

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Promosi Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung)” ini ditulis Veny Eva Ridanti NIM 17402163125, pembimbing Dr. Sutopo, M. Pd.

Promosi berperan penting untuk meningkatkan daya tarik dan jumlah kunjungan wisatawan. Para pelaku wisata harus melakukan promosi yang kreatif dan inovatif untuk meningkatkan daya tarik wisatawan serta dapat menumbuhkan ekonomi masyarakat sekitar destinasi wisata. Peran pemerintah diharapkan mampu mengatasi masalah-masalah yang ada dalam kegiatan promosi tersebut. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung sudah melakukan semua strategi promosi pariwisata melalui berbagai media. Namun, untuk pelaksanaanya masih ada yang belum maksimal karena kendala anggaran dana yang tersedia.

Penelitian ini bertujuan untuk; 1) mendeskripsikan dan menganalisis strategi promosi pariwisata berbasis ekonomi kreatif yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan daya tarik wisatawan.; 2) menganalisis faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam promosi pariwisata; 3) mendeskripsikan tinjauan perspektif ekonomi islam tentang strategi promosi pariwisata.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya adalah deskriptif. Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahap-tahap reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini adalah 1) strategi promosi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung yaitu periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan. Media sosial merupakan promosi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik wisatawan. Promosi melalui event pariwisata seperti pameran pariwisata dan gelar atraksi pariwisata akan rutin dilaksanakan setiap tahunnya karena memiliki target untuk mendatangkan wisatawan dalam jumlah besar; 2) Faktor pendukung promosi wisata antara lain: dana anggaran yang tersedia, terjalinya hubungan yang harmonis para pelaku pariwisata, adanya inovasi-inovasi baru dan ekonomi kreatif masyarakat. Sedangkan, faktor penghambat promosi sebagai berikut: akses lokasi pariwisata yang kurang memadai, kurangnya kesadaran masyarakat untuk mengembangkan ekonomi kreatif destinasi pariwisata, kurangnya interaksi SDM pengelola pariwisata dan pokdarwis dengan para pengunjung, tingkat kebersihan sarana dan prasarana belum dikelola dengan baik; 3) Strategi promosi dalam tinjauan islam yang dilakukan tetaplah berpedoman pada nilai etika bisnis dan nilai kejujuran. Proses promosi destinasi wisata dalam pandangan agama adalah positif, karena dijalankan dengan cara yang baik untuk mencapai tujuan yang baik yaitu untuk kemaslahatan bersama.

Kata kunci: strategi promosi, ekonomi kreatif, daya tarik wisatawan.

ABSTRACT

Thesis entitled “Analisis Strategi Promosi Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung)” was written by Veny Eva Ridanti NIM 17402163125, and guided by Dr. Sutopo, M. Pd.

Promoting plays an important role in increasing the attractiveness and number of visitor. The administrator of tourism place have to do creative and innovative promotions to increase the attractiveness of visitors and to grow up the economy of local community. The role of the government is expected to be able to overcome those promoting problems. Department of Culture and Tourism Tulungagung has carried out all tourism promotion strategies through various media. However, the implementation was not maximum yet due to budget constraints on available funds.

Related on those problems above, this research aims to; 1) describe and analyze the strategy to promote tourism place based on creative economy carried out by Department of Culture and Tourism Tulungagung to increase the attractiveness of visitors; 2) analyze supporting and inhibiting factors in promoting tourism place; 3) describe a review from perspective of Islamic economic on strategic promoting tourism place.

This research is used descriptive qualitative approach. This research was conducted at Department of Culture and Tourism Tulungagung. Data sources used both primary and secondary data. Data collection is done by direct observation, interviews, and documentation. Data analysis was carried out through the stages of data reduction, data presentation and drawing conclusions.

The results of this research is; 1) strategy to promote tourism place carried out by the Department of Culture and Tourism Tulungagung named advertising, personal sales, sales promotions. Moreover, social media is an effective promoting strategy to increase visitors attractiveness. Promotion through tourism place events such as tourism exhibitions and the title of tourism attractions will be routinely carried out every year because it has a target to bring tourists in large numbers; 2) Supporting factors for tourism promotion include: available budget funds, the establishment of a harmonious relationship between the actors of tourism, the existence of new innovations and the creative economy of the community. Meanwhile, promotion inhibiting factors are as follows: inadequate access to tourism locations, lack of public awareness to develop the creative economy of tourism destinations, lack of interaction between tourism managers and Pokdarwis human resources with visitors, the level of cleanliness of facilities and infrastructure has not been well managed; 3) Promotional strategies that are carried out are still guided by the values of business ethics and honesty. The process of promoting tourist destinations in the view of religion is positive, because it is run in a good way to achieve a good goal that is for mutual benefit.

Keywords: promotion strategies, creative economy, visitors attractiveness.