

BAB V

PEMBAHASAN

A. Strategi Promosi Wisata

Berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan, dapat diketahui strategi promosi wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung merumuskan langkah langkah yang ditempuh untuk mengelola promosi pariwisata yang ada di Kabupaten Tulungagung. Promosi merupakan sebagai satu paket kesatuan dengan *product*, *price* dan *place* dalam bauran pemasaran. Sehingga strategi promosi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung tersusun dalam Rencana Strategis (Renstra) sebagai rencana promosi jangka panjang dan Rencana Kerja (Renja) sebagai rencana promosi jangka pendek.

Renstra Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung difokuskan untuk pembentukan *image* yang baik tentang Kabupaten Tulungagung sekaligus sebagai promosi obyek wisata. Oleh karena itu, perlu adanya upaya pengembangan wisata dengan memanfaatkan kondisi geografis baik wisata alam, wisata budaya, wisata buatan maupun wisata minat khusus.

Selain itu, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung menyusun strategi promosi wisata melalui Renja (Rencana Kerja) Jangka Pendek. Rencana Kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung merupakan strategi jangka pendek melalui kegiatan

pengembangan pemasaran pariwisata, pengembangan kemitraan dan rehabilitasi dan pemeliharaan obyek wisata.

Sasaran promosi wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung adalah semua orang, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Bukan hanya itu, sasaran promosi wisata juga ditujukan untuk pegawai dinas dan obyek wisata serta budaya yang ada di Kabupaten Tulungagung, karena mempunyai peran penting dalam mendukung proses kegiatan dinas dalam mempromosikan obyek wisata yang ada di Kabupaten Tulungagung, sehingga perlu terbangun hubungan komunikasi yang positif, baik antara atasan dengan bawahan maupun dengan sesama pegawai.

Pentingnya mengetahui pihak-pihak yang menjadi sasaran promosi wisata ini adalah untuk menentukan sikap organisasi dan mempertimbangkan keputusan atau kebijakan yang perlu diambil agar dalam pencapaian tujuan organisasi tidak menemui hambatan yang berarti dan menghasilkan opini publik yang positif tanpa ada pihak yang merasa dirugikan.

Untuk dapat memberikan pelayanan dan pengalaman yang baik bagi wisatawan, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung melakukan pembinaan kepada masyarakat, khususnya masyarakat di sekitar obyek wisata. Dengan semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata akan semakin mendorong perekonomian dengan membuka lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar obyek wisata. Guna lebih mengefektifkan pembinaan tersebut, maka dibentuklah Kelompok Sadar Wisata. Dengan pembinaan yang baik dari Kelompok Sadar

Wisata diharapkan masyarakat dapat berperan mewujudkan Sapta Pesona, yang meliputi:

1. Aman, merupakan suatu keadaan atau kondisi lingkungan dan suasana, dimana seseorang merasa tenteram, tidak merasa takut, terlindungi jiwa raga dan termasuk harta miliknya dan barang-barangnya.
2. Tertib, merupakan kondisi dimana suasana yang teratur, rapi, dan pelayanan dilakukan secara baik, cepat dan tepat.
3. Bersih, merupakan kondisi dimana obyek dan lingkungan wisata bebas dari sampah, kotoran, corat-coret sehingga nyaman untuk dipandang.
4. Sejuk, merupakan kondisi yang diharapkan agar mahasiswa ikut menjaga lingkungan dengan hijau, segar dan alami sehingga menumbuhkan kenangan yang baik.
5. Indah, merupakan kondisi yang menampilkan suasana secara serasi, seperti letak tata ruang dan tata bentuk alami pada obyek wisata.
6. Ramah, merupakan sikap dan perilaku seseorang yang menunjukkan keakraban, sopan dan senang membantu khususnya kepada wisatawan.
7. Kenangan, merupakan kesan yang melekat pada ingatan dan perasaan seseorang yang disebabkan pengalaman yang diperolehnya di obyek wisata.

Dengan adanya Kelompok Sadar Wisata, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung mengharapkan adanya suatu komunikasi timbal balik dengan para pelaku wisata di Tulungagung, khususnya masyarakat di sekitar obyek wisata sehingga dapat terwujud keadaan seperti yang terdapat dalam Sapta Pesona.

Selain memberikan pembinaan terhadap masyarakat, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung melakukan kegiatan promosi wisata melalui media promosi. Media yang digunakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung dalam mempromosikan obyek wisatanya adalah dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan promosi dan pameran wisata bersama.

B. Kendala Promosi Wisata

Dalam menjalankan promosi wisata, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung mengalami beberapa kendala, yaitu obyek wisata belum ditata dan dikelola dengan baik, termasuk belum terpenuhinya sarana dan fasilitas bagi wisatawan seperti belum adanya transportasi umum ke sejumlah obyek wisata dan belum adanya penjaga keamanan di beberapa obyek wisata. Serta kendala lain yang dihadapi adalah belum adanya bagian khusus yang menangani masalah promosi wisata dan terbatasnya dana yang dianggarkan sehingga belum dapat memaksimalkan promosi wisata secara besar-besaran.

Oleh karena itu, sebuah organisasi harus membuat perencanaan dengan matang terkait dengan pelaksanaan fungsi sesuai di lingkup bidang kerjanya. Misalnya, dalam hal mempertimbangkan kondisi keuangan daerah maka program kegiatan yang dibuat oleh dinas harus jelas dan sistematis serta pelaksanaannya didasarkan pada prioritas kegiatan, termasuk juga dalam program pengembangan pemasarannya. Sehingga dana yang ada dapat teralokasikan secara efisien dan efektif.

C. Cara Mengatasi Kendala Promosi

Upaya untuk mengatasi hambatan tersebut adalah dengan menjalin kerjasama dengan Kelompok Sadar Wisata Kabupaten Tulungagung, kerjasama dengan pihak swasta, seperti paguyuban pemandu wisata Tulungagung dan asosiasi bursa wisata jatim (BWJ). Sedangkan faktor yang mendukung kegiatan promosi wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung adalah dengan adanya kerjasama yang baik antara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung dengan beberapa kabupaten atau kota antar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang ada di Jawa Timur serta jadwal pameran dan promosi wisata di dalam negeri yang sudah terjadwal. Oleh karena itu, hal-hal yang mendukung pelaksanaan strategi promosi wisata diharapkan dapat menjadi penentu keberhasilan dinas dalam menumbuh dan mengembangkan hubungan baik dengan publiknya.

Dengan berbagai cara yang ditempuh pemerintah daerah melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung untuk mengatasi berbagai hambatan yang timbul. Jumlah kunjungan wisatawan terus mengalami peningkatan secara signifikan dari tahun ke tahun. Berikut ini tabel rincian jumlah pengunjung obyek wisata di Kabupaten Tulungagung tahun 2015-2017 :

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

Dari tabel data tersebut diketahui bahwa ada peningkatan dari tahun ke tahun yang mengindikasikan berhasilnya strategi promosi yang telah dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung pada tahun 2015-2017. Peningkatan jumlah kunjungan wisata yang ada di Tulungagung pada tahun 2015 terdapat 218251 wisatawan yang berkunjung sedangkan pada tahun 2016 jumlah kunjungan mencapai 442329 wisatawan kemudian pada tahun 2017 jumlah kunjungan wisata 728302 wisatawan peningkatan secara terus menerus selama 3 tahun terakhir.

Data di atas menjadi bukti nyata bahwa strategi promosi yang diterapkan efektif untuk menjaring kunjungan wisatawan ke Kabupaten Tulungagung. Langkah ke depan pihaknya akan bekerja lebih keras untuk meningkatkan koordinasi dengan dinas lain, pemerintah daerah, serta *stakeholder* pariwisata terkait demi memperbaiki aspek infrastruktur, konektivitas, dan pelayanan. Hal ini karena tiga aspek ini berperan penting untuk meningkatkan kedatangan dan pergerakan wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara.