



Strategi Dinas Pariwisata dalam Mempromosikan Wisata Daerah pada Masa Pasca Pandemi Covid-19 di Kabupaten Pacitan

Penulis:

Wulan Oktafiantika¹, Bambang Triono², Ekapti Wahjuni³

Afiliasi:

Program Studi Ilmu Pemerintahan, FISIP, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Indonesia¹²³

Email:

wulan.oktafiantika24@gmail.com¹, bambangtri635@gmail.com², ekaptiwahyuni@gmail.com³



©2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License-(CC-BY-SA) (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

DOI : <https://doi.org/10.33701/jtpm.v2i2.2669>

*Penulis Korespondensi

Wulan Oktafiantika
Program Studi Ilmu Pemerintahan, FISIP
Universitas Muhammadiyah Ponorogo
Email: wulan.oktafiantika24@gmail.com

Diterima: 06Agustus 2022
Direvisi: 14 Oktober 2022
Publikasi Online: 24 Oktober 2022

Abstract

Tourism is a tertiary need. A person will do tourism if all the primary and secondary conditions are met. The pandemic of Covid-19 has been running for two years, from early 2000 to the end of 2021. It causes many traumas to human life. Thus, the researchers took three formulations of the problem, namely: how the strategy used by the Tourism Office in promoting local tourism during the post-Covid-19 pandemic in Pacitan Regency, the factors inhibiting the strategy of the Tourism Office in promoting regional tourism during the post-Covid-19 pandemic, and what solutions conducted by the Tourism Office to overcome the inhibition. The writing aims to describe the Office's efforts to develop tourism after the pandemic era. The result shows that the strategies conducted by the Tourism Office are suitable with the theories: advertising, promoting, publishing, and self-purchasing. There are two inhibiting factors, internal and external factors. The internal factors are the lack of human resources in management, while the external factors are caused by the limited number of tourists in tourism destinations. The Tourism Office's solutions are conducting an evaluation meeting every month, training for tourism management, and training for promotion to bring up creative ideas to attract tourists.

Keywords: Strategy; Promotion; Tourism; Tourism Office

Abstrak

Wisata merupakan kebutuhan tersier. Seseorang akan melakukan wisata apabila semua kebutuhan pokok dan sekundernya terpenuhi. Setelah berjalannya pandemi covid-19 selama kurang lebih dua tahun yaitu pada awal tahun 2020 hingga akhir 2021 menyisakan banyak trauma yang mendalam bagi kehidupan manusia. Dari permasalahan tersebut peneliti mengambil tiga rumusan masalah yaitu bagaimana strategi Dinas Pariwisata dalam mempromosikan wisata daerah pada masa pasca pandemi Covid-19 di Kabupaten Pacitan, faktor penghambat strategi Dinas Pariwisata dalam mempromosikan wisata daerah pada masa pasca pandemi Covid-19 di Kabupaten Pacitan dan bagaimana solusi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dari faktor yang menjadikan penghambat promosi. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan bagaimana upaya yang dilakukan Dinas Pariwisata dalam mengembangkan wisata setelah pandemi Covid-19. Hasil dari pembahasan bahwa strategi dinas pariwisata dalam mempromosikan wisata daerah yaitu dengan menggunakan ke empat strategi sesuai yang sudah dipaparkan dalam teori yaitu periklanan, promosi, publisitas dan penjualan pribadi. Faktor penghambat strategi Dinas Pariwisata dalam mempromosikan wisata daerah pada masa pasca pandemi Covid-19 di Kabupaten Pacitan yaitu faktor

internal dan eksternal. Faktor internal berupa kurangnya Sumber Daya Manusia kepengurusan dan faktor eksternal karena adanya pembatasan terkait jumlah pengunjung wisata. Solusi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dari faktor yang menjadikan penghambat promosi yaitu dinas pariwisata dalam melakukan promosi wisata dinas pariwisata mengadakan rapat evaluasi disetiap bulan, selain itu juga mengadakan kegiatan pelatihan-pelatihan tentang pengelolaan wisata dan juga pelatihan promosi wisata dengan tujuan memunculkan ide-ide kreatif untuk menarik simpati pengunjung wisata.

Kata kunci: Strategi; Promosi; Wisata; Dinas Pariwisata

PENDAHULUAN

Wisata merupakan kebutuhan tersier (Yanti & Eka, 2021). Seseorang akan melakukan wisata apabila semua kebutuhan pokok dan sekunder telah terpenuhi. Setelah berjalannya pandemi covid-19 selama kurang lebih dua tahun yaitu pada awal tahun 2020 hingga akhir 2021 menyisakan banyak trauma yang mendalam bagi kehidupan manusia. Terutama pada keluarga yang ditinggal kerabatnya meninggal akibat covid-19. Selama pandemi covid-19 mengharuskan manusia untuk membatasi interaksi dengan sesama sehingga pemerintah menerapkan *lockdown* berbulan-bulan. Tujuan dari *lockdown* tersebut tak lain untuk mengatasi atau mencegah dari penularan covid-19 yang lebih luas dan parah. Kehidupan manusia pada dua tahun tersebut begitu miris seakan-akan kematian dapat datang begitu mudah melalui penyebaran virus covid-19. Banyak lokasi-lokasi ramai yang menyebabkan penularan covid-19 seperti di pasar, *mall*, sekolah bahkan tidak sedikit yang disebabkan dari lokasi-lokasi pariwisata.

Selain trauma yang dihadapi oleh manusia, pasca pandemi covid-19 juga mengakibatkan perekonomian masyarakat mengalami krisis yang draktis. Banyak perusahaan-perusahaan yang terpaksa memutus hubungan kerja kepada karyawan disebabkan adanya pandemi covid-19. Selain itu juga tidak sedikit masyarakat yang kehilangan mata pencariannya pada saat pandemi covid-19 terjadi. Pasca pandemi covid-19 ini merupakan langkah awal atau langkah baru lagi untuk memulai menata dan memperbaiki krisis tersebut.

Dari permasalahan yang dihadapi oleh banyak masyarakat tentang adanya covid-19 yang menyisakan trauma dan juga krisis

perekonomian maka hal ini sangat berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke lokasi wisata pasca pandemi covid-19. Dikarenakan berwisata merupakan kebutuhan yang tersier dalam arti apabila kebutuhan pokok dan kebutuhan sekundernya sudah terpenuhi maka seseorang baru akan melakukan kegiatan berwisata. Dari permasalahan tersebut peneliti akan meneliti bagaimana strategi yang dilakukan Dinas Pariwisata untuk mempromosikan wisata daerah pada masa pasca pandemi covid-19. Karena Dinas Pariwisata yang mempunyai wewenang selaku pengelola tentang maju mundurnya wisata di Kabupaten Pacitan.

Selain itu Kabupaten Pacitan merupakan kabupaten yang terkenal dengan julukan kota wisata dan 1001 goa (Pacitan *Paradise of Java*) 2019). Hal ini dipengaruhi sebagian besar wilayah Pacitan berupa pegunungan kapur, yakni bagian dari rangkaian pegunungan Kidul. Diantara pegunungan kapur ini, banyak ditemukan goa yang memiliki berbagai ciri khas. Dilansir dari Pacitanku.com, total ada 105 goa dan luweng yang ada di Pacitan. Dan hebatnya, sebagian besar gua di Pacitan masih memiliki stalaktit dan stalagmit yang masih aktif. Bahkan, beberapa fosil manusia purba dan alat-alat purbakala telah ditemukan.

Letak strategis Kabupaten Pacitan yang terletak di barat daya provinsi Jawa Timur. Sebagian besar wilayah kabupaten Pacitan yaitu pegunungan dan pantai laut selatan. Kota 1001 Goa dan kota wisata merupakan nama khas kabupaten pacitan. Nama tersebut merupakan nama julukan karena Kabupaten Pacitan terkenal banyak Goa dan daerah-daerah yang eksotis. Wisata yang terdapat di kabupaten pacitan seperti Teleng Ria, Pantai Klayar, Goa Gong, dan Goa Tabuhan. Selanjutnya, beberapa



destinasi wisata kabupaten pacitan dari segi jenisnya yaitu: Pantai (Telang Ria, Pantai Klayar, Pantai Banyu Tibo, Buyutan, Pangasan, dll), Tebing (Beiji Park, Sentono Gentong), Pemandian Air Hangat, Goa (Goa Gong, Goa Tabuhan, Goa Putrid), dan Wisata Buatan Manusia (Water Boom) Tempat Pertanian).

Dari permasalahan diatas maka peneliti mengambil judul “Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Wisata Daerah Pada Masa Pasca Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Pacitan”. Fokus kajian dari penelitian ini membahas mengenai Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Wisata Daerah Pada Masa Pasca Pandemi Covid-19. Maka dari itu penelitian ini menarik untuk di teliti, sejauh mana strategi yang dilakukan Dinas Pariwisata dalam pengembangan wisata pasca pandemi Covid-19.

Penelitian tersebut dengan menggunakan 4 (empat) teori strategi pemasaran yaitu periklanan, promosi, publisitas dan penjualan pribadi. Dengan menggunakan teori tersebut, diharapkan dapat menjadi tolak ukur terhadap upaya yang sudah dilakukan oleh Dinas Pariwisata. Untuk menambah referensi dalam penelitian ini dan membandingkan permasalahan yang diteliti serta menyajikan hasil dari penelitian, maka ada beberapa penelitian yang dikutip sebagai berikut:

Pertama, Jurnal yang disusun oleh Riza Muhamad Fadhil dan Muchamad Zaenuri, dengan judul Strategi *Recovery* Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta Pada Masa *New Normal*. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta telah banyak mengupayakan untuk mendatangkan wisatawan agar masyarakat yang mengandalkan penghidupan dari pariwisata bisa terus bertahan, yang salah satu upayanya yaitu bekerjasama dengan banyak *stakeholder* untuk menekan kasus Covid-19, menyalurkan dana hibah pariwisata untuk kepentingan pariwisata dan menyelenggarakan *event* secara virtual dll. Diharapkan dengan strategi yang dilakukan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dapat mencapai target sesuai dengan tujuan. (Muhamad Fadhil dan Muchamad Zaenuri, 2021)

Kedua, Jurnal yang disusun oleh Salsabilah hasanah dengan judul *Strategi Pemulihan Pariwisata Pantai Parangtritis Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Promosi Kearifan Lokal*. Dalam jurnal tersebut dijelaskan bahwa Strategi pemulihan wisata Pantai Parangtritis pasca pandemi Covid-19 dengan mempromosikan kearifan lokal yang dimiliki oleh Pantai Parangtritis antara lain seperti upacara-upacara adat (Labuhan, Peh Cun, Pisungsung), bangunan (Gua Langse), tradisi (Pemandian Parang Wedang.(Salsabilah Hasanah, 2021).

METODE

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan dalam melakukan penelitian dengan beberapa langkah seperti dalam pengumpulan informasi atau data kemudian melakukan pemilihan terhadap data yang sudah dipilih untuk digunakan sebagai bahan analisis dalam penelitian. Adapun dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu mendeskripsikan lewat kata-kata.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan pada penelitian ini yaitu jenis penelitian kualitatif deskriptif. Pada umumnya metode ini dipergunakan untuk menyelidiki kebenaran yang bersifat *relative*, teoritis. Pada penelitian ini penulis ingin mengetahui tentang strategi dinas pariwisata dalam mempromosikan wisata daerah pada masa pasca pandemi covid-19 di Kabupaten Pacitan.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil subjek di Kabupaten Pacitan tepatnya di Dinas Pariwisata Kabupaten Pacitan dan di pengelola pariwisatanya. Jadi dalam penelitian ini, penting untuk langsung melihat apa yang sebenarnya terjadi di lapangan.

3. Penentuan Informan

Informan (narasumber) penelitian yaitu orang yang mempunyai atau mengetahui tentang subjek penelitian ini. Informan dalam penelitian ini yaitu berasal dari wawancara langsung yang disebut sebagai narasumber. Dalam penelitian ini menentukan informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik



mengumpulkan data yang sebenarnya dengan mewawancarai seorang informan yang dianggap mengetahui atau menguasai suatu keahlian tertentu di dalam bidangnya.

Penentuan informan yang dipilih sebagai narasumber sesuai dengan kriteria pemahaman orang tersebut tentang subjek penelitian, maksud dari peran informan yaitu sebagai kedudukan dalam pengumpulan data penelitian sehingga dapat menghasilkan informasi yang relevan. Oleh karena itu sangat tepat sekali bagi peneliti memilih dari beberapa informan tersebut. Dalam penelitian ini mengambil informan 1 (satu) Staff bidang pengembangan SDM & pemasaran pariwisata, 2 (dua) Kepala UPT pengelola daya tarik wisata, 3 (tiga) Kepala seksi ekonomi kreatif, 4 (empat) Staff dinas kesehatan Kabupaten Pacitan, 5 (lima) Kepala bidang pengembangan dan industri pariwisata, 6 (enam) Kepala seksi sumber daya pariwisata, 7 (tujuh) Pedagang, 8 (delapan) Pengunjung.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara dapat diartikan sebagai sebuah teknik yang penting dalam penelitian kualitatif. Wawancara atau yang sering disebut *interview* merupakan bertemunya kedua orang atau lebih dan dalam pertemuan tersebut mereka menjalin komunikasi aktif untuk menggali sumber data tentang subjek penelitian. Wawancara dilakukan secara langsung dengan informan yaitu Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Pacitan, Kepala Dinas BPKAD Kabupaten Pacitan, masyarakat dan pengelola pariwisata di Kabupaten Pacitan. Wawancara dapat dilakukan secara tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan *handphone*. Untuk membantu pada saat dilakukannya wawancara peneliti menggunakan *handphone*, alat perekam, dan alat tulis.

b. Observasi

Observasi merupakan usaha yang dilakukan dengan cara mengamati pada suatu objek dengan secara langsung dan terperinci dengan tujuan untuk memperoleh informasi tentang kebenaran subjek penelitian. Subjek yang diamati dengan tujuan memperoleh data dan kemudian dikumpulkan untuk dianalisis sehingga dapat tersusun penelitian yang sempurna. Observasi merupakan sebuah upaya untuk memperoleh informasi tentang keadaan

di lapangan agar mengetahui bagaimana cara strategi dinas pariwisata dalam mempromosikan wisata daerah pada masa pasca pandemi covid-19 di Kabupaten Pacitan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi tentang ilmu pengetahuan. Bahan temuan data yang sudah dikumpulkan bisa berupa gambar maupun video, kutipan, dan bahan referensi lain.

d. Teknik Analisis data

Menurut Noeng Muhadjir mengemukakan pengertian analisis data sebagai upaya mencari dan menata secara terstruktur dengan berdasarkan data-data temuan observasi, wawancara, dan lainnya dengan tujuan guna memberikan kualitas yang bagus pada penelitian yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna. Maka dapat dipahami bahwa kegiatan analisis data kualitatif menyatu dengan aktivitas pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penyimpulan hasil penelitian (Rijali 2018).

1) Pengumpulan Data

Dalam penelitian Kualitatif pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pengumpulan data ini dilakukan dalam jangka waktu tertentu sesuai kebutuhan validasi data.

2) Reduksi Data

Merupakan tahap pemilihan dengan pemikiran yang lebih mendalam. Hasil dari wawancara bisa di diskusikan dengan orang lain, sehingga peneliti bisa lebih mengembangkan pemikiran dan data yang di reduksi memiliki nilai temuan dan pengembangan teori yang signifikan.

3) Penyajian Data

Penyajian data ini bisa berupa table, grafik, teks dan lainnya. Dengan harapan adanya penyajian data ini dapat memberikan kemudahan dalam memahami penelitian ini serta dapat menyumbangkan mempermudah memberikan kesimpulan.

4) Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dengan mendiskripsikan suatu objek yang sebelumnya belum jelas



menjadi lebih jelas. Penarikan kesimpulan merupakan penarikan arti dari data apa yang telah disampaikan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan hasil dan pembahasan penelitian tentang “Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Wisata Daerah Pada Masa Pasca Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Pacitan”. Data-data dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara dengan informan serta melakukan observasi di lapangan guna mendapatkan berbagai dokumentasi yang diperlukan. Adapun pemilihan dalam menentukan informan tidak sembarangan melainkan atas pertimbangan yang berarti informan tersebut harus paham betul terkait dengan permasalahan dan kondisi mengenai sebagai topik utama dalam pembahasan yang akan dijadikan penelitian ini. Wawancara ini akan menjadi penguat dan pendukung data yang sudah didapatkan penulis terkait pada judul penelitian ini. Adapun identitas informan yang akan penulis wawancarai diantaranya pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Pacitan, beberapa pelaku usaha di Lokasi wisata, dan sejumlah wisatawan di Kabupaten Pacitan.

Untuk tahap analisis data peneliti membuat beberapa daftar pertanyaan untuk wawancara kepada pihak-pihak terkait sehingga mendapatkan beberapa jawaban yang sudah sesuai dengan topik penelitian ini, setelah data terkumpul maka peneliti terlebih dahulu menyamakan jenis-jenisnya untuk mempermudah saat melakukan analisa, kemudian setelah data yang diperoleh sudah sesuai dengan jenisnya masing-masing kemudian peneliti menganalisa data dengan suatu metode untuk memaparkan dan menafsirkan data yang ada. Setelah data dianalisa dan diambil kesimpulan dengan berfikir induktif yaitu berangkat dari kesimpulan-kesimpulan khusus kemudian ditarik menjadi sebuah kesimpulan yang bersifat umum.

Dengan demikian dapat dihindari kesalahan dalam mengambil kesimpulan yang akan dijadikan fakta dalam penelitian ini.

Tabel 1. Daftar Informan

No	Nama	Jabatan	Alasan
1	Eko Waluyo,	Staff bidang pengembangan SDM & pemasaran pariwisata	Merupakan Informan yang lebih paham tentang pengembangan SDM & pemasaran pariwisata
2	Bambang Widodo, SE,	Kepala Tata Usaha UPT pengelola daya tarik wisata	Merupakan informan yang memegang manajemen pengelola daya tarik wisata
3	Sri Wahyuni,	Pedagang di daerah wisata	Sebagai Informan umpan balik dari apa yang sudah dilakukan oleh Dinas Pariwisata
4	Fredika Bagus Hendrawan,	Pengunjung wisata	Sebagai Informan umpan balik dari apa yang sudah dilakukan oleh Dinas Pariwisata

Sumber : (Data Hasil Wawancara 2022)

Keberadaan informan sebagai sumber data dalam penelitian sangat penting karena dapat memberikan gambaran dan penjelasan sesuai fakta terkait situasi objek penelitian, dalam pemilihan informan peneliti memilih beberapa orang yang memang paham dan bertanggungjawab dalam pembahasan judul penelitian ini, pemilihan informan pada masyarakat juga diambil dari beberapa desa yang ada di Kabupaten Pacitan.

Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Pacitan melalui Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disparpora) Kabupaten Pacitan segera melakukan langkah-langkah terkait turunnya Instruksi Menteri Dalam Negeri (Mendagri) nomor 60 tahun 2021 pada Selasa (16/11/2021). Kepala Disparpora Pacitan Tengku Andi Faliandra saat dihubungi Pacitanku.com, Selasa siang mengatakan sejumlah langkah telah dan akan dilakukan pihaknya menyambut pembukaan destinasi wisata di Pacitan. “Dengan keluar Inmendagri (Selasa) tadi pagi, lalu Dinas Pariwisata siang tadi mengusulkan pengaktifan aplikasi pedulilindungi,”kata pria yang akrab disapa Andi ini. Lebih lanjut, Andi mengungkapkan jika *Quick Response* (QR) Code aplikasi segera keluar, maka pembukaan destinasi wisata di Pacitan bisa segera dilakukan. “Insya Allah sambil persiapan di lapangan, kalau besok (Rabu) QR aplikasi keluar, Dinas Pariwisata bisa diresmikan Bupati untuk simbolis pembukaannya (destinasi wisata). Maturnuwun



dukungannya,”pungkasnya. Diberitakan sebelumnya di Pacitanku.com, PPKM Kabupaten Pacitan akhirnya turun level dari level 3 ke level 2. Hal itu sesuai dengan Inmendagri nomor 60 Tahun 2021 tentang PPKM Level 3, Level 2 dan Level 1 COVID-19. Dalam Inmendagri yang ditandatangani oleh Menteri Dalam Negeri Muhammad Tito Karnavian pada Senin (15/11/2021) itu, Pacitan berada di level 2 PPKM setelah selama kurun waktu sekitar 4 bulan lamanya Pacitan berada di PPKM level 3. Pacitan sendiri masuk ke level 2 PPKM karena capaian total dosis vaksinasi ke-1 sudah mencapai ambang batas 50 persen dan capaian vaksinasi dosis 1 untuk lansia lebih dari 40 persen. Sejumlah kelonggaran bisa dilakukan pada daerah dengan PPKM Level 2, termasuk Pacitan. Yang pertama, sesuai Inmendagri, fasilitas umum seperti area publik, taman umum, tempat wisata umum dan area publik lainnya diizinkan buka dengan kapasitas maksimal 25 persen pengunjung.

Berdasarkan Definisi Operasional yang sudah dijelaskan, maka dapat Dinas Pariwisata susun beberapa poin antara lain sebagai berikut :

1. Strategi Dinas Pariwisata dalam Mempromosikan Wisata Daerah Pada Masa Pasca Pandemi Covid-19

Strategi Dinas Pariwisata dalam mempromosikan wisata disini Dinas Pariwisata kelompokkan sesuai teori tentang strategi promosi sebagai berikut :

a. Periklanan

Periklanan merupakan strategi yang utama Dinas Pariwisata lakukan setelah adanya covid-19. Karena selama covid memang Dinas Pariwisata tidak membuka akses pariwisata. Setelah covid-19 mulai mereda dan dibuka dengan persyaratan tertentu kemudian Dinas Pariwisata langsung menginformasikan bahwa wisata Kabupaten Pacitan sudah mulai dibuka dengan menerapkan beberapa hal, seperti *scan* peduli lindungi, *chek* kartu vaksin, dan memakai masker. Setelah membuka akses pariwisata, Dinas Pariwisata mulai gerak cepat melalui periklanan wisata dengan menggunakan media *online*. Perkembangan zaman yang begitu canggih dengan adanya internet, dapat memudahkan Dinas Pariwisata untuk

melakukan promosi wisata. Apalagi anak muda zaman sekarang sudah kecanduan gadget dan internet. Promosi melalui internet sangat mudah dilakukan contohnya seperti melalui akun *Instagram*. Akun tersebut melakukan *tag* pada akun-akun komunitas Pacitan yang ada di *Instagram*. Salah satu akun tersebut di beri nama @disparbudporapacitan. (wawancara kepada Bapak Eko Waluyo, Staff bidang pengembangan SDM & pemasaran pariwisata 06 Juni 2022).



Gambar 1. Akun Instagram
Sumber: Instagram

Selain menggunakan media *online* Dinas Pariwisata juga menggunakan media cetak, seperti halnya *banner*, *balibo*, yang nantinya akan di pasang di perbatasan-perbatasan daerah Kabupaten Pacitan. Hal ini bertujuan agar setiap penduduk di luar Kabupaten Pacitan yang akan berkunjung dapat melihat bahwa di Kabupaten Pacitan terdapat banyak wisata. (wawancara kepada Bapak Eko Waluyo, Staff bidang pengembangan SDM & pemasaran pariwisata 06 Juni 2022).



Gambar 2. Pemasangan Banner 1001 Goa di perbatasan Pacitan-Ponorogo (Sumber: WodPress.com)



Gambar 3. Pemasangan Banner Pantai Srau
Sumber: Foto Pribadi

b. Promosi

Selain periklanan Dinas Pariwisata juga menjalin kerjasama dengan lembaga pendidikan, instansi daerah serta komunitas-komunitas yang ada Kabupaten Pacitan. Seperti dalam acara pengelolaan sampah dan sanitasi yang dilakukan oleh dinas kesehatan di pantai Srau. (wawancara kepada Suprayitna, S.Sos., M.M Kepala bidang pengembangan dan industri pariwisata 25 Juli 2022). Menurut Ashuri Hidayat salah satu Dinas Kesehatan Kabupaten Pacitan pelatihan kebersihan lingkungan yang Dinas Pariwisata adakan di lokasi wisata ini dengan tujuan untuk menciptakan kebersihan lokasi wisata karena wisata merupakan bagaikan wajahnya kota pacitan dihadapan para tourism dari berbagai

wilayah. Maka kebersihan lokasi wisata harus tetap dijaga.



Gambar 4. Promosi Wisata melalui Pelatihan Kebersihan yang diadakan di lokasi wisata oleh dinas Kesehatan Kab Pacitan (Sumber: dataku)

Hasil wawancara yang Dinas Pariwisata lakukan terhadap dinas Pariwisata Kabupaten pacitan tentang strategi promosi yang digunakan pada saat pasca pandemi covid-19 yaitu dengan menjalin kerjasama dengan Dinas Kesehatan sebagai upaya meningkatkan kebersihan lokasi wisata selain itu juga promosi bahwa lokasi wisata dapat digunakan sebagai tempat seminar dan pelatihan-pelatihan lainnya.

c. Publisitas.

Untuk melakukan promosi Dinas Pariwisata melakukan kegiatan seperti bakti sosial bekerjasama dengan dinas kesehatan kabupaten pacitan. Di era *new* normal ini berharap pengunjung wisata dapat menikmati wisata dengan nyaman tanpa adanya ancaman covid-19. Selain itu Dinas Pariwisata juga mengadakan lomba pembuatan ikon pantai Teleng Ria Pacitan. Selain digunakan sebagai ikon Teleng Ria lomba tersebut diadakan dengan tujuan untuk promosi produk wisata daerah kabupaten pacitan. (Edy Purwanto, SE jabatannya kepala seksi ekonomi kreatif wawancara 23 juli 2022)



Gambar 5. Ikon Yang terpilih (Sumber: dataku)

Kemudian dari ikon yang terpilih selanjutnya Dinas Pariwisata harapan kepada pedagang-pedagang di pantai Teleng Ria menggunakan ikon tersebut. Karena pedagang merupakan bagian dari Dinas Pariwisata untuk promosi wisata apabila wisatanya ramai maka pedagang pun ikut mendapatkan keuntungan. (Edy Purwanto, SE jabatannya kepala seksi ekonomi kreatif wawancara 23 Juli 2022)



Gambar 6. Penggunaan ikon Teleng Ria disetiap produk yang dijual (Sumber: Dataku)

Selain penggunaan logo tersebut produk olahan yang dijual di lokasi wisata harus mencantumkan lokasi wisata tersebut seperti yang dijelaskan sumarni pedagang jenang dodol yang berada dilokasi wisata. Upaya pemerintah mengharuskan produk-produk yang dijual di lokasi wisata harus mencantumkan iklan wisata Pacitan ini memang sebagai hubungan yang saling menguntungkan apabila wisata ramai

Dinas Pariwisata pun juga mendapatkan keuntungan yang banyak. (wawancara sumarni, pedagang pantai Teleng Ria, 24 Juli 2022).



Gambar 7. Promosi wisata melalui produk yang dijual (Sumber: Dataku)

Dari hasil wawancara yang Dinas Pariwisata lakukan terhadap pegawai dinas Pariwisata Kabupaten Pacitan dalam rangka melakukan publisitas mengenai promosi wisata melalui pogram pembuatan logo atau Ikon teleng ria yang kemudian dijadikan pada setiap produk yang dijual di lokasi wisata.

d. Penjualan pribadi

Penjualan produk maksudnya disini kan bagaimana kita melakukan promosi dengan cara *door to door* . Cara ini Dinas Pariwisata lakukan dengan memberikan informasi kepada setiap lini organisasi, dan juga instansi-instansi pemerintah. Promosi ini sebenarnya Dinas Pariwisata lakukan dengan tujuan awal memberi informasi tentang penerapan peraturan terbaru bagi pengunjung wisata di era *New Normal* ini atau Pasca Covid-19. Semua pelaku usaha di bidang wisata akan diberikan sosialisasi terkait standarisasi protokol kesehatan di kawasan wisata. Dalam masa perpanjangan 17 (tujuh belas) hari terhitung tanggal 1 juni hingga 17 Juni, akan terus melakukan sosialisasi di sekitar kawasan wisata.(wawancara Eko waluyo Staff bidang pengembangan SDM & pemasaran pariwisata, 25 juli 2022).



Gambar 8. Pengumuman pembukaan wisata pasca covid-19 (Sumber: Dataku)

2. Faktor Penghambat Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Wisata Daerah Pada Masa Pasca Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Pacitan.

Faktor yang menjadikan penghambat strategi promosi yang dilakukan oleh dinas Pariwisata pada masa pasca pandemi covid-19 menurut data dari wawancara Dinas Pariwisata sebagai berikut:

a. Faktor Eksternal

Peraturan pemerintah yang masih membatasi jumlah pengunjung wisata beberapa aktifitas di masa pasca Covid-19 ini tentunya menyebabkan beberapa penghambat bagi Dinas Pariwisata untuk melakukan promosi wisata seperti pemberlakuan batas maksimal pengunjung yaitu 25 persen pengunjung dari tahun lalu. Wisata ini mempengaruhi Dinas Pariwisata dalam melakukan promosi wisata takutnya nanti kalau wisata Dinas Pariwisata promosikan bahwa sudah dibuka maka akan menyebabkan membeludaknya wisatawan. Sementara kalau Dinas Pariwisata menolak dan menerapkan antrian tidak mungkin karena kasihan yang sudah jauh-jauh dari Solo, Jogja maka akan menunggu ke tempat wisata. Selain itu juga orang yang berwisata tidak mungkin Dinas Pariwisata batasi waktunya sekian-sekian (Wawancara, Samsul Muhammadi, Sos., M.M Kepala seksi sumber daya pariwisata 25 Juli 2022)



Gambar 9.1 Pembatasan jaga jarak (Sumber: Dataku)

b. Faktor Internal

Selain itu penghambat Dinas Pariwisata dalam melakukan promosi yaitu faktor internal, yaitu tentang sumber daya pegawai pengelola promosi wisata. Ada pegawai yang paham teknologi dan ada yang tidak. Semuanya itu memang wajar ada di setiap kantor dimanapun berada. Pasti ada saja pegawai yang kurang berkopoten dalam bidangnya. Akan tetapi Dinas Pariwisata selalu mengadakan evaluasi kerja setiap bulannya. (Wawancara Uko Waluyo Staff bidang pengembangan SDM & pemasaran pariwisata, 25 Juli 2022)

ANALISIS

Dalam kajian analisis ini peneliti menganalisis dengan menggunakan teori-teori yang telah peneliti sajikan. Adapun Langkah analisis data terkait topik Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Wisata Daerah Pada Masa Pasca Pandemi Covid-19 di Kabupaten Pacitan yang peneliti dapat dari Dinas Pariwisata sajikan sebagai berikut:

1. Strategi Dinas Pariwisata dalam Mempromosikan Wisata Daerah Pada Masa Pasca Pandemi Covid-19

a. Periklanan

Dinas pariwisata dalam melakukan promosi melalui periklanan mereka menggunakan pengiklanan melalui media *online* dan pemasangan *banner* di daerah-daerah



perbatasan. Hal itu berdasarkan dengan nilai keefektifitasannya serta tepat sasaran kepada pihak yang akan dituju yaitu remaja dan penduduk di luar Kabupaten Pacitan. Strategi pengiklanan tersebut sudah merupakan strategi yang tepat sasaran dikarenakan remaja zaman sekarang terbilang 99% menggunakan internet atau *gadget*. Sementara promosi yang dilakukan dengan sasaran penduduk di luar Kabupaten Pacitan ini berdasarkan minat dan simpati penduduk di luar Kabupaten Pacitan sangat tinggi.

b. Promosi

Promosi yang dilakukan Kabupaten Pacitan dengan melalui kerjasama dengan pihak-pihak lain merupakan suatu langkah yang tepat. Bekerjasama dengan instansi-instansi pemerintahan, lembaga-lembaga pendidikan merupakan kegiatan yang saling menguntungkan pihak pengelola wisata mendapatkan pemasukan dari retribusi masuk sementara pihak instansi seperti lembaga-lembaga yang mengadakan pelatihan-pelatihan di lokasi pantai mendapatkan ilmu pelajaran dengan *view* pemandangan yang indah.

c. Publisitas

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing pelanggan melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, serta kegiatan lainnya. Kegiatan ini dapat meningkatkan pamor perusahaan dimata para konsumen. Dalam hal ini dinas pariwisata Kabupaten Pacitan mengadakan lomba pembuatan logo Teleng ria selain itu penerapan promosi yang dilakukan pada setiap produk yang dijual di lokasi wisata. Hal ini dapat dengan mudah diterapkan oleh dinas pariwisata dikarenakan saling menguntungkan antara dinas pariwisata dan para pedagang. Apabila pengunjungnya ramai maka dapat dipastikan akan menambah pendapatan para pedagang.

d. Penjualan Pribadi

Penjualan pribadi yang dimaksudkan disini yaitu melakukan promosi dengan cara *Door to Door*. Upaya yang dilakukan oleh dinas pariwisata dalam hal ini dengan melakukan sosialisasi bahwa destinasi wisata Kabupaten Pacitan sudah di buka. Ini merupakan upaya yang dilakukan sebagai penjualan wisata secara detail.

2. Faktor Penghambat Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Wisata Daerah Pada Masa Pasca Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Pacitan.

Dari upaya promosi yang dilakukan dinas pariwisata terdapat beberapa faktor penghambat. Faktor penghambat itu Dinas Pariwisata kelompokkan menjadi dua yaitu faktor internal dan eksternal.

a. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang menjadikan penghambat promosi wisata yang dilakukan oleh dinas pariwisata Kabupaten Pacitan yaitu adanya pembatasan jumlah pengunjung yaitu 25 persen dari jumlah pengunjung pada hari-hari sebelum covid-19 melanda. Hal ini sebagai penghambat dikarenakan percuma melakukan promosi akan tetapi dibatasi pengunjung yang masuk di daerah wisata.

b. Faktor Internal

Faktor internal yang menjadikan penghambat yaitu adanya pegawai yang kurang berkompenten pada bidangnya masing-masing bahkan ada pegawai yang tidak paham teknologi. Hal ini menjadikan Dinas Pariwisata kurang selalu *update* ide-ide kreatif untuk menarik simpati pengunjung wisata.

KESIMPULAN

Strategi yang dilakukan Dinas Pariwisata dalam melakukan promosi wisata daerah pada saat pasca pandemi covid-19 dengan menggunakan empat strategi yaitu Pengiklanan, Promosi, Publisitas dan Penjualan Pribadi. Akan tetapi hal tersebut terhambat oleh kedua faktor internal dan eksternal. Solusi dari faktor-faktor yang menghambat jalannya promosi dinas pariwisata pada masa pasca pandemi covid-19 yaitu dengan menunggu keputusan pemerintah tentang pembebasan jumlah pengunjung wisata.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Bapak Turmudi, S.Sos, M.Si. selaku Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Pacitan yang sudah memberikan izin dan memberikan informasi.



REFERENSI

- Baharuddin, Aris, Maya, K., and Rudi, S. (2017). "Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Malioboro Kota Yogyakarta." *Jurnal Administrare* 3 (2). <https://doi.org/10.26858/ja.v3i2.2571>.
- Dukcapil. 2021. "Data Sensus Penduduk Kabupaten Pacitan 2021."
- Handayani, Rina, T., Dewi, A., Aquartuti, T., Aris W., and Joko, T. (2020). "Pandemi Covid-19, Respon Imun Tubuh, Dan Herd Immunity." *Jurnal Ilmiah Stikes Kendal* 10 (3).
- Kurniawan, M, Novie Susanti, and Hamid. 2017. "Pengaruh Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Berlian Bersaudara Propertindo." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini* 8 (1).
- Manafe, Janri, D, Tuty, ., and Yermias, A. (2016). "PEMASARAN PARIWISATA MELALUI STRATEGI PROMOSI OBJEK WISATA ALAM, SENI DAN BUDAYA (Studi Kasus Di Pulau Rote NTT)." *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 4 (1): 101. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v4i1.1687>.
- Noviyanti, Devi. (2018). "STRATEGI PROMOSI WISATA RELIGI MAKAM SYEKH SURGI MUF'TI Devi Noviyanti UIN Antasari Banjarmasin" 17 (34): 90–118.
- Pacitan, Pemkab. 2021. "Geografis 1 Pemerintah Kabupaten Pacitan." Pacitankab.Go.Id. 2021.
- Pariwisatapacitan20. 2013. "Kondisi Geografis Kabupaten Pacitan." Pariwisatapacitanblog.Wordpress.Com. 2013.
- Rijali, Ahmad. 2018. "Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin" 17 (33).
- Setiawan, Nisa, A., and Farid, H.. 2014. "Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Lokal Di Desa Wisata Jelekong." *Trikonomika* 13 (2): 184. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v13i2.613>.
- Siregar, Rinco, Adventy, R., and Lasma, R. 2020. "Edukasi Tentang Upaya Pencegahan Covid-19 Pada Masyarakat Di Pasar Sukaramai Kecamatan Medan Area Tahun 2020." *Jurnal Abdimas Mutiara* 1 (September).
- Suhartini, Elly, and Jati, A. (2018). "Daerah Pasca Bencana, Daya Tarik Tersendiri Bagi Pariwisata Indonesia." *Journal of Tourism and Creativity* 2 (1).
- Ventures, Cedar, L. (2018). "Iklim Dan Cuaca Rata-Rata Sepanjang Tahun Di Pacitan." Weather Spark. 2018.