BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengetahui Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Desa wisata batu dulang sudah melakukan strategi promosi yang dilakukan guna meningkatan jumlah kunjungan wiastawan, bentuk strategi promosi yang sudah dilakukan berupa Advertaising (periklanan), Sales Promotion (promosi penjualan), Personal selling (penjualan tatap muka) , Public relation (Hubungan masyarakat) dan Direct Marketing (pemasaran langsung) , Untuk Advertaising (periklanan) pengelola menggunakan media cetak dalam bentuk iklan seperti brosur, dan media elektronik dalam bentuk iklan yakni bekerjasama dengan radio lokal berupa audio visual. Selanjutnya untuk Sales Promotion (penjualan tatap muka) dengan cara memberikan hadiah kepada wisatawan, misalnya saat pameran atau event peneglola memberikan tiket gratis kepada calon wiatawan berupa tiket masuk gratis ke desa wisata batu dulang. pengelola mengadakan dan terlibat langsung dalam penyelenggaraan event dan bazar juga mengadakan pelatihan yang diadakan oleh komunitas – komunitas besar yang ada di sumbawa. Kemudian untuk Public Relation (Hubungan Masyarakat) pengelola bekerjasama dengan instansi daerah yaitu

Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Sumbawa (Dispopar) sehingga dilibatkan dalam festifal tahunana yang diselenggrakan oleh instansi terkait. Direct Marketing (Pemasaran Langsung) pengelola Desa Wisata Batu Dulang dalam memasarkan langsung menggunakan media sosial yang telah dimiliki, pengelola membuat account khusus untuk Desa Wisata Batu Dulang yakni acoount facebook @ekowisata Batudulang dan account Instagram @Batudulang.

2. Faktor kunci internal yang menjadi kekuatan (strength) dari Desa Wisata Batu Dulang yaitu, memiliki keunggulan atraksi wisata alam , atraksi wisata edukasi dan atraksi wisata buatan Serta memilki brand sebagai desa penghasil madu hutan terbaik yang ada di Sumbawa Besar , dengan keunggulan yang dimiliki Desa wisata mendapat dukungan dari intansi daerah Sumbawa yakni Dinas Pemuda Olahraga Dan Pariwisata (Dispopar) dukungan yang diberikan oleh instansi terkait yakni dengan dilibatkanya Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa dalam berbagai event yang diselenggrakan oleh Dispopar Sumbawa, selain itu Desa Wisata Batu Dulang juga sudah memiliki account media sosial yang digunakan untuk mempromosikan Desa wisata Batu Dulang melalui media sosial.
3. Faktor kunci internal yang menjadi kelemahan (Weakness) dari Desa Wisata Batu Dulang yaitu: Kurangnya jumlah SDM yang profesial di bidang pariwisata dan prmosi, Kurang aktif dalam pengelolaan media soaial yang dimiliki ,Anggaran dana dalam promosi masih minim, Minimnya jaringan

internet yang membuat pengelola memiliki keterbatasan dalam mengelola sosial media yang ada.

4. Faktor kunci eksternal yang menjadi peluang (opportunities) dari Desa Wisata Batu Dulang yakni, adanya Trend wisata back to nature yang meningkat, adanya keinginan masyarakat terkait wisata edukasi, adanya kerjasama dengan Dispopar Kabupaten Sumbawa dapat meningkatan jumlah dan kualitas SDM yang dibutuhkan, dapat memperluas jaringan kerjasama dengan pelaku usaha pariwsata yang ada di Sumbawa, memanfaatkan event / pameran sebagai media promosi.
5. Faktor kunci eksternal yang menjadi ancaman (Threats) Desa Wisata Batu Dulang yakni : Munculnya pesaing baru yaitu wisata sejenis yang di kelola lebih professional, gencarnya strategi promosi yang dilakukan oleh wisata lain, terjadinya kejenuhan wisatawan saat berkunjung dan masyarakat sekitar yang belum sadar wisata.

Dari hasil analisis internal dan eksternal diatas, dapat disimpulkan bahwa posisi Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa berada pada kuadran 1. Fokus Desa Wisata Batu Dulang adalah memanfaatkan peluang yang ada dengan menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Pada kuadran 1 mnghasilkan strategi Stenght – Opportunities (SO) dimana strategi yang tercipta antara lain :

Strategi Strenght – Opportunities (SO)

1. Pengelola memaksimalkan keunggulan atraksi wisata alam dengan memanfaatkan Trend wisata back to nature yang saat ini sedang diminati oleh wisatawan.
2. Rutin mengikuti pelatihan terkait SDM pariwisata yang di selenggarakan oleh Instansi Pemerintah.
3. Memanfaatkan Brand yang sudah ada dan memperkuat karakter Desa Wisata Batu Dulang sebagi desa penghasil madu hutan sehingga dapat menjadi desa wisata yang memiliki sarana edukasi yang ada di Sumbawa.
4. Bekerjasama dengan pelaku usaha pariwisata dengan membuat paket tour untuk desa Wisata Batu Dulang Sumbawa.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah disimpulkan penulis mencoba memberikan saran yang tepat dijadikan masukan bagi desa wisata Batu dulang dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan antara lain :

1. Perlu adanya peningkatkan jumlah dan kualitas Sumber daya manusia dalam bidang pariwisata dan promosi dengan mengikuti pelatihan rutin dibidang pariwisata yang diadakan oleh Dinas Pemuda Olahraga Dan Parisiwata Kabupaten Sumbawa (DISPOPAR) serta melibatkan masyarakat sekitar desa dalam kegiatan wisata guna meningkatkan jumlah sumber daya manusia dalam mengelola desa wisata batu dulang selain itu juga dapat

memberdayakan masyarakat sekitar sekaligus membuat masyarkat desa menjadi sadar wisata.

2. Dengan keterbasan penggunaan media sosial yang dimiliki karena keterbatasan jaringan internet pihak pengelola diharapkan lebih rutin dalam mengikuti serta terlibat dalam event yang ada disumbawa dalam event tersebut pengelola dapat memanfaatkan dengan membagikan brosur serta bekerjasama dengan penyelenggra event untuk membagikan hadiah berupa tiket masuk gratis desa wisata batu dulang maupun discount / potongan harga untuk pembelian pruduk yang ada di galeri UMKM desa wisata batu dulang , ini dapat menutupi strategi promosi melaui media sosial yang kurang karena keterbasan jaringan internet dan juga dapat meningkat kunjungan wisatwan.
3. Lebih memperbanyak variasi media promosi misalnya memperluas kerjasama dengan pelaku industri pariwisata misalnya dengan bekerjasama dengan tour and travel yang ada disumbawa dalam membuat paket wisata yang menarik , selain itu juga seharusnya membuat space iklan / baliho di beberapa titik yang ada di Sumbawa.
4. Penambahan atraksi wisata buatan melihat keunggulan atraksi wisata alam desa wisata batu dulang juga menyediakan beberapa atraksi wisata buatan yakni beberapa spot foot yang mampu menarik minat wiatawan , penambhan atraksi wisata buatan yang dapat di tambah misalnya sarana permainan outbound dan Arum Jeram (rafting) hal ini dapat dimanfaatkan untuk menambahkan variasi atraksi buatan lainya agar calon wisatawan yang datang

memiliki ketertarikan untuk mengunjungi Desa wisata Batu Dulang dan mecegah terjadnya kejenuhan wisatwan saat berwisata.

DAFTAR PUSTAKA

A.J., Muljadi, 2012, Kepariwisataan dan Perjalanan, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Agus, Hermawan. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Agustina, Widya .2018. Analisis Strategi Promosi Dan Pelayanan Pariwisata Guna Meningkatkan Jumlah Pengunjung Di Pantai Sari Ringgung Pesawaran Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Skripsi s-1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negri Raden Intan Lampung.

Assauri, Sofjan. 2014. Manajemen Pemasaran, Jakarta: Rajawali Perss.

Azakiyah , Nur Andi 2013. Strategi Promosi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pantai Tanjung Bira Kecamatan BontoBahari Kabupaten Bulu Kumbai. Skripsi S-1 Fakultas Dakwah Dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri (UIN) ALAUDDIN MAKASSAR

Daryanto 2011. Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah. Bandung :Satu Nusa.

Fred, R David. 2011. Strategic Management Manajemen Strategi Konsep,. Edisi 12.Jakarta: Salemba Empat.

Hadiwijoyo, Surya Sakti. 2012. Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep). Yogyakarta : Graha Ilmu

Ilman, Abdul Hadi, Fitriah Permata Cita, Dan Arsonaria. 2019. Strategi Pengembangan Sektor Ekowisata Di Kabupaten Sumbawa (Studi Kasus di Desa Ekowisata Batu Dulang Kecamatan Batulanteh) Jurnal : Nusantara Journal of Economics. Vol.1 No.01

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

Moloeng, L.J. 2011. Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosadakarya

Malau, Herman. 2017. Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasarab Era Tradisional Sampai Era ModernisasiGlobal. Bandung: Alfabeta

Rangkuti, Freddy, Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2010.

Rangkuti, Freddy,Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Gramedia. Jakarta, 2006.

Seprtiyadi, Anggi. 2017 Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke objek wisata Taman Bukit Siguntang Palembang. Skripsi S-1 Fakultas Administrasi Bisnis . Universitas Politeknik Negeri Sriwijaya.

Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kualitiatif, Kuantitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sunarti, Abdiel Remalya Suliyanto dan Edriana Pangestuti. Analisis Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Taman Hutan Kota (Taman Bondas) Batu. jurnal : administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id

Sukandarrumidi. 2006, Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Pers UGM

TAP MPR No. IV/MPR/1978, Tentang Keparisataan . Jakarta.

Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata, 2011: 1 Tentang Desa wisata

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan

Kompas.id (27 maret 2018) Sumbawa Bersiap Menjadi Tuan Rumah Sail Moyo Tambora Pada September Mendatang. Diakses 09 februari 2020. https://kompas.id/baca/utama/2018/05/27/sumbawa-besar-jadi-tuan-rumah-rally-sail-indonesia/

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

SURAT PENGANTAR 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.

Nomor : 1181/Q.AMPTA\III/2020
Lampiran : 1 bendel
Hal : Permohonan Penelitian

17 Maret 2020

Yth. Pengelola Desa Wisata Batu Dulang
Desa Batu Dulang Kecamatan Batu Lanteh
Kabupaten Sumbawa Nusa Tenggara Barat

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 20 Maret 2020 sampai dengan tanggal 19 April 2020, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Prita Widhiayu Asmika
No. Induk Mahasiswa : 516100581
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 Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar. (proposal penelitian terlampir).

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

Hormat Kami,
Ketua

Drs. Prihatno, M.M

LAMPIRAN 2

KUISIONER PENELITIAN

KUISIONER PENELITIAN

STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI DESA WISATA BATU DULANG SUMBAWA BESAR

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi untuk menyelesaikan studi jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Paiwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata **AMPTA** Yogyakarta, maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul **"Strtategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar".** Sehubungan dengan hal tersebut, maka saya mohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk bersedia mengisi kuesioner dan memberikan rating pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan keadaan yang dialami dan dirasakan, Jawaban Bapak/Ibu/Saudara berikan akan sangat membantu keberhasilan penelitian yang dilakukan.

Atas kerjasama dan kesediaannya untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini, saya ucapkan banyak terima kasih. Semoga bantuan yang Bapak/Ibu/Saudara berikan dapat mendukung penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Peneliti

Prita Widhiayu Asmika

NO. MHS 516100581

DAFTAR KUESIONER

Data Responden

Nama Responden :

Divisi/bagian :

Email dan nomor HP :

Cara Pengisian :

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

Acuan pengisian kuisioner ini adalah sebagai berikut :

Penilaian Kondisi saat ini :	**Peniliain Urgensi Penanganan :**
Angka 1 = Kurang	Angka 1 = Tidak Penting
Angka 2 = Cukup	Angka 2 = Kurang Penting
Angka 3 = Baik	Angka 3 = Penting
Angka 4 = Sangat Baik	Angka 4 = Sangat Penting

Analisis Faktor-faktor Internal		**Penilaian kondisi saat ini**				**Urgensi Penilian**			
KEKUATAN (Strenghts)		**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**
S1	Memiliki keunggulan atraksi wisata alam								
S2	Bekerjasama dengan Dinas Pemuda Olahraga Dan Pariwisata (Dispopar) dan KPH Batu Lanteh dalam mempromosikan Desa Wisata Batu Dulang.								
S3	Memiliki brand image sebagai desa penghasil madu terbaik di Kabupaten Sumbawa Besar								
S4	Dijadikan sebagai salah satu destinasi wisata dalam event festival budaya yang terjadwal di Dispopar.								
S5	Memiliki account sosial media.								
KELEMAHAN (Weakness)		**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**
W1	Kurangnya jumlah SDM yang profesial di bidang pariwisata dan prmosi								
W2	Media promosi yang kurang efektif.								
W3	Anggaran dalam promosi masih minim.								
W4	Minimnya jaringan internet yang membuat pengelola memiliki keterbatasan dalam mengelola sosial media yang ada								

Analisis Faktor-faktor Eksternal (EFAS)		**Penelitian Kondisi saat Ini**				**Urgensi penangana**			
PELUANG (Oppurtunity}		**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**
O1	Meningkatnya Trend wisata back to nature yang sedang diminati oleh wisatawan.								
O2	Adanya keinginan masyaraka terkait adanya wisata edukasi di Sumbawa Besar								

O3	Adanya peluang mengikuti pelatihan terkait peningkatan SDM yang di selenggarakan pemerintah.								
O4	Memperluas jaringan kerjasama dengan pelaku usaha pariwisata yang ada di Sumbawa.								
O5	Adanya event / pameran sebagai media promosi.								
ANCAMAN (Threats)		**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**
T1	Munculnya pesaing baru yaitu wisata sejenis yang di kelola lebih professional.								
T2	Gencarnya strategi promosi yang di lakukan oleh wisata lain.								
T3	Terjadinya kejenuhan wisatawan saat berkunjung.								
T4	Masyarakat sekitar yang belum sadar wisata.								

LAMPIRAN 3

PEDOMAN WAWANCARA

PEDOMAN WAWANCARA

Hasil wawancara dengan Pengelola Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar.

Wawancara :

Nama ;

Jabatan :

Tanggal :

Tempat :

1. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar?
2. Apa saja keunggulan yang ada di Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar?
3. Segmentasi pasar apa yang menjadi target utama pengelola Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar?
4. Apa yang menjadi pembeda antara Desa Wisata Batu dulang Dengan Desa Wisata lain yang ada Disumbawa ?
5. Apakah Desa Wisata Batu dulang sudah melakukan kerjasama dengan instansi daerah dalam mempromosikan Desa Wisata Batu Dulang?
6. Media promosi apa saja yang di gunakan pengelola dalam mempromosikan Desa Wisata Batu Dulang?
7. Apa saja kendala pengelola dalam melakukan promosi Desa Wisata Batu Dulang?

LAMPIRAN 4

TRANSKIP WAWANCARA

HASIL WAWANCARA

Hasil wawancara dengan Pengelola Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar.

Wawancara :

Nama ; Sahabuddin

Jabatan : Ketua Pokdarwis Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar

Tanggal : 27 April 2020

Tempat : Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar.

1. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar?

   "Kami sebagai pengelola Desa Wisata Batu Dulang saat ini dalam melakukan promosi banyak di bantu oleh Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (Dispopar) dengan mengikuti beberapa event yang di selenggarakan, kami juga menggunakan media periklanan, selain itu Desa kami juga sering menjadi tempat diselenggarakan beberapa event besar oleh beberapa komunitas besar yang ada di Sumbawa , kami juga sering membagikan brosur dalam beberapa festival bebsar yang ada di sumbawa"

2. Dan Media promosi apa saja yang di gunakan pengelola dalam mempromosikan Desa Wisata Batu Dulang?

   " untuk media promosi , kami menggunakan beberapa media , seperti media cetak yaitu brosur , untuk media elektronik kami pernah bekerjasama dengan salah satu radio lokal yang ad di sumbawa yakni OISFIRA FM namun melihat peminat pendengar radio semakin sedikit kami sudah tidak lagi berkerjasama , dan untuk media sosial kami sudah menggunakan media social yaitu Facebook dan Instargam"

3. Apa saja keunggulan yang ada di Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar?

   " Desa Wisata Batu Dulang terbilang sangat lengkap karena memiliki keunggulan atraksi alam , yaitu air terjun , pemandangan alam yang masih asri dan keadaan hutan yang masih terjaga, untuk atraksi buatan kami memilki bernagai macam spot foto yang menapilkan pemandangan langsung ke pulau Moyo Sumbawa, kami juga memiliki galeri Umkm yang dibuat untuk menampilkan hasil hutan Desa batu dulang yang sudah diolah dan dikemas

dengan baik,selanjutnya untuk wisata edukasi kami membuat semacam pengalam memanen hasil hutan , perti Madu , Kopi dan Kemiri , Wisatwan yang dating akan merasakan pengalaman memetic , memberishkan sampai mengolah hasil hutan yang ada di Desa kami'

4. Segmentasi pasar apa yang menjadi target utama pengelola Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar?

   " Untuk segmentasi pasar saat ini kami hanya ingin menjangkau semua kalangan masyarakat atau umum yang ada di Kabupaten Sumbawa"

5. Apa yang menjadi pembeda antara Desa Wisata Batu dulang Dengan Desa Wisata lain yang ada Disumbawa ?

   "Desa Batu Dulang sejak awal sudah terkenal di Sumbawa sebagi Desa penghasil madu terbaik yang ada di Sumbawa sehingga Desa kami sudah memiliki daya Tarik tersendiri di bandingkan dengan beberapa desa wisata yang ada di Sumbawa"

6. Apakah Desa Wisata Batu dulang sudah melakukan kerjasama dengan instansi daerah dalam mempromosikan Desa Wisata Batu Dulang?

   "Sejak diresmikan Oleh Dispopar Kabupaten Sumbawa pada tahun 2017 kami sebagai pengelola sangat menjaga hubungan baik dengan Dispopar Kabupataen Sumbawa, untuk itu sejak diresmikan sampai sekarang Desa Wisata Batu Dulang melakukan kerjasama dengan Dispopar Kabupaten Sumbawa"

7. Apa saja kendala pengelola dalam melakukan promosi Desa Wisata Batu Dulang?

   "Karena letak Desa kami yang berada cukup jauh dari kota Sumbawa Besar Desa untuk jaringan signal seluler di desa kami masih kurang memadai maka dari itu kami sebagi pengelola merasa masih kurang aktif dalam melakukan promosi melalui media social karena minimnya jaringan internet , kendala kami juga pada SDM yang masih kurang professional dalam melakukan promosi , kami juga masih terkendala oleh minimnya dana untuk pembuatan beberapa media promosi"

HASIL WAWANCARA

Hasil wawancara dengan Pengelola Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar.

Wawancara :

Nama ; Hassanudin

Jabatan : Sekertaris Pkdarwis Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa

Tanggal : 27 April 2020

Tempat ; Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar.

1. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar?

   " Sejauh ini untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Wisata Batu Dulang kami menggunakan straegi periklanan , penjualan tatap muka , promosi penjualan dan juga hubungan masyarakat, untuk periklanan kami menggunakan media cetak yaitu brosur, untuk penjualan tatap muka kami terlibat menjadi tempat penyelenggaraan event bagi beberapa komunitas motor dan pecinta kopi yang ada di sumbawa, untuk promosi penjualan bekerjasama dengan bebrapa festival yang sering di selenggarakan di sumbawa dengan membagikan tiket masuk gratis dan memberikan diskon untu pembelian produk di galeri UMKM yang ada di desa kami , kemudia untuk hubungan masyarakat kami bekerjasam dengan salah satu instansi besar yang ada di Kabupaten Sumbawa yaitu Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (Dispopar) dengan adanya kerjasama ini Desa kami dijadikan sebagai salah satu Desa wisata dalam event Internasional yakni Sail Moyo Sumbawa. Dan utuk pemasaran langsung kami menggunakan media sosial yakni Facebook dan Instagram dalam memsarakan lansung Desa Wisata Batu Dulang dengan calon wisatwan"

2. Apa saja keunggulan yang ada di Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar?

   " Desa kami memiliki air tejun , berbagai macam spot foto yang menarik , desa kami juga memiliki hutan yang masih sangat terjaga ekositemnya sehingga bebrapa wisatawan yang dating bias melihat berbgaimacam tumbuhan yang jarang di temui , kami juga meiliki galeri UMKM sekaligus coffe shop"

3. Segmentasi pasar apa yang menjadi target utama pengelola Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar?

   “ untuk segmentasi pasar kami ingin menjangkau seluruh masyarakat yang ada di Kabupaten Sumbawa”

4. Apa yang menjadi pembeda antara Desa Wisata Batu dulang Dengan Desa Wisata lain yang ada Disumbawa ?

   “ yang membedakan Desa kami dengan Desa Wisata yang ada di Sumbawa yakni kami sudah memiliki brand sebagai desa penghasil madu hutan terbaik yang ada diusmbawa , madu dari desa kami juga menjadi daya tarik yang dapat kami manfaatkan untuk mempromosikan Desa kami karena hanya di Desa Wisata Batu Dulang wisatawan dapat menikmati madu alsi hutan dapat juga memanen madu langsung dari hutan”

5. Apakah Desa Wisata Batu dulang sudah melakukan kerjasama dengan instansi daerah dalam mempromosikan Desa Wisata Batu Dulang?

   “ Dari awal Desa Wisata Batu Dulang bekerjasama dengan Dispopar Kabupaten Sumbawa hingga saat ini kami selalu terlibat dalam beberap event rutin yang di selenggarakan oleh Dispopar Kabupaten Sumbwa”

6. Media promosi apa saja yang di gunakan pengelola dalam mempromosikan Desa Wisata Batu Dulang?

   “Unktuk media promosi saat ini kami hanya menggunakan media cetak dan media sosial, media cetak yakni brosur, dan media sosial kami sangat memanfaatkan media sosisal yang ada utnuk mempromosikan desa wisata batu dulang , melihat masyarakat sumbawa yang sebagian besar masih aktif dan tertarik menggunakan media sosial terutama facebook, kami sebagai pengelola desa wisata batu dulang melakukan periklanan dilaman menia sosial ini , untuk menunjnag promosi desa wisata kami mebuat akun Facebook @ekowisata Batudulang , selain melalui media sosial facebook untuk menjangkau minat media sosial yang lain kami juga membuat di media sosial Instaram @Batudulang , di akun media sosial kami membagikan foto dan video yang menarik dan disertai informasi terkait desa wisata batu dulang agar wisatawan tertarik untuk berkunjung”

7. Apa saja kendala pengelola dalam melakukan promosi Desa Wisata Batu Dulang?

   “ Kendala yang kami rasakan saat ini minimnya jaringan internet yang membuat kami kurang aktif dalam mempromosikan Desa Wisata Batu Dulang melalui media sosial, jumlah SDM yang membantu dalam mempromosikan

juga sangat kurang , selain itu juga dana oprasional yang bias di gunakan untuk melkukan promosi juga sangta kurang karena kami hanya mengandalkan dana dari hasil penjualan galeri UMKM dan juga tiket masuk wisatawan dan kami rasa dana oprasional pembuatan iklan masih kurang”

HASIL WAWANCARA

Hasil wawancara dengan Pengelola Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar.

Wawancara :

Nama : Ibu Dwi

Jabatan : Bendahara Pokdarwis Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa.

Tanggal : 27 April 2020

Tempat : Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar

1. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar?

   "kami melakukan strategi promsi dengan berbagai bentuk yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan tatap muka , hubungan masyarakat dan juga penjualan tatap muka"

2. Apa saja keunggulan yang ada di Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar?

   " Pengelola membangun beberapa spot foto yang menarik salah satunya ada Menara selfi teba panotang dengan pemandangan langsung Pulau Moyo , ada juga jembatan selfi , dan masih banyak lagi , selain itu juga kami memiliki air tejun yang cukup deras, Desa kami juga meliki brand sebgai penghasil madu hutan terbaik di Sumbawa"

3. Segmentasi pasar apa yang menjadi target utama pengelola Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar?

   "Segmentasi pasar kami saat ini seluruh masyarakat atau umum yang ada di Kabupaten Sumbawa , kami juga ingin menjangkau semua umur dan kalangan karena Desa Wisata Batu Dulang sangat cocok untuk di kujungi"

4. Apa yang menjadi pembeda antara Desa Wisata Batu dulang Dengan Desa Wisata lain yang ada Disumbawa ?

   "Desa Wisata Batu Dulang menjadi satu-satu desa wisata sebagai penghasil madu hutan terbaik yang ada di Sumbawa , untuk menunjang wisatwan ketika

berkunjung desa kami memiliki spot foto untuk dan beragam , selain itu juga wisataan dapat menikmati air terjun yang ada di desa kami”

5. Apakah Desa Wisata Batu dulang sudah melakukan kerjasama dengan instansi daerah dalam mempromosikan Desa Wisata Batu Dulang?

   “Sejauh ini kami bekerjasama dengan Dispopar Kabupaten Sumbawa , di mulai saat peresmian Desa Batu Dulang menjadi Desa wisata yang ada di Sumbawa pada tahun 2017”

6. Media promosi apa saja yang di gunakan pengelola dalam mempromosikan Desa Wisata Batu Dulang?

   “Pengelola Desa Wisata Batu Dulang saat ini menggunakan media sosial Facebook Dan Instagram dan juga brosur untuk di bagikan kepada calon wisatawan”

7. Apa saja kendala pengelola dalam melakukan promosi Desa Wisata Batu Dulang?

   “kendala kami yaitu minimnya dana dalam mebuat media periklanan lain seperti baliho dll , kami disini juga sangat terhalang oleh jaringan internet jadi untuk media sosial kami masih kurang aktif dalam mebagikan foto atau vido terkait desa wisata batu dulang”

LAMPIRAN 5

DOKUMENTASI

(Wawancara dengan pengelola Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar)

(Galeri UMKM Di Desa Wisata Batu Dulang Sumbawa Besar)

LEMBAR BIMBINGAN

NAMA MAHASISWA : PRITA WIDHI AYU ASMIKA
NO. MAHASISWA : 5161 00581
JUDUL PENELITIAN :

NAMA PEMBIMBING I : ALI HASAN, SE, MM

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1.	18/2 20	Fokuskan Strategi Pemasaran yg di teliti	
		- Fokuskan Program Pemasaran yg diteliti	
2	3/3 20	Proposal ACC	

NAMA PEMBIMBING II : HARY HERMAWAN, SPAR, MM

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	6/2 - 2020	Bab I	
		- Ditambah dukungan Fakta dan referensi dari sumber primer	
		- Uraian terang urgensi tema penelitian / pemasaran untuk diteliti	
2	8/2 - 2020	Teorisasi (Bab II)	
		- Perbaiki pola penulisan kalimat dengan SPOK	
		- Susunan penulisan teori	
		- Perbaiki penulisan riset	

LEMBAR BIMBINGAN

NAMA MAHASISWA : PRITA WIDHI AYU ASMIKA
NO. MAHASISWA : 5161 00581
JUDUL PENELITIAN : STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI DESA WISATA BATU DULANG RIMBAWA BESAR

NAMA PEMBIMBING I : ALI HASAN, SE, MM

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF

NAMA PEMBIMBING II : HARY HERMAWAN

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
3	13/2 - 2020	Penulisan referensi diseragamkan	
4	10/2 - 2020	Penulisan Metode penelitian	
5	11/3 - 2020	ACC	

LEMBAR BIMBINGAN

NAMA MAHASISWA : PRITA WIDIAYU ASMIKA
NO. MAHASISWA : 51100581
JUDUL PENELITIAN : STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI DESA WISATA BATU DULANG SUMBAWA BESAR

NAMA PEMBIMBING I : Drs. SANTOSA, MM

NAMA PEMBIMBING II : HARY HERMAWAN S.Par. MM

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	[illegible]	[illegible]	
		[illegible]	[illegible]
		[illegible]	[illegible]
		[illegible]	
		[illegible]	
		[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
		[illegible]	[illegible]
		[illegible]	
		[illegible]	
		[illegible]	[illegible]
		[illegible]	[illegible]
		Cover	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	2 Juli 2024	Penulisan Bab I	[illegible]
	3 Juli 2024	Penulisan Bab II – III	[illegible]
	31 Juli 2024	Penulisan Bab IV	[illegible]
	1 Juli 2024	Penulisan Bab V	[illegible]
	6 Agustus 2024	ACC	[illegible]

LEMBAR BIMBINGAN

NAMA MAHASISWA : PRITA WIDIAYU ASMIKA
NO. MAHASISWA : 51100581
JUDUL PENELITIAN : STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI DESA WISATA BATU DULANG SUMBAWA BESAR

NAMA PEMBIMBING I : Drs. SANTOSA, MM

NAMA PEMBIMBING II : HARY HERMAWAN S.Par. MM

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	[illegible]	ACC [illegible]	[illegible]

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF