

BAB V

KESIMPULAN & PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan oleh peneliti sebagaimana telah diuraikan dalam bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman meliputi strategi *Above the line* dan *Below the line* yaitu *Media Placement* berupa akun sosial media Instagram @wisatasleman, promosi di radio RRI, Kotaperak, StarJogja dan di TVRI. *Point of Sale Point of sales* yang meliputi pemberian *voucher*, *doorprize* dan hadiah dalam suatu acara, *marketing service* adalah *web* dan *sms broadcast*. *Marketing Event* berupa *event* dan pameran. *Media placemen* dan *marketing event* adalah yang paling bisa meningkatkan jumlah wisatawan, sedangkan *point of sales* dan *marketing service* belum mampu meningkatkan jumlah wisatawan di Kabupaten Sleman. Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman akan mengembangkan aplikasi untuk meningkatkan kualitas *marketing service*.

Dalam upaya mempromosikan guna menarik lebih banyak wisatawan yang berkunjung Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman berupaya meningkatkan daya tarik sesering mungkin mengadakan *event* hampir setiap bulan dan juga promosi media sosial. Promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata

Kabupaten Sleman adalah mengadakan kegiatan festival, *event*, pameran. Promosi melalui media elektronik tv, radio dan media cetak booklet, kalender, brosur, pamflet, baliho dll sebagai sarana promosi. Promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman yang dijadikan tolok ukur untuk mengukur dari hasil promosi dengan cara melihat jumlah kunjungan wisata dalam setiap tahunnya dan keberhasilan pelaksanaan promosi. Jumlah wisatawan Kabupaten Sleman pada tahun 2017 sebanyak 7.342.395 dan meningkat menjadi 7.934.831 wisatawan pada tahun 2018.

B. SARAN

Setelah menyimpulkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, ada beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan sebagai masukan bagi strategi promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman :

1. Dinas Pariwisata dan Bidang Pemasaran Kabupaten Sleman diharapkan dapat mengoptimalkan media internet sebagai media karena di era global sekarang internet merupakan sarana yang paling cepat dalam menyebarkan informasi pariwisata.
2. Mengingat sebuah anggaran itu penting dalam suatu kegiatan, maka sebaiknya Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman menambah anggaran dana untuk bidang pemasaran agar dapat menciptakan program strategi promosi yang lebih optimal.

3. Diperlukan inovasi seperti promosi pariwisata melalui media sosial dan kreatifitas dalam melakukan promosi pariwisata sehingga berbagai keunggulan wisata dapat ditonjolkan dan mampu menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke pariwisata Kabupaten Sleman.
4. Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dapat meningkatkan strategi *Point of sales* dengan cara yang lebih menarik minat wisatawan. Misalnya melalui pemberian hadiah yang lebih kreatif seperti pemberian *give away* dalam akun soial media Instagram.