

BAB 5 PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan judul “Komunikasi Pemasaran untuk Menarik Minat Pengunjung (Studi Kasus pada Alinia Park and Resort di Kabupaten Dharmasraya)” maka peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Komunikasi pemasaran Alinia Park and Resort untuk menarik minat pengunjung secara umum telah dilakukan dengan baik yaitu melalui pengetahuan segmentasi pasar yang dilakukan, *direct marketing*, *interactive marketing* (penggunaan media sosial), *sales promotion* (promosi penjualan), *personal selling* (penjualan pribadi), *event and experience*, serta *public relations* (kerja sama), *advertising* (periklanan), dan *word of mouth marketing*. Alinia Park and Resort melakukan delapan elemen bauran promosi dalam melakukan komunikasi pemasaran, teori *Intergrated Marketing Communication* dalam komunikasi pemasaran yang dilakukan Alinia Park and Resort ialah tentang promo dan menciptakan *image* Alinia Park and Resort sebagai objek wisata yang unik dan lengkap. Alinia Park and Resort melakukan keseluruhan dari elemen bauran promosi ketika melakukan komunikasi pemasaran, namun masih belum maksimal dalam pelaksanaannya. Pelaksanaan kegiatan komunikasi pemasaran yang masih belum maksimal terdapat pada kegiatan *advertising* (periklanan) dan *word of*

mouth marketing. Sedangkan *direct marketing*, *interactive marketing* (penggunaan media sosial), *sales promotion* (promosi penjualan), *personal selling* (penjualan pribadi), *event and experience*, serta *public relations* (kerja sama) menjadi kegiatan yang telah berjalan dengan baik, namun masih perlu untuk ditingkatkan lagi.

2. *Alinia Park and Resort* mengalami beberapa hambatan komunikasi dalam melakukan aktivitas komunikasi pemasaran untuk meningkatkan menarik minat pengunjung. Adapun hambatan yang terjadi tersebut yaitu hambatan hambatan psikologis (penolakan pengunjung dan kurangnya respon terkait iklan), hambatan teknis (keterbatasan SDM), hambatan fisik (akses jalan), dan hambatan budaya (adanya pungutan liar) memberikan dampak tersendiri kepada komunikasi pemasaran yang dilakukan *Alinia Park and Resort*. Hambatan psikologis menyebabkan komunikasi pemasaran yang dilakukan tidak tersampaikan sesuai maksud dan tujuan diadakannya komunikasi pemasaran, karena target pasaran menolak atau kurang merespon hal tersebut. Hambatan teknis, hambatan fisik, dan hambatan budaya memengaruhi minat pengunjung ke *Alinia Park and Resort*, karena pengalaman yang pengunjung dapatkan untuk ke sana dan sampai di lokasi kurang memuaskan

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disimpulkan di atas, berikut saran-saran yang diberikan peneliti untuk dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak yang berkaitan dengan topik penelitian ini :

1. *Alinia Park and Resort* perlu untuk melakukan evaluasi terkait aktivitas periklanan dan *word of mouth marketing* yang dilakukannya karena belum dijalankan secara maksimal, selain itu *Alinia Park and Resort* perlu untuk meningkatkan elemen komunikasi pemasaran lainnya yang sudah dilakukan dengan baik namun perlu memaksimalkan pemanfaatan media sosialnya terutama TikTok.
2. *Alinia Park and Resort* perlu mengarahkan pengunjung yang sudah berkunjung ke sana untuk mengikuti semua media sosial milik *Alinia* agar semua informasi tentang *Alinia Park and Resort* tersebar luas dengan maksimal.
3. *Alinia Park and Resort* perlu meningkatkan kualitas SDM agar segala pelayanan yang diberikan baik. Selain itu *Alinia Park and Resort* juga dapat membuat dan membagi tim yang disesuaikan dengan kebutuhan usaha agar kegiatan yang ada di sana terealisasi dengan jelas dan tepat khususnya dalam kegiatan komunikasi pemasaran.
4. *Alinia Park and Resort* perlu untuk memperhatikan fasilitas yang ada di sana, termasuk petunjuk arah dan akses menuju ke sana.
5. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk meneliti bagaimana *brand image* *Alinia Park and Resort* sebagai sebuah objek wisata menarik di daerah yang terkenal dengan perkebunan sawit, apakah *Alinia Park and Resort* berpotensi menjadi sebuah ikon objek wisata di Dharmasraya atau tidak.