

STRATEGI PROMOSI DI KAMPUNG WISATA CISANGKAL DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN

Rizkia Nurul Fadila, Teti Indriati Kastuti, S.S., M.Pd., M.Par.

Abstrak

Kabupaten Pangandaran memiliki potensi pariwisata yang beragam mulai dari wisata alam, budaya dan sejarah. Namun, potensi objek wisata di Kampung Wisata Cisangkal belum terekspos secara maksimal sehingga dampak terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan belum signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk 1) faktor yang memengaruhi wisatawan berkunjung; 2) strategi promosi yang digunakan; 3) upaya apa untuk meningkatkan promosi yang dapat menarik beragam wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi langsung, wawancara, dokumentasi dan telaah pustaka. Teknik analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk mengidentifikasi bentuk promosi pariwisata yang dilakukan oleh Kampung Wisata Cisangkal dan mengetahui dampak promosi yang telah dilakukan terhadap peningkatan kunjungan wisatawan. Hasil penelitian ini menunjukkan 1) faktor yang memengaruhi wisatawan berkunjung berdasarkan dari kenyamanan infrastruktur, keunikan kesenian, fasilitas, kebersihan, produk dan harga; 2) promosi yang dilakukan adalah iklan, promosi penjualan, event, dan pemasaran langsung 3) menerapkan metode promosi melalui media cetak, sosial, dan elektronik.

Kata Kunci: Citra Destinasi, Bauran Pemasaran, Strategi Promosi, Wisatawan

*PROMOTION STRATEGY IN CISANGKAL TOURIST VILLAGE TO INCREASE
THE NUMBER OF TOURIST VISITS*

Rizkia Nurul Fadila, Teti Indriati Kastuti, S.S., M.Pd., M.Par.

Abstract

Pangandaran Regency has diverse tourism potential ranging from natural, cultural and historical tourism. However, the potential of tourist attractions in Cisangkal Tourism Village has not been maximally exposed so that the impact on increasing the number of tourist visits has not been significant. This study aims to 1) factors that influence tourists to visit; 2) promotional strategies used; 3) what efforts to increase promotion that can attract various tourists. This study uses a qualitative descriptive analysis method. Data collection was carried out through direct observation, interviews, documentation and literature review. Qualitative descriptive analysis techniques were used to identify the form of tourism promotion carried out by Cisangkal Tourism Village and to determine the impact of the promotion that had been carried out on increasing tourist visits. The results of this study indicate 1) factors that influence tourists to visit based on the convenience of infrastructure, uniqueness of art, facilities, cleanliness, products and prices; 2) promotions carried out are advertising, sales promotions, events, and direct marketing 3) implementing promotional methods through print, social and electronic media.

Keywords: Destination Image, Marketing Mix, Promotion Strategy, Tourists