

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Obyek Penelitian**

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung merupakan unsur pelaksana urusan pemerintahan daerah di bidang kebudayaan dan pariwisata. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dipimpin oleh Kepala Dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah, ada pun tugas-tugas yang Dinas Kebudayaan dan Pariwisata adalah :

1. Perumusan kebijakan bidang kebudayaan, pariwisata dan ekonomi kreatif;
2. Pelaksanaan kebijakan bidang kebudayaan, pariwisata dan ekonomi kreatif;
3. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan bidang kebudayaan, pariwisata dan ekonomi kreatif;
4. Pelaksanaan administrasi dinas;
5. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Susunan Organisasi Dinas terdiri dari:

1. Kepala Dinas;
2. Sekretariat, membawahi :
  - a. Sub Bagian Perencanaan;
  - b. Sub Bagian Keuangan;

- c. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian.
- 3. Bidang Nilai Budaya dan Kesenian, membawahi :
  - a. Seksi Penghayat Kepercayaan dan Tradisi;
  - b. Seksi Pembinaan Kesenian;
  - c. Seksi Usaha Hiburan dan Kelembagaan.
- 4. Bidang Sejarah dan Purbakala, membawahi :
  - a. Seksi Registrasi Cagar Budaya, Museum dan Purbakala;
  - b. Seksi Pelestarian Cagar Budaya, Museum dan Purbakala;
  - c. Seksi Sejarah.
- 5. Bidang Pemasaran Pariwisata, membawahi :
  - a. Seksi Promosi;
  - b. Seksi Pelayanan dan Informasi;
  - c. Seksi Kerjasama.
- 6. Bidang Pengembangan Pariwisata, membawahi :
  - a. Seksi Obyek dan Daya Tarik Wisata;
  - b. Seksi Industri dan Jasa;
  - c. Seksi Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Kepariwisataaan.
- 7. Bidang Ekonomi Kreatif, membawahi :
  - a. Seksi Ekonomi Kreatif Berbasis Media, Desain dan Iptek;
  - b. Seksi Ekonomi Kreatif Berbasis Seni Budaya;
  - c. Seksi Fasilitasi Ekonomi Kreatif.
- 8. Unit Pelaksana Teknis Dinas;

## 9. Kelompok Jabatan Fungsional.<sup>1</sup>

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung adalah sebuah lembaga teknis daerah yang merupakan unsur penunjang pemerintah Kabupaten Tulungagung yang dinaungi oleh Bupati melalui Sekretaris daerah, tugas utama DISBUDPAR adalah membantu Bupati Tulungagung dalam penyelenggaraan pemerintah di bidang Kebudayaan dan Pariwisata.

Nama Lembaga : Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata

Alamat : Jln. Soekarno Hatta No.01 Kompleks GOR  
Lembu Peteng Kabupaten Tulungagung.<sup>2</sup>

### 1. Letak Geografis

Letak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata berada di Jln. Soekarno Hatta No.01 Kompleks GOR Lembu Peteng Kabupaten Tulungagung.

### 2. Bidang Devisi

Dalam Dinas Kebudayaan dan Pariwisata ada Enam bidang yang dinaungi yaitu Sekretariat, bidang Nilai Budaya dan Kesenian, Bidang Sejarah dan Purbakala, Bidang Pengembangan Pariwisata, Bidang Pemasaran Pariwisata serta Bidang Ekonomi Kreatif yang didalamnya terdapat seksi-seksi yang bertugas menjalankan tupoksinya dengan baik dan maksimal untuk mewujudkan kabupaten Tulungagung menjadi lebih maju lagi. Struktur organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Tulungagung Nomor 20 Tahun 2016 tentang Tata Kerja Dinas Daerah Kabupaten Tulungagung dan dijabarkan

---

<sup>1</sup> Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 60 pasal 2-3 Tahun 2016

<sup>2</sup> Peraturan pemerintah daerah No. 20 tahun 2016, tentang pembentukan dan susunan perangkat daerah kabupaten tulungagung.

dalam peraturan Bupati Tulungagung No 60 Tahun 2016 tentang Kedudukan, susunan organisasi, Tugas dan Fungsi serta tata kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.<sup>3</sup>

## **B. Tugas Pokok Dan Fungsi Bidang Pemasaran**

### 1. Tugas

Bidang Pemasaran Pariwisata mempunyai tugas merencanakan, melaksanakan, monitoring dan evaluasi , dan mengoordinasikan pemasaran pariwisata, daya tarik wisata, destinasi, kawasan strategis pariwisata dan industri pariwisata di dalam dan luar negeri.

### 2. Fungsi

Dalam melaksanakan tugas Bidang Pemasaran Pariwisata mempunyai fungsi :

- a. Pengordinasian perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis, perencanaan program dan petunjuk teknis pemasaran pariwisata;
- b. Pengordinasian pelaksanaan kebijakan teknis promosi, pelayanan dan informasi serta kerjasama di dalam dan luar negeri;
- c. Pelaksanaan bimbingan umum, evaluasi dan pengawasan di bidang promosi, pelayanan dan informasi, serta kerjasam di dalam dan luar negeri;
- d. Pelaksanaan kerjasama di bidang promosi, pelayanan dan informasi, serta kerjasama di dalam dan luar negeri;

---

<sup>3</sup> Peraturan bupati No. 60 tahun 2016, tentang kedudukan, susunan organisasi, tugas dan fungsi serta tata kerja dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Tulungagung

- e. Pelaksanaan perumusan dan penyajian data kunjungan wisatawan dan analisa pasar pariwisata;
- f. Penyusunan laporan pertanggungjawaban atas pelaksanaan tugas; dan
- g. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Kepala Dinas terkait dengan tugas dan fungsinya.

Bidang Pemasaran Pariwisata sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dipimpin oleh Kepala Bidang yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas.

#### 1. Tugas Seksi Promosi

- a. Menyusun bahan perumusan kebijakanm teknis Seksi Promosi;
- b. Menyusun rencana, petunjuk teknis dan menyiapkan bahan rumusan pelaksanaan kebijakan promosi pariwisata;
- c. Melaksanakan pembinaan, monitoring, dan evaluasi promosi pariwisata;
- d. Melaksanakan promosi dan pemasaran pariwisata dalam dan luar negeri;
- e. Melaksanakan fasilitasi promosi bagi industri pariwisata;
- f. Menyusun laporan pertanggungjawaban atas pelaksanaan tugas; dan
- g. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang.

#### 2. Tugas Seksi Pelayanan dan Informasi

- a. Menyusun bahan perumusan kebijakan teknis Seksi Pelayanan dan Informasi;

- b. Menyusun rencana, petunjuk teknis dan rumusan pelaksanaan kebijakan pelayanan dan informasi pariwisata;
- c. Melaksanakan pembinaan, monitoring dan evaluasi pelayanan dan informasi pariwisata;
- d. Mengembangkan pusat informasi pariwisata;
- e. Mengumpulkan data kunjungan wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara;
- f. Melaksanakan survey potensi pasar wisata dalam maupun luar negeri;
- g. Melaksanakan survey profil dan persepsi wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara;
- h. Menyusun laporan pertanggungjawaban atas pelaksanaan tugas; dan
- i. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang.

### 3. Tugas Seksi Kerjasama

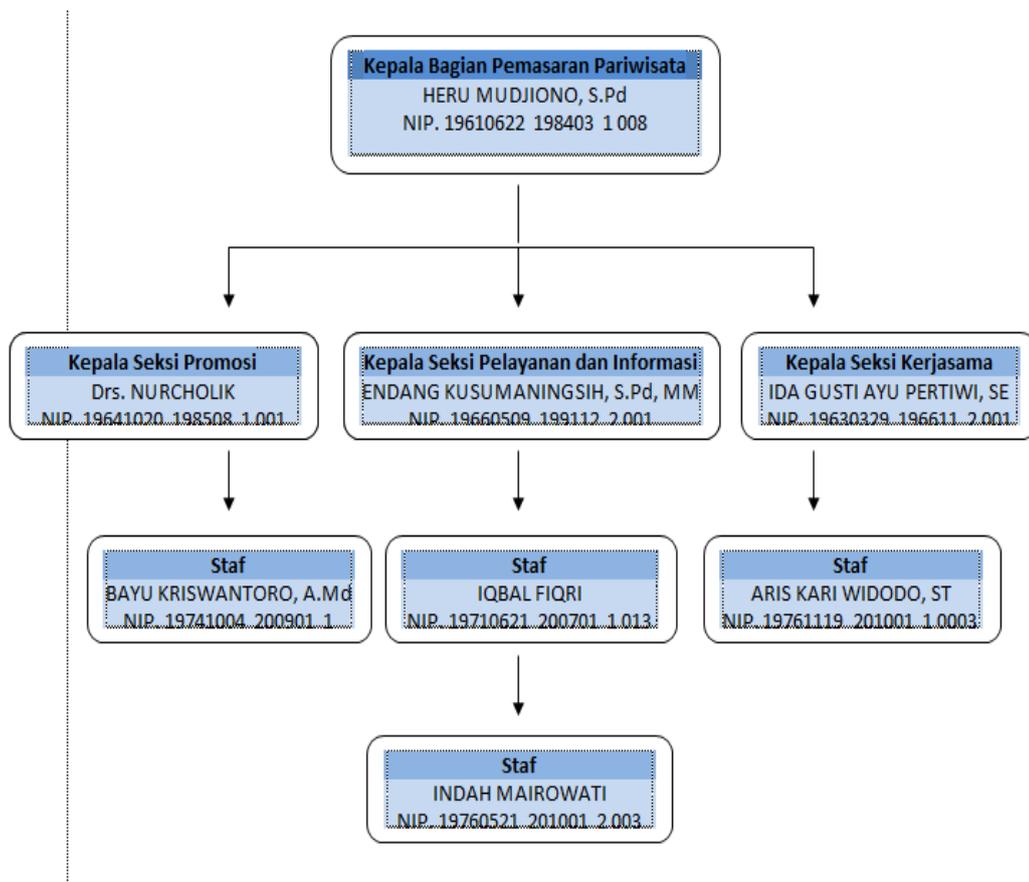
- a. Menyusun bahan perumusan kebijakan teknis Seksi Kerjasama;
- b. Menyusun rencana, petunjuk teknis dan rumusan pelaksanaan kebijakan kerjasama pariwisata;
- c. Melaksanakan pembinaan, monitoring dan evaluasi kerjasama pariwisata;
- d. Melaksanakan koordinasi dan kerjasama kepariwisataan dalam dan luar negeri;

- e. Menyusun laporan pertanggungjawaban atas pelaksanaan tugas; dan melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang.

### C. Struktur Organisasi Bidang Pemasaran

GAMBAR 4.1

Struktur Organisasi Bidang Pemasaran



#### **D. Sistem Pemasaran Wisata**

Kabupaten Tulungagung memiliki berbagai obyek wisata yang menarik untuk dikunjungi. Wisata di Tulungagung yang sangat beragam adalah salah satu alasan mengapa Tulungagung menarik untuk dikunjungi. Keanekaragaman wisatanya antara lain wisata sejarah, wisata alam, wisata buatan, wisata budaya dan wisata minat khusus. Pemerintah Daerah (Pemda) melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung melakukan berbagai langkah promosi wisata.

Menurut ibu Endang Kusumaningsih selaku kepala seksi pelayanan dan informasi bidang pemasaran pariwisata

“Kami memanfaatkan media sebagai salah satu strategi promosi wisata. Harapannya dengan beragam media tersebut bisa menjangkau semua orang baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Selain itu, sasaran promosi wisata juga ditujukan untuk pegawai dinas dan obyek wisata serta budaya yang ada di Kabupaten Tulungagung seperti menggunakan aplikasi, website dan bekerjasama dengan admin media sosial yang mengekspos wisata yang ada tulungagung”.<sup>4</sup>

Hampir sama dengan ibu Endang Kusumaningsih, bapak Iqbal Fikri selaku staf pelayanan dan informasi bidang pemasaran pariwisata

“Strategi promosi yang digunakan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisata yang sudah dilakukan sampai saat ini adalah membuat aplikasi yang bernama Tulungagung Tourism kemudian juga melakukan pendampingan admin media sosial yang sudah dengan sukarela mengunggah konten wisata yang ada di Tulungagung dan juga melakukan promosi dengan menggunakan brosur serta CD yang di bagikan pada saat pameran wisata yang dilakukan maupun di ikuti oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata”.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Hasil wawancara dengan ibu Endang Kusumaningsih selaku kepala seksi pelayanan dan informasi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 31 juli 2018 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

<sup>5</sup> Hasil wawancara dengan bapak Iqbal Fikri selaku staf pelayanan dan informasi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 31 juli 2018 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

Dengan menggunakan media dan bekerjasama dengan admin media sosial yang mengunggah informasi tentang wisata yang ada di Tulungagung akan meningkatkan jumlah kunjungan wisata ke berbagai destinasi wisata yang tersebar dan bermacam-macam yang ada di Tulungagung.

Begitupun dengan bapak Nucholik selaku kepala seksi bidang promosi bidang pemasaran pariwisata tidak jauh berbeda dengan pendapat bapak Iqbal Fikri

“Promosi wisata dengan menggunakan *website* yang sudah di buat oleh pihaknya serta menggunakan brosur dan CD yang di sebar melalui acara pameran yang diikuti serta yang diadakan sendiri oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Setelah itu melakukan kerjasama dengan pelaku usaha biro pariwisata sejawat timur yang tergabung dalam asosiasi Bursa Wisata Jatim (BWJ)”.<sup>6</sup>

Banyak cara yang dilakukan bidang pemasaran pariwisata, kemudian bapak Nurcholik juga mengatakan

“Strategi lain yang dilakukan adalah pembuatan media promosi wisata pada setiap destinasi pariwisata yang ada di Tulungagung seperti pembuatan tempat atau gambar yang biasa dibuat berfoto para wisatawan serta membangun gazebo dan memperbaiki fasilitas umum yang nantinya secara tidak langsung menambah daya tarik pada wisata tersebut dan membuat wisatawan ingin kembali lagi ke tempat wisata tersebut”.<sup>7</sup>

Strategi yang digunakan ini untuk meningkatkan nilai positif pada tempat wisata sehingga parawisatawan merasa puas dan senang telah mengunjungi wisata yang ada di Tulungagung. Kemudian bapak Nurcholik melanjutkan

---

<sup>6</sup> Hasil wawancara dengan bapak Nurcholik selaku kepala seksi promosi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 31 juli 2018 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

<sup>7</sup> Hasil wawancara dengan bapak Nurcholik selaku kepala seksi promosi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 31 juli 2018 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

“Kalo sasaran utama yang menjadi sasaran adalah wisatawan lokal kalau untuk wisatawan mancanegara promosi di lakukan langsung dari propinsi, saya juga mendapat informasi kalau ada paguyuban pemandu wisata Tulungagung yang baru saja mendatangkan turis dari Jerman pihak ketiga ini serta merta mendatangkan wisatawan dari Jerman tanpa bantuan dari pihak kita jadi mereka dengan sukarela melakukan hal tersebut”<sup>8</sup>

Dengan banyaknya pihak yang selalu mendukung secara langsung maupun tidak langsung Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sangat terbantu dalam hal pemasaran. Pihak dinas juga tidak tinggal diam mereka juga akan mengadakan pertemuan dengan pihak ketiga untuk membangun kerjasama untuk memajukan dan memasarkan wisata yang ada di Tulungagung. Tidak hanya itu bapak Nurcholik pun megatakan

“Bidang pemasaran pariwisata juga mengikuti pameran yang di adakan di Jogja. Kemudian memanfaatkan acara pameran ini semaksimal mungkin dengan menyebarkan dan menyediakan brosur serta CD tentang wisata yang ada di Tulungagung secara gratis. Bahkan *stand* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung mendapat juara 3 *stand* terbaik”.<sup>9</sup>

Dengan mendapatkan juara 3 *stand* terbaik di acara pameran di Jogja menunjukkan bahwa bidang pemasaran pariwisata bersungguh-sungguh dan melakukan yang terbaik untuk menyuguhkan dan menyebarkan informasi tentang wisata yang ada di Tulungagung. Kemudian bapak Nurcholik juga mengatakan.

“Bidang pemasaran pariwisata juga melakukan gelar atraksi wisata berupa gelar seni budaya tradisional dan modern yang di adakan di tempat-tempat

---

<sup>8</sup> Hasil wawancara dengan bapak Nurcholik selaku kepala seksi promosi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 31 juli 2018 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

<sup>9</sup> Hasil wawancara dengan bapak Nurcholik selaku kepala seksi promosi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 31 juli 2018 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

wisata yang ada di Tulungagung untuk tahun ini dilakukan di pesangrahan argowilis program ini akan dilakukan setiap tahunnya”<sup>10</sup>.

Dengan melakukan pagelaran seni budaya tradisional dan modern di tempat wisata banyak hal yang didapatkan yaitu meningkatnya jumlah kunjungan pada tempat wisata tersebut dan juga sebagai promosi tempat wisata serta kesenian budaya tradisional maupun modern yang dimiliki oleh Tulungagung.

#### **E. Kendala dan Cara Mengatasi Promosi Wisata**

Dalam melaksanakan kegiatan promosi wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung juga menemui beberapa kendala yang ada dilapangan maupun administrasi. Menurut ibu Endang Kusumaningsih selaku kepala seksi pelayanan dan informasi

“Kendala yang dialami pada saat ingin mempromosikan pariwisata secara besar-besaran yaitu minimnya dan yang dikeluarkan oleh APBD (anggaran pendapatan belanja daerah) semisal untuk memperbaiki website resmi yang dibuat oleh bidang pemasaran yang sampai sekarang belum dikeluarkan”<sup>11</sup>

Degan kendala seperti itu maka bidang pemasaran tidak bisa melakukan perbaikan atau peremajaan pada website resmi yang sudah mereka buat. Akibatnya bidang pemasaran harus mencari alternatif selain melakukan promosi dengan menggunakan website.

---

<sup>10</sup> Hasil wawancara dengan bapak Nurcholik selaku kepala seksi promosi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 31 juli 2018 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

<sup>11</sup> Hasil wawancara dengan ibu Endang Kusumaningsih selaku kepala seksi pelayanan dan informasi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 31 juli 2018 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

Berbeda pendapat mengenai kendala yang dialami, bapak Iqbal Fikri mengalami kendala yang berbeda ketika berada di lapangan

“Pada saat kegiatan promosi dilakukan tidak ada kendala yang serius yang dialami bidang pemasaran pariwisata, akan tetapi kendala yang saya temukan tentang fasilitas umum yang di setiap tempat wisata yang ada di Tulungagung seperti toilet, tempat dan akses jalan menuju ketempat wisata tersebut yang sering kali tidak memadai”.<sup>12</sup>

Dengan kendala tersebut bidang promosi hanya bisa mengusulkan saran karena bukan bagian dari bidang pemasaran untuk perihal fasilitas umum dan akses transportasi. Memang banyak wisata yang belum memiliki fasilitas yang memadai di setiap wisata yang ada di Tulungagung.

Kendala lain di temukan dari orang yang berbeda, bapak Nurcholik mengungkapkan kendala di rasakan pada saat melakukan promosi wisata

“Tenaga ahli untuk melakukan promosi di bidang internet belum ada, karena selama ini bidang pemasaran wisata melakukan kerjasama dalam membuat website dan melakukan hal yang bersifat internet serta untuk pemasaran di media sosial bidang pemasaran melakukan kerjasama dengan admin yang sudah melakukan sukarela membuat konten tentang wisata yang ada di Tulungagung”.<sup>13</sup>

Dengan tidak adanya tenaga ahli yang menangani website ataupun media sosial membuat bidang pemasaran membutuhkan banyak anggaran yang di gunakan untuk perbaikan ataupun peremajaan serta untuk melakukan pendampingan kepada admin media sosial juga di butuhkan uang yang lebih.

---

<sup>12</sup> Hasil wawancara dengan bapak Iqbal Fikri selaku staf pelayanan dan informasi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 31 juli 2018 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

<sup>13</sup> Hasil wawancara dengan bapak Nurcholik selaku kepala seksi promosi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 31 juli 2018 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

Banyaknya kendala yang bermacam-macam ini bidang pemasaran terus melakukan kegiatan promosi yang sudah di setujui serta dana yang sudah di keluarkan oleh pemerintah daerah untuk melaksanakan kegiatan promosi. Bidang pemasaran pariwisata terus melakukan kegiatan terbaiknya dengan mendukung agar jumlah kunjungan wisata bertambah. Adapun cara untuk mengatasi kendala diatas adalah sebagai berikut, ibu Endang Kusumaningsih mengatakan

“Cara mensisati website yang tidak bisa di gunakan karena tidak adanya dana yang turun untuk memperbaikinya adalah dengan mengalihkan promosi dari website ke brosur dan CD bahkan baliho untuk di pasang dan di sebarkan dengan cara mengalihkan ke dalam bentuk media cetak tetap bisa melakukan promosi wisata walaupun kemungkinan tersebar ke mancanegara sangat sedikit”<sup>14</sup>

Dengan menggunakan media cetak di rasa juga tidak kalah efektif dengan media internet tetapi lebih terbatas media cetak daripada media internet. Pendapat lain juga saya dapatkan dari orang yang berbeda, bapak Iqbal Fikri yang menemukan kendala di lapangan mengatakan

“kendala perihal fasilitas umum adalah tugas yang selalu ada setiap wisata baru yang di buka ataupun wisata baru di buat dan masalah ini sebenarnya bukan tanggungjawab bidang pemasaran pariwisata akan tetapi saya juga mengambil tindakan dengan melakukan usulan untuk melakukan pengembangan pada fasilitas wisata dan perbaikan akses jalan juga sekarang masih dalam proses pembangunan”.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Hasil wawancara dengan ibu Endang Kusumaningsih selaku kepala seksi pelayanan dan informasi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 31 juli 2018 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

<sup>15</sup> Hasil wawancara dengan bapak Iqbal Fikri selaku staf pelayanan dan informasi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 31 juli 2018 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

Pihak pemasaran pariwisata juga ikut merasa memiliki wisata yang ada di Tulungagung jadi apa yang sekiranya di butuhkan maka mereka juga ikut membantu memberi informasi dan usulan yang sekiranya cocok untuk meningkatkan fasilitas umum yang ada di wisata seluruh Kabupaten Tulungagung. Ada pendapat yang berbeda dari bapak Nurcholik yang mengatakan

“Upaya yang kami lakukan untuk mengatasi hambatan kegiatan promosi wisata adalah dengan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak/instansi dan lembaga baik negeri maupun swasta seperti Kelompok Sadar Wisata Kabupaten Tulungagung”<sup>16</sup>

Bekerjasama dengan pihak lain yang bersinggungan langsung maupun yang tidak langsung dengan promosi wisata yang ada di Tulungagung mulai dari pembuatan website pembuatan aplikasi bahkan pembuatan CD tentang profil wisata semua bekerjasama dengan pihak ketiga. Untuk pemasaran lewat media sosial juga melibatkan admin media sosial yang mengunggah informasi wisata yang ada di Tulungagung. Jadi dengan cara bekerjasama ini bidang pemasaran sangat dibantu untuk memasarkan destinasi wisata ke wisatawan lokal maupun luar negeri.

#### **F. Hasil Peningkatan Kunjungan Wisata dari Penerapan Strategi Promosi**

Dengan menggunakan strategi yang terus dilakukan oleh bidang pemasaran pariwisata pastilah membuahkan hasil secara menyeluruh karena juga banyak pihak yang diikutsertakan dalam hal promosi bahkan ada yang sukarela mempromosikan wisata yang ada di Tulungagung. Pihak pemasaran pariwisata terus mengadakan kerjasama merangkul semua pihak yang

---

<sup>16</sup> Hasil wawancara dengan bapak Nurcholik selaku kepala seksi promosi pada bidang pemasaran pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada tanggal 31 juli 2018 di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

bersangkutan langsung maupun yang tidak langsung kepada peningkatan jumlah kunjungan wisata. Adapun data jumlah kunjungan wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung

#### **Data Jumlah Kunjungan Wisata Kab.Tulungagung**

Tahun	Jumlah wisatawan
2015	218251
2016	442329
2017	728302

Sumber: data pengunjung daya tarik Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung 2015-2017

Dengan data tersebut dapat diketahui bahwa ada peningkatan pada setiap tahunnya. Hasil yang positif terus di dapatkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung berkat kerja keras seluruh pegawai yang ada dengan di bantu pihak swasta yang turut membantu mensukseskan promosi yang mengakibatkan meningkatnya jumlah kunjungan pada destinasi wisata yang ada di Tulungagung. Terus melakukan peningkatan kualitas wisata, strategi promosi dan membuka wisata baru akan memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisata yang ada di Tulungagung.