

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis mengkaji, menelaah, dan menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan pengelola Wisata Edukasi Kampung Coklat, maka dari uraian diatas, ada beberapa hal yang dapat penulis simpulkan yaitu:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan pihak pengelola Wisata Edukasi Kampung Coklat terdiri dari *product, positioning, price, promotional mix, place, packing, dan partnership*. Dalam strategi bauran promosi wisata edukasi kampung coklat melakukan dengan beberapa langkah yaitu Periklanan, Promosi Pemasaran, Publikasi, dan Penjualan secara langsung. Strategi tersebut dilakukan tidak lain adalah untuk menarik wisatawan. Keberhasilan dari strategi pemasaran dibuktikan dengan meningkatnya kunjungan wisatawan di setiap tahunnya. Strategi pemasaran yang dilakukan tetaplah berpedoman pada nilai etika bisnis dan nilai kejujuran. Dimana konsep tersebut merupakan komponen dalam pemasaran Islam.
2. Kendala yang dialami kampung coklat dalam melakukan strategi pemasaran adalah belum maksimalnya kemampuan sumber daya manusia, kurangnya komunikasi pemasaran, minimnya partisipasi dari masyarakat, pemasaran yang dilakukan secara langsung belum maksimal, dan pengelola lebih fokus kepada strategi pengembangan produk.

3. Hasil dari strategi pemasaran yang dilakukan pengelola wisata edukasi kampung coklat sangatlah maksimal. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya pengunjung wisata edukasi kampung coklat di setiap tahunnya. Tidak hanya kunjungan biasa yang bertambah, kunjungan dengan pembelian tiket edukasi juga mengalami kenaikan di setiap tahunnya. Kebanyakan paket edukasi diminati oleh instansi pendidikan taman kanak-kanak dan juga sekolah dasar.

B. Saran

1. Bagi Pengelola Wisata Edukasi Kampung Coklat perlu menambahkan strategi promosi melalui *personal selling* atau penjualan tatap muka, hal ini dirasa akan sangat efektif dalam pemasaran yang kaitannya dengan produk yang dimiliki. Jadi, jangkauan pemasaran yang dimiliki bisa lebih jauh melampaui pemasaran yang dilakukan sendiri. Perlu bagi pengelola Wisata Edukasi Kampung Coklat dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat sekitar akan pentingnya dan besarnya manfaat atas industri pariwisata.
2. Bagi Akademik diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumbangsih perbendaharaan kepustakaan IAIN Tulungagung.
3. Bagi Peneliti selanjutnya penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan maupun kajian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan yang sama sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang sudah penulis teliti tentang strategi pemasaran pariwisata.