

**STRATEGI PROMOSI DESTINASI WISATA DINAS PARIWISATA
PROVINSI SUMATERA BARAT**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Sain Terapan (SST) Universitas Negeri Padang*



Oleh :
RAHMADANI SYAHPUTRA
NIM/TM. 1302588/2013

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2017**

ABSTRAK

Rahmadani Syahputra 2017. “Strategi Promosi Destinasi Wisata Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat”.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kurangnya kegiatan promosi pariwisata yang diikuti oleh Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat sehingga diperlukan adanya strategi dalam kegiatan promosi destinasi wisata oleh Dinas Pariwisata dengan analisis SWOT. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal serta mendeskripsikan strategi promosi yang dapat dilakukan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan data kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* yang melibatkan informan, yaitu: empat pegawai Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat yang terdiri dari satu kepala bidang dan tiga orang kepala seksi di Bidang Pemasaran Pariwisata, kemudian empat orang wisatawan. Data dianalisis secara reduksi yaitu merangkum, memilih dan memfokuskan pada hal-hal penting, serta menganalisis data yang diperoleh terhadap masalah yang diteliti.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1). Kekuatan banyaknya destinasi wisata yang dimiliki dan dapat ditawarkan serta dikemas dalam bentuk animasi. 2). Kelemahan ialah anggaran pemerintah masih terbatas untuk mengadakan kegiatan, penyebaran brosur yang masih terbatas di tempat tertentu. 3). Peluang yang dimiliki ialah banyaknya organisasi kepariwisataan yang bisa diikutsertakan dalam kegiatan promosi kemudian mencari anggaran kegiatan dari pihak lainnya. 4). Ancaman yang dimiliki persaingan dengan pihak swasta atau Instansi di Provinsi lain. Strategi promosi destinasi wisata yang dapat dilakukan ialah antara lain: 1). Semakin banyak berbagai kegiatan promosi pariwisata. 2). Mencari sumber anggaran lain baik melalui kerjasama ataupun mengajukan proposal. 3). Mengajak organisasi kepariwisataan untuk terlibat dalam kegiatan promosi. 4). Melakukan evaluasi dari setiap kegiatan promosi yang telah dilakukan.

Kata Kunci: Strategi, Promosi, Destinasi Wisata

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Barang siapa yang bertaqwa kepada Allah, Allah akan memberikan kepada orang itu jalan keluar (dari kesulitan). Dan memberikan rezeki kepadanya dari sumber/arrah yang tidak disangka-sangkanya.

(QS. Ath Thalaq :2,3)

Rabbi.....

Aku selalu memuji-Mu dengan pujian yang kekal, sebagaimana sifat kekal-Mu.
Aku memuji-Mu dengan pujian yang tiada bertepi, kecuali hanya Engkau Yang Maha Tahu.
Aku memuji-Mu dengan pujian yang tiada batas, kecuali jika Engkau yang membatasinya.
Aku selalu berusaha memuji-Mu, sebab tiada pahala yang akan didapat oleh pemuji, kecuali bersama Ridho-Mu.....

Dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah
maka Allah akan mencukupkan keperluannya (Ath-Thalaq : 3)

Dengan Rahmat Allah SWT Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang...

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk Mama dan Papa yang jauh disana (Majene, Sulawesi Barat), terima kasih atas limpahan kasih sayang selama ini dan memberikan rasa rindu yang sangat terasa, walaupun sangat jarang untuk bisa bertemu dengan kedua Orang Tua. Terima kasih juga atas limpahan do'a dan kasih sayang yang tak terhingga.

Terima Kasih saya ucapkan untuk Adikku Muhammad Nur Ichsan dan Yuni Permata Sari, kemudian terima kasih juga buat tante santi yang selama kuliah sudah membantu putra walaupun kadang suka kepo dengan cewek yang datang kerumah setiap hari. Kemudian terima kasih juga kepada Teti, Mak Uwo Eni, Mak Etek Buyung, Ma Etek Emi, serta seluruh keluarga besar yang telah membantu putra selama menempuh kuliah di Padang.

Makasih kepada rekan-rekan MPH 13, Hafiz Cubcub yang suka numpangin dan nganterin kemanapun putra minta, walaupun oleh-oleh Batam nggak pernah sampai keputra karena alasannya dihabisin sama keponakan dia, terima kasih juga buat : Ucok, Asrofil, Dita (minjem buku SWOTnya), bg Fajri (Minjem buku Kepariwisataaan Sumbar), Yudi Warman (jadi notulen pas seminar), Putri Rahma Mulia (telah ngesponsorin doa), Lala Cakap, Fanny Kapuyuak, Mak Ita, Faizir Rahman (terima kasih buat motivasi sebagai ketua HIMA Pariwisata), dan rekan-rekan lainnya, maaf put duluan kelarnya, semoga kalian cepet nyusul yahh.., jangan kelamaan.. dan tidak lupa juga buat Senior MPH 12, 11 dan 10 serta Junior MPH 14,15,16 yang kenal putra, tetap semangat dalam menjalankan kuliah jangan banyak mengeluh dan banyak nunda waktu.

Makasih buat anggota Himpunan Mahasiswa Pariwisata Indonesia (HMPI) yang telah membuat putra bisa jalan ke Medan, dan Makassar (sekalian pulang kampung), bisa saling mengenal banyak mahasiswa lainnya dan bisa Mengenal Nurhayati, walaupun banyak cobaan, tikungan dan kadang nggak bisa move on, kamu tetep bg tunggu kedatangannya

untuk meet up sebelum bg kembali ke Sulawesi. Makasih kepada seluruh anggota HMPI di Seluruh Indonesia, ini pengalaman berkesan bisa kenal dan ikut dalam organisasi ini, bisa ngerasin jadi tamu hotel, makan di hotel, orgen di hotel, berdebat dari jam 4 sore sampai 6 pagi., Salam Pariwisata..!!

Selanjutnya, buat S&Q family, yah.. merekalah yang membantu putra dalam menghadapi skripsi dan perkuliahan di semester akhir ini, berawal dari kamar 367 dan menyatunya dua Insan Saka dan Qisti yang menyatu di Atas pesawat (macam film "i love you from 18.000ft) dan sampai saat ini masih sangat langgeng dan makin lengket saja, saking lengketnya ntah mau dibandingkan dengan apa, oh ya lupa member S&Q Family ini ialah Saka, Qisti, Ucok, Uni Riri, Putri Oma Cangkul, Kak Oca, Yudi, Ami MUA, Ami Minyun, Pertama, Amel Umang-Umang, Haris Kibo, Gilang, Ig : Ridnaldi, Ozi Putra Pessel, Efan, Uni Tika, Mira Tek Gadih, Ika, Tiwi, bg Aji, Vicky Sanak. Mereka semua seperti keluarga yang saling melengkapi. Thanks buat yang suka putra utangin (Saka, Qisti, Yudi) semoga bisa gw bayar tepat waktu ya. Makasih juga karena nganterin salempangnya telat, komprenya pagi, salempangnya malam. Kangen kumpul kalian lagi pokoknya di basecamp setiap sore kesana terus, ngebahas macam-macam dan bisa menghibur karena liat kelakuan mereka tapi inget obrolan 22.00 WIB, hanya yang paham aja, kalau yang ngak paham macam si qisti ngak usah ditanya sama di masnya. Miss You All..

Thanks buat SK Organizer, Andre yang suka ngebalas chat sejam kemudian, reka yang sudah ngebanu kelancaran dari seminar dan kompre, elfi "wm" dan juga selvi. Semoga kalian bisa menjalankan eonya dengan baik dan bisa dilanjutkan oleh junior kalian.

Untuk ribuan tujuan yang harus dicapai, untuk jutaan impian yang akan dikejar, untuk sebuah pengharapan, agar hidup jauh lebih bermakna, hidup tanpa mimpi ibarat arus sungai. Mengalir tanpa tujuan. Teruslah belajar, berusaha, dan berdoa untuk menggapainya. Jatuh berdiri lagi, kalah mencoba lagi, gagal bangkit lagi.! Never Give Up..!!

Sampai Allah berkata "Waktunya Pulang"

Hanya sebuah karya kecil dan untaian kata-kata ini yang dapat kupersembahkan kepada kalian semua, Terimakasih beribu terimakasih kuucapkan.. Atas segala kekhilafan salah dan kekuranganku, kurendahkan hati serta diri menjabat tangan meminta beribu-ribu kata maaf tercurah.

-Skripsi Ini Kupersembahkan-

Padang, Februari 2017

Rahmadani Syahputra

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta kemudahan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Strategi Promosi Destinasi Wisata Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat”**.

Dalam proses penyusunan proposal ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan, UNP.
2. Ibu Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd., selaku Ketua Jurusan Pariwisata FPP, UNP.
3. Ibu Dr. Yuliana, SP, M.Si selaku pembimbing satu dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Kasmita, S.Pd, M.Si selaku pembimbing dua dan Penasehat Akademik yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis.
5. Bapak Waryono, S.Pd, MM.Par selaku Penguji satu yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Pasaribu, S.ST. Par, M.Si. Par selaku Penguji dua yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

7. Bapak Feri Ferdian, SST., MM selaku Penguji tiga yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini
8. Seluruh staf pengajar, teknisi dan administrasi pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
9. Berbagai pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan Proposal Penelitian ini.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya, penulis juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Februari 2017
Penulis

Rahmadani Syahputra
Nim. 1302588

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	9
1. Strategi Promosi.....	9
2. Destinasi Pariwisata.....	16
3. Analisis SWOT.....	19
4. Formulasi Analisis SWOT.....	21
B. Kerangka Konseptual.....	23
C. Pertanyaan Penelitian.....	25
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	26
B. Waktu Dan Tempat Penelitian	26
C. Defenisi Operasional.....	26
D. Jenis Dan Sumber Data.....	27
E. Instrumen Penelitian	29

F. Teknik Pengumpulan Data.....	30
G. Analisa Data	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	34
1. Temuan Umum.....	34
2. Temuan Khusus.....	37
B. Pembahasan.....	57
1. Analisis Strategi Promosi Destinasi Wisata.....	57
2. Formulasi Startegi Promosi Destinasi Wisata.....	69
3. Perumusan Strategi Promosi Destinasi Wisata.....	71

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA.....	78
----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	80
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
Tabel. 1 Realisasi Fisik dan Keuangan Kegiatan Dinas Pariwisata 2016.....	4
Tabel. 2 Matriks SWOT.....	23
Tabel. 3 Informan Penelitian.....	32
Tabel. 4 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	33
Tabel. 5 Penentuan Bobot SWOT Periklanan.....	63
Tabel. 6 Penentuan Bobot SWOT Publisitas.....	64
Tabel. 7 Penentuan Bobot SWOT Promosi Bisnis.....	66
Tabel. 8 Penentuan Bobot SWOT Promosi Perdagangan.....	68
Tabel. 9 Penentuan Bobot SWOT Pemasaran Langsung Tatap Muka.....	70
Tabel. 10 Penentuan Bobot SWOT Pemasaran Langsung Jarak Jauh.....	71
Tabel. 11 Formulasi Startegi Promosi Destinasi Wisata.....	73

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
Gambar 1. Iklan TVC Promosi Destinasi Wisata.....	41
Gambar 2. Brosur Promosi Destinasi Wisata Sumatera Barat.....	45
Gambar 3. Penyebaran Brosur Promosi Destinasi Wisata.....	47

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan bangsa yang memiliki banyak keragaman, baik dari segi istiadat, budaya, agama, suku dan bahasa. Indonesia juga negara yang kaya dengan sumber daya alamnya. Sumber daya alam tersebut jika dikelola dengan baik dapat dijadikan sebagai potensi untuk memakmurkan rakyat dan memajukan bangsa Indonesia. Salah satu yang dapat dikembangkan adalah bidang kepariwisataan.

Sektor pariwisata merupakan alternatif pemasukan bagi pendapatan daerah maupun devisa bagi negara, bahkan bagi negara-negara maju sekalipun pariwisata serius untuk dikembangkan. Terkait dengan hal itu, dalam Undang-Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 menyatakan bahwa kepariwisataan mempunyai peranan penting untuk memperluas dan pemeratakan kesempatan lapangan pekerjaan, mendorong pembangunan daerah, memperbesar pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat.

Salah satu cara yang dapat digunakan dalam memasarkan atau menjual sebuah destinasi wisata ke konsumen ialah dengan melalui promosi. Menurut Tjiptono (2001: 219), “promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia

menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan”.

Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dengan mengeluarkan dua *brand* dalam promosi wisata yakni Pesona Indonesia untuk promosi dalam negeri, serta *Wonderful* Indonesia untuk promosi di luar negeri. Selain itu *branding Wonderful* Indonesia yang telah tersebar di berbagai negara di dunia kini berhasil menduduki peringkat ke 47. Berhasil unggul dari *branding* Thailand dan Malaysia yang duduk di posisi 83 dan 97 (dikutip dari Harian Bernas, 12 Maret 2016).

Menurut Arief Yahya (Menteri Pariwisata Republik Indonesia), semakin populernya *Wonderful* Indonesia di tingkat dunia diharapkan akan mampu mendongkrak kunjungan wisatawan mancanegara ke tanah air yang pada 2019 mendatang ditargetkan mencapai 20 juta kunjungan wisatawan mancanegara. Sehingga dalam 5 tahun mendatang diharapkan Indonesia dapat menghasilkan devisa negara sebesar 240 triliun Rupiah (dikutip dari Harian Bernas, 12 Maret 2016).

Semakin berkembangnya pariwisata di Indonesia membuat beberapa daerah mulai membenahi kepariwisataan mereka, salah satu daerah yang mulai membenahi kepariwisataannya adalah Provinsi Sumatera Barat. Daerah yang dikenal memiliki berbagai macam objek wisata yang menarik wisatawan untuk berkunjung, sehingga tidak berbeda jauh dengan Bali. Daya tarik yang terdapat di provinsi ini berupa wisata alam, seperti air terjun, gugusan pulau di kawasan mandeh, wisata *surfing*

di kepulauan mentawai, wisata budaya, seperti istano pagaruyung, jam gadang, kawasan saribu rumah gadang. Wisata buatan, seperti Minang Fantasi *waterpark* atau Mifan, *Waterboom* Sawahlunto, Imelda *Waterpark*. Wisata minat khusus, seperti pendakian gunung.

Keindahan wisata alam maupun wisata buatan yang sekarang mulai berkembang dan menarik wisatawan untuk berkunjung. Kementerian Pariwisata sedang melakukan mengembangkan beberapa daerah di Indonesia untuk dijadikan sebagai wisata halal dengan pangsa pasar para wisatawan muslim di Timur Tengah dan Afrika. Data yang diperoleh dari bagian program Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat Tahun 2016 tentang realisasi fisik dan keuangan kegiatan dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1
Laporan Realisasi Fisik dan Keuangan Kegiatan
Bulan Agustus 2016

No	Uraian	Pagu Anggaran	Realisasi			Sisa Anggaran	Keterangan
			Keuangan		Fisik (%)		
			(Rp)	%			
VI	PROGRAM PENGEMBANGAN PEMASARAN WISATA	5.400.000.000	1.618.991.581	29,98	59,86	3.781.008.419	
30	PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN INFORMASI DI ANJUNGAN SUMBAR TMII	125.000.000	103.021.500	82,42	86	21.978.500	
31	FAMILIARIZATION TRIP	255.000.000	91.721.600	35,97	41	163.278.400	Pembatalan fasilitasi fam trip dari Kementerian
32	DUKUNGAN PENYELENGGARAAN EVENT TOUR DE SINGKARAK 2015	3.000.000.000	1.095.623.524	36,52	80	1.904.376.476	jasa publikasi tds belum dibayarkan karna belum selesai kontrak, pengadaan kaos menunggu SK KPA,
33	PENYUSUNAN DATA KEPARIWISATAAN SUMBAR	100.000.000	16.091.000	16,09	25	83.909.000	kendala dalam meng SPJ kan SPPD ke bandara, kesulitan dalam mengumpulkan data
34	PROMOSI PARIWISATA SUMATERA BARAT DI TINGKAT NASIONAL DAN INTERNASIONAL	900.000.000	169.444.300	18,83	30	730.555.700	sales mission Banten diganti ke Bandung (Sumbar Expo)
35	PROMOSI EVENT PARIWISATA DAERAH	210.000.000	17.044.500	8,12	25	192.955.500	promosi 4 event; festival gondorih, 3 event lg pada bln okt dan des
36	PENYEDIAAN SARANA PROMOSI PARIWISATA	650.000.000	126.045.157	19,39	35	523.954.843	pencetakan materi promosi sudah selesai, adm keg belum selesai
37	GELAR PESONA SUMBAR	160.000.000	-	-	22	160.000.000	dilaksanakan bln okt 16, kendala juri dr museum layang2 meminta uang saku juri sebesar 30jt (tdk tertampung dalam DPA)

Sumber: Bagian Program Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat, 2016

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari bagian program Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat tahun 2016, dapat dilihat pada realisasi fisik atau keuangan kegiatan promosi pariwisata Sumatera Braat di tingkat Nasional dan Internasional baru terealisasi secara fisik sebesar 30%. Dana pada kolom keterangan terdapat informasi bahwa kegiatan *sales mission* Banten diganti ke Bandung dalam bentuk kegiatan Sumbar *Expo*.

Realisasi fisik dan keuangan kegiatan lainnya dapat dilihat pada kegiatan *familiarization trip* yang baru terelaisasi sebesar 41% dan terdapat informasi pembatalan fasilitas farm trip oleh Kementrian

Pariwisata. selanjutnya berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Kasi PSDM EKMDI pada tanggal 2 Desember 2016 menyatakan bahwa “Dinas Pariwisata Mengikuti Kegiatan Promosi Pariwisata Kalau tidak salah hanya 5 kali dalam satu tahun, baik untuk di Internasional seperti *MATA Travel Fair*, sedangkan nasionalnya hanya di Lakukan Pada Akhir Tahun Terakhir Sumbar Expo di Bandung”.

Permasalahan selanjutnya adalah, belum dipromosikannya beberapa tempat wisata baru yang sedang terkenal di kalangan masyarakat Sumatera Barat baik dengan menggunakan iklan *TVC* dan media cetak lainnya. Selain itu, berdasarkan pengamatan peneliti selama melakukan Pengalaman Lapangan Industri di Dinas Pariwisata yakni penggunaan media sebagai Pemasaran langsung belum maksimal sehingga belum mengena kepada sasaran, dan pemerintah lebih banyak menggunakan media cetak seperti brosur dan juga dengan edisi destinasi wisata yang belum diperbaharui, penyebaran brosurnya hanya di kantor Dinas Pariwisata Provinsi dan Kabupaten atau Kota, industri kreatif atau toko oleh-oleh serta beberapa hotel berbintang.

Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat merupakan unsur pelaksana Pemerintah Provinsi di bidang kepariwisataan dan ekonomi kreatif yang mempunyai tugas menyelenggarakan urusan rumah tangga Pemerintah Provinsi di bidang kepariwisataan. Pelaksanaan tugas Dinas Pariwisata adalah berusaha meningkatkan daya tarik wisata yang diharapkan akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, sehingga

Dinas Pariwisata dapat menyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) sesuai target yang dibebankan oleh pemerintah Provinsi Sumatera Barat. Karena itu diperlukan satu langkah nyata dalam saling menjalin kepercayaan dan pengertian dengan berbagai pihak dalam mengenalkan potensi wisata dan menarik wisatawan agar berkunjung.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui “**STRATEGI PROMOSI DESTINASI WISATA DINAS PARIWISATA PROVINSI SUMATERA BARAT**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas maka dapat diperoleh beberapa masalah yang berkaitan dengan penyelenggaraan promosi wisata di Provinsi Sumatera Barat, yaitu:

1. Penyebaran brosur promosi pariwisata tidak ada lagi di Bandara Internasional Minangkabau.
2. Penjualan Massal yang belum sampai kekonsumen karena hanya melakukan publikasi dengan brosur dan diletakkan di beberapa Hotel, Pusat Oleh-Oleh/Industri Pariwisata dan Kantor Pemerintahan dibidang pariwisata.
3. Penggunaan media sosial dalam kegiatan promosi belum maksimal sehingga kurang mengena kepada sasaran.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka penelitian mengenai strategi promosi destinasi wisata Dinas Pariwisata

Provinsi Sumatera Barat dibatasi pada 3 bauran Promosi (Penjualan Massal, Promosi Penjualan, dan Pemasaran Langsung).

D. Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor internal dan eksternal strategi promosi destinasi wisata Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat?
2. Bagaimana strategi promosi destinasi wisata yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sesuai dengan yang telah dirumuskan, yaitu:

1. Tujuan Umum

Untuk menganalisis faktor internal dan eksternal strategi promosi destinasi wisata pada Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat.

2. Tujuan Khusus

Untuk mendeskripsikan strategi promosi destinasi wisata pada Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Pemerintah yakni Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam pengembangan promosi pariwisata.

2. Bagi Fakultas Pariwisata dan Perhotelan UNP

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi penelitian di Fakultas Pariwisata dan Perhotelan tentang strategi promosi pariwisata.

3. Bagi Jurusan Pariwisata

Diharapkan dapat menjadi bahan referensi jurusan dalam membuka program studi destinasi pariwisata. Serta dapat memberikan gambaran mengenai kegiatan promosi destinasi wisata.

4. Bagi Mahasiswa Manajemen Perhotelan

Diharapkan dapat menambah referensi bagi mahasiswa Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata yang akan melakukan penelitian mengenai strategi promosi.

5. Bagi Penulis

Untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan. Selain itu agar penulis mengetahui masalah-masalah nyata yang terdapat dalam industri agar menjadi bahan pertimbangan dan perbandingan terhadap teori-teori yang di peroleh saat kuliah.