23	Fokus diskusi & tanya jawab & Revisi di awal dan diurukan, serta di. Tombak & kerangka plan & penelitian Distrik & waktu penelitian & Metode Analisa & Data → SWOT & Uraian lengkap & pembahasan jawaban & cat.	
2/1	21/1/23	Rumusan Masalah Belum Ada - Dari teori yg ditulis di Bab 2 mana yg mau di pke dlm riset? - Tujuan di kerangka penelitian.	
	19/1/23	- Perbaiki tulisan tips - Sek informan - Cek wawancara / Pertanyaan ke informan.	


 NAMA MAHASISWA: _____
 NO. MAHASISWA : _____
 JUDUL PENELITIAN : _____

NAMA PEMBIMBING I: _____ NAMA PEMBIMBING II: _____

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
		& Tolak tulis tentamen & pd penulisan	
2	21/2/23	- Teori teori + Uraian & penemuan - Analisis SWOT & ur 20 uraian & detail & Pedoman uraian & cara uraian	
3	27/2/23	Proposal ACC	
2/4	21/3/23	- Cara Analisis SWOT & Matrik IFAS EFAS & Bobot Pating & Diagram SWOT & Strategi SO-WOST & V T - Cara analisis paba/ & Tahul	
3	13/2/23	& content proposal & kaban yg di & laporan	

