

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini mengindikasikan bahwa keberlanjutan daya tarik wisata Lumbung Stroberi Desa Wisata Pandanrejo didukung oleh penerapan *Integrated Marketing Communication* (IMC) yang berlangsung secara tidak terencana namun efektif. Keberhasilan tersebut tidak terlepas dari keterlibatan pihak eksternal, seperti wisatawan dan media, yang secara sukarela berperan dalam kegiatan promosi dan penyebaran informasi. Kondisi ini secara implisit menunjukkan adanya sinergi setiap elemen komunikasi pemasaran terpadu yang digunakan oleh Lumbung Stroberi meliputi *social media, events and experiences, word of mouth*, dan *packaging* sehingga memperkuat citra daya tarik wisata serta meningkatkan minat kunjungan wisatawan.

Media sosial, terutama *Instagram*, menjadi saluran utama dalam membangun komunikasi dengan wisatawan dan memperluas jangkauan promosi. Kegiatan promosi digital yang dikombinasikan dengan *event* wisata dan pengalaman langsung memberikan dampak positif terhadap loyalitas pengunjung dan eksistensi daya tarik wisata. Hubungan baik antara pengelola, masyarakat, dan pemerintah turut memperkuat keberlanjutan, karena melibatkan partisipasi masyarakat dalam berbagai aktivitas wisata dan pemasaran.

Meskipun demikian, masih terdapat kendala seperti keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan pemasaran digital serta minimnya inovasi konten berbasis teknologi. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas SDM dan

pengembangan strategi komunikasi berbasis teknologi menjadi langkah penting untuk menjaga relevansi dan daya saing Lumbung Stroberi di era digital.

Secara keseluruhan, penerapan komunikasi pemasaran terpadu turut mendukung dalam keberlanjutan Lumbung Stroberi sebagai agrowisata berbasis masyarakat. Meskipun Lumbung Stroberi hanya mengimplementasikan sebagian elemen dari spektrum Komunikasi Pemasaran Terpadu, elemen-elemen yang diaplikasikan tersebut secara konsisten berkorelasi positif dengan peningkatan jumlah kunjungan tahunan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan di atas, peneliti memberikan beberapa saran yang ditujukan kepada pihak pengelola Lumbung Stroberi, masyarakat sekitar, serta peneliti selanjutnya.

1. Bagi Pengelola Lumbung Stroberi

Pengelola disarankan untuk terus mengembangkan inovasi dalam strategi komunikasi pemasaran, terutama dalam pemanfaatan teknologi digital seperti sistem reservasi daring terpadu. Selain itu, pengelola perlu melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas setiap elemen IMC agar strategi yang dijalankan tetap relevan dengan tren wisatawan modern. Program pelatihan bagi tim pemasaran juga penting untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dalam bidang konten kreatif dan analisis media sosial.

2. Bagi Masyarakat Desa Wisata Pandanrejo

Masyarakat perlu terus dilibatkan dalam aktivitas pariwisata, tidak hanya sebagai tenaga kerja tetapi juga sebagai mitra kreatif. Partisipasi aktif masyarakat dalam pembuatan produk lokal, pengemasan hasil pertanian, maupun promosi berbasis cerita lokal (*storytelling*) dapat memperkuat daya tarik wisata dan memperluas manfaat ekonomi. Kolaborasi antara masyarakat dan pengelola juga penting untuk menjaga keseimbangan antara kegiatan ekonomi dan pelestarian lingkungan, sehingga keberlanjutan pariwisata dapat terwujud secara menyeluruh.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian mendatang diharapkan dapat memperluas fokus dengan pendekatan kuantitatif atau mixed methods untuk mengukur efektivitas setiap elemen IMC terhadap variabel keberlanjutan wisata. Selain itu, kajian komparatif antar daya tarik wisata serupa di wilayah lain dapat memberikan perspektif yang lebih luas mengenai pola keberhasilan penerapan komunikasi pemasaran terpadu dalam mendukung pariwisata berkelanjutan.