

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Kegiatan pariwisata di kabupaten Banjarnegara menjadi salah satu kegiatan yang terus dikembangkan, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara berupaya untuk terus menerus mengoptimalkan potensi wisata yang ada. Kemudian melakukan kegiatan promosi untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Banjarnegara, kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara melalui beberapa tahap diantaranya yaitu tahap perencanaan, *implementasi* dan evaluasi.

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dipaparkan dalam BAB I, maka peneliti dapat menarik kesimpulan terkait dengan strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dalam meningkatkan jumlah wisatawan melalui *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 adalah sebagai berikut :

1. Strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara sesuai dengan teori perencanaan promosi, namun ada dua tahap yang tidak dilakukan yaitu mengukur efektivitas serta mengendalikan & memodifikasikan

promosi, karena Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara menganggap hal tersebut belum perlu dilakukan mengingat *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 baru berjalan dua kali.

2. Kepala Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara adalah divisi yang bertanggung jawab atas perencanaan dan pelaksanaan promosi yang terdiri dari kepala seksi pemasaran dan promosi pariwisata yang mana keseluruhannya melakukan serangkaian perencanaan dan pelaksanaan promosi berjalan dengan baik dalam melaksanakan tugas dan fungsinya.
3. Adapun sebagai bentuk implementasi dari strategi promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dalam meningkatkan jumlah wisatawan melalui *event* Festival Serayu Banjarnegara tahun 2015, seksi pemasaran dan promosi menggunakan bauran promosi diantaranya yaitu promosi penjualan, *word of mouth marketing*, periklanan, hubungan masyarakat dan publikasi, serta internet dan interaktif *marketing*.
4. Seksi pemasaran dan promosi dalam melakukan kegiatan promosi sudah cukup efektif dan menggunakan berbagai macam media ditambah dengan mengandalkan *word of mouth* yang dapat dengan cepat menjangkau wisatawan untuk mengetahui *event* tersebut.

5. Strategi promosi yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dinilai berhasil karena jumlah wisatawan Festival Serayu Banjarnegara 2015 yang berkunjung menunjukkan peningkatan.

B. SARAN

1. Pada elemen kegiatan promosi melalui periklanan melihat pada terbatasnya anggaran dana yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara, seharusnya seksi pemasaran dan promosi perlu membangun kerjasama dengan *media official* yaitu media elektronik (televisi). Karena *media official* dapat membantu meringankan pengeluaran dana agar tidak terlalu banyak, dengan melalui sistem kesepakatan MOU.
2. Pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara sebaiknya melakukan pengelompokan target audiens secara spesifik berdasarkan segmentasi geografik. Dalam segmentasi geografik seharusnya menentukan wisatawan nusantara sebagai segmentasi pasar yang harus dicapai.
3. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara perlu melakukan pengukuran secara spesifik jumlah wisatawan yang datang ke Festival Serayu Banjarnegara dengan menggunakan metode atau memberlakukan sistem *ticketing* sehingga dapat menentukan atau

menghitung jumlah pasti wisatawan yang berkunjung ke Festival Serayu Banjarnegara.

4. Pada tahap evaluasi, sebaiknya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara juga melakukan *pre-event evaluation* dan *the monitoring and control process* agar pada saat pelaksanaan *event* dapat memantau dan mengontrol proses berlangsungnya *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015.