

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan mengenai peran *event marketing* dalam upaya optimalisasi pendapatan di Pemandian Alam Banyu Biru Kabupaten Pasuruan, dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan *Event Marketing* di Pemandian Alam Banyu Biru

Penerapan *event marketing* di Pemandian Alam Banyu Biru menunjukkan pola yang bersifat fasilitatif. Dalam hal ini, pengelola tidak berfungsi sebagai penyelenggara utama kegiatan, melainkan lebih berperan sebagai penyedia fasilitas sekaligus pemberi izin bagi masyarakat, komunitas, maupun instansi yang ingin menyelenggarakan kegiatan di kawasan wisata tersebut.

Kebijakan yang tidak membebankan biaya sewa fasilitas, selain tiket masuk, menjadi faktor pendorong meningkatnya minat pihak eksternal dalam mengadakan berbagai *event*. Kegiatan yang berlangsung umumnya terbagi menjadi dua jenis, yaitu *event* yang diselenggarakan oleh pemerintah melalui Dinas Pariwisata dan *event* yang berasal dari inisiatif masyarakat atau organisasi.

Kondisi ini menunjukkan bahwa *event marketing* di Pemandian Alam Banyu Biru mengarah pada pola kolaboratif dengan melibatkan partisipasi masyarakat secara aktif. Pendekatan tersebut mampu menciptakan suasana wisata yang lebih hidup serta memberikan variasi pengalaman bagi para pengunjung.

2. Peran *Event Marketing* dalam Upaya Optimalisasi Pendapatan

Event marketing terbukti memiliki kontribusi yang cukup besar dalam mendukung peningkatan pendapatan di Pemandian Alam Banyu Biru, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dari sisi langsung, pelaksanaan *event* mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, terutama pada saat kegiatan berskala besar seperti orkes dan grebeg sumber. Peningkatan jumlah pengunjung tersebut secara langsung berdampak pada bertambahnya pendapatan dari penjualan tiket masuk.

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan pada saat *event* berlangsung berdampak langsung terhadap kenaikan pendapatan dari tiket masuk. Selain itu, *event* juga memberikan dampak ekonomi tidak langsung bagi masyarakat sekitar melalui meningkatnya aktivitas perdagangan di area wisata, serta tambahan pendapatan bagi pengelola dari penyewaan

kios. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *event* marketing tidak hanya berperan sebagai sarana promosi, tetapi juga menjadi faktor yang berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan destinasi wisata.

B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian yang telah diperoleh, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan khususnya dalam upaya pengembangan *event* di Pemandian Alam Banyu Biru, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Pemandian Alam Banyu Biru Kabupaten Pasuruan
 - a. Penyusunan kalender *event*, pengelola diharapkan dapat menyusun agenda kegiatan tahunan yang lebih terstruktur dan terjadwal dengan jelas. Selama ini, pelaksanaan *event* masih cenderung bersifat insidental dan bergantung pada inisiatif pihak luar. Dengan adanya perencanaan yang lebih sistematis, diharapkan kunjungan wisatawan dapat lebih merata sepanjang tahun.
 - b. Pemandian Alam Banyu Biru perlu mengembangkan *event* khas yang dapat menjadi daya tarik utama destinasi. Salah satu yang berpotensi untuk dikembangkan adalah *event* budaya grebeg sumber. Kegiatan tersebut dapat dikemas secara lebih menarik dan inovatif tanpa menghilangkan nilai tradisionalnya, sehingga mampu menjangkau minat wisatawan yang lebih luas.

- c. Pengelola disarankan untuk lebih memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi *event*. Informasi mengenai kegiatan yang akan diselenggarakan perlu disampaikan secara konsisten, menarik, dan mudah diakses, sehingga dapat meningkatkan jangkauan promosi, khususnya kepada kalangan generasi muda.
- d. Setiap kegiatan yang diselenggarakan sebaiknya disertai dengan proses evaluasi yang sistematis, baik dari segi jumlah pengunjung, tingkat kepuasan, maupun kontribusinya terhadap pendapatan. Evaluasi ini penting sebagai dasar dalam melakukan perbaikan serta pengembangan *event* di masa yang akan datang.
- e. Pengelola Pemandian Alam Banyu Biru sebaiknya mempertimbangkan penyediaan fasilitas rumah makan atau kawasan kuliner yang dapat digunakan untuk kegiatan berbuka puasa bersama pada bulan Ramadan. Hal ini dikarenakan periode bulan puasa menjadi salah satu waktu dengan tingkat kunjungan serta pendapatan yang relatif rendah. Kehadiran fasilitas tersebut dapat dijadikan sebagai upaya untuk menarik minat masyarakat maupun wisatawan agar tetap berkunjung ke destinasi wisata.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih berfokus pada peran event marketing dalam upaya optimalisasi pendapatan di Pemandian Alam Banyu Biru. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan mengkaji aspek lain yang berkaitan dengan pengelolaan

destinasi wisata, seperti strategi digital marketing, kepuasan pengunjung, loyalitas wisatawan, maupun dampak sosial ekonomi pariwisata terhadap masyarakat sekitar. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (mixed methods) untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.