

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

Bedasarkan pemaparan yang peneliti paparkan pada pembahasan hasil penelitian (Analisis data) diatas, maka peneliti dapat mengambil sebuah kesimpulan sebagai berikut :

1. Bahwa Stretegi Pemasaran Wisata Pasir Putih Dalegan telah berjalan dan ada kesesuaian antara teori dan realitas yang ada, yaitu teori Strategi (*Marketing Mix*) yang diantaranya adalah:

Produk (*Product*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), Tempat (*Place*), Manusia (*People*), Bukti Fisik (*Physical Evidence*), Proses (*Process*). Wisata Pasir Putih Dalegan juga menggunakan beberapa strategi tambahan yakni: Strategi Penetrasi Pasar (*Strategi Slow Penetration*) dan Strategi Penantang Pasar (*Serangan Samping*).

2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi Wisata Pasir Putih Dalegan. Peneliti menganalisis berdasarkan pengamatan dan data diatas, bahwa kendala yang dihadapi oleh Wisata Pasir Putih Dalegan dalam Strategi Pemasarannya adalah dikarnakan Faktor Persaingan.

Dalam mengatasi masalah persaingan tersebut Wisata Pasir Putih melakukan kerja sama dengan berbagai media masa seperti, Koran, Siaran radio, dan Wisata Pasir Putih juga 2 kali diliput oleh media televisi nasional, yang pertama terjadi di tahun 2013 dan baru-baru ini di Januari 2014. Pihak pengelola juga telah melakukan bentuk-bentuk promosi lainnya yakni berupa: Pemberian Stiker terhadap setiap para wisatawan yang datang berkunjung, Menempelkan Papan himbauan untuk selalu menjaga keindahan dan kebersihan didalam area wisata, Menempelkan Poster/banner promosi dan Papan penunjuk arah yang dipasang di beberapa titik di ruas jalan, Membuat situs Promosi online seperti blogg, webside, dan Facebook, dsb, Menggelar pagelaran Musik, disetiap memperingati hari-hari besar, Seperti Natal, Hari raya, dan Hari-hari Nasional lainnya, dan Menggelar Pesta Kembang Api disetiap memperingati Tahun baru dan HUT Kota Gresik.