

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya daya tarik wisata yang lagi maraknya dibicarakan yaitu daya tarik wisata Kawasan Mandeh Kabupaten Pesisir Selatan, jadi membutuhkan analisis promosi yang tepat untuk mempromosikan daya tarik wisata dengan indikator sebagai berikut yaitu: iklan (*Advertising*), promosi penjualan (*Sales Promotion*), hubungan masyarakat (*Public Relation*), penjualan tatap muka (*Personal Selling*), dan pemasaran langsung (*Direct Marketing*). Intinya dalam penelitian ini yang mana terdapat beberapa masalah seperti masih kurangnya perhatian pihak pengelola untuk mempromosikan daya tarik wisata Kawasan Mandeh Kabupten Pesisir Selatan melalui media sosial, website, media cetak, dll. Masih sedikit diadakan acara sejenis event maupun festival padahal memiliki potensi yang besar apabila digunakan untuk sebuah acara, masih ada tempat-tempat bagus yang belum banyak terekspos ke publik, dan kurangnya perhatian pengelola untuk memperkenalkan makanan ciri khas Nagari Mandeh di daya tarik wisata padahal ini dapat menambah pendapatan bagi masyarakat setempat nantinya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis analisis promosi yang sudah ada dan mengevaluasi analisis promosi tersebut kearah yang lebih baik guna untuk kemajuan daya tarik wisata Kawasan Mandeh Kabupaten Pesisir Selatan kedepannya dan bertambahnya jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara sesuai dengan semua potensi yang di miliki daya tarik wisata Kawasan Mandeh Kabupaten Pesisir Selatan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan data kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian menggunakan teknik *purposive sampling* dengan informannya dua orang pegawai dinas pariwisata pemuda dan olahraga selaku pengelola, serta tiga orang pengunjung, dan dua orang masyarakat setempat. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan.

Sebagian besar indikator promosi ini sudah dilaksanakan oleh pihak pengelola namun belum efektif terlaksana. Kemudian kalo untuk promosi melalui indikator hubungan masyarakat dan penjualan personal akan sulit terlaksana pada saat pandemi sekarang ini, mungkin yang paling efektif dilaksanakan promosi pada saat pandemi ini yaitu promosi melalui media iklan, promosi penjualan dan juga penjualan langsung, yang lebih berperan penting yaitu melalui media sosial seperti internet dan juga baliho ataupun artikel online, dll.

Kata Kunci : Analisis, Promosi, Daya Tarik Wisata