

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis ketujuh elemen bauran pemasaran jasa (7P) di Loka Asri Park, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan daya tarik wisata ini telah menerapkan strategi pemasaran yang terintegrasi dan sesuai dengan prinsip-prinsip *marketing management* menurut Kotler dan Keller (2022).

Pertama, dari sisi produk, Loka Asri Park berhasil menghadirkan pengalaman wisata yang unik dan edukatif dengan menggabungkan unsur rekreasi, edukasi, dan konservasi lingkungan. Konsep *eco-edutourism* yang diterapkan tidak hanya memenuhi kebutuhan hiburan keluarga, tetapi juga menciptakan nilai tambah berupa pembelajaran tentang alam, lingkungan, dan keberlanjutan sosial. Produk wisata ini mencerminkan diferensiasi yang jelas dan relevan dengan tren masyarakat modern yang mencari pengalaman berwisata yang lebih bermakna.

Kedua, dalam aspek harga (*price*), strategi *value-based pricing* telah diterapkan dengan baik. Harga tiket yang terjangkau dan adanya *differential pricing* untuk kelompok tertentu menunjukkan kesadaran pengelola terhadap kemampuan ekonomi segmen pasar dan prinsip *equitable tourism*. Strategi harga ini meningkatkan *perceived value*, memperkuat loyalitas pengunjung, dan memperluas pangsa pasar tanpa mengurangi kualitas layanan.

Ketiga, aspek tempat (*place*) menunjukkan integrasi antara lokasi yang strategis, aksesibilitas yang baik, dan inovasi distribusi melalui kerja sama dengan sekolah, agen perjalanan, dan platform digital. Upaya pengembangan sistem digital

ticketing menunjukkan kesadaran pengelola terhadap modernisasi dan tren *smart tourism*, yang mendukung efisiensi dan pengalaman pengunjung yang lebih nyaman.

Keempat, strategi promosi (*promotion*) Loka Asri Park memanfaatkan pendekatan *Integrated Marketing Communication* dengan kombinasi promosi online melalui media sosial dan promosi offline melalui kegiatan komunitas, sekolah, dan event lokal. Pendekatan ini tidak hanya membangun kesadaran, tetapi juga memperkuat *destination image*, meningkatkan interaksi dua arah dengan pengunjung, dan menumbuhkan loyalitas melalui *relationship marketing*.

Kelima, elemen *people* menjadi kekuatan utama Loka Asri Park. Pengelola menekankan kualitas SDM melalui pelatihan, briefing rutin, dan pemberdayaan staf serta keterlibatan masyarakat lokal. Tenaga kerja yang kompeten, ramah, dan sigap tidak hanya meningkatkan kepuasan pengunjung, tetapi juga membentuk budaya organisasi yang mendukung pembangunan wisata berkelanjutan.

Keenam, proses (*process*) pelayanan dirancang sistematis dan efisien, mulai dari pembelian tiket hingga interaksi di setiap wahana. SOP yang jelas, pengaturan arus pengunjung (*flow management*), dan rencana digitalisasi sistem tiket menunjukkan penerapan prinsip *service standardization* dan optimasi alur pelayanan yang meningkatkan kenyamanan dan pengalaman wisatawan.

Ketujuh, bukti fisik (*physical evidence*) mendukung pengalaman wisata yang menyeluruh. Lingkungan yang asri, fasilitas yang terawat, signage yang informatif, serta desain arsitektur berbasis bambu dan konsep *green tourism* membentuk persepsi kualitas layanan yang positif dan meningkatkan loyalitas pengunjung.

Fasilitas pendukung yang bersih, rapi, dan fungsional memperkuat citra Loka Asri Park sebagai taman wisata edukatif dan ramah keluarga.

Secara keseluruhan, implementasi 7P di Loka Asri Park menunjukkan integrasi strategi pemasaran yang matang, di mana setiap elemen saling melengkapi untuk menciptakan pengalaman wisata yang menyenangkan, edukatif, dan berkelanjutan. Pendekatan ini memperkuat posisi daya tarik wisata sebagai destinasi keluarga yang memiliki nilai tambah edukatif dan ekologi, serta mampu bersaing secara lokal maupun regional.

1.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis, beberapa saran strategis dapat diberikan untuk memperkuat implementasi 7P di Loka Asri Park:

- a. Produk: Loka Asri Park dapat terus mengembangkan inovasi produk dengan menambah aktivitas edukatif yang lebih interaktif, seperti *workshop* daur ulang, pertanian organik mini, atau program *citizen science* bagi anak-anak dan remaja. Pendekatan ini akan meningkatkan *experiential value* dan membedakan Loka Asri Park dari taman wisata lain.
- b. Harga (*Price*): Strategi harga sebaiknya terus dievaluasi dengan memperhatikan elastisitas permintaan dan kemampuan daya beli pengunjung. Program *loyalty* atau *membership* dapat diterapkan untuk meningkatkan kunjungan ulang dan membangun komunitas pengunjung yang loyal.
- c. Tempat (*Place*): Digitalisasi distribusi dan tiket perlu dipercepat dengan integrasi sistem pemesanan daring, pembayaran nontunai, dan pemantauan

kapasitas pengunjung secara *real-time*. Hal ini akan meningkatkan kenyamanan, efisiensi, dan pengalaman pengunjung secara keseluruhan.

- d. Promosi (*Promotion*): Penguatan strategi promosi digital dengan *content marketing*, seperti video edukatif dan testimoni pengunjung, dapat meningkatkan *engagement* dan *brand awareness*. Selain itu, memperluas kerja sama dengan *influencer* pariwisata edukatif dapat menarik segmen pasar yang lebih luas.
- e. *People*: Pengembangan SDM harus menjadi fokus berkelanjutan. Pelatihan lanjutan tentang pelayanan ramah anak, pertolongan pertama, dan komunikasi efektif dapat dilakukan secara berkala. Selain itu, memperluas keterlibatan masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengelolaan program wisata dapat memperkuat *community-based tourism*.
- f. Proses (*Process*): Digitalisasi layanan harus dilengkapi dengan pelatihan bagi staf agar adaptasi teknologi berjalan lancar. Sistem manajemen keluhan digital dapat meningkatkan responsivitas dan kepuasan pengunjung. Optimalisasi alur pengunjung juga perlu terus ditingkatkan terutama saat musim liburan agar pengalaman tetap nyaman.
- g. Bukti Fisik (*Physical Evidence*): Pemeliharaan fasilitas fisik secara rutin, peningkatan estetika, dan inovasi arsitektur ramah lingkungan akan memperkuat persepsi kualitas dan citra taman wisata. Penambahan zona foto edukatif atau *interactive signage* dapat meningkatkan pengalaman visual sekaligus edukatif bagi pengunjung.

Dengan menerapkan saran-saran tersebut, Loka Asri Park dapat

mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya, sekaligus menjadi model taman wisata berkelanjutan yang mengintegrasikan nilai edukatif, rekreasi, dan konservasi lingkungan. Pendekatan ini akan menciptakan pengalaman wisata yang holistik, meningkatkan loyalitas pengunjung, dan mendukung pembangunan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan di Kabupaten Sidoarjo.