

## BAB V

### PENUTUP

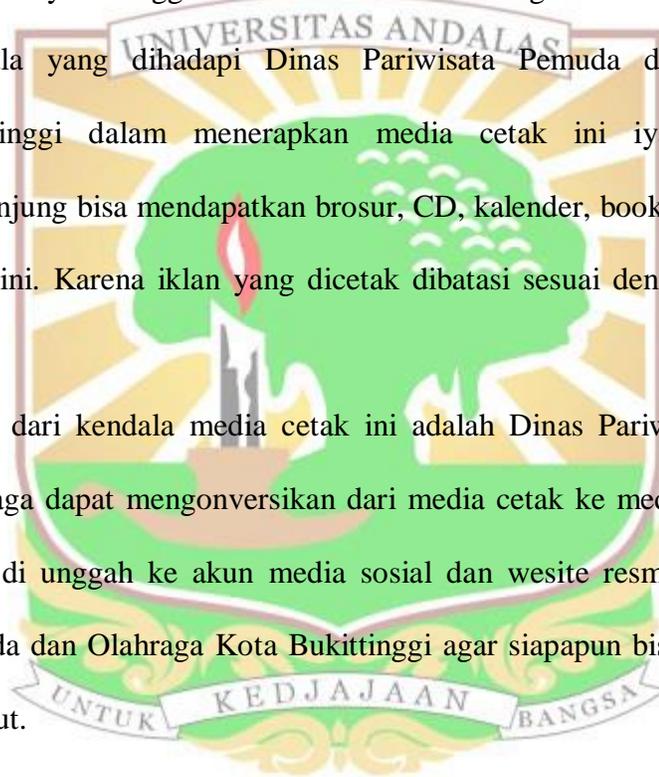
#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai penerapan strategi promosi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga maka penulis dapat menarik kesimpulan dan juga saran sebagai berikut:

1. Kota Bukittinggi yang sebagai daerah wisata perdagangan dan jasa, kesehatan, kuliner, konfrensi, dan peristirahatan, serta jasa lain-lainnya yang menyumbang PAD cukup besar bagi Kota Bukittinggi ini yang harus dipertahankan oleh Pemda Bukittinggi. Saat pandemi Covid-19 melanda mengakibatkan penurunan drastis dari segi pendapatan dan kunjungan wisata ke Kota Bukittinggi. Tahun 2018 tercatat 11.376.402 kunjungan wisata, 2019 tercatat 10.842.412 kunjungan wisata, 2020 tercatat 8.721.413 kunjungan wisata dan terjadi Peningkatan secara signifikan di tahun 2021 sebanyak 16.737.070 kunjungan wisatawan ke objek wisata di Kota Bukittinggi yaitu Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan dan Taman Panorama dan Lobang Jepang.
2. Iklan dinilai sebagai sarana yang efektif untuk mempromosikan produk atau jasa kepada konsumen, iklan yang inovatif dan menarik minat konsumen merupakan iklan yang memiliki daya saing yang tinggi. Cara yang dilakukan Dinas Pariwisata Kota Bukittinggi agar tetap menarik wisatawan untuk

berkunjung di masa pandemi Covid-19 ini dengan mempromosikan wisata Bukittinggi melalui media cetak berupa Brosur, Booklet, CD, dan Kalender.

3. Strategi promosi melalui media cetak yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi cukup efektif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Berupaya agar memberikan kesan yang baik bagi pembacanya sehingga menarik wisatawan datang kembali untuk berkunjung.
4. Kendala yang dihadapi Dinas Pariwisata Pemuda dan olahraga Kota Bukittinggi dalam menerapkan media cetak ini ialah tidak semua pengunjung bisa mendapatkan brosur, CD, kalender, booklet, dan calendar of event ini. Karena iklan yang dicetak dibatasi sesuai dengan anggaran yang ada.
5. Solusi dari kendala media cetak ini adalah Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dapat mengonversikan dari media cetak ke media online sehingga dapat di unggah ke akun media sosial dan wesite resmi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi agar siapapun bisa mengakses iklan tersebut.



## 1.2 Saran

Dari hasil magang yang telah dilakukan, adapun saran yang dapat penulis sampaikan agar dapat dipertimbangkan dalam mengatasi permasalahan ini:

1. Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi agar dapat meningkatkan sumber daya manusia di bidang pemasaran agar dapat menguasai metode-metode pemasaran terbaru dan tidak hanya terfokus pada media cetak.
2. Sebaiknya promosi tidak hanya di fokuskan ke media cetak saja akan tetapi media sosial yang sudah dimiliki juga dimaksimalkan seperti instagram dan website resmi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi.
3. Perlunya penambahan staff di bidang marketing yang berguna untuk meningkatkan capaian pemasaran dan target dari Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi agar berjalan dengan lancar dan baik.

