

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Implementasi Strategi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek dalam meningkatkan wisatawan di pantai prigi dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi Strategi Pemasaran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek dilakukan baik dari pihak pengelola, pemkab, maupun masyarakat. Pengelola dalam melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial seperti instagram, facebook, twitter, youtube dan televisi dari unggahan video-video para pengunjung, serta bekerjasama dengan para sopir-sopir pariwisata supaya mereka bisa menjadi bagian untuk memasarkan pantai prigi ke masyarakat luas. Dari pemkab melakukan promosi dengan membuat even-even seperti larung sembonyo yang diadakan di Pantai Prigi. Selain juga melakukan pengembangan dan perbaikan guna menunjang kualitas dari fasilitas yang dimiliki Pantai Prigi. Adapun fasilitas yang dikembangkan antara lain berupa taman, musholla, kamar mandi, kantin, dan membangun tempat duduk di sepanjang taman. Selain pengembangan fasilitas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Trenggalek juga mengembangkan kualitas SDM dengan pemilihan SDM yang tepat sesuai bidangnya.

2. Dampak Implementasi Strategi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek yang dilakukan melalui media sosial berupa *youtube, instagram, facebook, twitter, website* dan juga televisi telah menambah wisatawan yang berkunjung ke pantai prigi pada saat ini selain melakukan promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek juga melakukan pengembangan dan perbaikan beberapa fasilitas yang menjadikan Pantai Prigi memiliki pemandangan yang berbeda dengan pantai lainnya sehingga berdampak dengan betahya wisatawan untuk berkunjung dan akan membuat wisatawan melakukan kunjungan ulang di kemudian hari.
3. Kendala dan solusi dalam Implementasi Strategi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek yaitu keterlambatan peliputan Pantai Prigi yang sudah berubah dikarenakan adanya *covid-19*. Dari kendala tersebut solusi yang dilakukan yaitu dengan mengencarkan promosi melalui media-media sosial berupa *youtube, instagram, facebook, twitter, dan juga website*. Kendala selanjutnya adalah terkait pengembangan maupun perbaikan fasilitas Pantai Prigi yang mengalami keterlambatan dikarenakan *covid-19*. Solusi yang dilakukan adalah mengencarkan pengembangan secara terus menerus setelah meredanyacovid-19, dengan masih tidak diperbolehkannya masyarakat untuk berkunjung ke tempat wisata maka pengembangan yang dilakukan bisa lebih optimal.

## **B. Saran**

### 1. Bagi Lembaga

Bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek untuk meningkatkan promosi Pantai Prigi melalui televisi, media sosial ataupun media cetak, dan melakukan kerjasama dengan pengelola hotel maupun restaurant sekitar Pantai Prigi untuk memperkenalkan Pantai Prigi. Sering mengadakan even-even di Pantai Prigi, serta terus berperan aktif dalam pengawasan Pantai Prigi secara langsung maupun tidak langsung. Diharapkan untuk Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek untuk lebih memperhatikan SDM yang ditempatkan di Pantai Prigi supaya terus meningkatkan keamanan dan kebersihan Pantai dengan menambah tempat sampah yang disediakan, dan juga menambah jadwal bersih pantai maupun menambah staf kebersihan

### 2. Bagi Akademisi

Bagi akademisi agar penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan dokumentasi bagi perpustakaan sebagai bahan acuan bagi peneliti yang akan datang selain jurnal dan buku yang sudah ada.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dalam bidang ekonomi khususnya Strategi Pemasaran Pariwisata. Serta peneliti selanjutnya diharapkan dapat

mengembangkan penelitian ini di tempat lain dan menggunakan fokus penelitian yang lebih banyak dan variatif.