

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Strategi periklanan yang dilakukan oleh dinas pariwisata kabupaten lombok Timur dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan adalah dengan menyebarkan brosur, baliho dan banner mengenai informasi pariwisata pemerintah kabupaten lombok Timur .
2. strategi public relation yang dilakukan oleh dinas pariwisata kabupaten lombok Timur dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan adalah mengikutsertakan masyarakat setempat dalam kegiatan/event tahunan pemerintah dengan menjalin kerjasama.
3. strategi promosi penjualan yang dilakukan oleh dinas pariwisata kabupaten lombok Timur dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan adalah memberikan hadiah kepada wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata sehingga memberikan kesan yang baik kepada wisatawan.
4. strategi penjualan tatap muka yang dilakukan oleh dinas pariwisata kabupaten lombok Timur dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan adalah menyelenggarakan seminar atau sosialisasi tentang potensi pariwisata kabupaten Lombok Timur dengan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak dalam penyelenggaraan event.

5. strategi pemasaran langsung yang dilakukan oleh dinas pariwisata kabupaten lombok Timur dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan adalah dengan menyajikan pameran disetiap acara untuk menarik minat kunjungan wisatawan secara langsung untuk menyaksikan
6. strategi promosi online yang dilakukan oleh dinas pariwisata kabupaten lombok Timur dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan adalah dengan meningkatkan kuantitas dan kualitas penyebaran informasi pariwisata melalui berbagi media sosial dan bekerjasama dengan media elektronik seperti televisi dan radio.

5.2 Saran

1. Pada penelitian ini hanya meneliti tentang variabel strategi promosi penjualan dan pemasaran online untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain agar hasil penelitian dapat bervariasi dan dapat dibandingkan.
2. Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah dinas pariwisata kabupaten lombok Timur , diharapkan bagi peneliti selanjutnya meneliti dinas pariwisata daerah lain, agar penelitian lebih bervariasi dan dapat dibandingkan.

DAFTAR PUSTAKA

- A Yoeti, Oka. 2014. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung. Angkasa.
- Angipora. Marius. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi kedua. Jakarta. Raja Grafinda
- Arikunto, S. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Timur. 2017. Kabupaten Lombok Timur
Dalam Angka, Selong, BPS Kabupaten Lombok Timur.
- David, Fred R. 2006. Manajemen Strategis : Konsep. Edisi Sepuluh. Jakarta :
Salemba Empat
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 2016, Buku Panduan Penyuluhan Sadar Wisata
dan Sapta Pesona, Lombok Timur, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
Kabupaten Lombok Timur
- Giffari, Nur Ahmad. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempromosikan
Pariwisata di Kabupaten Lombok Timur. Malang: Universitas Muhammadiyah
Malang
- Gunawan, Imam. 2014. Metode Penelitian Kualitatif. Teori dan Praktik. Jakarta:
Bumi Aksara

Hilna, 2012, Strategi Humas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Terhadap Pengembangan Pariwisata Pantai Marina Di Desa Korong Batu, Kecamatan Pa'jukukang, Kabupaten Bantaeng, Makassar: UIN ALAUDIN Makassar

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT INDEKS

Moleong, Lexy. (2014), *Metodologi Penelitian Kaulitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Prastiani, Novita. 2019. Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Tirta Sinongko Oleh Pemerintah Desa Pokak, Ceper Dalam Menarik Wisatawan. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Ratnasari, Yusniar Dwi. 2016. Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pantai Tirta Samudra. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.

Rismayadi, Toni. 2016. Aktivitas Promosi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Lombok Barat Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisata. Makassar: Universitas Hasanuddin Makassar.

Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suryanto. 2015. Pengantar Ilmu Komunikasi 1. Bandung: CV Pustaka Setia

Swastha, Basu DH. 1998. Asas-asas Marketing. Edisi 3. Yogyakarta. Liberty

Tjiptono, Fandy. 2002. Strategi Pemasaran, Cetakan Keenam. Yogyakarta: Andi
Offset

Winardi. 1992. *Promosi dan Reklame*. Bandung : Mandar Maju

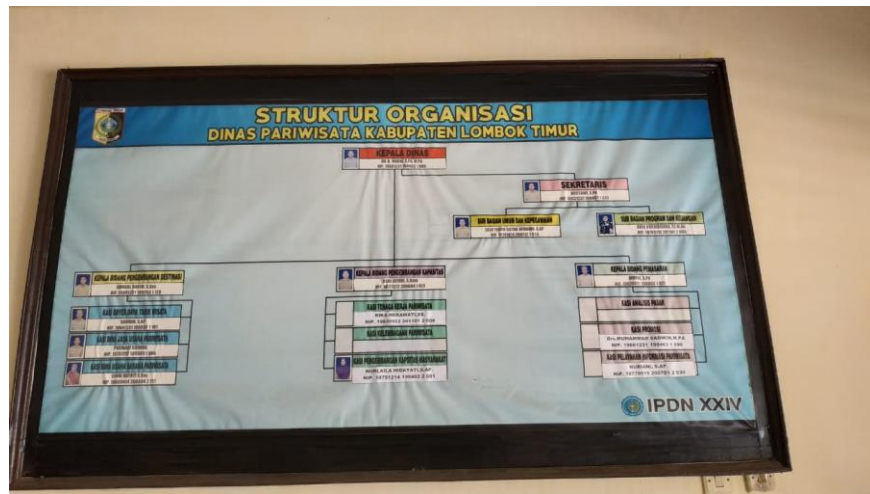
LAMPIRAN



(Wawancara dengan Kepala Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata kabupaten Lombok Timur Bapak Muhir)



(kantor dinas pariwisata bidang pemasaran kabupaten lombok timur)



(struktur organisasi dinas pariwisata kabupaten lombok timur)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **MUHAMMAD HADI SIRRY**
NIM : 216120043
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : *"Strategi Promosi Dan Pemasaran Online Yang Di Lakukan Dinas Kebudayaan Dan Parawisata Lombok Timur Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Lombok Timur".*

KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DI UJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3.75	7.50	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3.75	7.50	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3.75	7.50	
4	Metodologi	3	3.75	11.25	
5	Penyajian Data	3	3.75	11.25	
6	Analisa Data	4	3.75	15.00	
7	Kesimpulan	2	3.75	7.50	
8	Konsistensi Bahasan	3	3.75	11.25	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
Jumlah		25			

TOTAL BN
IP -----

Mataram, 06 Agustus 2020
Penguji Utama,

Drs. H. Abdurrahman, MM
NIDN. 0804116101



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **MUHAMMAD HADI SIRRY**
NIM : 216120043
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : *"Strategi Promosi Dan Pemasaran Online Yang Di Lakukan Dinas Kebudayaan Dan Parawisata Lombok Timur Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Lombok Timur".*

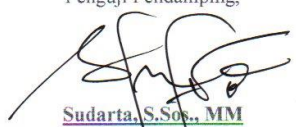
KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DI UJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,5	7	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,5	7	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,5	7	
4	Metodologi	3	3,5	10,5	
5	Penyajian Data	3	3,5	10,5	
6	Analisa Data	4	3,5	14	
7	Kesimpulan	2	3,5	7	
8	Konsistensi Bahasan	3	A	12	
9	Bahasa	2	3,5	7	
10	Sikap	2	3,5	7	
Jumlah		25		91,5	

TOTAL BN
IP

TOTAL B

Mataram, 06 Agustus 2020
Penguji Pendamping,


Sudarta, S.Sos., MM
NIDN. 0802048008



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : MUHAMMAD HADI SIRRY
NIM : 216120043
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : "Strategi Promosi Dan Pemasaran Online Yang Di Lakukan Dinas Kebudayaan Dan Parawisata Lombok Timur Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Lombok Timur".

KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DI UJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,5	7	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,5	7	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,5	7	
4	Met odologi	3	3,5	10,5	
5	Penyajian Data	3	3,5	10,5	
6	Analisa Data	4	3,5	14	
7	Kesimpulan	2	3,5	7	
8	Konsistensi Bahasan	3	3,5	10,5	
9	Bahasa	2	3,5	7	
10	Sikap	2	3,5	7	
Jumlah		25		87,5	

TOTAL BN 87,5
IP ----- 3,5
TOTAL B 25

Mataram, 06 Agustus 2020
Penguji Netral,


Baiq Reinelda Tri yunarni, S.E., M.Ak
NIDN. 0807058301



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

BERITA - ACARA

Pada hari ini **Kamis** Tanggal **Enam** Bulan **Agustus** Tahun **2020** pukul **09.30 Wita** telah diselenggarakan **Ujian Skripsi** bertempat di Ruang Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram dan dinyatakan **LULUS / TIDAK LULUS** dengan predikat **CUKUP / MEMUASKAN / SANGAT MEMUASKAN / CUM LAUDE**, Mahasiswa :

Nama : **MUHAMMAD HADI SIRRY**
 NIM : **216120043**
 Jurusan : **Administrasi**
 Program Studi : **Administrasi Bisnis**
 Konsentrasi : **ENTERPRENEUR**
 Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram**
 Judul Skripsi : **"Strategi Promosi Dan Pemasaran Online Yang Di Lakukan Dinas Kebudayaan Dan Parawisata Lombok Timur Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Lombok Timur".**

Rekap Nilai dari masing-masing Team Penguji sebagai berikut :

No	Nama Team Penguji Skripsi	Jabatan	IP Yg Diberikan
1	Drs. H. Abdurrahman,MM NIDN. 0804116101	PU	8,75
2	Sudarta, S.Sos., MM NIDN. 0802048008	PP	3,64
3	Baiq Reinelda Tri yunarni, S.E., M.Ak NIDN. 0807058301	PN	3,5
TOTAL			10,89

Jumlah IP
 AI IP
 Jmlh Penguji

8,75 **3,63**

Mataram, 06 Agustus 2020

TEAM PENGUJI SKRIPSI

Penguji Utama,	Penguji Pendamping,	Penguji Netral,
 Drs. H. Abdurrahman,MM NIDN. 0804116101	 Sudarta, S.Sos., MM NIDN. 0802048008	 Baiq Reinelda Tri yunarni, S.E., M.Ak NIDN. 0807058301



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 1 Tlp.639180-0633723 Mataram

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : MUHAMMAD HADI SIRRY
NIM : 216120043
Konsentrasi : Ilmu Administrasi Bisnis
Dosen Pembimbing I : Drs. H.Abdurahman M.M
Judul Skripsi : "Strategi Promosi Dan Pemasaran Online Yang Di Lakukan Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Lombok Timur Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Lombok Timur".

No	Hari dan Tanggal		Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
	Masuk	Keluar		
1		20.10	Tambahan buku 3 kasil wawancara : C. Mis. Foto ketika diskusi, wawancara 20.10.20	
2				
3				
4				
5				

Mataram, 23-07-2020

Mengetahui,

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Ketua

Lalu Hendra Maniza, S.Sos, MM

NIDN : 082810404

Dosen Pembimbing I

Drs. H.Abdurahman M.M

NIDN. 0804116101



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 1 Tlp. 639180-0633723 Mataram

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : MUHAMMAD HADI SIRRY
NIM : 216120043
Konsentrasi : Ilmu Administrasi Bisnis
Dosen Pembimbing II: Sudarta, S.sos., M.M
Judul Skripsi : "Strategi Promosi Dan Pemasaran Online Yang Di Lakukan Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Lombok Timur Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Lombok timur)".

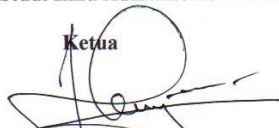
No	Hari dan Tanggal		Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
	Keluar	Masuk		
1		02/07 ²⁰	ketika kan ada ke 880000	f
2	08/07 ²⁰	14/07 ²⁰	lapor final	
3				
4				
5				

Mataram, 14 JULI 2020

Mengetahui,

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Dosen Pembimbing II

Ketua

Lalu Hendra Maniza, S.Sos, MM
NIDN : 082810404


Sudarta, S.sos., M.M
NIDN : 0804116101

**ONLINE PROMOTION AND MARKETING STRATEGIES DONE BY THE
EAST LOMBOK CULTURE AND TOURISM DEPARTMENT IN
INCREASING TOURIST VISITS IN EAST LOMBOK REGENCY
BY MUHAMMAD HADI SIRRY**

ABSTRACT

The East Lombok Regency Tourism Department, as the government as a supporter of the East Lombok tourism industry, is obliged to responsible for planning, development, regulations, and providing guidance to the tourism industry in the region as well as providing information about tourism in East Lombok Regency. Therefore, a strategic plan as a step to develop tourism potential in East Lombok district needs to be done, one of which is by compiling an online promotion and marketing strategy. This study aimed to determine the online promotion and marketing strategies done by the East Lombok Culture and Tourism department in increasing tourist visits in East Lombok Regency.

This study used descriptive research with a qualitative approach. The types of data used were primary data and secondary data. The source of the data was the 3P formula, namely person, paper, and place. Data collection methods used were in the form of observation, interview, and documentation. In this study, the qualitative analysis included three activities; they were data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

Based on the results of the research conducted, it is found that the advertising strategy is done by distributing brochures, billboards, and banners. The public relations strategy is done by involving the local community in the government's annual activities/events by establishing cooperation. A sales promotion strategy is by giving gifts to tourists visiting tourist attractions. Face-to-face sales strategies are carried out by holding seminars or socialization about the tourism potential of East Lombok Regency by collaborating with various parties in organizing events. Direct marketing strategy is by presenting exhibitions at every event. Online promotion strategy is through social media and working with electronic media such as television and radio. Furthermore, in the research, it is recommended that future studies need to examine other variables so that the research results can be varied and can be compared. It is hoped that the East Lombok Regency government will further improve the facilities and infrastructure in the tourist area of East Lombok Regency to increase tourist visits.

Keywords: Promotion Strategy, Online Marketing, Tourism

