

## Strategi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Padang Dalam Upaya Promosi Pariwisata Pada Masa Pandemi Covid-19

<sup>1</sup>Amelia Rahmayani, <sup>2</sup>Aldri Frinaldi

<sup>1</sup>Jurusan Ilmu Administrasi Publik, Universitas Negeri Padang

<sup>2</sup>Universitas Negeri Padang

---

### Article Info

#### Article history:

Received : 05 Februari 2022

Publish : 02 Maret 2022

---

#### Keywords:

Strategi,  
Promosi,  
Covid-19

---

### Abstract

*The tourism sector is something that is important for a country. Due to the existence of tourism, it makes an attraction for tourists when visiting. With this pandemic, it greatly affects the tourism sector. The COVID-19 pandemic has resulted in decreased tourist visits to the city of Padang. So this study aims to find out strategies and promotional efforts and inhibiting and supporting factors for promotion during the covid-19 pandemic. This study is a qualitative research using a descriptive method. Selection of informants using purposive sampling technique. Where the informants consist of the Padang City Culture and Tourism Office, the Community and Tourists. The location of this research was carried out in the city of Padang and the data collection technique was carried out by interviews and documentation studies. The data validity technique was source triangulation. Data analysis techniques were data reduction, data presentation, verification and conclusion. The results of the study explain that the promotion carried out by the Padang City Tourism and Culture Office has not been carried out optimally. The inhibiting factor that affects it is the Covid-19 pandemic, the difficulty of direct activities to carry out.*

---

### Info Artikel

#### Article history:

Diterima : 05 Februari 2022

Publis : 02 Maret 2022

---

### ABSTRAK

Sektor Pariwisata merupakan sesuatu hal yang penting bagi sebuah negara. Karena dengan adanya pariwisata menjadikan sebuah daya tarik bagi wisatawan ketika berkunjung. Dengan adanya pandemi ini, sangat berpengaruh terhadap sektor pariwisata. Pandemi COVID-19 mengakibatkan kunjungan wisatawan yang datang ke Kota Padang menjadi menurun. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dan upaya promosi serta faktor penghambat dan pendukung promosi pada masa pandemi covid-19. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Pemilihan informan menggunakan teknik purposive sampling. Dimana informannya terdiri dari Dinas Kebudayaan dan pariwisata kota Padang, Masyarakat dan Wisatawan. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Padang dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan studi dokumentasi. Teknik keabsahan data yaitu dengan triangulasi sumber. Teknis analisis data yaitu dengan reduksi data, penyajian data, verifikasi dan kesimpulan. Hasil penelitian menjelaskan bahwa promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang belum dilakukan secara optimal. Faktor penghambat yang mempengaruhinya yaitu adanya pandemi covid-19, sulitnya kegiatan secara langsung untuk dilakukan.

*This is an open access article under the [Lisensi Creative Commons Atribusi: BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)*



---

### Corresponding Author:

Aldri Frinaldi,

Universitas Negeri Padang

Email: [aldri@fis.unp.ac.id](mailto:aldri@fis.unp.ac.id)

---

## 1. PENDAHULUAN

*Severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2) yang lebih dikenal dengan*

nama virus Corona adalah jenis baru dari coronavirus yang menular ke manusia. berbagai upaya penanggulangan dilakukan pemerintah untuk meredam dampak dari pandemi Covid-19 di berbagai sektor. Hampir seluruh sektor terdampak, tak hanya kesehatan. Sektor ekonomi juga mengalami dampak serius akibat pandemi virus corona. Pembatasan aktivitas masyarakat berpengaruh pada aktivitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomian. Terhitung sejak awal 2020 aktivitas jumlah kunjungan wisatawan menurun. Hal ini dikarenakan banyak negara yang menghentikan penerbangan dan menerapkan lockdown pada wilayahnya. Dampak dari wabah covid-19 ini begitu banyak merugikan berbagai pihak pelaku ekonomi.

Sektor Pariwisata merupakan sesuatu hal yang penting bagi sebuah negara. Karena dengan adanya pariwisata menjadikan sebuah daya tarik bagi wisatawan ketika berkunjung. Dampak dari adanya pariwisata tersebut memberikan dampak Positif sehingga perlu dikembangkan. (Erda, 2017) Masyarakat dan pemerintah bekerja sama untuk selalu meningkatkan wisata yang ada di daerah. Daerah Sumatera Barat memiliki potensi wisata dari sisi alam, budaya dan sejarah.

Kota Padang adalah salah satu kota terbesar yang ada di Sumatera. Padang adalah Ibukota Propinsi Sumatera Barat yang terkenal dengan Kuliner, budaya, wisata dan religinya. Padang adalah kota Pelabuhan dengan pemandangan lautnya, namun juga bukan tempat yang panas karena alam perbukitan serta gunung yang masih alami. Wisata di Kota Padang yang didominasi oleh wisata pantai. Dimana objek wisata Pantai Padang, Pantai Pasar Jambak, Wisata Jembatan Siti Nurbaya, dll.

Dampak COVID-19 pada sektor pariwisata juga tidak luput dari ancaman. Data yang dihimpun dari Badan Pusat Statistik menjelaskan pada tahun 2019 pelancong asing asal China yang datang ke Indonesia menyentuh angka 2.07 juta pelancong atau sebesar 12.8% dari jumlah keseluruhan wisatawan asing sepanjang 2019. Pandemi COVID-19 mengakibatkan wisatawan yang datang ke Indonesia menjadi merosot. Sektor- sektor pendukung pariwisata juga terdampak akibat pandemi COVID-19.

Turunnya pengunjung juga berimbas berkurangnya transaksi di hotel dan restoran di Kota Padang sebesar Rp 174 miliar, Tidak hanya berdampak pada hotel dan restoran, pandemi Covid-19 juga mengakibatkan berkurangnya transaksi harian di 9 lokasi pasar di Kota Padang. Kemudian 12 ribu UMKM kita baik itu kuliner, ritel, jasa, kerajinan dan ultra mikro juga terdampak. Sehingga transaksi juga berkurang sebesar Rp 17,6 miliar. Lalu dirumahnya 5.431 pekerja di Kota Padang. Dan ada 172 perusahaan yang merumahkan karyawannya di Kota Padang. Selain itu, transaksi PKL di destinasi wisata juga berkurang sebesar Rp7 miliar. (Hendra, PAD padang berkurang 250 Miliar akibat pandemi)

Sedangkan berdasarkan data di bawah ini kontribusi PDRB –ADHB industri pariwisata kota Padang setiap tahunnya mengalami fluktuasi dengan kontribusi rata-rata 15,87%. Berdasarkan Hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan dengan Salah satu Pedagang Wisata Pantai Padang mengatakan bahwa:

“Selama pandemi berlangsung wisatawan yang datang berkunjung kurang sehingga pendapatan otomotif berkurang. Penurunan ini mencapai lebih dari 50%. Selain itu adanya Razia yang dilakukan pada jam - jam yang sangat ramai wisatawan berkunjung”

Menurut hasil wawancara peneliti dengan dinas pariwisata dan kebudayaan kota Padang bahwa sudah terjadi penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Padang, hal ini merupakan dampak dari adanya pandemi dan berbagai kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam menangani dan mencegah penyebaran virus.

kunjungan wisatawan ke kota Padang mengalami fluktuasi dimana 3 bulan terakhir di tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat drastis bagi wisatawan asing. Dan seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa pariwisata kota Padang menyumbang setidaknya 15% terhadap PDB kota Padang. Sehingga dengan adanya pandemi dan kebijakan di bidang pariwisata membuat wisatawan yang berkunjung menurun dan hal ini juga berpengaruh besar terhadap ekonomi kota Padang.

Berdasarkan Hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan dengan Sekretaris Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang mengatakan bahwa:

“Masa pandemi merupakan sebuah bencana bagi sektor Pariwisata dimana sektor ini sangat terdampak. Selama Pandemi berbagai kebijakan dikeluarkan dan hampir semua kebijakan memiliki dampak buruk bagi pariwisata. Contohnya saja adanya PSBB dimana hal ini sangat tidak menguntungkan karena wisatawan tidak bisa datang berkunjung. Pandemi ini juga sangat berdampak bagi para pelaku pariwisata seperti Hotel dan Rumah makan.”

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang telah membuat strategi promosi seperti meningkatkan kegiatan expo dan melakukan publikasi pariwisata. Hal ini juga sejalan dengan observasi yang dilakukan oleh peneliti dimana dinas melakukan promosi melalui media digital sehingga hal ini bisa dijangkau oleh setiap orang dimanapun. Dan juga berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah satu karyawan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang :

“Langkah-langkah promosi sudah dilakukan seperti mengadakan berbagai event virtual serta promosi yang sudah diberikan melalui platform website dinas serta instagram, tetapi masih banyak hal yang harus diperhitungkan untuk melihat situasi dan kondisi saat ini. Sehingga masih ada beberapa event yang terpaksa dihentikan”

Berdasarkan Hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan dengan Sekretaris Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang mengatakan bahwa:

“Masa pandemi merupakan sebuah bencana bagi sektor Pariwisata dimana sektor ini sangat terdampak. Selama Pandemi berbagai kebijakan dikeluarkan dan hampir semua kebijakan memiliki dampak buruk bagi pariwisata.

Contohnya saja adanya PSBB dimana hal ini sangat tidak menguntungkan karena wisatawan tidak bisa datang berkunjung. Pandemi ini juga sangat berdampak bagi para pelaku pariwisata seperti Hotel dan Rumah makan.”

Dari uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil topik bahasan **Strategi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Padang Dalam Upaya Promosi Pariwisata Pada Masa Pandemi Covid-19**

## 2. METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian ini peneliti menggunakan Pendekatan kualitatif deskriptif. Metode kualitatif ini digunakan karena memiliki relevansi atas penelitian yang dilakukan pada lingkup observasi fenomena sosial yang terjadi di masyarakat. Sedangkan aspek deskriptif menjelaskan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan terjadinya fenomena berdasarkan ilmu, realita, aktual, dan nyata. Sehingga penelitian ini berupa deskripsi fakta, *capture* yang sistematis, terkini dan akurat dengan sumber yang ada, serta memiliki korelasi dengan fenomena yang terjadi.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan studi dokumentasi. Sedangkan untuk teknik analisis data dilakukan Manual Data Analysis Procedur (MDAP) yaitu dilakukan dengan catatan harian, transkrip, koding, kategorisasi, tema, dan memo. Lokasi penelitian adalah di Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat, pengambilan data dari penelitian ini yaitu di Dinas Kebudayaan dan pariwisata kota Padang.

Informan dalam penelitian ini adalah Sekretaris Dinas Kebudayaan dan pariwisata kota Padang, Kepala Bidang Destinasi dan Daya Tarik Pariwisata, Kepala Bidang Pemasaran, Masyarakat dan Wisatawan yang berkunjung ke Kota Padang. Pengambilan informan dengan teknik *purposive sampling* yang mana informan dipilih secara sengaja dengan pertimbangan tertentu yang dirasa berkaitan langsung dan akan memberikan informasi secara maksimal. Validasi data akan menggunakan teknis *triangulasi sumber dan triangulasi metoda*.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Berdasarkan pada rumusan masalah dan rancangan penelitian, peneliti mengangkat judul

mengenai “Strategi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Padang Dalam Upaya Promosi Pariwisata Pada Masa Pandemi Covid- 19” yang akan dijabarkan sebagai berikut:

### **3.1 Strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Padang dalam upaya promosi pariwisata pada masa pandemic Covid-19.**

Sesuai dengan judul dalam penelitian ini yaitu Strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang dalam upaya promosi pariwisata pada masa pandemi covid-19 ,penulis melihat bahwa promosi pariwisata yang dilakukan belum optimal.Maka dari itu peneliti mencoba memberikan gambaran terhadap upaya promosi pariwisata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang dengan menggunakan teori pariwisata yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong dalam Riki(2020) yang mengatakan bahwa ada 4 Indikator untuk mengukur promosi yaitu Iklan, Promosi penjualan, Penjualan Porsenel serta Hubungan Masyarakat. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam pembahasan berikut:

#### **1. Iklan (Advertising)**

Kotler dan Armstrong dalam Riki(2020) mengatakan bahwa Iklan/Advertising merupakan semua bentuk terbayar dari persentasi nonpersonal dan promosi ide, barang atau jasa melalui sponsor yang jelas melalui media cetak (koran dan majalah), media penyiaran (radio dan televisi), media jaringan (telepon, kabel, satellite, wireless), dan media elektronik (rekaman suara, rekaman video, CD- ROM, halaman website), dan media pameran (billboard, papan petunjuk, dan poster). Bagi sektor pariwisata ,iklan merupakan salah satu metode dalam melakukan kegiatan promosi. Dengan adanya iklan, bisa menjangkau keberbagai penjurur tempat dimanapun. Dan dengan adanya iklan ini memudahkan calon wisatawan untuk lebih mengenal tempat wisata mereka. Dan metode ini menjadi sangat efektif bagi Dinas untuk menjangkau calon wisatawan tersebut.

Namun berdasarkan temuan di lapangan didapatkan permasalahan yaitudalam kondisi pandemi saat ini, iklan yang menjadi salah satu metode promosi yang dilakukan oleh Dinas menjadi sedikit terhambat. Hal ini dikarenakan pandemi yang mengharuskan seluruh masyarakat untuk mengurangi kegiatan di luar ruangan. Dan dengan itu iklan hanya bisa dilakukan secara online menggunakan media digital. Namun begitu iklan secara online ini memudahkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang dalam menjangkau calon wisatawan yang berasal dari daerah yang jauh. Dan iklan secara online lebih praktis dan efisien. Berdasarkan teori dan melihat dari permasalahan tersebut dapat dikatakan bahwa promosi pariwisata dengan metode iklan dinilai sudah cukup efektif.

#### **2. Promosi Penjualan**

Kotler dan Armstrong dalam Riki(2020) Promosi Penjualan/Sales Promotion, merupakan berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau jasa termasuk promosi konsumen (seperti sampel, kupon, dan premi), promosi perdagangan (iklan dan tunjangan), dan bisnis dan promosi tenaga penjualan (kontes untuk reputasi penjualan). Promosi penjualan merupakan salah satu langkah yang bisa dilakukan untuk menarik calon wisatawan untuk datang berkunjung. Tetapi di masa pandemi seperti ini promosi penjualan secara langsung sudah mulai dilakukan walau masih mempertimbangkan berbagai hal. Hal ini dikarenakan pandemi belum sepenuhnya hilang tetapi keadaan membuat kita harus beradaptasi secara lebih baik.

Berdasarkan hasil temuan penelitian ditemukan sebagai berikut yaitu promosi penjualan yang dilakukan oleh Dinas berupa kegiatan virtual tur atau event-event secara offline dengan menerapkab aturan yang ketat. Tetapi dengan adanya pandemi ini membuat kegiatan tersebut masih belum optimal dikarenakan masih adanya kecemasan dari masyarakat dalam melakukan kegiatan diluar ruangan. Dan seringkali masih dijumpai kegiatan yang abai akan protokol kesehatan sehingga ini membuat masyarakat untuk enggan ikut serta.

Merujuk pada teori dan kategori tersebut dapat diketahui bahwa promosi penjualan sudah mulai dilakukan, akan tetapi dalam implementasinya promosi penjualan tidak menjamin meningkatnya kunjungan wisatawan, karena perwujudan promosi penjualan ini masih berupa kegiatan online dan kegiatan offline. Kegiatan online yang dilakukan seringkali tidak memberikan kepuasan bagi masyarakat sehingga dinilai belum optimal. Sedangkan kegiatan secara offline seringkali masih abai terhadap protokol kesehatan sehingga membuat masyarakat masih kurang percaya dan cemas dalam melakukan kunjungan wisata.

### 3. Penjualan Personal

Kotler dan Armstrong dalam Riki(2020) Penjualan Personal/ Personal Selling, merupakan interaksi tatap muka yang dilakukan oleh tenaga penjualan perusahaan dengan satu atau lebih pembeli prospektif untuk tujuan melakukan pertemuan penjualan, presentasi pribadi, menjawab pertanyaan, pengadaan pesanan, membuat penjualan, dan hubungan pelanggan.

Berdasarkan hasil temuan penelitian ditemukan sebagai berikut yaitu kegiatan ini masih sulit dilakukan disaat pandemi ini. Kegiatan penjualan personal ini merupakan salah satu metode paling efektif dalam melakukan positif. Berdasarkan hasil temuan kegiatan promosi. Karena masyarakat cenderung lebih percaya pada sesuatu secara langsung. Akan tetapi di masa pandemi seperti ini hal ini menjadi salah satu hal yang sulit dilakukan karena adanya berbagai aturan yang membuat kegiatan luar ruangan menjadi dilarang. Tetapi memasuki tahun ke 3 pandemi ini, kegiatan sudah mulai dilakukan secara offline tetapi dengan protokol kesehatan yang ketat. Dinas sudah melakukan kegiatan promosi dengan melakukan kegiatan studi banding oleh kelompok sadar wisata, tetapi kegiatan ini masih belum bisa dilakukan secara maksimal karena menimbang keadaan pandemi ini. Akan tetapi walaupun kegiatan tersebut belum maksimal, tetapi Dinas sebagai perwakilan pemerintah dalam sektor pariwisata berupaya semaksimal mungkin agar penjualan personal ini menjadi lebih optimal dengan mengikuti berbagai protokol kesehatan yang ada. Merujuk pada teori dan kategori tersebut diketahui bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan sudah berupaya maksimal agar promosi secara penjualan personal ini bisa dilakukan secara optimal, tetapi keadaan pandemi membuat kegiatan ini masih dikurangi dan belum optimal.

### 4. Hubungan Masyarakat

Kotler dan Armstrong dalam Riki(2020) Hubungan Masyarakat dan Publisitas/ Public Relations and Publicity merupakan berbagai program yang diarahkan secara internal kepada karyawan dari perusahaan atau konsumen luar, perusahaan lain, pemerintah, dan media untuk mempromosikan, membangun hubungan antar perusahaan dengan publik, melindungi dan membangun citra usaha atau produk komunikasi individu yang penelitian ditemukan sebagai berikut yaitu Hubungan kerjasama yang dilakukan oleh Dinas pada pihak ketiga merupakan salah satu langkah penting yang dilakukan agar Dinas bisa mencapai calon wisatawan secara lebih menyeluruh dan lebih cepat, Akan tetapi Disini ditemukan bahwa pandemi Covid-19 ini menjadi penghambat bagi Dinas dalam melakukan kegiatan kerjasama. Masih belum optimalnya kerjasama karena beberapa kerjasama dilakukan secara kegiatan offline dimana dalam pandemi seperti ini sangat sulit untuk dilakukan. Tetapi kendati demikian kegiatan secara offline sudah mulai dilakukan dengan bekerjasama dengan kelompok sadar wisata dalam melakukan kegiatan promosi ke kelompok sadar wisata di tempat atau daerah lain.

Merujuk pada teori dan kategori tersebut dapat diketahui bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang sudah berusaha semaksimal mungkin dalam melakukan kerjasama dengan pihak lain, namun karena masih terhalang oleh pandemi hanya beberapa kerjasama yang bisa dilakukan, contohnya seperti kegiatan studi banding dengan melakukan kegiatan promosi oleh kelompok sadar wisata. Ini membuktikan bahwa Dinas sudah berupaya tetapi memang pandemi yang menjadi penghalang utama sehingga ini tidak bekerja secara

maksimal.

### **3.2 Faktor Penghambat dalam Strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Padang dalam upaya promosi pariwisata pada masa pandemi Covid- 19.**

Dalam pelaksanaan suatu kegiatan promosi ada yang berhasil maupun tidak berhasil dan tidak akan terlepas dari kendala kendala maupun hambatan yang akan terjadi sehingga mengakibatkan kegiatan tersebut tidak berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Begitu pula dengan strategi promosi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang ini. Ada 1 faktor penghambat dalam upaya promosi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan ini yaitu Adanya Pandemi Covid-19.

Adanya pandemi Covid-19 merupakan salah satu bencana besar bagi Dunia dimana semua sektor kehidupan terdampak. Salah satu sektor yang terdampak yaitu sektor Pariwisata. Dampak yang ditimbulkan sangat besar karena sektor pariwisata merupakan salah satu sektor profit . Dengan adanya pandemi ini membuat kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas menjadi sangat terhambat dan hampir vakum selama beberapa saat. Dengan adanya pandemi dikeluarkan nya berbagai aturan yang mengharuskan berbagai kegiatan secara langsung dilarang sehingga hal ini sangat berpengaruh terhadap kegiatan wisata adanya pandemi Covid-19 menjadi penghambat terbesar yang dihadapi oleh dinas. Pandemi ini mengharuskan pemerintah melakukan aksi cepat dengan melarang berbagai kegiatan secara langsung terjadi. hal ini menjadi faktor penghambat kegiatan promosi yang harusnya dilakukan secara offline malah harus dilakukan secara online. Dan berbagai aturan yang dikeluarkan membuat kegiatan promosi menjadi berjalan dengan sangat lambat.

## **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan ,antara lain:Strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang dalam upaya promosi pariwisata pada masa pandemi covid-19 dapat dikatakan belum optimal, hal ini dikarenakan masih adanya pandemi yang membuat kegiatan secara langsung atau kegiatan luar ruangan masih di kurangi .Adanya aturan yang membuat kegiatan promosi oleh Dinas harus diperhatikan dan dilaksanakan secara ketat.

Faktor penghambat dalam promosi pariwisata di masa pandemi ini adalah karena adanya pandemi. Dalam hal ini pandemi menjadi penghalang terberat yang harus dilalui oleh Dinas karena pandemi membuat kegiatan promosi menjadi terhalang dan bahkan tidak bisa dilaksanakan. Adanya pandemi juga membuat berbagai aturan yang membuat calon wisatawan menjadi tidak nyaman dalam melakukan kegiatan wisata.

Solusi yang dapat diberikan untuk mengatasi hambatan- hambatan yang ada yaitu dengan melakukan inovasi dan mulai kehidupan dengan beradaptasi dengan keadaan pandemi ini..Inovasi yang dilakukan seperti melakukan kegiatan promosi dengan media digital. Media digital merupakan salah satu alternative bagi Dinas dalam melakukan kegiatan promosi. Dan dengan mulai beradaptasi dengan keadaan bisa membuat kegiatan promosi dan kegiatan wisata bias dilakukan dengan lebih baik.

## **5. UCAPAN TERIMA KASIH**

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan artikel ini. Selama penulisan skripsi ini pertama penulis ucapkan terimakasih kepada diri sendiri karena telah mampu berjuang menyelesaikan skripsi ini selain itu penulis berterimakasih tentunya kepada pihak- pihak yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu dengan ketulusan hati penulis ucapkan terimakasih atas semua bimbingan, dukungan, motivasi, dan do'a semoga kebaikan tersebut menjadi amal jariyah dan diberikan imbalan

yang setimpal dari Allah. Aamiin.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Astina, C. d. (2013). *Pengaruh Pariwisata Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Di Provinsi Aceh*. Jurnal Ilmu Ekonomi Pascasarjana Universitas Syariah Kuala Vol.1 No.4 , Halaman 16.
- Bakaruddin. (2008). *Permasalahan dan Pengembangan Kepariwisataaan*. Padang: UNP Press
- Budio,Sesra.2019.Strategi manajemen sekolah.*Jurnal Menata* Vol 2 No 2.
- Haryanto,R,A.2013.StrategiPromosi,Ku alitas Produk,Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran MCDONALD’S Manado .*Jurnal EMBA* Vol.1 No.4.
- Maleong, J. L. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Maharani, M. W., Frinaldi, A., & Mubarak, A. (2018). Efektivitas Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman Terhadap Kepuasan Pengunjung di Pantai Gandoriah. *Spirit Publik: Jurnal Administrasi Publik*, 14(1), 69-80.
- Oja,Hubertus.2016.*Penerapan manajemen strategi dalam mewujudkan kinerja organisasi sektor publik*.E-journal Unmus Volume 5 No 01.Oktosilva,Andri.2018.*Strategi DinasPariwisata dalam pengembangan Pariwisata di Tana Toraja*.Skripsi.Universitas Hasanudin.Makasar.
- Pitana I Gde, d. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset
- Primadany, R. S. (2016). *Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk)*. Jurnal Administrasi Publik (JAP) Vol.1 No.4 , Halaman 137
- Rahayu,SWD.2019.*Efektifitas Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Produk Kosmetik di Kota Blitar*. Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi, Volume 12 Nomor 1.
- Riki. 2020. *Perencanaan Peningkatan Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Kosuke di Kota Batam* .Jurnal Rekaman, Vol. 4, No.3.
- Siagian, Sondang. 2000. *Manajemen. Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Tingginehe, dkk. 2019. *Perencanaan Pariwisata Hijau di Distrik Roon Kabupaten Teluk Wondama, Papua Barat*. Jurnal Spasial Vol 6. No. 2.
- Windiani, M. N. (2014). *Potensi dan Kendala Pengembangan Pariwisata Berbasis Kekayaan Alam Dengan pendekatan Marketing Places (Studi Kasus Pengembang Pariwisata Di Kabupaten Bojonegoro)*. Jurnal Sosial Humaniora Vol.7 No.2 , Halaman 139
- Zulpiansyah,Ervin.2019.*Peran Satuan Polisi Pamong Praja Kota Serang Dalam Penataan Pedagang Kaki Lima di Kawasan Pasar Royal Kota Serang Tahun2018*.Skripsi.Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Serang.