

## **BAB V**

### **KESIMPULAN & SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengembangan Wisata Bahari di Pantai dan Pulau-Pulau Kecil di Wakatobi, didapatkan kesimpulan dan saran terkait pengembangan pemasaran dengan pendekatan bauran pemasaran, sebagai berikut:

##### **1. Produk**

Daya tarik pariwisata di kedua kawasan sudah sangat spesifik dan merupakan keunggulan dari wilayah tersebut. Perlu untuk dikembangkan produk dengan melakukan diversifikasi produk sebagai alternatif pengembangan produk pariwisata ke depannya, dengan tanpa meninggalkan produk unggulan namun mendukung produk utama dengan tujuan untuk meningkatkan lama kunjungan wisatawan ke Wakatobi.

##### **2. Harga**

Harga menjadi permasalahan tersendiri tak kala beban terbesar untuk dapat mengunjungi kawasan tersebut adalah di aspek transportasi. Sementara untuk produknya sendiri harga yang ditawarkan cukup kompetitif. Strategi pemberlakuan harga pasar harus dapat diikuti dengan pelayanan dan produk yang optimal, sehingga dapat memberikan kepuasan pada konsumen.

##### **3. Tempat / Lokasi**

Wakatobi memiliki lokasi yang tidak dapat dikatakan strategis, akan tetapi dengan kualitas potensi dan daya tarik yang dimiliki hal strategis niscaya tidak lagi menjadi kendala. Akan tetapi perlu dilakukan upaya pengembangan moda transportasi untuk dapat main memudahkan pencapaian mengungat lokasi kedua kawasan ini tidak mudah untuk dicapai.

##### **4. Promosi**

Promosi yang dilakukan masih paraisal dan kurang tepat sasaran. Hal tersebut juga tidak didukung dengan penelitian terlebih dahulu dan juga

kesiapan produk yang dimiliki. Perlu dilakukan kajian bauran promosi untuk mendapatkan strategi promosi yang tepat sasaran dan juga holistik mentarget pasar yang potensial dibarengi dengan pengembangan produk yang optimal.

#### 5. Wisatawan

Hingga saat ini Wakatobi memiliki pasar potensial yang sebagian besar adalah wisatawan asing dengan tujuan khusus untuk menyelam. Pangsa pasar nasional mulai merangkak naik dengan adanya tren wisata baru dan wisata bahari menjadi salah satu daya tarik menarik bagi wisatawan nusantara terutama di usia pertengahan.

Perlu untuk dikelola target pasar sasaran terutama untuk wisatawan nusantara mengingat berkembangnya tren yang ada. Survey pasar secara lebih detil perlu untuk dilakukan baik itu oleh pemerintah daerah maupun oleh swasta untuk dapat menyoar pasar potensial dan mentargetkan jumlah kunjungan juga membantu untuk mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar.

#### 6. Bukti fisik pendukung produk pariwisata

Selama ini Wakatobi terkenal dengan keindahan alam yang juga menjadi kawasan lindung yang memberi nilai lebih pada pengembangan pariwisata. Akan tetapi bukti fisik tersebut kurang terkelola dengan baik untuk dapat menjadi pendukung dalam pengembangan sebuah destinasi.

Perlu adanya upaya untuk menaikkan nilai jual bagi Wakatobi dengan mengedepankan bukti fisik pendukung yang dimiliki sehingga menjadi nilai tambah tersendiri bagi kedua destinasi.

#### 7. Proses

Rangkaian proses mulau dari penyusunan produk, pengemasan, distribusi hingga pada tahap transaksi dengan konsumen dikerjakan secara parsial dengan tidak melihat pada kondisi aktual destinasi dan juga produk dan pasar. Pengembangan produk dan rangkaian pemasaran dari destinasi Wakatobi dilakukan secara terpisah dan tidak terkoneksi antara satu tempat dengan tempat lain sehingga menyulitkan untuk dapat memasarkan lebih optimal.

Perlu dilakukan usaha bersama untuk dapat meningkatkan proses pengembangan dan pemasaran kedua destinasi ini, baik itu dengan membuat jejaring pasar dan produk yang lebih banyak dan lebih signifikan untuk dapat mengoptimalkan potensi yang dimiliki.

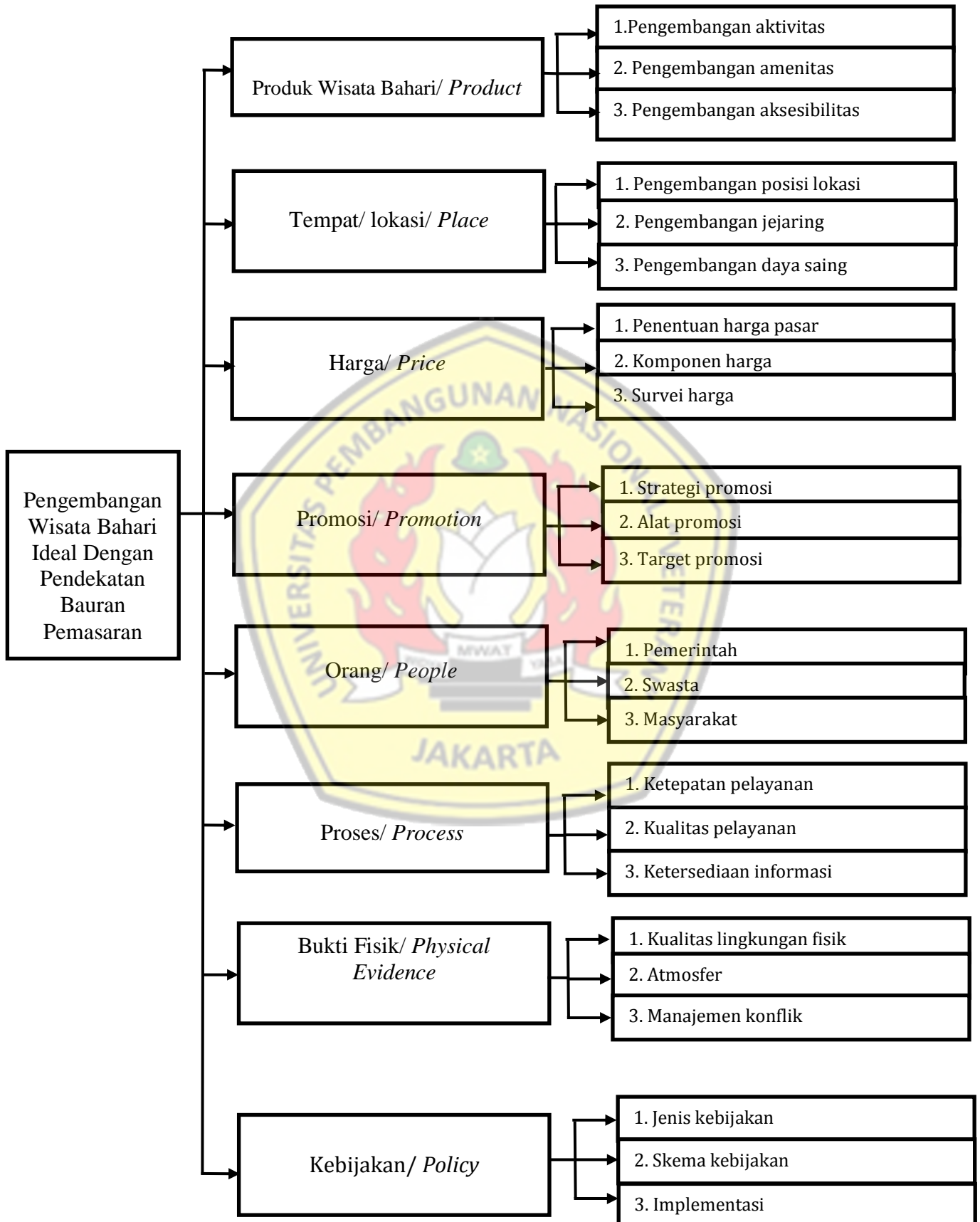
Dalam tiap komponen bauran pemasaran memiliki 3 (tiga indikator) yang dijadikan panduan untuk mendapatkan data dan analisis. Berdasarkan hasil analisa dari tiga indikator yang ada, didapatkan indikator tambahan yang penting untuk dapat dipertimbangkan ketika melihat sebuah pengembangan destinasi dengan pendekatan pemasaran yaitu indikator kebijakan yang kemudian menempati kotak ke empat dalam kerangka pola pikir penelitian.

Selain itu kebijakan menjadi salah satu komponen dalam bauran pemasaran yang diperlukan untuk dapat mengarahkan kondisi dan mengontrol pengembangan pariwisata bahari, khususnya di Wakatobi. Peran Pemerintah Daerah sebagai regulator perlu untuk diusung mengingat potensi daya tarik yang potensial namun merupakan kawasan yang juga labil terhadap perubahan baik fisik maupun sosial menjadikan kebijakan komponen penting untuk dapat dilihat lebih dalam lagi.

Kebijakan menjadi salah satu indikator kunci penentu pengembangan sebuah destinasi. Perencanaan kawasan dan arahan pengembangan dan pemasaran sebuah destinasi tidak akan pernah bisa berjalan dengan baik jika tidak ada kebijakan yang tegas yang berlaku secara keseluruhan dan dilaksanakan oleh semua lintas sektor dan stakeholder menjadikan sebuah destinasi tersebut berkembang dengan selayaknya.

Dalam kerangka pola pikir penelitian terdapat kotak ke 8 (delapan) yang kemudian dapat diisikan kebijakan menjadi poin tambahan yang jadi temuan dalam penelitian ini.

Gambar 5.1. Kerangka Pola Pikir Penelitian



## 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai Pengembangan Wisata Bahari di Pantai dan Pulau – Pulau di Wakatobi, maka saran yang diberikan dalam pengelolaan wisata bahari di kedua tempat tersebut , yakni:

### 1. Bagi pemerintah atau dinas terkait

- a. Upaya dukungan berupa regulasi yang holistik dan terpadu sehingga memberikan langkah dan panduan pengembangan yang lebih mudah dan terukur. Memberikan dukungan untuk meningkatkan kualitas sumber daya dalam mengelola pariwisata di Wakatobi.
- b. Mengeluarkan regulasi terkait standar pelayanan dan juga standar pengelolaan pariwisata yang mengindahkan kaidah lingkungan dan budaya sehingga lingkungan dan budaya tetap terjaga.
- c. Melakukan event promosi yang berkelanjutan dengan melibatkan tidak hanya satu destinasi namun mengajak jejaring destinasi lain untuk dapat menyelenggarakan event sebagai bentuk upaya promosi wisata.
- d. Perbaiki sarana transportasi dan juga infrastruktur yang memadai sehingga mempermudah wisatawan untuk dapat mengunjungi lokasi tersebut. Selain itu juga ikut meningkatkan kualitas masyarakatnya.
- e. Menyediakan system informasi yang tepat guna sehingga dapat diakses dengan mudah oleh wisatawan maupun oleh penyedia jasa wisata.

### 2. Bagi pihak pengelola kegiatan wisata bahari

- a. Penyediaan informasi yang lengkap tentang Wakatobi pada media promosi baik cetak, audiovisual maupun internet. Informasi tersebut terdiri atas akses, akomodasi, obyek wisata, kuliner, serta berbagai hal lainnya yang dapat membantu wisatawan yang ingin berkunjung ke Wakatobi, dengan mengangkat kaidah rantai pariwisata dengan tujuan untuk memberikan kualitas pelayanan prima pada wisatawan sehingga wisatawan mendapatkan pengalaman lebih dari aktivitas wisata yang mereka lakukan.