

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uraian yang dipaparkan oleh peneliti, kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi marketing mix Degega dalam membangun citra destinasinya menggunakan unsur bauran pemasaran 7p, yaitu *product*, Degega memiliki produk cukup bervariasi, berinovasi pada event, paket wisata dan wahana baru. *Price*, harga bervariasi dan terjangkau, memberikan potongan harga dan cashback. *Place*, lokasinya mudah untuk dijangkau. *Promotion*, menggunakan cara door to door, pamflet, baliho, brosur, keikutsertaan event, penggunaan iklan dan media sosial. *People*, memberikan training pada karyawan agar dapat memberikan pelayanan yang profesional, rapi, ramah, informatif dan komunikatif. *Process*, menyediakan fasilitas kendaraan dan beberapa teknologi yang memudahkan proses pengunjung berwisata. *Physical evidence*, memberikan tempat yang nyaman dengan design menarik, dilengkapi dengan berbagai spot foto.
2. Faktor pendukung di Degega diantaranya, adanya differensiasi produk, harga kompetitif, lokasi mudah dijangkau, adanya teknologi digital, adanya training karyawan, fasilitas yang mendukung, dan memiliki lahan yang luas.
3. Faktor penghambat di destinasi Degega diantaranya, masih keterbatasan daya tarik wisata (perlu dikembangkan), belum optimalnya sosialisasi harga paket wisata, promosi online belum maksimal, kurang maksimalnya kinerja karyawan, kendala pada fasilitas kendaraan, keterbatasan infrastruktur dan fasilitas, belum adanya peta lokasi karena design tata letak belum tertata maksimal. Beberapa solusi sebagai upaya penyelesaian berbagai kendala tersebut, Degega dapat mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi wisatawan mengenai produk, penetapan harga, infrastruktur dan fasilitas, melakukan inovasi, evaluasi, dan pengoptimalan komponen-komponen yang perlu adanya pembaharuan.

B. Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah dikemukakan diatas, beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan untuk Demak green garden yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti sarankan kepada Demak green garden untuk lebih memperhatikan unsur-unsur bauran pemasaran atau marketing mix yang terdiri dari *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process* dan *physical evidence*. Ketujuh unsur pemasaran ini menjadi hal yang penting dalam membangun citra yang baik dari pengunjung pada destinasi wisata Demak green garden, citra yang baik dapat membuat pengunjung merasa puas dan dapat berkunjung kembali dikemudian hari, selain itu kesan atau pengalaman yang positif dari pengunjung dapat membuat mereka merekomendasikan destinasi wisata Degega kepada orang lain sehingga lebih banyak orang yang mengetahui dan tertarik datang berwisata ke Demak green garden.
2. Kedua, peneliti menyarankan kepada DEGEGA sebaiknya dapat lebih memaksimalkan berbagai faktor yang menunjang atau faktor pendukungnya pada marketing mix yang dilakukan dan beberapa komponen lainnya yang perlu adanya perbaikan. Selain itu, mengatasi atau melakukan perbaikan, pengawasan serta pengelolaan pada faktor-faktor yang dapat menghambat atau menjadikan perspektif pengunjung kurang baik.