BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa daya tarik yang ada di Shaba Outbound merupakan edukasi tentang alam. Daya tarik Shaba Outbound yang bernilai edukasi alam tersebut berupa hamparan alam terbuka yang asri.

Berdasarkan daya tarik edukasi alam yang ada tersebut maka strategi pemasaran yang tepat untuk Shaba Outbound yang mencakup tentang segmen pasar *(segmentation)*, target pasar *(targeting)*, dan memposisikan pasar *(positioning)* yaitu sebagai berikut:

1. Segmen Pasar *(Segmentation)*

   Segmen pasar *(segmentation)* yang datang ke Shaba Outbound adalah rombongan anak sekolah, Perguruan Tinggi dan rombongan warga desa. Namun, pengunjung dengan skala kunjungan paling tinggi adalah anak sekolah dan rombongan Mahasiswa/I Perguruan Tinggi. Dengan demikian, daya tarik dan atraksi yang ada di Shaba Outbound dibutuhkan dan diminati oleh segmen pasar *(segmentation)* terutama rombongan anak sekolah dan rombongan Mahasiswa/I Perguruan Tinggi.

2. Target Pasar *(Targeting)*

   Sehingga diantara segmen pasar yang masuk di Shaba Outbound yang paling tepat untuk dijadikan target pasar *(targrting)* adalah

rombongan anak sekolah dan rombongan Mahasiswa/I Perguruan Tinggi.

3. Memposisikan Pasar *(Positioning)*

Memposisikan pasar *(positioning)* Shaba Outbound ini dibenak pengunjung atau wisatawan, citra atau image yang ingin ditanamkan Shaba Outbound dibenak pasar yaitu “objek wisata edukatif”.

Berdasarkan target pasar *(targeting)* anak sekolah dan rombongan Mahasiswa/I Perguruan Tinggi, maka perlu dilalukan promosi yang tepat dan dapat menarik target pasar anak sekolah dan rombongan Mahasiswa/i Perguruan Tinggi agar mereka mempunyai minat untuk berkunjung di Shaba Outbound. Peningkatan promosi yang sebaiknya dilakukan Shaba Outbound untuk menarik taeget pasar *(targeting)* tersebut yaitu sebagai berikut:

1. *Advertising* (Periklanan) yaitu menyebar brosur, mebuat poster dan leaflet, dan mengiklankan simbol logo Shaba Outbound.
2. *Public Relation* (Hubungan Masyarakat) yaitu menyelenggarakan event, seminar, dan meningkatkan kerjasama dengan biro perjalanan wisata.
3. *Personal Selling* (Penjualan Personal) yaitu melakukan presentasi penjualan.

Direct Marketing (Pemasaran Langsung) yaitu Menambah Media Sosial Instagram dan LINE.

B. Saran

Setelah melakukan proses penelitian di Shaba Outbound, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Shaba Outbound diharapkan dapat terus mempertahankan minat pengunjung yang sudah datang dengan cara terus memberikan pelayanan yang baik serta melakukan inovasi terhadap daya tarik agar pengunjung tidak bosan untuk datang kembali.
2. Mempertahankan dan meningkatkan lagi kerjasama dengan masyarakat sekitar dalam upaya pengembangan Shaba Outbound, misalnya pengelolaan penjualan souvenir, penjualan makanan dan minuman. Selain berdampak terhadap Shaba, hal tersebut juga akan berdampak terhadap ekonomi masyarakat sekitar yang akan lebih meningkat.

Meningkatkan promosi, agar jumlah kunjungan meningkat dan keberadaan Shaba Outbound diketahui oleh masyarakat Indonesia dan dunia internasional. Jika dilihat dari segi industri pariwisata, dalam beberapa waktu kedepan Shaba Outbound mungkin bisa menaikkan tarif paket Outbound kepada pengunjung. Karena Shaba Outbound mempunyai prospek yang bagus untuk mampu bersaing dengan desa Outbound atau desa Wisata yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Karena dengan segala potensi dan fasilitas yang dimiliki Shaba Outbound cukup bagus untuk sebuah Desa Outbound. Namun, dalam mengkomersilkan desa Outbound tersebut tetap harus memperhatikan strategi harga dalam teori *marketing mix* yang akan ditentukan. Dalam strategi

harga yang ditentukan tersebut tentunya membuat harga yang dapat dijangkau oleh semua lapisan masyarakat ekonomi bawah, menengah, dan atas.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Dian Kusumaningrum, 2009, Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisatawan Di Kota Palembang, Tesis PS, Magister Kajian Pariwisata. Universitas Gajah Mada.

Fandy Tjiptono. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Gregorius Chandra. 2005. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Hermawan Kartajaya. 1997. *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Irawan, Koko, 2010. Potensi Obyek Wisata Sebagai Daya Tarik Wisata, Yogyakarta: Kertas Karya.

Ismayanti,2010. Pengantar Pariwisata, Jakarta: Grasindo

Isabella, Maharani, 2010. Jurnal: Kampung Wisata Ledok Macanan Di Yogyakarta.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.

Moleong, J. Lexy. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Penerbit Remaja Rosdakarya.

_____. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*.

Oka A, Yoeti, 2010. Dasar – dasar Pengertian Hospitality Dan Pariwisata, Bandung: Alumni

Payne, Adrian. 1995. *Pemasaran Jasa; The Essence of Service Marketing*. Yogyakarta: Andi.

Sinaga, Supriono, 2010. Potensi dan Pengembangan Objek Wisata Di Kabupaten Tapanuli Tengah, Kertas Karya, Program DIII Pariwisata, Universitas Sumatra Utara.

Simamora Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Surabaya: Pustaka Utama.

Sofjan Assauri. 1990. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: CV Rajawali.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA.

_____. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

_____. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

_____. 2007. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: ALFABETA.

B. Internet

Outbound Shaba, 2012. About Us. (http://outbondshaba.blogspot.com/p/about-us.html diakses Tanggal 10 Desember 2018).

Statistik Pariwisata Jogja, 2017. (www.visitingjogja.com diakses Tanggal 11 Desember 2018).

LAMPIRAN

DAFTAR WAWANCARA

A. Pimpipan Shaba *Outbound*

Nama : **Kuncoro Haryadi**

Usia : **48 Tahun**

Jabatan : **Pengelola / Manager**

Alamat : **Karanggeneng RT 01 RW 33 Purwoobinangun, Pakem, Sleman**

Waktu Wawancara : **Kamis 04-April-2019**

Pertanyaan Wawancara :

1. Apa alasan dan tujuan pembentukan Wisata Shaba *Outbound*?
   Jawaban : memanfaatkan potensi dusun, membuka lapangan kerja.
2. Kapan waktu pembentukan Wisata Shaba *Outbound*? Dan diresmikan oleh siapa?
   Jawaban : Tahun 2006, oleh warga setempat
3. Apakah ada faktor penghambat bagi Shaba *Outbound* untuk berkembang?
   Jawaban : ada, yaitu lahan kurang luas
4. Apakah ada atraksi dan objek wisata lainnya yang berada di sekitar Shaba *Outbound?*
   Jawaban : ada, seni daerah, karawitan, jatilan
5. Apa bentuk aktivitas dan peralatan dalam kegiatan promosi/komunikasi pemasaran yang sudah dilakukan oleh pengelola Shaba *Outbound*?
   Jawaban : *Door to Door*, media sosial.
6. Konsep pemasaran seperti apa yang efektif yang dilakukan oleh pengelola Shaba *Outbound* selama ini?

Jawaban : dari tamu yang sudah outbound ke tamu lain

7. Bagaimana upaya pengembangan yang sudah dilakukan maupun baru perencanaan pengembangan di Shaba *Outbound*?

   Jawaban : perluasan lahan, modifikasi wahana outbound

8. Bagaimana pelayanan pengelola Shaba *Outbound* terhadap pengunjung?

   Jawaban : 3 SH (senyum, salam, sapa) Hebat.

9. Bagaimana tingkat keamanan di Shaba *Outbound* ini? Apakah ada petugas keamanan?

   Jawaban : Ada

10. Bagaimana kualitas kemampuan pemandu *Outbound* di Shaba *Outbound* ini?

    Jawaban : sudah mengikuti pelatihan pemandu outbound.

11. Apakah masyarakat sekitar sudah memahami manfaat dari keberadaan Shaba *Outbound* ini?

    Jawaban : Sudah

12. Apakah ada dukungan dan peran dari pemerintah setempat untuk Shaba *Outbound*?

    Jawaban : Ada, perijinan apabila mengadakan *event* dipermudah.

13. Bagaimana partisipasi dan peran serta dari masyarakat setempat?

    Jawaban : Terjun langsung sebagai pemandu dan penjual makanan.

14. Apakah ada program pelatihan kualitas SDM sesuai bidangnya masing-masing untuk meningkatkan pengelolaan di Shaba *Outbound?*

    Jawaban : sudah.

15. Apakah ada sarana pendukung akomodasi di Shaba *Outbound*?

    Jawaban : Ada.

16. Potensi daya tarik apa yang bisa diunggulkan di Shaba *Outbound* untuk menarik segmen pasar?

    Jawaban : sungai, kolam renang, pelayanan yang ramah, game yang selalu *Uptodate*.

17. *Something to see* (apa yang bisa dilihat) di Shaba *Outbound*?

    Jawaban : Team building game.

18. *Something to do* (apa yang bisa dilakukan) di Shaba *Outbound*?
    Jawaban : team pemandu.
19. *Something to buy* (apa yang bisa dibeli) di Shaba *Outbound*?
    Jawaban : manisan salak, berbagai olahan ikan.
20. Apakah mayoritas pengunjung yang datang adalah anak-anak sekolah dalam rangka pembentukan karakter diri?
    Jawaban : Ya, dari kalangan anak sekolah dan juga perguruan tinggi.
21. Apakah dengan berdirinya Shaba *Outbound* ini perekonomian masyarakat sekitar menjadi meningkat?
    Jawaban : Ya
22. Apakah dalam pengelolaan Shaba *Outbound* mengikuti kemajuan teknologi?
    Jawaban : Ya, namun kadang-kadang saja.

B. Admin Shaba *Outbound*

Nama : **Kuncoro Haryadi**

Usia : **48 Tahun**

Jabatan : **Pengelola (manager)**

Alamat : **Karanggeneng, RT 01 RW 33 Purwobinangun Pakem, Sleman**

Waktu Wawancara : **Kamis 04 April 2019**

Pertanyaan Wawancara :

1. Apa bentuk aktivitas dan peralatan dalam kegiatan promosi/komunikasi pemasaran yang sudah dilakukan oleh pengelola Shaba *Outbound*?
   Jawaban : internet, Laptop, Handphone.
2. Bagaimana bentuk pelayanan Bapak/Ibu sebagai pengelola bidang promosi terhadap pengunjung?
   Jawaban : 24 Jam, max 30 menit sudah memberikan jawaban.
3. Apakah ada program pelatihan kualitas SDM sesuai bidangnya masing-masing untuk meningkatkan penglolaan di Shaba *Outbound*?
   Jawaban : Ada.
4. Apakah selalu memperbarui informasi tentang Shaba *Outbound* melalui media sosial yang ada?
   Jawaban : Kadang-kadang.
5. Apakah dalam pengelolaan Shaba *Outbound* mengikuti adanya kemajuan teknologi informasi?
   Jawaban : Ya kadang-kadang.

C. Pemandu *Outbound*

Nama **: Unggul**

Usia **: 36 Tahun**

Jabatan **: Pemandu**

Alamat **: Penen, Donoharjo, Ngaglik**

Waktu Wawancara **: 14 April 2019**

Pertanyaan Wawancara :

1. Sejak kapan Bapak/Ibu bekerja di Shaba *Outbound*?
   Jawaban : 2008
2. Apa pekerjaan Bapak/Ibu sebelum bekerja di Shaba *Outbound*?
   Jawaban : swasta
3. Bagaimana pelayanan pengelola Shaba *Outbound* terhadap pengunjung?
   Jawaban : baik
4. Bagaimana tingkat keamanan dan ketertiban di Shaba *Outbound*? Apakah ada petugas keamanan?
   Jawaban : Ada dan baik
5. Apakah masyarakat sekitar sudah memahami manfaat dari keberadaan Shaba *Outbound*?
   Jawaban : iya sudah.
6. Apakah ada dukungan dan peran Dinas Pariwisata setempat baik dari segi pengembangan maupun pemasaran?
   Jawaban : ada, terkadang tidak ada.
7. Bagaimana partisipasi dan peran serta dari masyarakat setempat?
   Jawaban : ikut terjun jadi pemandu.
8. Apakah ada program pelatihan kualitas SDM sesuai bidangnya masing-masing untuk meningkatkan penglolaan di Shaba *Outbound*?
   Jawaban : ada

9. Apakah ada agenda event rutin yang diselenggarakan oleh Shaba *Outbound* untuk menarik segmen pasar tertentu?
   Jawaban : tidak
10. Apakah mayoritas pengunjung yang datang adalah anak-anak sekolah dalam rangka pembentukan karakter diri?
    Jawaban : Ya
11. Apakah dengan berdirinya Shaba *Outbound* ini perekonomian masyarakat sekitar menjadi meningkat?
    Jawaban : Ya
12. Apakah dalam pengelolaan Shaba *Outbound* mengikuti kemajuan teknologi informasi?
    Jawaban : ya
13. Apakah sering ada perilaku pengunjung yang tidak bertanggung jawab, misalnya seperti tidak bisa menjaga keindahan, kebersihan, serta ketertiban di Shaba *Outbound*?
    Jawaban : Kadang-kadang.

D. Sekretariat dan Humas Shaba Outbound

Nama **: Mila Mawarni**

Usia **: 22 Tahun**

Jabatan **: Admin**

Alamat **: Jetis, Medari Sleman**

Waktu Wawancara **: Kamis 04 April 2019**

Pertanyaan Wawancara :

1. Bagaimana pelayanan penglola Shaba *Outbound* terhadap pengunjung?
   Jawaban : Baik
2. Bagaimana tingkat keamanan di Shaba *Outbound*? Apakah ada petugas keamanan?
   Jawaban : Ada
3. Apakah masyarakat sekitar sudah memahami manfaat dari keberadaan Shaba *Outbound*?
   Jawaban : Ya
4. Bagaimana partisipasi dan peran serta dari masyarakat setempat?
   Jawaban : pemandu, jualan oleh-oleh.
5. Potensi daya tarik apa yang bisa diunggulkan di Shaba *Outbound* untuk menarik segmen pasar?
   Jawaban : sungai, game.
6. Apakah mayoritas pengunjung yang datang adalah anak-anak sekolah dalam rangka pembentukan karakter diri?
   Jawaban : ya anak sekolah dan juga mahasiswa
7. Apakah dengan berdirinya Shaba *Outbound* ini perekonomian masyarakat sekitar menjadi meningkat?
   Jawaban : ya

8. Apakah sering ada perilaku pengunjung yang tidak bertanggung jawab, misalnya seperti tidak bisa menjaga keindahan, kebersihan, serta ketertiban di Shaba *Outbound*?

   Jawaban : ya, ada

E. Team Keamanan Shaba *Outbound*

Nama **: Suryono**

Usia **: 40 Tahun**

Jabatan **: Keamanan**

Alamat **: Karanggeneng, Pakem**

Waktu Wawancara **: 14 April 2019**

Pertanyaan Wawancara :

1. Sejak kapan Bapak bekerja di Shaba *Outbound*?
   Jawaban : 2010
2. Apa pekerjaan Bapak sebelum bekerja di Shaba *Outbound*?
   Jawaban : serabutan.
3. Bagaimana pelayanan Bapak sebagai petugas keamanan Shaba *Outbound* terhadap pengunjung?
   Jawaban : baik
4. Bagaimana tingkat keamanan di Shaba *Outbound*?
   Jawaban : Alhamdulillah selalu aman.
5. Apakah masyarakat sekitar sudah memahami manfaat dari keberadaan Shaba *Outbound*?
   Jawaban : sudah
6. Bagaimana partisipasi dan peran serta dari masyarakat setempat?
   Jawaban : ikut membantu dan mendukung.
7. Apakah ada program pelatihan kualitas SDM sesuai bidangnya masing-masing untuk meningkatkan penglolaan di Shaba *Outbound*?
   Jawaban : ada
8. Apakah dengan berdirinya Shaba *Outbound* ini perekonomian masyarakat sekitar menjadi meningkat?

Jawaban : iya, mengurangi pengangguran.

9. Apakah sering ada perilaku pengunjung yang tidak bertanggung jawab, misalnya seperti tidak bisa menjaga keindahan, kebersihan, serta ketertiban di Shaba *Outbound*?

   Jawaban : kadang-kadang.