

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Penelitian ini meneliti tentang pengelolaan pondok-wisata, strategi bisnis, dan strategi pemasaran yang dapat dilakukan di masa mendatang. Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan sebelumnya, maka simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengelolaan pondok-wisata di Pantai Watukarung yang didapatkan dari 13 pondok-wisata sudah tergolong baik dari komponen harga, fasilitas, dan pelayanan. Tamu pondok-wisata berhasil menjangkau wisatawan domestik, bahkan wisatawan mancanegara. Komponen sumber daya manusia dalam pengelolaan pondok-wisata perlu ditingkatkan dalam perencanaan bisnis dan pemasaran di masa depan. Penggunaan teknologi Internet sebagai media promosi perlu dilakukan secara memumpun dan optimal sehingga dapat menjangkau wisatawan yang lebih luas lagi.
2. Bisnis pondok-wisata di Pantai Watukarung merupakan peralihan dari bisnis konvensional menuju bisnis *e-commerce*. Pengembangan bisnis ke depan dapat menggunakan strategi insentif pengembangan produk. Strategi pengembangan produk ini menggunakan pendekatan fokus diferensiasi berbasis pariwisata berkelanjutan untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif ini mengakibatkan

terciptanya produk yang unik pada masing-masing pondok-wisata sehingga meminimalisasi lingkungan persaingan yang ganas.

3. Strategi pemasaran yang dilakukan pengelola pondok-wisata belum optimal. Strategi pemasaran ke depan dapat menggunakan segmentasi, target, dan pemosisian pasar yang diimpikasikan dalam 10 pemasaran operasional, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), sumber daya alam (*people*), kemasan (*packaging*), pemrograman (*programming*), kemitraan (*partnership*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*).

## 5.2 Saran

1. Pemerintah hendaknya memberikan pelatihan tidak hanya mengenai pelayanan pondok-wisata dan ilmu kepariwisataan kepada pemilik pondok-wisata, tetapi memberikan pelatihan mengenai ilmu bisnis usaha pondok-wisata yang dijelaskan secara sederhana, sehingga pemilik pondok-wisata memiliki pola pikir yang terbuka terhadap pengembangan bisnis mereka.
2. Sebaiknya dibentuk paguyuban pondok-wisata sebagai media untuk saling bertukar pikiran pemilik pondok-wisata dan penataan konsep pondok-wisata yang unik sehingga terdapat perbedaan dari 13 pondok-wisata tersebut di masa depan yang dapat meminimalisasi persaingan usaha.

3. Sebaiknya, strategi pemasaran dilakukan secara memumpun dan optimal sehingga dapat menjangkau pelanggan sesuai dengan harapan, terlebih pemasaran secara daring.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

1. Penelitian ini dilakukan di tengah pandemi COVID-19, sehingga pondok-wisata tidak ada tamu sama sekali. Hal demikian membuat peneliti kesulitan mencari wisatawan yang pernah menginap di pondok-wisata area Pantai Watukarung secara *daring (online)*.
2. Kesulitan peneliti dalam berkomunikasi dengan pemilik pondok-wisata mengenai bisnis mereka karena tidak semua pemilik pondok-wisata paham bahwa mereka sudah mempraktekkan ilmu bisnis.
3. Kesulitan mencari data jumlah wisatawan yang menginap per bulan di setiap pondok-wisata karena tidak semua pemilik pondok-wisata membukukan data wisatawan.
4. Kesulitan dalam mendokumentasikan tampilan kamar beberapa pondok-wisata yang sudah vakum berbulan-bulan karena COVID-19.

### **5.4 Agenda Penelitian Mendatang**

1. Penelitian pondok-wisata di Pantai Watukarung yang memumpun pada wisatawan, yaitu mengenai persepsi dan harapan wisatawan mengenai pondok-wisata di Pantai Watukarung. Dengan penelitian tersebut, akan ditemukan data yang lebih rinci mengenai karakteristik wisatawan dan harapannya terhadap pondok-wisata di Pantai Watukarung.

2. Manfaat dari penyelenggaraan pariwisata di Pantai Watukarung sangat jelas terlihat, mulai dari penyediaan warung makan, minimarket, resort, villa, restoran Pizza Italia, usaha tambak udang, dan lain sebagainya, sehingga banyak kesempatan penelitian yang dapat dilakukan oleh akademisi.
3. Dengan kemajuan Pantai Watukarung sebagai destinasi wisatawan mancanegara, tentunya dapat dilakukan penelitian mengenai perubahan perilaku maupun gaya hidup masyarakat lokal sebagai dampak penyelenggaraan pariwisata.