

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada permasalahan yang telah dibahas dalam Bab I, khususnya poin pertanyaan penelitian, “Bagaimana Strategi Promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan, maka pembahasannya dapat penulis simpulkan sebagai berikut:

1. Strategi promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Lombok Tengah yang lebih menekankan pada periklanan dan melalui festival budaya salah satunya festival Bau Nyale yang merupakan Core Event Provinsi Nusa Tenggara Barat yang menjadikan startegi promosi sangat efektif.
2. Meningkatnya angka kunjungan wisatawan setiap tahunnya menunjukkan bahwa angka kunjungan wisata merupakan hasil dari strategi promosi selama satu tahun penuh, walaupun pada tahun 2018 dan 2019 terjadi penurunan karena di sebabkan oleh bencana alam yaitu gempa yang terjadi pada tahun 2018, data tersebut dapat dilihat pada tabel lampiran.

#### 5.2 Saran

Pelaksanaan Strategi Promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sudah banyak menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke obyek-obyek wisata serta menyaksikan tradisi tradisi yang ada di Lombok serta yang ada

di Kabupaten Lombok Tengah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis, maka penulis memiliki beberapa saran diantaranya :

1. Menerapkan strategi promosi pendukung selain periklanan, seperti personal selling, promosi penjualan dan memanfaatkan Humas agar memaksimalkan kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah maupun Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat.
2. Melakukan evaluasi disetiap kegiatan-kegiatan jika mengadakan Festival Budaya yang salah satunya Festival Bau Nyale sehingga akan diketahui data jumlah pengunjung secara detail khusus di kegiatan Festival Bau Nyale itu sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung:Pustaka Setia.
- Abdurrahman , Nana Herdianadan Achamd Sanusi. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: CV Pustaka Setia.
- Any, Noor.(2009). *Management Event*. Bandung: Alfabeta.
- Belch, George E. & Michael A. Belch. (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. 10th edition. Boston: McGraw-Hill Irwin.
- Boyd Harper W, Walker Orville C, Larreche Jean-Claude.(2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- E. Kennedy, John. (2009). *Manajemen Even*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Iriantara, Yosol. (2005). *Media Relations: Konsep, Pendekatan, Dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ismayanti. (2010) .*Pengantar Pariwisata*. Jakarta : Grasindo (Diakses dari <https://books.google.co.id/books?id=Kzxaq1D5RcC&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false> (Sabtu, 18 Januari 2020)
- Jalaluddin Rakhmat. (2001). *Psikologi komunikasi edisi revisi*.Bandung: PT remaja rosdakarya.
- Kasali, Rhenald. (1992). *Manajemen Periklanan Konsep dan aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Prenhallindo, Jakarta

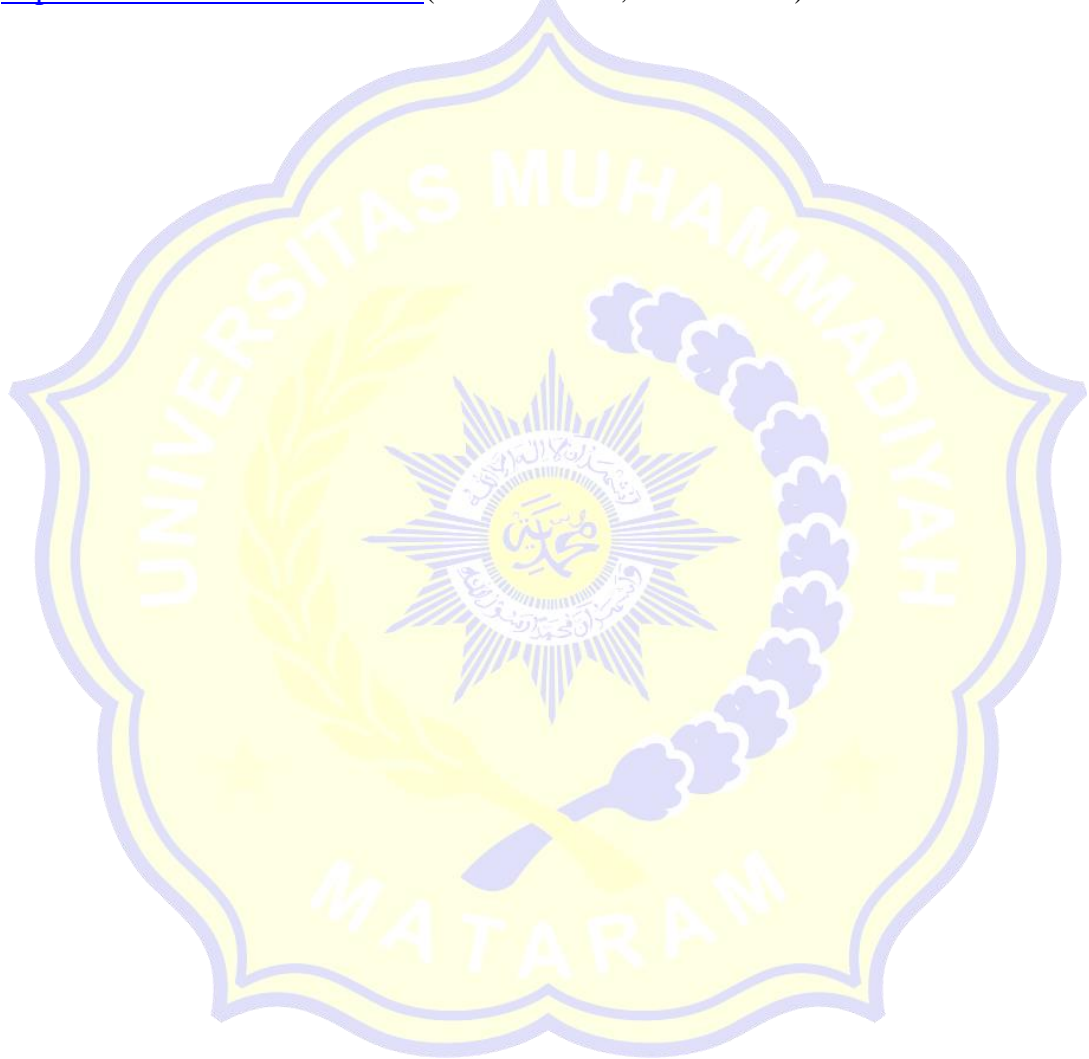
- Lupiyoadi dan Hamdani, (2006). *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Muktaf, Zein Mufarrih. (2015). *Periklanan*. Yogyakarta : Buku Litera.
- Nawawi, Hadari, *Metode penelitian Bidang Sosial Yogyakarta*; Gajah Mada University Press, 2007.
- Nyoman, S. Pendit. (2002). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : Pradya Paramita
- Ruslan, Rosady. (2008). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Spillane J.J, (1987). *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiyanto. (2014). *Model-model Pembelajaran Inovatif*. Surakarta: Yuma Pressindo.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta C.V.
- Tjiptono, Fandy. (2010), *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono Fandy, (2014). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET
- Wardiyanta, (2006), *Metode Penelitian Pariwisata*, Yogyakarta : ANDI
- Wahab, Salah (2003). *Manajemen Pariwisata*. Jakarta : Pradnya Paramitha.
- Zuhriah, Nurul. (2006). *METODELOGI PENELITIAN SOSIAL DAN PENDIDIKAN Teori aplikasi*. Jakarta : Bumi Aksara.

[http://id.wikipedia.org/wiki/Pulau\\_Lombok](http://id.wikipedia.org/wiki/Pulau_Lombok), 25 Januari 2016 (di akses Sabtu, 18

Januari 2020)

<http://lombktengahkab.go.id/> ( di akses senin, 27 Juli 2020)

<http://visitlomboksumbawa.com/>( di akses senin, 27 Juli 2020)





**TABEL****DATA KUNJUNGAN WISATAWAN DI KABUPATEN LOMBOK TENGAH TAHUN  
1999- 2019**

NO	TAHUN	WISATAWAN		JUMLAH
		DOMESTIK	MANCANEgara	
1.	1999	2.380	17.921	20.301
2.	2000	1.981	11.077	13.058
3.	2001	2.266	14.060	16.312
4.	2002	2.944	15.061	18.005
5.	2003	4.969	16.445	21.414
6.	2004	3.945	13.743	17.688
7.	2005	8.807	22.564	31.371
8.	2006	9.769	25.143	44.912
9.	2007	11.594	29.375	40.966
10.	2008	11.969	30.326	42.295
11.	2009	17.021	33.007	50.018
12.	2010	13.126	37.140	50.266
13.	2011	17.298	49.509	66.807
14.	2012	23.535	58.364	81.899
15.	2013	25.150	77.278	102.428
16.	2014	49.766	54.954	104.720
17.	2015	53.820	46.908	100.728
18.	2016	59.148	49.769	108.917
19.	2017	123.959	86.534	200.483
20.	2018	83.176	70.539	153.715
21.	2019	80.982	66.591	147.563





