

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Museum Tani Jawa Indonesia merupakan objek wisata yang ada di Yogyakarta. Menurut data pengunjung pada tahun 2018, 2019, 2020, dan 2021 museum tani mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan. Kunjungan wisatawan paling sedikit pada tahun 2020 dan 2021 salah satu penyebabnya yaitu masa pandemi covid-19 yang melanda Indonesia. Adanya kendala tersebut, maka dari itu Museum Tani Jawa Indonesia melakukan berbagai strategi yang menyesuaikan dengan kondisi. Strategi promosi wisata dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Museum Tani Jawa Indonesia dilakukan pengelola melalui bentuk strategi yaitu dengan menggunakan bauran promosi yaitu *Advertising*, *salles promotion*, *personal selling*, *public relations*, dan *direct marketing*. Untuk *advertising* museum tani menggunakan media elektronik bentuk iklan yang berupa audio visual dan menggunakan media cetak yaitu brosur dan koran. *Salles promotion* dilakukan melalui kerja sama dengan perkumpulan pengelola museum sehingga nantinya mengadakan acara berupa pameran. *Personal selling* dengan cara melakukan pameran dan penjualan tatap muka dengan cara langsung menawarkan kepada calon pengunjung. *Public relations* menggunakan event lomba, seminar, pendampingan bimbingan bahasa inggris, menjalin kerjasama dengan dinas kebudayaan dan komunitas pencinta museum. *Direct marketing* melalui media sosial seperti instagram dan untuk mendapatkan pendapat dari pengunjung

tersedia guide lokal dan buku tamu untuk menuliskan tanggapan mereka terhadap museum yang nanti dapat digunakan untuk membuat strategi pengembangan museum.

Dalam Diagram analisis SWOT Museum Tani Jawa Indonesia berada pada kuadran 1. Strategi yang dapat digunakan di Museum Tani Jawa Indonesia adalah strategi *Strenght-Opportunity* (SO) ; Objek Wisata Museum Tani Jawa Indonesia menyediakan website dan brosur sebagai media informasi dan memanfaatkan media sosial, menjalin kerja sama dengan Dinas Pariwisata DIY, Dinas Kebudayaan Bantul DIY, dan Dinas Kominfo DIY dalam menciptakan dan membangun brand image, mengadakan *event* dan *experiences* untuk pengunjung dengan adanya ambassador, memanfaatkan media elektronik, menyediakan guide lokal yang kreatif dalam memberikan edukasi. Strategi Weakness-Opportunity (WO) ; mengadakan pelatihan SDM dengan bekerja sama melalui Dinas Pariwisata Bantul, Mengadakan kegiatan (perlombaan dan festival), membuat paket wisata untuk pendidikan dan keluarga, melakukan periklanan melalui papan reklame/ baleho, mengadakan kegiatan travel dialog dengan mengoptimalkan duta museum, mengadakan pelatihan kepada masyarakat sekitar mengenai bidang pariwisata dan promosi. Strategi *Strenght-Treat* (ST) ; membuat website dan brosur dengan berbagai kreasi yang menarik, mengoptimalkan media sosial sebagai sarana media promosi, mengoptimalkan lingkungan sekitar untuk pengembangan sarana edukasi, membuat *sales call* khusus wisatawan, melakukan pengembangan *event* dan *experiences* dengan memaksimalkan teknologi modern. Strategi

Weakness-Treat (WT) ; menyediakan anggaran khusus untuk kegiatan promosi, merekrut SDM yang memang sesuai dengan bidangnya, membuat kegiatan membersihkan museum secara berkala, mengadakan pertemuan dengan pengelola dan masyarakat untuk membuat program pengembangan, membuat kegiatan promosi secara langsung dengan cara tour ke sekolah.

B. Saran

Berdasarkan hasil yang telah dipaparkan dalam penelitian ini, penulis menyatakan beberapa saran sebagai bentuk masukan atau alternatif sebagai bahan pertimbangan pengelola Museum Tani Jawa Indonesia dalam melaksanakan kegiatan promosi. Berikut ini beberapa saran yang dapat diberikan :

1. Museum Tani Jawa Indonesia sebaiknya memaksimalkan elemen bauran promosi yang ada yaitu *advertising* , *sales promotion*, *personal selling*, *public relations*, dan *direct marketing*.
2. Pengrekrutan Sumber daya manusia yang sesuai dengan bidangnya agar dalam pengelolaan museum tani bisa berjalan maksimal.
3. Pengelola sebaiknya lebih kreatif dalam mengembangkan atraksi yang ditawarkan untuk pengunjung dan membuat event yang bisa diminati oleh semua kalangan.
4. Mencari lebih banyak lagi berbagai relasi yang bisa digunakan untuk mempromosikan Museum Tani Jawa Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Ali Hasan.2015. *Tourism Marketing*. Yogyakarta : senter for academic publishing service.
- Pitana, I Gede dan I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : Andi
- Rangkuti. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : Gramedia pustaka utama.
- .2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- .2016. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono.2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- .2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- .2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- .2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta

2. Skripsi/Jurnal

- Albab, Tajul Mafakhim Ulul.2018. *Strategi Promosi Wisata Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung*. Skripsi S1 Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Institute Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Mabruri.2020.*Strategi Promosi Objek Wisata Budaya Ciung Wanara Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Ciamis*. Skripsi S1 Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Nugraha, Ramanda Tri. 2019. *Strategi promosi pariwisata budaya di kota Bengkulu (studi kasus pada event tabot 2018)*. Skripsi S1 Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Raraninggar, Meryda Lady. 2020. *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Destinasi Wisata Watu Rumpuk Kabupaten Madiun*. Skripsi S1 Hospitality Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Santoso, Sahlul Rizal. 2020. *Strategi Promosi Histoty Of Java Museum Dalam Menarik Minat Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Bantul*. Skripsi S1 Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Qr, Mutiara Putri. 2020. *Strategi Promosi Badan Pengelola Monument Jogja Kembali (Monjali) Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Tahun 2017*. Skripsi S1 Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

3. Peraturan Pemerintah

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

4. Internet

<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/11381/> diakses pada tanggal 18 Februari 2021

<https://visitingjogja.com/28355/museum-tani-jawa-indonesia/> diakses pada tanggal 22 Februari 2021

<https://travelingyuk.com/museum-tani-jawa-indonesia-bantul-jogja/> 254230 diakses pada tanggal 22 Februari 2021

<https://ditjenbinaadwil.kemendagri.go.id/index.php/2020/09/01/koordinasi-penyamaan-persepsi-jumlah-pulau-di-indonesia-tahun-2020/> diakses pada tanggal 16 Maret 2021

<https://www.kompas.com/skola/read/2020/06/19/191505969/kondisi-iklim-indonesia?page=all> diakses pada tanggal 16 Maret 2021

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 : 520/Q.AMPTA/IV/2021
Lampiran : 1 bendel
Hal : Permohonan Penelitian

05 April 2021

Yth. Kepala Museum Tani Jawa
Desa Candran Kebonagung Imogiri
Kabupaten Bantul, DIY

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Museum Tani Jawa Kab. Bantul selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 07 April 2021 sampai dengan tanggal 06 Mei 2021, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Ernes Yusaita
No. Induk Mahasiswa : 517100804
Semester : VIII

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun laporan penelitian yang berjudul :
Strategi Promosi Wisata Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Museum Tani Jawa Indonesia Kabupaten Bantul DIY (proposal penelitian terlampir).

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

Hormat kami,

Des. Prihanto, M.M.

LAMPIRAN 2

SURAT BALASAN PERMOHONAN PENELITIAN



MUSEUM TANI JAWA INDONESIA

Desa Wisata Candran, Kebonagung, Imogiri, Bantul, DIY. Telp: 082138659157

Nomor : 003/MTJI/IV/2021

Bantul, 12 Maret 2021

Lamp :-

Hal : Balasan Surat Permohonan Penelitian

Kepada

Yth. Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta
di Sleman

Dengan hormat,

Menindak lanjuti surat dari STP AMPTA Yogyakarta Nomor 520/Q.AMPTA/IV/2021 berkenaan dengan Permohonan Penelitian, maka dengan ini kami memberikan ijin untuk melakukan penelitian di Museum Tani Jawa Indonesia kepada:

Nama	: Ernes Yusnita
No. Induk Mahasiswa	: 517100804
Semester	: VII
Judul Penelitian	: Strategi Promosi Wisata Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Museum Tani Jawa Indonesia Kabupaten Bantul DIY

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Kemala Museum Tani Jawa Indonesia

Kristya Mintarja, SPd.,M.Ed.St

LAMPIRAN 3

KUISIONER PENELITIAN

Data Responden

Nama :

Devisi/ bagian :

Cara Pengisian :

- a. Penilaian kondisi saat ini: Responden diminta untuk menilai kinerja organisasi saat ini.
- b. Penilaian urgensi : Responden diminta untuk menilai tingkat urgensi faktor tersebut untuk ditangani. Penilaian ini berhubungan dengan skala dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.

Acuan Pengisian Kuisisioner :

- a. Penilaian Kondisi Saat Ini

Angka 1 = Kurang

Angka 2 = Cukup

Angka 3 = Baik

Angka 4 = Sangat Baik

- b. Penilaian Urgensi Penanganan

Angka 1 = Tidak Penting

Angka 2 = Kurang Penting

Angka 3 = Penting

Angka 4 = Sangat Penting

05	Memiliki ambassador yang berperan aktif dalam promosi Museum Tani Jawa Indonesia								
O6	Melakukan <i>direct marketing</i> untuk menciptakan dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan								
ANCAMAN (<i>Threats</i>)									
T1	Terjadinya stagnasi karena kurangnya promosi.								
T2	Adanya ancaman bencana alam seperti gempa bumi.								
T3	Pencemaran lingkungan atau kerusakan lingkungan.								
T4	Jaringan kerjasama di objek wisata lain lebih luas.								
T5	Munculnya pesaing baru.								
T6	Daya tarik yang di tawarkan tidak memiliki pengembangan sehingga kurang menarik wisatawan								

LAMPIRAN 4

PEDOMAN WAWANCARA

**Judul skripsi : Strategi Promosi Wisata Dalam Meningkatkan Jumlah
Kunjungan Wisatawan di Museum Tani Jawa Indonesia
Kabupaten Bantul DIY**

Lokasi penelitian : Museum Tani Jawa Indonesia Kabupaten Bantul DIY

A. Pengelola Museum Tani Jawa Indonesia

Nama :

Jabatan :

Hari, Tanggal :

Tempat :

Daftar pertanyaan

1. Apa yang menjadi keunggulan dari Museum Tani Jawa Indonesia ?
2. Bagaimana Segmentasi pasar di Museum Tani Jawa Indonesia ?
3. Faktor apa saja yang mempengaruhi dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan di Museum Tani Jawa Indonesia ?
4. Bagaimana penerapan bauran promosi yaitu : *advertising, sales promotion, public relation and publicity, personal selling* dan *direct marketing* di Museum Tani Jawa Indonesia ?
5. Bagaimana Strategi Promosi yang di lakukan pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Museum Tani Jawa Indonesia ?
6. Apa ada kendala dalam mempromosikan Museum Tani Jawa Indonesia ?

LAMPIRAN 5
HASIL WAWANCARA

Nama : Kristya Mintarja
Jabatan : Kepala Museum Tani Jawa Indonesia
Hari, Tanggal : Sabtu, 17 April 2021
Tempat : Museum Tani Jawa Indonesia



1. Apa yang menjadi keunggulan dari Museum Tani Jawa Indonesia ?
“Museum tani yang akan menjadi sangat spesifik karena melihat potensi masyarakat Indonesia agraris tidak akan pernah hilang pertanian di Indonesia yang akan di unggulkan selanjutnya yaitu bagaimana menjadi petani yang millennial bagi para pengunjung untuk mendapatkan pengetahuan menjadi petani yang dengan konsep teknologi kedepanya pertanian bisa di kelola secara modern”.
2. Bagaimana Segmentasi pasar di Museum Tani Jawa Indonesia ?
“ Segmentasi pasarnya untuk segala kalangan terutama kalangan pelajar karena di sekolah sekarang menerapkan program wajib kunjung museum

jadi siswa di Yogyakarta di beri tugas dan kewajiban untuk kunjung museum yang ada di Yogyakarta sehingga salah satu objeknya di museum tani. Untuk kalangan wisatawan sebelum pandemi sudah bekerja sama dengan assosiasi perhotelan dan pariwisata sehingga dapat menarik wisatawan dari mancanegara, ada juga dari siswa dari luar daerah Yogyakarta maupun masyarakat domestik. Museum tani juga telah bekerja sama dengan Jakarta Internasional School tiap tahun mengakaan praktek bertani di museum tani Indonesia.”

3. Faktor apa saja yang mempengaruhi dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan di Museum Tani Jawa Indonesia ?

“Faktor kondisi pandemi, potensi dan pemberdayaan masyarakat belum maksimal sehingga belum bisa berkontribusi pengetahuan dan pengaplikasian sebagai daya dukung ketertarikan wisatawan yang berkunjung, faktor pendukung dari pemerintah dapat apresiasi dalam bentuk revitalisasi bangunan”.

4. Bagaimana penerapan bauran promosi yaitu : *advertising, sales promotion, public relation and publicity, personal selling* dan *direct marketing* di Museum Tani Jawa Indonesia ?

- a. *advertising*, “menggunakan media elektronik yang di fasilitasi oleh dinas kebudayaan untuktampil di radio persatuan, pengambilan video promosi dari dinas kebudayaan”.

- b. *sales promotion*, “ karena tiket masuk museum sudah tergolong murah maka tidak ada potongan biaya lagi”.

- c. *public relation and publicity* , “menggunakan event lomba bersifat tradisional, dengan pendampingan bimbingan bahasa Inggris digunakan untuk promosi”
 - d. *personal selling*, “di fasilitasi oleh dinas ada 2 yaitu duta museum dan educator museum untuk melakukan promosi. ada forum komunikasi antar museum di tingkat kabupaten dan provinsi dan Ada pameran bersama museum.
 - e. *direct marketing*,”Dapat fasilitas dari Jogja Istimewa internet gratis berupa wifi di manfaatkan untuk promosi dan Mengadakan event lomba”.
5. Bagaimana Strategi Promosi yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Museum Tani Jawa Indonesia ?
- “Karena kepala museum merupakan kepala sekolah jadi punya forum pertemuan kepala sekolah se Yogyakarta dapat dengan jaringan komunikasi yang ada, dengan media masa, media elektronik, komunitas pecinta museum”.
6. Apa ada kendala dalam mempromosikan Museum Tani Jawa Indonesia ?
- “Dari internal sumber daya manusia museum belum memaksimalkan konten, untuk proses promosi dapat lebih mudah dengan media sosial”.

Nama : Prastiwi Utami

Jabatan : Edukator Museum Tani Jawa Indonesia

Hari, Tanggal : Jum'at, 9 April 2021

Tempat : Museum Tani Jawa Indonesia



1. Apa yang menjadi keunggulan dari Museum Tani Jawa Indonesia ?

“Untuk keunggulan museum tani jawa memiliki koleksi pertanian tradisional dan alat rumah tangga tradisional sesuai dengan mascot museum tani yaitu bertani dengan kerbau. Terdapat paket wisata yang berkerja sama dengan desa wisata candran”

2. Bagaimana Segmentasi pasar di Museum Tani Jawa Indonesia ?

“Untuk orang yang ingin mengetahui pertanian seperti anak sekolah dan generasi millennial”

3. Faktor apa saja yang mempengaruhi dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan di Museum Tani Jawa Indonesia ?

“Faktor pendukung tersedia paket wisata untuk wisatawan, terdapat permainan tradisional bakiak dan enggrang, terdapat pengembangan

perternakan kambing yang air seninya dijadikan untuk pupuk tanaman.

Faktor penghambat belum adanya dana khusus promosi”

4. Bagaimana penerapan bauran promosi yaitu : *advertising, sales promotion, public relation and publicity, personal selling* dan *direct marketing* di Museum Tani Jawa Indonesia ?
 - a. *Advertising*, “periklanan melalui media sosial instagram, brosur”
 - b. *Sales promotion*, “Tiket masuk tidak ada potongan harga karena sudah murah namun untuk paket wisata museum bisa di negoisasi agar dapat potongan harga”.
 - c. *Public relation and publicity*, “Kegiatan di zoom seminar atau lomba dan melakukan pameran museum”.
 - d. *Personal selling* “Difasilitasi oleh dinas kebudayaan duta museum untuk promosi di luar museum dan edukator museum untuk mengedukasi di dalam museum”.
 - e. *Direct marketing* “Feedback yang diberikan pengunjung dapat menulis tanggapan tentang Museum Tani Jawa Indonesia sudah di sediakan di buku pengunjung tetapi biasanya pengunjung memberikan tanggapan langsung melalui pemandu museum”.
5. Bagaimana Strategi Promosi yang di lakukan pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Museum Tani Jawa Indonesia ?

“Untuk sekarang menggunakan media sosial karena terkendala masa pandemi dan menggunakan relasi yang sudah ada”.
6. Apa ada kendala dalam mempromosikan Museum Tani Jawa Indonesia ?

“Kendala sumber daya manusia pengelola yang stand by di museum hanya sedikit, maka kalau harus melakukan promosi ke luar sedikit kesulitan”.

Nama : Joana Zettira
Jabatan : Duta Museum Tani Jawa Indonesia
Hari, Tanggal : Sabtu, 17 April 2021
Tempat : Museum Tani Jawa Indonesia



1. Apa yang menjadi keunggulan dari Museum Tani Jawa Indonesia ?
“Keunggulan Museum Tani Jawa Indonesia mempunyai setting masyarakat sesuai dengan tema museum daerah pertanian sehingga tidak hanya menawarkan koleksi tetapi juga dapat menawarkan paket wisata, untuk pengalaman yang saling melengkapi dengan melihat koleksi, mendengar cerita narasi, dan bisa merasakan langsung aktivitasnya. Keunggulan kedua museum tani mempunyai system pengelolaan yang kekeluargaan agar komunikasi lancar dan mendapat feel yang bagus ketika bekerja. Keunggulan ketiga yaitu pertanian merupakan isi yang tidak pernah habis karena makan pangan kebutuhan manusia sampai kapanpun jadi isu pertanian akan retale sampai kapanpun karena kita butuh itu”.
2. Bagaimana Segmentasi pasar di Museum Tani Jawa Indonesia ?

“ Museum tani secara segmentasi akan lebih cocok dikunjungi oleh bukan orang jogja sendiri karena orang jogja merupakan masyarakat agraris yang sudah kesehariannya bertani. Segmentasinya masyarakat perkotaan, luar jawa dan luar negeri yang di tawarkan yaitu eksotisme pedesaan”.

3. Faktor apa saja yang mempengaruhi dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan di Museum Tani Jawa Indonesia ?

“Faktor pertama , belum maksimal dalam segi promosi jadi pengelolaan yang ada secara kekeluargaan menjadikan profesionalisme menjadi nomor dua karena SDM yang di plot tidak sesuai dengan beagraundnya sedangkan yang dibutuhkan sebenarnya yaitu SDM yang ahli sesuai dengan bidangnya pada akhirnya semua pengelola yang terlibat harus menyesuaikan kebutuhan. Faktor kedua yaitu kebutuhan orang sekarang yaitu kebutuhan untuk posting orang akan lebih tertarik pergi ke tempat yang menawarkan hal hal menarik untuk di posting, museum tidak termasuk hal yang menawarkan hal baru kepada pengunjung karena tidak ekestetik untuk anak muda dan menurut saya akan lebih menarik apabila di museum tani ini khususnya di tambahkan tempat tongkrongan untuk anak muda seperti warung kopi. Faktor ketiga jarak yang cukup jauh dari kota dan kurang strategis jadi akan mengurangi minat orang untuk berkunjung”.

4. Bagaimana penerapan bauran promosi yaitu : *advertising, sales promotion, public relation and publicity, personal selling* dan *direct marketing* di Museum Tani Jawa Indonesia ?

- a. *advertising*, “Sempat beberapa kali masuk koran jadi periklanan secara soft, karena iklan membutuhkan dana sedangkan pihak museum belum menyediakan dana maka kami mencoba dengan mengadakan kerjasama dengan komunitas lain untuk kolaborasi event memberikan logo museum tani di suatu event agar dikenal audiens”.
 - b. *sales promotion* “Di museum tani tidak punya sales khusus jadi semua pengelola dapat menjadi sales dengan kenalan yang mereka miliki untuk menarik kunjungan”.
 - c. *public relation and publicity* “Kalau secara struktur disini ada humas tetapi keadaan yang ada semua pengelola berusaha jadi PR, untuk duta museum tani bisa jadi PR di banyak hal untuk membangun relasi tugas utamanya yaitu menjembatani antara dinas kebudayaan dan museum tani dan menjebatani antara museum tani dengan pihak-pihak yang ingin bekerja sama”.
 - d. *personal selling* “Untuk koneksi biasa mereka langsung ke museum tani kalau untuk jemput bola belum dilakukan secara khusus”.
 - e. *direct marketing* “Untuk masukan pesan atau kesan biasanya pengunjung menyampaikan langsung kepada pengelola akan tetapi pihak museum telah menyediakan buku pengunjung untuk menuliskan tanggapan mereka terhadap museum”.
5. Bagaimana Strategi Promosi yang di lakukan pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Museum Tani Jawa Indonesia ?

“Personal selling melalui koneksi internet dengan media sosial, bekerja sama saling tukar logo dengan komunitas lain untuk branding. Setelah di amati cara promosi media sosial yang efektif melalui instagram yaitu dengan mengadakan lomba, Untuk pemasarannya itu dengan berbagai koneksi yang ada , bekerja sama dengan museum DIY dan dinas kebudayaan DIY. Setelah diadakan lomba cara agar yang memfollow terus mengikuti yaitu dengan terus memposting agar pengikut instagram merasa teredukasi”.

6. Apa ada kendala dalam mempromosikan Museum Tani Jawa Indonesia ?

“Kendala yang ada yaitu kendala klasik banyak orang yang berpikir kenapa harus ke museum sedangkan hanya melihat koleksi yang ada jadi kurang menarik untuk wisatawan”.

LAMPIRAN 6

LEMBAR BIMBINNGAN

LEMBAR BIMBINNGAN



NAMA PEMBIMBING I: Drs. Srinanto M.M.

NAMA PEMBIMBING II: Dra. Heni Susilowati, M.M.

NAMA MAHASISWA: ERDES YUSNITA
 NO. MAHASISWA : 514100804
 JUDUL PENELITIAN : Strategi Promosi wisata dalam
meningkatkan jumlah kunjungan
wisatawan di kawasan Pantai Jombang
Kabupaten Kabupaten Sidoarjo

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINNGAN	PABAF
1	19/3/2021	Kerangka pemikiran untuk artikel - Guid Question - why wawancara - Kuadran - Del pada cukup - howp dg - wawancara!	<input checked="" type="checkbox"/>
2	29/3/2021	keponaf HEC	<input checked="" type="checkbox"/>
3	31/3/21	keponaf di abstrak dan	<input checked="" type="checkbox"/>

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINNGAN	PABAF
1	26-2-2021	Teori: Situatikan pendirian, latar ke luar, masalah, posisi sumber data, kutipan? Identifikasi teori manajemen (strategi) (Laka Peranman)	<input checked="" type="checkbox"/>
2	0-3-2021	Revisi: Purifikasi tinjauan, kuantitas penerapan, jumlah data pendit?	<input checked="" type="checkbox"/>
3	17-3-2021	Revisi: Lihat diablananya	<input checked="" type="checkbox"/>



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

NAMA PEMBUNYING I : _____

NAMA PEMBUNYING II : _____

NO.	TANGGAL	URAIAN BAHASANGAN	PARAF
4	3/6/21	Ag. Acc	<i>[Signature]</i>

NO.	TANGGAL	URAIAN BAHASANGAN	PARAF
24	3-3-2021	Revisi Sistematis penulisan F. George Perbaikan G. Per Utem Terkadang (kain ad) H. Hilde Roudra	<i>[Signature]</i>
	1-4-2021	RLL proposal	<i>[Signature]</i>
	12-6-2021	Revisi Sistematis penulisan, tdk Dgn ket pengantar dll	<i>[Signature]</i>
	15-6-2021	Revisi: obstruc Hollings Perbaiki Metoda penelitian	<i>[Signature]</i>
	16-6-2021	Lihat di dalam ya.	<i>[Signature]</i>
	17-6-2021	ACC ke pembekoran	<i>[Signature]</i>