

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Promosi Bidang Analisa Dan Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Menarik Minat Kunjungan Wisatawan Ke Kabupaten Pangandaran, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Periklanan

Tujuan periklanan yang dilakukan oleh Bidang Analisa Dan Pemasaran Pariwisata yaitu untuk memberikan informasi dan mengenalkan destinasi pariwisata kepada publik. Internet dipilih sebagai media periklanan, iklan dikemas menarik dengan menggunakan bentuk iklan *video*, memperhatikan pengambilan gambar & penyuntingan gambar, pesan yang disampaikan yaitu mengajak berwisata.

2. Penjualan (Perseorangan)

Penjualan perseorangan yang dilakukan oleh Bidang Analisa Dan Pemasaran Pariwisata yaitu dengan menyelenggarakan *event* seperti *event* besar rutin tahunan dan *event* kecil, pada saat pandemi menyelenggarakan *event online*, informasi mengenai *event* disampaikan melalui media *online* dan *offline*.

3. Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat yang dilakukan yaitu menjalin kerja sama yang baik antara instansi pemerintahan seperti DISKOMINFO Kabupaten Pangandaran, Humas Kabupaten Pangandaran, dan instansi pemerintahan yang menaungi pariwisata Kabupaten lain, dan melakukan kerja sama dengan *stakeholder* pariwisata seperti Generasi Pesona Indonesia, Mojang Jajaka Kabupaten Pangandaran, ASITA Kabupaten Pangandaran, dan PHRI Kabupaten Pangandaran. Melakukan publikasi pada *website* mengenai informasi destinasi pariwisata, *event*, yang dituangkan melalui tulisan atau artikel, serta mempublikasikan informasi penting seperti regulasi. Mengatasi opini negatif yaitu hoax dengan cara melakukan pendekatan, menyampaikan informasi yang jelas, bekerja sama dengan DISKOMINFO.

4. Pemasaran Langsung

Melakukan pemasaran langsung pada media sosial yaitu face book, Instagram, dan twitter dengan cara melakukan update setiap hari, berinteraksi dengan pengikut, memperhatikan konten destinasi wisata. Selain itu juga melakukan pemasaran langsung menggunakan grup WhatsApp yang anggotanya terdiri dari pihak Bidang Analisa Dan Pemasaran Pariwisata, agen travel, pemilik restoran, pemilik hotel, dan pengelola tempat wisata. Pesan berupa informasi destinasi pariwisata dan juga informasi terkini situasi di Kabupaten Pangandaran, serta terjadi interaksi antar sesama anggota grup.

5. Evaluasi

Evaluasi dilaksanakan tiga bulan dan satu minggu sekali, melibatkan Kepala Bidang, Ketua Seksi, dan *Staff*. Evaluasi meliputi target kerja, kualitas pelayanan, dan kinerja karyawan.

1.2 Saran

Adapun saran yang peneliti sampaikan baik itu bagi instansi terkait dan penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Saran Bagi Bidang Analisa Dan Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran

1. Apabila periklanan dilakukan melalui media internet akan lebih baik menggunakan *google ads* ataupun *ads face book* dan *Instagram* sehingga lebih banyak menjangkau publik. Akan lebih baik menyisihkan keuangan atau anggaran untuk melakukan periklanan melalui media offline seperti billboard sehingga menjangkau orang-orang yang tidak menggunakan media *online*,
2. Memberikan informasi terkini pada *website* sehingga orang-orang yang mengakses *website* DISPARBUD akan mendapatkan informasi terkini.
3. Dengan kondisi pandemi saat ini, mengadakan wisata virtual baik itu disajikan pada aplikasi, website, ataupun YouTube sehingga publik yang berlokasi sangat jauh di luar Kabupaten Pangandaran dapat mengakses atau berwisata secara langsung melihat kondisi destinasi wisata sehingga terasa lebih nyata

2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggali informasi yang lebih banyak sehingga penelitian lebih lengkap
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan lebih banyak referensi yang dapat menguatkan penelitian

Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan lebih baik lagi