

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN
WISATAWA DI DESTINASI WISATA WATU RUMPUK
KABUPATEN MADIUN**



Oleh

MERYDA LADY RARANINGGAR

NO.MHS : 516100610

**PROGRAM STUDI HOSPITALITY
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN JUDUL

STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN
WISATAWA DI DESTINASI WISATA WATU RUMPUK
KABUPATEN MADIUN



Oleh

MERYDA LADY RARANINGGAR

NO.MHS : 516100610

PROGRAM STUDI HOSPITALITY

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA

2020

HALAMA PENGESAHAN

STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN
WISATAWAN DI DESTINASI WISATA WATU RUMPUK
KABUPATEN MADIUN



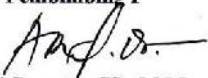
OLEH

MERYDA LADY RARANINGGAR

NO. MHS : 516100610

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

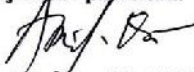

Arif Dwi Saputra, SS., M.M
NIDN . 0525047001

Pembimbing II


Hary Hermawan, S.Par., M.M
NIDN.0530099002

Mengetahui

Ketua jurusan pariwisata


Arif Dwi Saputra, SS., MM
NIDN. 0525047001

BERITA ACARA

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN
WISATAWAN DI DESTINASI WISATA WATU RUMPUK
KABUPATEN MADIUN**

Oleh

MERYDA LADY RARANINGGAR

NO. MHS : 516100610

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji

Dan Dinyatakan LULUS

Pada tanggal 20 Juli 2020

TIM PENGUJI

Penguji utama : Drs. Prihatno., M.M : (.....)
(NIDN. 052612901)

Pembimbing 1 : Arif Dwi Saputra., M.M : (.....)
(NIDN. 0525047001)

Pembimbing II : Hary Hermawan, S.Par., M.M : (.....)
(NIDN. 0530099002)

Mengetahui,

Ketua STP AMPTA Yogyakarta

Drs. Prihatno, M.M

NIDN. 0526125901

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : MERYDA LADY

RARANINGGAR

NIM : 516100610

Prodi : S1 Pariwisata

Judul Skripsi : “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan
Di Destinasi Wisata Watu Rumpuk Kabupaten Madiun”

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya. Dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka

Yogyakarta, 15 juli 2020

Yang membuat pernyataan,



Meryda Lady Raraninggar

Nim 516100610

MOTTO

“Bila anda berani bermimpi tentang kesuksesan berarti anda sudah memegang kunci kesuksesan hanya tinggal berusaha mencari lubangnyanya kuncinya untuk membuka gerbang kesuksesan” (John Savique Capone)

“Keberhasilan adalah kemampuan untuk melewati dan mengatasi dari satu kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat” (Winston Chichill)

Jadilah kamu manusia yang pada kelahiranmu semua orang tertawa bahagia, tetapi hanya kamu sendiri yang menangis; dan pada kematianmu semua orang menangis sedih, tetapi hanya kamu yang tersenyum” (Mahatma Gandhi)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT, kita memuji-Nya, dan meminta pertolongan, pengampunan serta petunjuk kepada-Nya. Kita berlindung kepada Allah dari kejahatan diri kita dan keburukan amal kita. Barang siapa mendapatkan dari petunjuk Allah, maka tidak akan ada yang menyesatkannya dan barang siapa yang sesat maka tidak ada pemberi petunjuk baginya.

Persembahan skripsi ini dan rasa terimakasih saya ucapkan kepada:

1. Keluarga tercinta, kedua orang tua mama, papa dan kakakku alfac yang memberikan kasih sayang, do'a, dukungan serta motivasi baik secara moril maupun materil.
2. Teman teman S1 Pariwisata B yang telah memberikan semangat kepada saya.
3. Seseorang yang istimewa yang telah mensupport dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Almamaterku tercinta STP AMPTA Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat-Nya, serta dengan usaha penulisan dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana gelar Sarjana Kepariwisata pada program studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Fokus kajian skripsi ini adalah menjelaskan Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Destinasi Wisata Watu Rumpuk Kabupaten Madiun. Keterbatasan yang ditemukan dilapangan adalah belum adanya SDM yang secara khusus dalam mengelola Promosi Destinasi Wisata Watu Rumpuk Kabupaten Madiun. Strategi promosi yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Destinasi Wisata Watu Rumpuk adalah pengelola menggunakan bauran promosi (*Promosion mix*) antara lain yaitu *advertising*, *sales promotion*, *public relation*, *personal selling*, dan *direct marketing*.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berperan, baik secara langsung maupun tidak langsung mewujudkan skripsi ini.

Ucapan trimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya secara tulus ikhlas penulis ucapkan kepada :

1. Bapak Drs. Prihatno., M.M selaku penguji utama yang telah memberi kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.

2. Bapak Arif Dwi Saputra, SS., M.M selaku pembimbing I yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Hary Hermawan, S.Par., M.M selaku pembimbing II yang telah arif dan bijaksana memberikan bimbingan, pengarahan, serta petunjuk-petunjuk pada penulisan skripsi ini .
4. Bapak Arif Dwi Saputra, SS., M.M selaku Ketua Jurusan Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan dan dukungan terhadap penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Purwadi., S.H selaku Penasehat Destinasi Wisata Watu Rumpuk Kabupaten Madiun yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian.
6. Para responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk menyampaikan berbagai informasi dan mengisi angket penelitian

Skripsi ini penulis akui masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis harap kepada para pembaca untuk memberikan masukan-masukan yang bersifat membangun untuk memberikan masukan-masukan yang bersifat membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Akhir kata, penulis sampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penyusun skripsi ini dari awal sampai akhir. Semoga Allah SWT santiasa meridhoi segala usaha kita, *Amin amin yaa rabbal'alamin*.

Yogyakarta, 15 Juli 2020

Penulis

Meryda Lady Raraninggar

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN BERITA ACARA	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	8
1. Pariwisata	8
a. Pengertian Pariwisata	8
b. Jenis-Jenis Pariwisata	9
c. Ciri-Ciri Pariwisata.....	11
2. Wisatawan	13
3. Destinasi Pariwisata.....	14
4. Strategi Pemasaran	15
5. Strategi	15

6. Promosi.....	16
7. Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	16
8. Analisis SWOT.....	24
B. Kerangka Pemikiran Teoritik	25
C. Penelitian Terdahulu.....	26

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian	31
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
C. Teknik Cuplikan	32
D. Sumber Data	32
E. Teknik Pengumpulan Data	33
F. Keabsahan Data	37
G. Metode Analisis Data	40
H. Alur Penelitian.....	47
I. Jadwal Penelitian	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Destinasi Wisata Watu Rumpuk	49
1. Sejarah Destinasi Wisata Watu Rumpuk.....	49
2. Struktur Organisasi Destinasi Wisata Watu Rumpuk.....	51
3. Atraksi Destinasi Wisata Watu Rumpuk.....	57
4. Amenitas Destinasi Wisata Watu Rumpuk	65
5. Aksesibilitas Destinasi Wisata Watu Rumpuk	66
6. Data Pengunjung Destinasi Wisata Watu Rumpuk	68
B. Hasil Pembahasan.....	69
C. Pembahasan Analisis IFAS dan EFAS	81
D. Pembahasan Analisis Matriks SWOT	90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	102
B. Saran	106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Matriks SWOT	43
Tabel 3.2	Jadwal Penelitian.....	48
Tabel 4.1	Data Pengunjung Destinasi Wisata Watu Rumpuk.....	68
Tabel 4.2	Analisis Faktor Internal (IFAS)	81
Tabel 4.3	Analisis Faktor Eksternal (EFAS).....	82
Tabel 4.4	Perhitungan Bobot.....	83
Tabel 4.5	Perhitungan Rating.....	84
Tabel 4.6	<i>Internal Factor Analysis Summary (IFAS)</i>	85
Tabel 4.7	<i>External Factor Analysis Summary (EFAS)</i>	87
Tabel 4.8	Matriks SWOT	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Teoritik	25
Gambar 3.1	Analisis SWOT	45
Gambar 3.2	Alur Penelitian.....	47
Gambar 4.1	Papan Petunjuk Destinasi Wisata Watu Rumpuk	50
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Destinasi Wisata Watu Rumpuk	51
Gambar 4.3	Spot Foto Destinasi Wisata Watu Rumpuk.....	57
Gambar 4.4	Pendakian Tapak Bimo	58
Gambar 4.5	<i>Flying Fox</i>	59
Gambar 4.6	<i>Out Bond</i>	60
Gambar 4.7	Bumi Perkemahan	61
Gambar 4.8	Sepeda Udara.....	62
Gambar 4.9	Kampung Olahan Coklat.....	63
Gambar 4.10	Seni Pencak Silat.....	64
Gambar 4.11	Amenitas Destinasi Wisata Watu Rumpuk	65
Gambar 4.12	Aksesibilitas Destinasi Wisata Watu Rumpuk.....	66
Gambar 4.13	Brosur Destinasi Wisata Watu Rumpuk.....	71
Gambar 4.14	Diagram Analisis SWOT	89

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 2 Pedoman Wawancara
- Lampiran 3 Hasil Wawancara
- Lampiran 4 Surat Pengantar Kuisisioner
- Lampiran 4 Kuisisioner Riset SWOT
- Lampiran 6 Lembar Bimbingan Skripsi

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Destinasi Wisata Watu Rumpuk Kabupaten Madiun yang menarik untuk diteliti, karena strategi promosi merupakan variabel khusus pemasaran untuk menarik perhatian wisatawan potensial ke destinasi tertentu dan menikmati berbagai kegiatan yang direncanakan dalam pariwisata. Fokus masalah yang diambil oleh peneliti yaitu bagaimana strategi promosi yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Destinasi Wisata Watu Rumpuk Kabupaten Madiun.

Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Destinasi Wisata Watu Rumpuk Kabupaten Madiun. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan analisis SWOT melalui beberapa teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, kuisioner, dan studi literatur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa destinasi wisata watu rumpuk berada pada kuadran 3 pada analisis SWOT. Berarti dengan keadaan faktor ini menunjukkan keadaan destinasi wisata watu rumpuk menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak Destinasi Wisata Watu Rumpuk menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Kuadran 3 menghasilkan strategi *Weaknesses* dan *Opportunity* (WO) dimana strategi tercipta anatara lain membuat website khusus destinasi wisata watu rumpuk atau media sosial secara menarik yang berisikan tentang informasi terkait destinasi, membuat baliho atau *space* iklan yang berisikan tentang destinasi wisata watu rumpuk agar wisatawan tertarik untuk berkunjung, dan destinasi wisata watu rumpuk dalam melakukan strategi promosi harus lebih efektif misalnya menjalin kerjasama dengan pers untuk membantu mempromosikan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah perbedaan yang diteliti yaitu penelitian terdahulu lebih banyak menekankan pada strategi promosi dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan. sedangkan penelitian ini meneliti secara lebih menyeluruh mengenai strategi promosi yang dilakukan pengelola destinasi wisata watu rumpuk kabupaten madiun dalam meningkatkan kunjungan wisatawan menggunakan bauran promosi (*promotion mix*). Setelah menemukan bauran promosi peneliti menentukan SWOT.

Kata Kunci : Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan

ABSTRACT

This study examines the Promotion Strategy in Increasing Visit in Watu Rumpuk Tourism in Madiun District which is interesting to study, because the promotion strategy is a special variable to attract potential tourists' attention to certain destinations and enjoy various activities related to tourism. The focus of the problem taken by researchers is how the promotion strategy carried out by the manager in increasing tourist visits in the Watu Rumpuk Tourism Destination, Madiun Regency.

Promoting this research tries to study the promotion strategies undertaken by managers in increasing tourist arrivals in the Watu Rumpuk Tourism Destination, Madiun Regency. This research was conducted using qualitative descriptive methods and SWOT analysis through several data collection techniques namely observation, interviews, documentation, questionnaires, and literature studies.

The results showed the tourism destination was placed in quadrant 3 in the SWOT analysis. Means that this problem factor reports the situation of Watu Rumpuk tourism discussing a very large market, but on the other hand Watu Rumpuk Tourism Destination involves several parties or internal weaknesses. Quadrant 3 produces a Weakness and Opportunity (WO) strategy whereby a strategy is created while creating a website specifically for tourist destinations in a stack or interesting social media that contains information about the destination, making billboards or advertising space that contains tourist destinations in a stack. seeking to visit, and visiting tourism in the promotion strategy must be more effective in collaborating with the press to help encourage. The difference between this research and previous studies is research that enhances research on promotion that increases interest in tourist visits. While this research discusses the promotion carried out by the manager of the tourist destination of the Watu flats in Madiun Regency in increasing tourist visits using promotion mix. After finding the mix, the promotion finds SWOT.

Keywords : Strategy Promotion In Increasing The Number Of Tourist Visit

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata menjadi salah satu primadona bagi negara-negara dalam meningkatkan sumber pendapatannya diluar dari migas dan pajak. Sektor pariwisata saat ini telah menjadi aspek penting dalam kemajuan ekonomi suatu negara. Pariwisata menjadi pilihan utama dalam pengembangan wilayah. Perkembangan pariwisata telah mengalami banyak perubahan baik perubahan pola, bentuk atau sifat kegiatan perjalanan destinasi wisata, dan lain-lain. Pembangunan suatu daerah dapat membuka daya tarik wisata baru bagi para wisatawan, baik wisatawan asing maupun lokal. (<https://www.gatra.com/detail/news/173424-sektor-pariwisata-primadona-tingkatkan-pendapatan-negara>, diakses pada 10 November 2015).

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki keindahan alam dan tempat- tempat wisata yang dapat mendukung perkembangan pariwisata. Kondisi geografis Indonesia yang memiliki banyak pesona keindahan dan sumber daya alam memberikan peluang bagi pemerintah untuk menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan yang dapat berpengaruh dalam peningkatan pendapatan nasional. Keanekaragaman budaya juga menjadi salah satu daya tarik wisata kultural yang mampu mendorong keinginan wisatawan mancanegara untuk berwisata ke Indonesia. Potensi pariwisata

yang ada di Indonesia diharapkan dapat membantu negara dalam memajukan perekonomian. (<https://www.kompasiana.com/dykkaeddy/552e2f046ea83433188b45a2/surga-keindahan-alam-yang-menakjubkan-di-indonesia>, diakses pada 24 Juni 2015).

Dalam hal ini peran strategi promosi untuk perencanaan pariwisata sangat dibutuhkan. Perencanaan pariwisata menjadi penting karena fenomena pariwisata semakin kompleks, pariwisata semakin kompetitif dan promosi objek wisata semakin gencar dilakukan tidak hanya di Indonesia tetapi juga di negara lain, pariwisata mempengaruhi semua orang dalam komunitas tertentu. Semua yang terlibat dalam pariwisata perlu berpartisipasi dalam proses perencanaan pariwisata agar pariwisata di Indonesia dapat bersaing dengan negara-negara lain.

Menurut Hasan (2015:259), Promosi merupakan variabel khusus pemasaran untuk menarik perhatian wisatawan potensial ke destinasi tertentu dan menikmati berbagai kegiatan yang direncanakan dalam pariwisata. Dalam konteks bisnis promosi dimaknai untuk menginformasikan, membujuk, dan meningkatkan wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau *brand* yang dijual kepada calon wisatawan tentang produk yang ditawarkan dengan memberitahukan tempat-tempat dimana orang-orang dapat melihat atau melakukan pembelian pada waktu dan tempat yang tepat.

Potensi pariwisata di Indonesia yang sangat melimpah dapat mengangkat ekonomi negara apabila setiap objeknya dikelola dengan baik oleh pemerintah maupun pihak-pihak disekitar obyek wisata tersebut sehingga banyaknya kunjungan wisatawan akan berpengaruh pada naiknya devisa negara. Salah satunya adalah pariwisata yang ada di Kabupaten Madiun.

Kabupaten Madiun merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kabupaten Madiun memiliki beberapa destinasi wisata yang jarang diketahui oleh masyarakat salah satunya adalah Destinasi Wisata Watu Rumpuk yang berada di Desa Mendak, Kecamatan Dagangan, tepatnya di Morosowo, Kabupaten Madiun, Jawa Timur. (Peraturan Pemerintah No.52 Tahun 2010 tentang Susunan Organisasi Dan Tata Kerja Kepolisian Negara Republik Indonesia).

Destinasi Wisata Watu Rumpuk berdiri sejak tahun 2018, sebelumnya Destinasi Wisata Watu Rumpuk ini dulunya hanya hamparan semak hutan dengan tumpukan bongkahan batu balok-balok besar. Sebelum sukses mengelola wisata alam, para petani Desa Mendak setiap tahunnya mengandalkan pendapatannya dari bertani cengkeh, durian dan manggis. (<https://regional.kompas.com/read/2019/06/20/08310291/cerita-petanimadiun-suksesbangun-wisata-watu-rumpuk-setelah-cengkehmusnah?page=all>, diakses pada 20 Juni 2019).

Namun pada saat itu petani mengalami bencana paceklik menyusul punahnya habitat cengkeh yang menjadi pendapatan terbesar para petani. Hal ini membuat perekonomian para petani cengkeh menjadi terpuruk setelah tanaman cengkeh hampir semuanya terserang virus. Setelah adanya bencana paceklik itu para petani berkumpul untuk membuat cara ingin membangkitkan ekonomi masyarakat dengan potensi yang bisa digali di Desa Mendak. Setelah didiskusikan, potensi yang bisa dikembangkan yakni buah-buahan berupa durian dan manggis. Warga Desa Mendak tidak bisa hanya mengandalkan dari mengembangkan budidaya buah durian dan manggis. Sesudah terserang virus munculah ide untuk mengembangkan wisata alam, setidaknya ada 3 (tiga) tempat wisata yang dikembangkan yakni Air Terjun Jangu, Bukit Gelar dan Watu Rumpuk. Karena anggaran terbatas, warga sepakat mengembangkan pariwisata di Watu Rumpuk dengan modal awal hanya empat puluh juta rupiah pada tahun 2017.

Setelah satu tahun beroperasi, Wisata Watu Rumpuk bisa memberikan pendapatan kas pemerintah desa sebulannya delapan juta rupiah. Pendapatan tersebut didapatkan dari biaya tiket masuk yang jumlah pengunjungnya mencapai seribuan orang setiap harinya, dari pendapatan yang masuk ke desa tersebut, kemudian diputar untuk pengembangan lagi sehingga pembangunan wisatanya terus berjalan.

Sukses dalam membangun Destinasi Wisata Watu Rumpuk yang berada di lereng Gunung Wilis di Kecamatan Dagangan ini, Destinasi Wisata ini berhasil terpilih sebagai juara terbaik ketiga atas katagori daya tarik wisata alam dalam ajang Anugrah Wisata Jawa Timur (AWJ) tahun 2018.

Untuk lebih meningkatkan kunjungan Destinasi Wisata Watu Rumpuk ini, maka promosi menjadi sangat penting dilakukan agar destinasi wisata dapat dikenal. Tanpa promosi yang efektif maka Destinasi Wisata Watu Rumpuk tidak dapat dikenal, sehingga tingkat kunjungan wisatawan pasti akan semakin rendah.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, perlu adanya kajian untuk menelusuri dan memahami strategi promosi yang tepat di Destinasi Wisata Watu Rumpuk, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Destinasi Wisata Watu Rumpuk Kabupaten Madiun”

B. Fokus Masalah

Agar pembahasan tidak terlalu meluas maka masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini dibatasi pada strategi Promosi Destinasi Wisata Watu Rumpuk Kabupaten Madiun dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan pertanyaan sebagai berikut “Bagaimana strategi promosi yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Destinasi Wisata Watu Rumpuk Kabupaten Madiun ?”.

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus masalah yang telah disebutkan, maka penelitian ini mempunyai tujuan yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Destinasi Wisata Watu Rumpuk Kabupaten Madiun.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna sebagai sarana dalam menerapkan ilmu yang diperoleh dalam perkuliahan dan menembah wawasan yang berkaitan atau berhubungan dengan hasil penelitian.

2. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai landasan awal untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan strategi promosi yang diperlukan pada suatu destinasi wisata.

3. Bagi STP AMPTA Yogyakarta

Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah daftar kepustakaan STP AMPTA Yogyakarta mengenai strategi promosi yang diperlukan pada suatu destinasi wisata.

4. Bagi Destinasi Wisata Watu Rumpuk

Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dan pedoman dalam pelaksanaan kegiatan promosi di Destinasi Wisata Watu Rumpuk dalam peningkatan kunjungan wisatawan.