

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penyajian dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul belum memiliki program khusus yang lengkap untuk Pantai Nglambor. Namun, secara keseluruhan program promosi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul sudah berjalan dengan baik karena telah mampu menarik minat kunjungan wisatawan yang dibuktikan dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang dibuktikan dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan (baik lokal maupun mancanegara) dari tahun ke tahun. Hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Nglambor mencapai 158.660 wisatawan dan mengalami peningkatan hingga 179.500 wisatawan. Pantai Nglambor dengan kekhasan yang telah disebutkan layak mendapat perhatian tak hanya dari segi promosi tetapi juga perbaikan fasilitas pariwisata. Strategi promosi yang dilakukan Dinas pariwisata melalui fasilitas-fasilitas promosi belum maksimal terutama memperkenalkan obyek wisata baru kepada masyarakat umum. Hal ini dikarenakan jumlah obyek wisata dan juga minimnya observasi pada obyek wisata terbaru. Strategi

promosi pariwisata seharusnya berkesinambungan dan terarah melalui perumusan target promosi yang jelas dan terukur. Proses perencanaan pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul terdiri dari tiga tahapan, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.

Perencanaan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul (untuk seluruh destinasi wisata) dilakukan setiap awal tahun pada rapat kerja anggaran. Proses perencanaan promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul sudah dilakukan dengan baik dan benar. Melalui analisis situasi yang dimaksud adalah analisis terhadap kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), kesempatan (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Hal ini dilakukan sebagai salah satu bentuk pemetaan obyek wisata Pantai Nglambor dalam dunia persaingan antar destinasi wisata di Kabupaten Gunungkidul. Pemetaan berdasarkan posisi SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*) dapat digunakan sebagai modal bersaing dengan kompetitor lain.

Pelaksanaan program promosi telah dilaksanakan Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul untuk seluruh destinasi wisata dilakukan setiap awal tahun pada rapat kerja anggaran. Proses perencanaan promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul sudah dilakukan dengan baik. Pelaksanaan program promosi telah dilaksanakan Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul sudah berjalan dengan baik namun pihak Dinas Pariwisata

Kabupaten Gunungkidul belum terlalu efektif dalam hal menentukan penganggaran program promosi. Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul dalam mempromosikan Pantai Nglambor yang siap bersaing dengan munculnya pantai- pantai lainnya, dimana obyek wisata Pantai Nglambor bisa lebih terkenal dan berkembang serta menjadi semakin populer.

Pada tahap ketiga selanjutnya yaitu tahap evaluasi telah dilakukan dengan baik yaitu dengan cara mengevaluasi hasil promosi, Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul menggunakan analisis secara eksternal dengan menghitung jumlah kunjungan dengan sistem *sampling*.

Dengan terus meningkatkan aspek- aspek yang baik yang telah dijalankan sambil melakukan perbaikan pada aspek yang masih mengalami kelemahan, maka sangat memungkinkan Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul dalam memperkenalkan obyek wisata Pantai Nglambor dalam mencapai sasaran dan tujuan yang akan datang.

Pantai Nglambor dengan kekhasan yang telah disebutkan layak mendapat perhatian tak hanya dari segi promosi tetapi juga perbaikan fasilitas pariwisata. Strategi promosi yang dilakukan Dinas pariwisata melalui fasilitas-fasilitas promosi belum maksimal terutama memperkenalkan obyek wisata baru kepada masyarakat umum. Hal ini dikarenakan jumlah obyek wisata dan juga minimnya observasi pada obyek wisata terbaru. Strategi

promosi pariwisata seharusnya berkesinambungan dan terarah melalui perumusan target promosi yang jelas dan terukur.

B. SARAN

Setelah melihat proses pelaksanaan strategi promosi yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul dalam memperkenalkan wisata di Kabupaten Gunungkidul maka peneliti memiliki beberapa saran seperti berikut ini :

1. Untuk Dinas Pariwisata

- a. Melihat pada keterbatasan dana/ anggaran promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul yang diberikan oleh pemerintah, Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul perlu inisiatif dalam mencari dana tambahan yaitu melalui *sponsorship* dan memperluas kerja sama yang baik dengan pihak- pihak yang terkait.
- b. Dalam upaya memudahkan wisatawan asing yang berkunjung ke Kabupaten Yogyakarta, Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul menerapkan strategi promosi khusus untuk masing- masing destinasi wisata dan memfasilitasi *website* dalam dua bahasa. *Website* resmi Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul pada dasarnya juga menyediakan beberapa fasilitas untuk menunjang kelancaran perjalanan para wisatawan.

2. Saran untuk penelitian selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan dapat menggunakan metode lain yaitu dengan metode kuantitatif dalam meneliti strategi promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi.