

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari data yang diperoleh dan dari penelitian yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan strategi promosi yang dilakukan Pokdarwis unit Kedung Pedut yaitu melalui 3 tahap yaitu perencanaan, pelaksanaan atau implementasi dan evaluasi.

Dalam pelaksanaan kegiatan promosi, pengelola objek wisata Kedung Pedut dalam menarik minat pengunjung melakukan berbagai kegiatan promosi diantaranya dengan ikut serta dalam pameran pariwisata yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kabupaten Kulon Progo. akan tetapi Pokdarwis Kedung Pedut menjadikan *Word of Mouth*, menjalin kerjasama dengan pengemudi travel perjalanan wisata, menggunakan media periklanan brosur dan media sosial sebagai alat promosi utama. *Word of Mouth* mempunyai pengaruh dan dampak yang tinggi karena informasi yang diperoleh merupakan pengalaman langsung dari informan yang dipercaya sehingga secara tidak langsung dapat mempengaruhi keputusan calon wisatawan lain. Kerjasama dengan pengemudi travel perjalanan wisata dapat mempengaruhi pengunjung yang berwisata ke Kedung Pedut, dengan adanya imbalan tertentu yang diberikan pengelola objek wisata, pengemudi travel perjalanan wisata dapat meyakinkan atau merekomendasikan calon wisatawan untuk berkunjung ke Kedung Pedut.

Adapun faktor penghambat dalam pelaksanaan kegiatan promosi di objek wisata Kedung Pedut yaitu tidak adanya anggaran khusus yang dilakukan untuk kegiatan promosi dan pengelola objek wisata Kedung Pedut tidak menetapkan segmentasi secara jelas.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Pengelola objek wisata Kedung Pedut sebaiknya menetapkan segmentasi pengunjung dengan jelas. Untuk mengetahui media promosi mana yang efektif
2. Dalam menentukan anggaran, sebaiknya pengelola objek wisata Kedung Pedut membuat anggaran khusus untuk kegiatan promosi, karena dalam melakukan kegiatan promosi dibutuhkan anggaran khusus.
3. Pengelola objek wisata Kedung pedut sebaiknya mendokumentasikan setiap kegiatan yang telah dilakukan.
4. Pengelola objek wisata Kedung Pedut dalam mengukur efektifitas promosi sebaiknya tidak hanya melihat dari jumlah kunjungan wisata..