

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Jumlah pengunjung yang ada di wisata Bukit Dhoho Indah mengalami fluktuatif pada setiap bulannya. Data tersebut dapat dilihat dari data jumlah pengunjung wisata Bukit Dhoho Indah tahun 2018-2019. Pengunjung hanya akan tertarik untuk berkunjung pada saat hari libur atau jika terdapat event saja.
2. Startegi pemasaran yang dilakukan oleh marketer wisata Bukit Dhoho Indah ini kurang berperan untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Pengunjung yang datang ke wisata Bukit Dhoho Indah tidak mempunyai kesan yang mengesankan sehingga pengunjung tidak lagi tertarik untuk mengunjungi wisata Bukit Dhoho Indah apabila sudah pernah berkunjung ke sana.
3. Strategi tempat yang dilakukan oleh pengelola dan marketer Bukit Dhoho Indah tidak sesuai dengan pemasaran perspektif Islam karena dapat menimbulkan mudharat. Strategi produk yang dilakukan telah sesuai dalam perseptif Islam dan tidak membahayakan. Akan tetapi, pihak pengelola kurang mampu memunculkan keunikan dari wisata Bukit Dhoho Indah. Strategi promosi yang dilakukan telah sesuai dengan perspektif Islam, karena marketer memberikan informasi pada masyarakat apa adanya, tidak melebih-lebihkan. Sedangkan dalam strategi harga tidak sesuai dengan perspektif Islam karena pihak

pengelola memanfaatkan kesempatan hari libur untuk menaikkan harga, walaupun tidak ada event tertentu di wisata Bukit Dhoho Indah.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian skripsi mengenai Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung (Studi Pada Wisata Bukit Dhoho Indah Kabupaten Kediri), seharusnya pihak wisata memberikan inovasi yang berbeda dengan tempat wisata lainnya agar wisata Bukit Dhoho Indah memiliki keunikan dan kekhasan tersendiri bagi pengunjungnya. Meskipun para marketer sudah melakukan strategi pemasaran secara Islami, namun hal tersebut belum dilakukan secara maksimal, karena pengunjung hanya akan tertarik mengunjungi tempat wisata Bukit Dhoho Indah pada saat hari libur saja. Sebaiknya, para marketer dan semua karyawan saling bertukar pendapat mengenai kemajuan perusahaan demi kebaikan bersama.