

---

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI DALAM MENJAGA CITRA PARIWISATA BALI**

---

**Oleh****Dewa Ayu Putu Dea Novelia<sup>1)</sup>, Kasiani<sup>2)</sup>, Cokorda Gede Putra Yudistira<sup>3)</sup>****<sup>1,2,3</sup>Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali.****Jl. Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Badung-Bali – 80364.****Telp. 0361-701981(hunting) Fax. 0361-701128****Email: [1deanovinovelial2@gmail.com](mailto:1deanovinovelial2@gmail.com)****Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jalannya strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali dalam menjaga citra pariwisata Bali. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, dokumentasi, dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Hasil analisis menunjukkan bahwa citra pariwisata Bali masih sangat baik di mata dunia terutama dengan potensi yang dimiliki Bali yaitu potensi budaya. Hal ini dilihat dari beberapa penghargaan yang telah diraih Bali sebagai salah satu destinasi pariwisata dan kunjungan wisatawan yang kian meningkat setiap tahunnya. Hasil analisis SWOT menunjukkan Dinas Pariwisata Provinsi Bali memiliki kekuatan dan peluang yang baik dalam menjawab kelemahan serta ancaman yang terdapat dalam lingkungan industrinya dengan nilai akhir Matriks IFAS (2,82) dan EFAS (3,00) yang berada pada posisi *growth*. Melalui penggunaan matriks SWOT strategi yang dapat diterapkan adalah optimalisasi *digital marketing* dalam mempromosikan pariwisata Bali dengan pemanfaatan perkembangan teknologi dan media sosial, optimalisasi penerapan IPTEK pada SDM dengan pelatihan khusus, penempatan pegawai sesuai dengan kualifikasi, Pelaksanaan pilot project berupa pembuatan *green zone* dengan pemerataan vaksinasi, dan optimalisasi kerjasama dengan para stakeholder dibidangkepariwisataan.

**Kata kunci : Citra, Strategi Promosi, Analisis SWOT, Dinas Pariwisata Provinsi Bali.****PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan sektor penting yang membawa banyak perubahan bagi kehidupan masyarakat. Sektor pariwisata yang berkembang baik dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap suatu daerah. Bali merupakan pulau yang memiliki keotentikan budaya dan keindahan alam yang menjadi daya tarik sekaligus potensi untuk dikembangkan. Dalam hal ini pariwisata Bali membutuhkan pengelolaan yang baik dan terencana agar memperoleh hasil yang baik pada perekonomian masyarakat. Dibentuklah Dinas Pariwisata Provinsi Bali selaku instansi pemerintah yang menjalankan urusan rumah tangga daerah di bidang kepariwisataan. Bali selalu menjadi pilihan destinasi favorit untuk dikunjungi. Tidak hanya wisatawan Nusantara, wisatawan Mancanegara juga

memilih Bali sebagai destinasi untuk dikunjungi karena lingkungan Bali yang memberika vibrasi tersendiri yang melekat pada diri wisatawan.

Tingkat kunjungan wisatawan yang mengunjungi Bali dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Pariwisata Bali ternilai sangat baik pada wisatawan diseluruh dunia. Namun pada tahun 2020 Bali menghadapi beberapa tantangan dalam menjalankan sektor pariwisata yaitu pandemi covid-19. Kunjungan wisatawan Mancanegara mengalami fluktuasi. Hal ini diakibatkan oleh kebijakan pemerintah setempat yaitu permemberlakuan *lock down* atau penutupan akses keluar masuk negara asal. Pada tabel disamping penurunan kunjungan wisatawan terjadi sejak Maret 2020.

Pada bulan Maret virus corona sudah

masuk ke Indonesia dan juga mengenai Bali. Sektor pariwisata dan sekolah ditutup. Untuk meminimalisir penyebaran virus corona yang diketahui merupakan virus yang sangat berbahaya yang menyerang sistem pernapasan dan yang sangat buruk yaitu virus ini dapat menyebabkan kematian. Wisatawan asing yang membawa pengaruh sangat banyak pada perekonomian masyarakat atau pada devisa seketika tidak dapat berkunjung dikarenakan kebijakan pemerintah. Pandemi covid-19 pun menyebabkan perekonomian masyarakat mengalami fluktuasi yang signifikan.

**Tabel 1. 1 Kedatangan Wisatawan Mancanegara Ke Bali Tahun 2016-2020**

MONTH	2016	2017	2018	2019	2020
January	350,592	460,824	358,065	456,218	528,883
February	375,744	453,985	452,423	437,537	363,937
March	364,113	425,499	492,678	449,637	156,876
April	380,767	477,464	516,777	476,327	327
May	394,557	489,376	528,512	485,795	36
June	405,835	504,141	544,550	549,751	32
July	484,231	592,046	624,366	594,279	47
August	438,135	601,884	573,766	616,706	22
September	445,716	550,520	555,903	590,565	83
October	432,215	465,085	517,889	568,067	58
November	413,232	361,006	406,725	497,925	53
December	442,800	315,909	498,819	552,403	150
TOTAL	4,927,937	5,697,739	6,070,473	6,275,210	1,050,504
GROWTH RATE	23.14%	15.62%	6.54%	3.37%	-83.26%

**Sumber: Kanwil. Departemen Kehakiman dan HAM Provinsi Bali**

Pemerintah melakukan berbagai upaya dalam mempertahankan kehidupan perekonomian masyarakat. Seluruh pihak perlu melakukan antisipasi dalam menghadapi situasi saat ini. Mempersiapkan strategi-strategi dalam menjaga citra

pariwisata Bali. Terkait dengan kondisi yang tengah dihadapi peneliti tertarik mengangkat judul diatas yaitu “Analisis Strategi Promosi dalam Menjaga Citra Pariwisata Bali pada Dinas Pariwisata Provinsi Bali.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Dinas Pariwisata Provinsi Bali dengan waktu penelitian selama tiga bulan dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Wawancara

Metode pengumpulan data dengan melakukan wawancara dengan teknik purposive sampling sebagai penentuan informan. Wawancara melibatkan Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Bali dalam memperoleh informasi atau gambaran umum terkait citra pariwisata Bali atau kebijakan Dinas Pariwisata Provinsi Bali. Serta bidang pemasaran dalam memperoleh informasi terkait strategi promosi yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali yang tertuang dalam kebijakan.

### 2. Observasi

Data observasi yang diperoleh adalah gambaran lokasi, gambaran citra pariwisata Bali, dan upaya atau kebijakan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali dalam melaksanakan strategi promosi.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pelengkap dari teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Data yang diperoleh berupa gambar wawancara bersama para informan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pihak Dinas Pariwisata Provinsi Bali, berikut merupakan aspek bauran promosi pada program ‘We Love Bali’ sebagai salah satu strategi promosi yang telah tertuang dalam kebijakan yang

telah diterapkan dengan baik oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali :

a. Advertising

Dinas Pariwisata Provinsi Bali bekerjasama dengan masyarakat yang aktif di sosial media seperti instagram, facebook, youtube, dan lain sebagainya. Sebagai influencer untuk memposting setiap kegiatan yang dilaksanakan pada pelaksanaan program 'We Love Bali'. Dinas Pariwisata Provinsi Bali juga bekerjasama dengan beberapa stasiun televisi dalam peliputan kegiatan pelaksanaan program 'We Love Bali'.

b. Public Relation

Bersama-sama dengan masyarakat Dinas Pariwisata Provinsi Bali membuat simulasi penerapan protokol kesehatan pada saat mengunjungi daya Tarik wisata. Selain masyarakat yang menjadi influencer dalam menjalankan program ini, Dinas Pariwisata juga bekerjasama dengan aparat keamanan guna mengawasi pelaksanaan pelaksanaan penerapan protokol kesehatan Clean, Healthy, Safety, Environment (CHSE).

c. Online and Social Media Marketing

Dengan melibatkan masyarakat yang aktif pada sosial media, hal ini sekaligus menjadi pemasaran melalui sosial media. Karena dengan peserta yang memposting seluruh kegiatan yang mereka jalani selama program berlangsung dapat dilihat oleh seluruh pengguna sosial media bahwa pariwisata Bali berangsur-angsur telah pulih kembali.

1. Analisis SWOT

Dalam penelitian ini, pengkajian rumusan strategi promosi yang dapat digunakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali yaitu berdasarkan data yang diperoleh dari identifikasi faktor internal (IFAS) dan juga faktor eksternal (EFAS).

- a. Skor Penilaian Faktor Internal (IFAS)  
Skor penilaian faktor internal diperoleh dari hasil kali antara rating dengan bobot dari masing-masing faktor.

Faktor internal merupakan faktor yang berada di dalam lingkup perusahaan yang meliputi Kekuatan dan Kelemahan yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali. Dimana jumlah total hasil kali dari seluruh rating dan bobot dari faktor internal baik itu kekuatan dan kelemahan adalah berjumlah (2,82).

b. Skor Penilaian Faktor Eksternal

(EFAS) Skor penilaian faktor eksternal diperoleh dari hasil kali antara rating dengan bobot dari masing-masing faktor. Faktor eksternal merupakan faktor yang berada di luar lingkup perusahaan yang meliputi Peluang dan Ancaman yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Provinsi.

Bali. Dimana hasil jumlah total hasil kali dari seluruh rating dan bobot dari faktor eksternal baik itu aspek peluang dan ancaman adalah berjumlah (3,00)

2. Matriks IE

Berdasarkan total skor analisis faktor internal dan eksternal maka dapat diketahui bahwa posisi Dinas Pariwisata Provinsi Bali sebagai sebuah lembaga dalam mengurus tugas daerah dibidang kepariwisataan terletak pada Sel II yaitu pertumbuhan dengan konsentrasi melalui integrasi horizontal (Sel II dan V).

Perusahaan yang terletak pada sel ini dapat memperluas pasar, fasilitas produksi, dan teknologi melalui pengembangan internal maupun eksternal.

Strategi yang dapat dilakukan adalah mempertahankan kualitas produk seperti kebijakan dan juga program-program kreatif dalam menunjang pelaksanaan pemulihan pariwisata Bali. Memperluas pasar dengan cara dengan mempertahankan keotentikan budaya Bali, tetap menjaga bekerja sama dengan Dinas Pariwisata di seluruh kabupaten atau kota yang berada di provinsi Bali dalam mempromosikan Bali melalui Duta Pariwisata berdasarkan pemilihan putra putri terbaik dari setiap kabupaten yang

biasa dikenal dengan Jegeg Bagus Bali. Selain itu, Dinas Pariwisata Provinsi Bali juga dapat melakukan beberapa inovasi tambahan dalam melaksanakan program kreatif sebagai penunjang dalam pemulihan pariwisata Bali dengan menanamkan kepercayaan kepada wisatawan bahwa Bali telah siap beradaptasi dengan kegiatan berwisata dengan tetap mentaati protokol kesehatan.

### 3. Strategi Alternatif dan Program

Pengembangan Promosi dalam Menjaga Citra (brand, image) Pariwisata Bali, Dinas Pariwisata Provinsi Bali

Setelah mengetahui Dinas Pariwisata Provinsi Bali terletak pada posisi pertumbuhan, serta strategi umum yang dapat dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali, maka selanjutnya akan dilakukan analisa terhadap faktor-faktor internal dan eksternal dengan menggunakan matriks SWOT sehingga hal ini dapat diperoleh langkah-langkah yang akan diambil sebagai suatu strategi pengembangan. Dari total nilai setiap faktor IFAS dan EFAS yang di gambarkan dalam diagram SWOT, nilai tersebut juga dapat digambarkan dalam Matriks SWOT yang dilihat pada tabel berikut ini

Dari total nilai setiap faktor IFAS dan EFAS yang di gambarkan dalam Matriks SWOT, Dari tabel Matriks SWOT yang digambarkan, didapatkan strategi alternatif sebagai berikut :

a. Strategi SO (Strenghts Opportunities) Yaitu strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan mengoptimalkan kerjasama dengan stakeholder seperti biro perjalanan wisata, wisata akomodasi, dan lainnya, meningkatkan intensitas kesadaran masyarakat akan pentingnya menerapkan protokol kesehatan dengan sosialisasi mengenai penerapan prokes. Selain itu, strategi lain yang dapat dilakukan adalah merawat keotentikan budaya Bali dan melakukan strategi integrase

ke depan. Merawat keotentikan budaya Bali dengan mentaati kebijakan yang telah dibuat oleh Gubernur Bali seperti penggunaan busana adat yang dimana menunjukkan keunikan Bali. Strategi integrasi kedepan dapat dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, media eletronik, dan media sosial dimana hal ini juga berpengaruh pada media informasi yang digunakan dalam memperkenalkan pariwisata Bali kepada para wisatawan baik melalui media visual, audio, maupun audio visual.

### b. Strategi WO (Weakness – Opportunities)

Yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat dilakukan yaitu peningkatan mutu inventaris pada Dinas Pariwisata Provinsi Bali dengan perbaikan dan pemeriksaan secara berkala dan juga pemerataan dengan mendata apa yang diperlukan pada setiap bidang dan juga melakukan pemeriksaan mutu inventaris pada bidang-bidang secara berkala.

Optimalisasi penerapan IPTEK baik SDM dengan mengadakan pelatihan berkala pada bidang-bidang dengan dibuatkan jadwal bergilir pelatihan penggunaan teknologi dan aplikasi yang berperan di kantor dalam setiap keperluan pelaporan pada setiap bidang. Penyesuaian pemetaan pegawai pada setiap bidang agar dilakukan lebih selektif sesuai dengan bidang yang dikuasai dan juga kualifikasi pendidikan dan juga dengan pemerataan yang baik untuk menghindari terjadinya kecemburuan sosial.

Seiring berkembangnya zaman pada saat ini teknologi sangat berpengaruh pada kehidupan utamanya dalam hal penyebaran informasi. Optimalisasi digital marketing dapat menjadi salah satu cara dalam mempromosikan pariwisata Bali kepada wisatawan.

c. Strategi ST (Strenghts – Threats) yaitu strategi dengan memanfaatkan kekuatan untuk menanggulangi ancaman. Strategi yang dapat dilakukan yaitu Penerapan strategi recovery dengan beberapa upaya

pemulihan pariwisata dengan melaksanakan pilot project secara optimal seperti green zone dengan pemerataan vaksinasi. Bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Kota di Bali melalui Mitra Praja Utama sebagai Tourism Information Center dengan demikian informasi mengenai seluruh pariwisata baik di Bali atau di provinsi lain dapat memberi dampak yang baik dalam hal promosi.

d. Strategi WT (Weakness – Threats)

yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menanggulangi ancaman yang ada. Strategi yang dapat diterapkan yaitu memberikan pengarahan kepada pegawai Dinas Pariwisata Provinsi Bali agar lebih memahami tentang info resmi kepariwisataan dan pemerintah melalui pelatihan akses informasi dan pengenalan website. Mengadakan kursus secara berkelanjutan juga dapat dilakukan seperti kursus Bahasa asing, dan juga pelatihan dalam membuat media promosi seperti desain template perlu dilakukan dalam rangka mengembangkan kemampuan berbahasa dan kemampuan mengoperasikan teknologi. Meningkatkan kualitas pariwisata Bali dengan mutu kualitas penyelenggaraan pariwisata Bali dalam hal komponen pariwisata yang biasa disebut 4A (Attraction, Accesibility, Amenities, dan Anciliary). Dimulai dari menstandarisasi sumber daya manusia, memperbaiki destinasi pariwisata, membuat obyek- obyek wisata baru, dan lain-lain.

### **Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan manajerial sebagai berikut :

a. Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian dapat didapatkan hasil bahwa Dinas Pariwisata menerapkan ke delapan bauran promosi diatas dan juga bauran pemasaran yang telah difokuskan kedalam 4P dimana pada aspek People (Orang) tidak seluruh SDM pada Dinas Pariwisata Provinsi Bali menguasai IPTEK sesuai dengan

perkembangannya, juga pemetaan pegawai yang kurang pada beberapa bidang. Hasil analisis Matriks IE menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata Provinsi Bali berada pada sel II yaitu Growth (Pertumbuhan) dengan konsentrasi melalui integrasi horizontal (Sel II dan V). Perusahaan yang terletak pada sel ini dapat memperluas pasar, fasilitas produksi, dan teknologi melalui pengembangan internal maupun eksternal. Matriks SWOT menghasilkan strategi alternatif berdasarkan pencocokan dengan strategi SO, WO, ST, WT dari matriks ini dapat menjadi acuan dalam menetapkan beberapa strategi alternatif yang dapat bagi Dinas Pariwisata Provinsi Bali dalam menjaga citra pariwisata Bali. Hal ini dapat dilakukan dengan mempertahankan kerjasama dan juga dengan menstandarisasi SDM sesuai dengan bidang keahlian.

b. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi Dinas Pariwisata Provinsi Bali untuk mengetahui posisi perusahaan beserta strategi umum dan melakukan pengembangan strategi dengan tujuan untuk tetap mempertahankan dan menjaga citra pariwisata Bali di mata wisatawan strategi ST merupakan strategi yang tepat diterapkan saat ini sesuai dengan kondisi yang terjadi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali dalam meminimalisir ancaman yang datang dari luar perusahaan. Penyebarluasan informasi terkait kepariwisataan dapat dilakukan dengan optimalisasi kerjasama dengan seluruh Dinas Pariwisata Kabupaten Kota di Bali atau Dinas Pariwisata Provinsi lain di Indonesia melalui MPU (Mitra Praja Utama). Penerapan strategi promosi recovery sudah berjalan dengan mengajak masyarakat sebagai influencer dalam menerapkan atau mensosialisasikan protokol kesehatan berbasis CHSE dan juga menstandarisasi beberapa wisata akomodasi dengan sertifikat CHSE menjadi salah satu penerapan recovery strategy. Adanya recovery strategy menunjukkan bahwa pariwisata Bali

berangsur-angsur telah pulih dan siap dalam penerapan protokol kesehatan.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pariwisata Bali memiliki beragam potensi pada daya tarik wisata dan selalu menjadi destinasi favorit untuk dikunjungi. Potensi yang sangat baik yang dimiliki oleh pariwisata Bali yaitu adalah pariwisata budaya. Keotentikan budaya dan keindahan alam yang dimiliki Bali menjadikan citra pariwisata Bali dinilai sangat baik oleh wisatawan diseluruh dunia. Citra pariwisata Bali dapat dijaga dengan merawat dan menjaga keotentikan budaya, karya seni dan juga melestarikan penggunaan Bahasa Bali dan juga penggunaan pakaian adat Bali pada saat bekerja. Selain merawat keotentikan budaya, penerapan protokol kesehatan dengan disiplin juga perlu dilaksanakan. Sampai saat ini, dengan keadaan pariwisata Bali ditengah menghadapi pandemi covid-19 citra pariwisata Bali utamanya pariwisata budaya masih tetap bertahan dengan penilaian yang sangat baik dan Bali dikategorikan yang paling taat dalam menerapkan protokol kesehatan sesuai dengan citra yang ingin di tonjolkan saat ini yaitu pariwisata sehat.
2. Walau dalam keadaan saat ini dimana angka kasus covid-19 yang masih mengalami fluktuasi, Dinas Pariwisata Provinsi Bali selaku instansi pemerintah tetap melakukan berbagai upaya dan berusaha menciptakan dan menerapkan beberapa kebijakan dalam memulihkan pariwisata Bali juga tetap menjaga citra pariwisata Bali. Beberapa kebijakan yang diterapkan telah sesuai dengan keadaan dilapangan saat ini dan sesuai dengan kebijakan atau peraturan Gubernur Bali

nomor 46 tentang penerapan protokol kesehatan pada masyarakat. Citra pariwisata yang ingin ditonjolkan saat ini adalah pariwisata yang berkelanjutan dan juga pariwisata sehat dengan penerapan protokol kesehatan yang sesuai dengan standar dan kebijakan yang telah ditetapkan. Berdasarkan analisa yang telah dilakukan pada bab sebelumnya adapun beberapa strategi promosi yang tertuang dalam kebijakan untuk memulihkan pariwisata Bali dan menjaga citra pariwisata Bali adalah dengan melaksanakan program 'We Love Bali' sebagai implementasi penerapan protokol kesehatan berbasis CHSE (Clean, Health, Safety, Environment).

Menciptakan pariwisata Bali yang Bersih, Sehat, Aman, dan Lingkungan Hijau. Kebijakan ini sekaligus membantu dalam hal mengedukasi, dan mempromosikan pariwisata Bali melalui postingan kegiatan yang di unggah oleh para peserta pada media sosial masing-masing bahwa Bali telah siap dalam penerapan protokol kesehatan. Selain pelaksanaan program tersebut kebijakan lain mengenai kepariwisataan yaitu dengan menerapkan standar protokol kesehatan CHSE pada beberapa wisata akomodasi dan wisata tirta. Kegiatan ini berjalan dengan baik dan sukses dengan penerapan protokol kesehatan dan diikuti oleh ribuan peserta dari seluruh Kota.

### **Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang ditujukan kepada Dinas Pariwisata Provinsi Bali yaitu:

- a. Saran pertama, mempertahankan kerjasama antar stakeholder dibidang kepariwisataan guna penyebaran informasi kepariwisataan agar tetap pariwisata Bali dikenal oleh seluruh wisatawan di dunia dengan citra yang tetap terjaga dengan baik.
- b. Saran kedua, menuntaskan pelaksanaan pilot project yaitu pembuatan 'Green Zone'

- di wilayah yang telah ditetapkan dengan pemerataan vaksinasi, utamanya pada daerah wisata.
- c. Saran ketiga, memastikan pemerataan inventaris pada setiap bidang merata agar setiap pekerjaan di bidang berjalan dengan baik. Seperti halnya pemasangan Wi-fi dalam menunjang beberapa kegiatan yang dijalankan secara online seperti rapat online, promosi menggunakan media sosial, dan juga pemeriksaan surat elektronik yang masuk melalui e-mail, dan kegiatan daring lainnya.
  - d. Saran keempat, memeriksa secara berkala fasilitas penunjang pada setiap bidang agar tidak terus menerus dibiarkan rusak dan agar mendapatkan penanganan yang cepat seperti printer dan komputer yang paling sering digunakan dalam bekerja, serta fasilitas penunjang lainnya.
  - e. Saran kelima, menempatkan pegawai secara merata pada setiap bidang agar bidang tidak mengalami kekurangan pegawai. Serta menempatkan pegawai sesuai dengan kualifikasi pendidikan dan bidang yang dikuasai. Menstadarisasi atau meningkatkan kualitas SDM pada Dinas Pariwisata Provinsi Bali pada seluruh bidang agar menguasai beberapa tugas pada bidang dengan mengadakan kursus atau pelatihan, seperti kursus Bahasa asing, dan juga penggunaan teknologi atau media elektronik dalam menunjang pekerjaan.
- [5] Jurnal :Cahyono, P., 2016. Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan Dan Kematian Pada PT. PRUDENTIAL Cabang Lamongan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, Volume I.
- [6] Woyo, E., 2021. The Sustainability of Using Domestic Tourism as a Post-COVID-19 Recovery Strategy in a Distressed Destination. *Information and Communication Technologies in Tourism 2021*.
- [7] Yeh, S.-S., 2020. Tourism Recovery Strategy Against COVID-19 Pandemic. *TOURISM RECREATION RESEARCH*.
- [8] Zaenal, A. Z., 2019. Analisis Digital Marketing dan Word of Mouth Sebagai Strategi Promosi Pariwisata. *Indonesian Journal of Criminal Law (IJoCL)*, Volume .

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Buku :Kotler, P. & Keller, K. L., 2016. *Marketing Manajemen*. 15 ed. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- [2] Rangkuti, Freddy. 2015. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama
- [3] Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta .Wahab, S., 2011.
- [4] *Manajemen Pariwisata*. Jakarta: PT Pradya Paramitha.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN