

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Dalam bidang pemasaran, strategi merupakan elemen dasar dari tercapainya tujuan promosi. Dalam menjalankan kegiatan promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara menggunakan tujuh langkah strategis seperti yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Tujuh langkah tersebut adalah mengidentifikasi audiens sasaran, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, memilih saluran komunikasi, mengalokasikan total anggaran promosi, pelaksanaan promosi, dan evaluasi.

Penerapan strategi promosi yang telah dijalankan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan ternyata belum mendapatkan hasil yang maksimal. Terbukti dengan semakin menurunnya jumlah pengunjung pada tahun 2008 yaitu sebanyak 68.932 pengunjung dari target yang ditetapkan sebesar 80.000 orang.

Berdasarkan dari seluruh strategi promosi yang dijalankan, dapat disimpulkan bahwa belum optimalnya strategi bauran promosi yang mereka gunakan khususnya elemen periklan. Dinas Pariwisata terlalu memfokuskan periklanannya pada pangsa pasar di luar Banjarnegara sedangkan perhatian terhadap pembentukan loyalitas masyarakat Banjarnegara masih kurang. Masih belum optimalnya penggunaan media-media periklanan khususnya *billboard*

serta kreatifitas iklan agar benar-benar menarik dan memberikan suasana baru bagi pengunjung menyebabkan belum mendapatkan hasil yang maksimal dari strategi promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara. Jika diperhatikan Dinas Pariwisata belum memiliki target audiens yang pasti, sehingga dalam pelaksanaan kegiatan promosi tidak maksimal. Kemudian evaluasi promosi yang hanya melihat dari jumlah pengunjung yang datang setiap tahun kurang efektif untuk mengukur efektifitas promosi yang telah dilakukan. Terakhir adalah masih kurangnya usaha-usaha strategis untuk menghadapi persaingan dengan obyek wisata lain baik itu dari segi promosi maupun inovasi produknya.

B. SARAN

Setelah menyimpulkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, ada beberapa saran yang dapat penulis sampaikan sebagai masukan bagi strategi promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara, sebagai berikut :

1. Dinas Pariwisata sebaiknya memperbanyak media luar ruang, seperti *billboard*, lebih banyak memasang spanduk atau menambah bentuk media luar ruang yang lain. Sehingga semakin banyaknya media luar ruang yang terpasang maka semakin banyak pula masyarakat atau orang yang mengetahuinya.

2. Mengingat pentingnya promosi bagi kelangsungan Dataran Tinggi Dieng maka dibutuhkan dana yang memadai untuk menjalankan promosi, jangan hanya melihat anggaran tahun sebelumnya sebagai acuan untuk melakukan promosi ditahun berikutnya.
3. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan harus melakukan inovasi baik produk maupun promosinya agar pengunjung tidak merasa jenuh untuk berkunjung ke Dataran Tinggi Dieng selain itu sebagai imbas adanya persaingan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan harus lebih memikirkan strategi persaingan.
4. Sebaiknya masyarakat juga tidak memandang sebelah mata terhadap obyek wisata Dieng, betapa banyak keunggulan yang ada di obyek wisata Dieng ini yang tentunya tidak dimiliki oleh obyek wisata lain, jangan mudah tergoda dengan munculnya obyek wisata baru sehingga membuat masyarakat berpaling.