

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Strategi Promosi Dinas Pariwisata Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta menggunakan beberapa langkah strategis yaitu perencanaan, pelaksanaan serta evaluasi. Proses perencanaan yang Dinpar DIY lakukan meliputi: Menentukan sasaran, menentukan tujuan, merancang pesan, memilih media pelaksana hingga mengalokasikan total anggaran promosi yang didapatkan.

Pada pelaksanaan strategi promosi periode 2015, Dinpar DIY menggunakan tujuh bauran promosi sebagai media pelaksana kegiatan promosi. Ketujuh bauran promosi tersebut ialah Periklanan(*advertising*), *Event and Experience*, Hubungan Masyarakat(*Public Relations*) dan Publisitas, Pemasaran Langsung, Informasi dari Mulut ke Mulut(*word of mouth*), Penjualan Perseorangan dan *Sale Support*. Sedangkan pada evaluasi, terdapat dua rapat evaluasi yang dijalankan oleh Seksi Promosi Dinpar DIY pertama, pasca kegiatan promosi dilaksanakan atau evaluasi perkegiatan dan yang kedua, setelah satu tahun melaksanakan strategi promosi atau evaluasi tahunan.

Berdasarkan dari seluruh strategi promosi yang dijalankan, dapat disimpulkan bahwa pencapaian target yang Dinpar DIY tetapkan sudah maksimal yaitu dengan menargetkan capaian kunjungan untuk 2017 pada tahun 2012 namun dapat dicapai pada tahun 2015. Meski pencapaian target sudah maksimal bauran promosi atau media promosi yang mereka gunakan belum

optimal khususnya pada elemen Periklanan. Dinpar DIY terlalu memfokuskan konten atau materi periklanan tersebut pada wisata umum saja seperti destinasi-destinasi yang DIY miliki, sedangkan terdapat *event-event* promosi yang juga perlu untuk dikomunikasikan kepada para calon wisman yang mana dampaknya akan turut menyukseskan *event* tersebut serta lebih mengoptimalkan tujuan strategi promosi yang telah mereka tetapkan. Selain itu evaluasi yang dilakukan Dinpar DIY dengan hanya meminta pendapat penonton dan pihak-pihak terkait serta melihat jumlah wisman yang berkunjung pada setiap tahunnya kurang efektif untuk dijadikan barometer efektifitas promosi yang telah dilakukan.

Faktor pendukung Dinpar DIY dalam menjalankan strategi promosi ialah dana anggaran yang didapatkan dari APBD Pemerintah Provinsi DIY serta sumber dana lain yaitu Dana Keistimewaan yang sejak tahun 2013 diberikan oleh Gubernur Provinsi DIY kepada Dinpar DIY secara rutin setiap tahunnya. Faktor pendukung lain ialah keterlibatan beberapa pihak terkait pada pelaksanaan kegiatan-kegiatan promosi dari mulai lima kabupaten dan kota dengan dinas dan bidang yang sama, *travel agent*, *event organizer* hingga seniman-seniman yang berasal dari dalam ataupun luar negeri. Sedangkan faktor penghambat Dinpar DIY dalam menjalankan strategi promosi sendiri berasal dari pelaksanaan kegiatan promosi yaitu kurangnya koordinasi pihak pelaksana kegiatan (Dinpar DIY) dengan pihak pemilik tempat dimana kegiatan tersebut akan diselenggarakan sehingga diperlukan tingkat keamanan yang tinggi dengan penjagaan yang ketat, terlebih untuk kegiatan-kegiatan

yang mendatangkan seniman-seniman terkenal ataupun artis ibu kota pada kegiatan tersebut. Selain menjadi faktor pendukung dana anggaran juga menjadi faktor penghambat pelaksanaan kegiatan promosi di dalam dan luar negeri dengan keterbatasan dana Dinpar DIY tidak dapat memenuhi semua undangan untuk mengikuti pameran promosi pariwisata di dalam dan luar negeri yang mereka dapatkan.

B. Saran

Setelah menyimpulkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, ada beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan sebagai masukan bagi strategi promosi Dinas Pariwisata Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, sebagai berikut:

1. Seksi Promosi Dinpar DIY dalam menetapkan sasaran untuk kegiatan promosi seharusnya dapat memfokuskan kepada satu sasaran saja sehingga memaksimalkan target promosi lainnya yaitu meningkatkan *Length of Stay* yang hingga kini belum dapat tercapai.
2. Mengingat pentingnya promosi bagi Yogyakarta maka dibutuhkan dana yang memadai untuk menjalankan promosi, diperlukannya rancangan baru yang mengikuti kebutuhan dari wisman tidak hanya melihat anggaran tahun sebelumnya sebagai acuan untuk melakukan promosi ditahun berikutnya.
3. Seksi Promosi Dinpar DIY perlu untuk memperluas konten atau materi yang ditayangkan atau dipublikasikan melalui media periklanan agar tidak hanya wisata umum yang menjadi materi media periklanan tersebut, Dinpar DIY juga dapat menjadikan *event-event* promosi pariwisata sebagai materi pada media periklanan untuk memperkenalkan *event-event* rutin yang selalu diselenggarakan pada setiap tahun.
4. Seksi Promosi Dinpar DIY perlu untuk memasang iklan pariwisata pada majalah-majalah yang berada di ruang tunggu bandara pesawat udara. Sehingga akan lebih memaksimalkan bauran promosi khususnya pada

media periklanan dan meningkatkan keinginan para calon wisman untuk berkunjung ke DIY.

5. Selain pada periklanan Seksi Promosi Dinpar DIY juga perlu untuk menspesifikasikan konten bahan-bahan promosi pada *event-event* rutin yang diselenggarakan oleh Dinpar DIY sehingga hal tersebut akan menambah ketertarikan para wisman untuk berkunjung ke Yogyakarta.
6. Dinpar DIY perlu *upgrade website* pariwisata yang dimiliki sekarang agar dapat berganti ke berbagai bahasa yang dimengerti wisman hal ini akan memudahkan wisman untuk dapat mengakses *website* tersebut serta akan membantu mereka untuk mencari informasi pariwisata Yogyakarta yang mereka perlukan.
7. Dinpar DIY sebaiknya memiliki aplikasi berbasis pariwisata seperti yang dimiliki Dinkeminfo DIY sehingga akan lebih mengoptimalkan Strategi Promosi yang dijalankan khususnya untuk wisman.
8. Seksi promosi Dinpar DIY sebaiknya memperbaiki proses evaluasi promosi dengan mengevaluasi beberapa hal yang penting seperti media-media yang belum menjadi pembahasan pada rapat evaluasi khususnya media periklanan dan juga pembuatan bahan-bahan promosi agar mencapai hasil yang optimal. Selain itu kepala seksi promosi selaku pimpinan pada strategi promosi Dinpar DIY perlu untuk terus-menerus memonitor kinerja atau bahkan merevisi strategi yang dijalankan mengikuti perubahan-perubahan kondisi wisatawan mancanegara.