

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penerapan bauran pemasaran (4P) oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu yang meliputi aspek Product, Price, Place, dan Promotion, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran pariwisata yang diterapkan telah berjalan cukup baik namun masih memerlukan penguatan pada beberapa komponen agar pengembangan pariwisata Bengkulu dapat lebih optimal dan berkelanjutan. Pada aspek product, Bengkulu memiliki keunikan daya tarik berupa potensi alam, sejarah, budaya, serta produk ekonomi kreatif seperti besurek dan kuliner khas. Dinas Pariwisata telah melakukan pemetaan potensi dan pengembangan destinasi, namun masih terdapat kekurangan fasilitas dan sarana pendukung pada beberapa lokasi yang menghambat kualitas pengalaman wisatawan. Pada aspek price, penetapan harga telah mengikuti regulasi resmi dan mempertimbangkan daya beli masyarakat. Namun, ketidakseimbangan antara tarif dengan kualitas fasilitas di beberapa destinasi menunjukkan perlunya evaluasi harga yang lebih proporsional dan berbasis standar layanan.

Aspek place, aksesibilitas menuju destinasi wisata menjadi faktor penting yang masih menjadi hambatan. Destinasi di pusat kota relatif mudah dijangkau, sementara destinasi alam di kabupaten masih memiliki akses jalan yang kurang memadai dan minim transportasi umum. Hal ini berdampak pada rendahnya kunjungan serta terbatasnya aktivitas ekonomi kreatif di kawasan tersebut. Pada aspek promotion, Dinas Pariwisata telah menunjukkan kinerja paling efektif

melalui pemanfaatan media digital, penyelenggaraan event budaya, kerja sama dengan industri pariwisata, serta pelibatan pelaku UMKM. Media sosial dan event besar seperti Festival Tabut terbukti mampu meningkatkan eksposur dan menarik wisatawan. Namun, promosi belum sepenuhnya sejalan dengan kesiapan fasilitas di beberapa destinasi. Secara keseluruhan, bauran pemasaran (4P) telah memberikan kontribusi positif terhadap visibilitas dan perkembangan pariwisata Bengkulu, meskipun masih membutuhkan penguatan dari segi produk, aksesibilitas, konsistensi harga, dan keberlanjutan strategi promosi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi pihak terkait. Pertama, kepada Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu, diharapkan untuk meningkatkan kualitas fasilitas destinasi, memperbaiki aksesibilitas melalui kerja sama lintas sektor, dan mengembangkan destinasi baru secara lebih merata. Penetapan harga juga perlu dievaluasi secara berkala agar sesuai dengan standar layanan dan nilai pengalaman wisatawan. Kedua, strategi promosi yang telah efektif perlu diperkuat dengan penyusunan konten berkualitas, perluasan kerja sama dengan media nasional, komunitas wisata, dan pelaku industri kreatif. Selain itu, promosi harus memperhatikan kesiapan destinasi agar citra yang dibangun konsisten dengan kondisi di lapangan. Ketiga, kepada pelaku UMKM dan komunitas pariwisata, perlu peningkatan kemampuan dalam digital marketing, pengemasan produk, serta pelayanan wisatawan. Kolaborasi internasional antar pelaku pariwisata lokal juga penting untuk memperkuat keberlanjutan wisata dan memperluas pangsa pasar produk kreatif.

Keempat, kepada peneliti selanjutnya, disarankan melakukan penelitian yang lebih fokus pada kepuasan wisatawan, daya saing destinasi, dan evaluasi efektivitas masing-masing komponen bauran pemasaran terhadap minat kunjungan. Metode kuantitatif atau mixed methods dapat memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai pengaruh variabel 4P dalam pengembangan pariwisata.