

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan. Maka penulis dapat menyimpulkan bahwa Kawasan Wisata Watu Amben dengan pemandangan alamnya yang indah dan menjadi produk utama yang dimiliki oleh Kawasan Wisata Watu Amben, memiliki potensi yang besar untuk menjadi destinasi wisata unggulan, hanya saja masih terdapat banyak kekurangan yang dimiliki oleh Kawasan Wisata Watu Amben. Seperti amenities yang masih belum lengkap, produk pariwisata yang kurang terawat, kotor, dan beberapa masalah lainnya yang sudah penulis bahas di bab sebelumnya dan beberapa masih dalam tahap pembangunan.

Dalam hal pemasaran pihak pengelola juga belum memiliki konsep yang jelas dan belum dikerjakan serius oleh pihak pengelolah, sehingga sulit untuk mencapai target dari pihak pengelolahjika konsep awal dari pemasaran tersebut belum jelas atau tidak terkonsep secara baik.Dan pemasaran melalui media sosial pun sangat jarang dilakukan, sehingga sulit bagi masyarakat untuk mencari info tentang Kawasan Wisata Watu Amben. Padahal fasilitas untuk melakukan pemasaran melalui media sosial sangat mendukung.Namun dengan masyarakat yang ramah dan sangat kooperatif dengan para wisatawan secara tidak langsung menjadi alat promosi yang membuat pengunjung ingin mengulangi kunjungan dan membawa wisatawan baru.

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat penulis berikan kepada pihak pengelola dan dapat dijadikan bahan acuan untuk kemajuan Kawasan Wisata Watu Amben, antara lain :

1. Pihak pengelola sebaiknya segera menerapkan konsep pemasaran yang tepat. Sehingga konsep pemasaran Kawasan Wisata Watu Amben untuk ke depan dapat berjalan sesuai rencana dan tepat pada sasaran. Disini penulis menyarankan menggunakan konsep pemasaran 7P.
2. Lebih gencar melakukan promosi menggunakan media sosial. Mengingat pihak pengelola memiliki semua fasilitas penunjang untuk melakukan promosi melalui media sosial.
3. Sebaiknya pihak pengelola lebih memperhatikan kebersihan dan perawatan kawasan wisata.
4. Segera menambah produk pariwisata yang sudah dikonsepsi oleh pihak pengelola, sehingga tidak menimbulkan kejenuhan bagi para wisatawan.
5. Sebaiknya pihak pengelola membuat tempat non komersil khusus bagi wisatawan yang ingin menikmati pemandangan tanpa perlu mengeluarkan biaya apapun. Mengingat lokasi Kawasan Wisata Watu Amben ini lebih dikuasai oleh sektor bisnis warung makan, sehingga jika ingin menikmati pemandangan wisatawan harus masuk dulu ke warung makan tersebut.
6. Memberdayakan SDM yang masih muda dan masih dalam usia produktif untuk bersama mengurus Kawasan Wisata Watu Amben, sehingga dapat menjamin keberlangsungan Kawasan Wisata Watu Amben.

7. Pihak pengelola harus menempatkan petugas khusus untuk menjaga kantung-kantung parkir. Mengingat pendapatan utama dari pihak pengelola adalah melalui retribusi parkir
8. Segera melengkapi amenities yang sudah dikonsepsi oleh pihak pengelola agar dapat menunjang kegiatan wisatawan. Seperti homestay, dan toko souvenir.
9. Pemerintah sebaiknya harus lebih memperhatikan destinasi yang masih dalam tahap berkembang seperti Kawasan Wisata Watu Amben, sehingga pemerintah dapat mengontrol apa saja kebutuhan destinasi wisata tersebut untuk berkembang, terutama dalam hal dana untuk promosi dan pengembangan.
10. Pemerintah sebaiknya menyediakan angkutan umum bagi masyarakat yang ingin berkunjung ke Kawasan Wisata Watu Amben.
11. Pelatihan pengembangan diri, baik itu pengembangan yang bersifat *soft skill* maupun *hard skill* sebaiknya diberikan oleh pemerintah kepada pihak pengelola kawasan wisata. Sehingga akan benar benar tercipta SDM yang paham tentang ilmu pariwisata.
12. Pihak pengelola dan pemerintah bekerja sama dalam menjamin keselamatan jiwa para wisatawan, mungkin dengan cara penyediaan asuransi, membangun pagar pembatas, papan edukasi bencana, dan lain-lain tanpa mengurangi keindahan dari kawasan wisata tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. 2009. *Marketing*. Yogyakarta. PT. Buku Kita
- Basu Swastha, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty
- Freddy Rangkuti. 2005. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kamus Bisnis*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Parwisata*. Jakarta: Grasindo
- Kotler, Philip. 2005. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- M. Kesrul. 2003. *Penyelenggaraan Operasi Perjalanan Wisata*. Jakarta : PT. Grasindo
- Pendit, Nyoman S. 2006. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pt Pradnya Paramita
- Sedarmiyanti. 2014. *Membangun dan Mengembangkan Kebudayaan dan Industri Pariwisata*. Bandung : Refika Aditama
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- . 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Umar, Husein. 2005. *Strategic Management In Action*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Undang – Undang Reuplik Indonesia No.26 Tahun 2007 Tentang Penataan Ruang. Deroktorat Jenderal Pariwisata : Jakarta
- Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan. Deroktorat Jenderal Pariwisata : Jakarta
- Yoeti, Oka A. 1996. *Pengantar Pariwisata*. Angkasa : Bandung
- . 2003. *Tours and Travel Marketing*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita
- <https://id.m.wikipedia.org/wiki/kawasan> diakses pada tanggal 20 Februari 2017 Pukul 09.15