

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

##### **1. Strategi Bauran Pemasaran dalam Menarik Minat Wisatawan di Kampung Susu Dynasty**

Strategi bauran pemasaran dalam sebuah kegiatan usaha penting dilaksanakan untuk dapat menarik perhatian masyarakat pembeli atau konsumen dengan baik. Beberapa strategi yang diterapkan oleh Kampung Susu Dynasty:

Pertama strategi yang diterapkan oleh Kampung Susu Dynasty dalam upayanya untuk meningkatkan penjualan dengan menerapkan konsep 7P yaitu *produk, price, place promotion, people, process, physical evidence*, yang dilaksanakan dengan menggunakan media ataupun dengan memanfaatkan promosi sederhana.

Kedua pihak Kampung Susu Dynasty juga memanfaatkan strategi bauran pemasaran online, sebagai salah satu pengembangan dalam melakukan pemasaran di tengah pandemi Covid-19 ataupun dilaksanakan sebagai bentuk upaya pengembangan di era arus globalisasi.

## **2. Faktor pendukung dalam menarik minat wisatawan di Kampung Susu Dynasty**

Strategi bauran pemasaran yang dilaksanakan oleh Kampung Susu Dynasty, memberikan dampak positif yaitu dengan adanya faktor yang mendukung atas strategi yang dilaksanakan oleh Kampung Susu Dynasty. Pertama, adanya faktor pendukung tersebut, hal ini memberikan imbas yaitu dengan adanya peningkatan volume penjualan, bahwa pihak Kampung Susu Dynasty mengakui dengan penerapan strategi pemasaran yang baik, terjadi peningkatan volume penjualan produk yang ada. Kedua, keberadaan Kampung Susu Dynasty semakin dikenal luas oleh masyarakat yaitu dengan indikasi pemesan khususnya dengan sistem pemasaran online, dan transaksi yang dilaksanakan juga dengan menggunakan basis online.

## **3. Faktor penghambat dalam menarik minat wisatawan di Kampung Susu Dynasty**

Hambatan yang terjadi pada Kampung Susu Dynasty terbagi menjadi beberapa jenis hambatan. Pertama hambatan yang berhubungan dengan persaingan produk serupa dan hambatan yang terjadi dalam penjualan online yang dilaksanakan. Sehingga hal ini perlu diantisipasi dengan kebijakan yang baik dalam mengatasi hambatan-hambatan tersebut. Khususnya pada penjualan melalui media sosial di Kampung Susu Dynasty yaitu terletak pada waktu terbatas antara pengelolaan penjualan online dan offline, kemudian hambatan lainnya yaitu potensi pembatalan sepihak padahal telah

terjalin kesepakatan untuk melakukan pembelian barang. Hal ini menjadi hambatan-hambatan yang dialami oleh Kampung Susu Dinasty dalam melakukan pemasaran.

## **B. Saran**

Sesuai dengan hasil penelitian ini yang dilaksanakan maka peneliti memberikan rekomendasi, yaitu sebagai berikut:

### **1. Bagi lembaga**

Penting bagi pihak Kampung Susu Dinasty untuk memperhatikan khususnya mengenai evaluasi atau dampak negatif mengenai kepuasan konsumen dan konsep pemasaran online yang dilaksanakan, termasuk dalam memperkenalkan produk ataupun wisata edukasinya. Karena masih terjadi beberapa kelemahan yang menghambat dalam pengembangan Kampung Susu Dinasty dalam hal pemasaran produk dan pengembangan potensi wisatanya.

### **2. Bagi peneliti selanjutnya**

Sesuai dengan hasil penelitian ini, maka bagi penelitian selanjutnya selayaknya membahas secara rinci mengkaji mengenai sisi pengembangan wisata yang dilaksanakan oleh Kampung Susu Dinasty. Karena dalam penelitian ini belum dibahas secara maksimal mengingat karena keterbatasan penelitian, karena dilaksanakan pada masa pandemi Covid-19 dan wisata edukasi Kampung Susu Dinasty juga ditutup untuk akses wisata.