

BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Penerapan konsep *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) pada Objek Wisata Dira Park Ambulu belum seluruhnya mencakup dan memenuhi dari konsep tersebut. Namun ada beberapa instrumen dari konsep *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) yang sudah diaplikasikan oleh Dira Park Ambulu, meskipun perusahaan menyadari telah menerapkan konsep tersebut, antara lain:

1. **Product (Produk)**, Dira Park Ambulu sudah paham betul dengan produk yang akan dijual kepada wisatawan dengan menentukan produk yang akan dijual berdasarkan permintaan pengunjung (wisatawan). Selain itu pengelola juga dapat beradaptasi dengan era kebiasaan baru.
2. **Place (Tempat)**, Dira Park Ambulu memiliki tempat yang mudah dijangkau oleh moda transportasi roda dua dan empat, dan memiliki tempat yang aman untuk dikunjungi. Namun, Dira Park Ambulu memiliki kendala, dimana jalan menuju Dira Park Ambulu rusak parah.
3. **Process (Proses)**, Dira Park Ambulu mampu beradaptasi di era adaptasi kebiasaan baru dengan menambahkan SOP tentang pelayanan protokol kesehatan. Dira Park Ambulu juga mampu meyakinkan pengunjung dengan menerapkan protokol kesehatan dan telah memvaksinasi semua karyawannya.

4. **People (Orang)**, Dira Park Ambulu memiliki SDM yang terampil, didukung dengan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan kualitas karyawannya.
5. **Physical Evidence (Bukti Fisik)**, Dira Park Ambulu memberikan bukti fisik yang sesuai dengan apa yang ditawarkan kepada pengunjung.

Sedangkan instrumen dari *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) yang belum diaplikasikan oleh Objek Wisata Dira Park Ambulu adalah sebagai berikut:

1. **Price (Harga)**, terlihat dari tidak ada perubahan strategi harga (diskon) sehingga menyebabkan keuntungan yang didapat belum maksimal.
2. **Promotion (Promosi)**, terlihat dari promosi yang dilakukan belum maksimal sehingga mempengaruhi jumlah kunjungan yang belum dapat maksimal.

B. SARAN

Dengan melihat dari apa yang menjadi bahasan di atas, peneliti menyarankan agar perusahaan mampu melengkapi instrumen dari Marketing Mix (Bauran Pemasaran) yang belum terlaksana dengan baik, antara lain :

1. **Price (Harga)**, Dira Park Ambulu harus mampu melihat situasi dalam menentukan strategi harga terutama di era adaptasi baru, sehingga pengunjung menjadi tertarik dan dapat meningkatkan kunjungan.
2. **Promotion (Promosi)**, Dira Park Ambulu harus mengoptimalkan media *online* yang dimiliki dalam mempromosikan Dira Park Ambulu, tidak hanya kafanya saja yang dipromosikan namun juga Dira Park Ambulunya,

mengaktifkan kembali website yang telah ada sehingga akan mempermudah dalam melakukan promosi.

3. **Place (Tempat)**, meskipun masuk dalam kategori sudah terlaksana namun terdapat kendala yang berasal dari luar yaitu jalan yang rusak. Pihak pengelola dapat berkoordinasi dengan pihak yang berwenang untuk perbaikan jalan yang rusak sehingga akan mempermudah wisatawan untuk berkunjung dan meningkatkan kunjungan wisatawan.