

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dipaparkan oleh peneliti, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan terkait proses perencanaan *event* Sembalun *Honeymoon* Festival dalam membangun *brand image* Halal *Tourism Destination* Lombok, di antaranya ialah sebagai berikut:

1. Proses perencanaan *event* Sembalun *Honeymoon* Festival sebagai langkah *branding* Sembalun, walaupun terdapat ketidaksesuaian pola persiapan, namun dapat dikatakan sudah cukup sesuai dengan konsep rencana penyelenggaraan *event* oleh Shone dan Parry, dimana dalam prosesnya panitia perencana *event* melalui tahapan mengidentifikasi masalah untuk menetapkan tujuan; melakukan riset internal dan eksternal untuk merumuskan tema, konsep acara, staf, waktu, dan tempat pelaksanaan; melakukan perencanaan secara detail yang mencakup perencanaan keuangan, operasional, dan pemasaran; turut melakukan tahapan koordinasi untuk mempersiapkan *event*; serta tidak lupa merencanakan legalitas dan mengidentifikasi dampak dan output sebagai bentuk evaluasi perencanaan *event*.
2. Kriteria wisata halal Lombok terbagi dalam bidang destinasi, pelayanan, dan pengelolaan. Dalam hal ini, Sembalun *Honeymoon* Festival menerapkan konsep wisata halal dengan memanfaatkan destinasi Halal *Honeymoon* Sembalun di Kabupaten Lombok Timur.

3. Disbudpar dalam proses perencanaan *event* melakukan pengorganisasian panitia *event* ke dalam beberapa bagian. Di antaranya ialah membentuk SC (*Steering Committee*) yang bertugas dalam merencanakan dan menganggarkan, dan membentuk OC (*organizing committee*) yang bertugas dalam perihal operasional dan teknis pelaksanaan *event*. SC dan OC bekerjasama untuk menyusun perencanaan *event* Sembalun *Honeymoon Festival* dengan menggandeng *suppliers* (penyedia jasa) yang terkait, yakni media dan sponsor.
4. Perencanaan terhadap penyusunan tema dan konsep acara yang tergolong *fresh* dan unik menjadi *added value* sekaligus USP (*unique selling point*) Sembalun *Honeymoon Festival*.
5. Dalam prosesnya, terdapat perubahan *brand image* dengan penghilangan kata “halal” guna dapat membidik pasar yang lebih luas. Hal ini kurang sesuai dengan latar belakang terbentuknya *event*, dimana *event* merupakan bentuk strategi lanjutan dari *brand* Sembalun Halal *Honeymoon Destination* yang didapat dari mengikuti kompetisi wisata halal. *Brand image* kini lebih difokuskan kepada Sembalun sebagai *Honeymoon Destination*.
6. Disbudpar selaku perencana paham bahwa pengalaman antara calon wisatawan nantinya bisa terjadi secara begitu saja, sehingga dalam proses perencanaannya Disbudpar memperhatikan seluruh aspek perencanaan guna kepuasan wisatawan, salah satunya dengan merencanakan untuk menghadirkan atraksi festival yang komplit, dimana wisatawan dapat menikmati keindahan alam, menyaksikan atraksi dan pameran budaya, dan melakukan kegiatan olahraga

dalam satu waktu. Ini diharapkan dapat berdampak pada kesan wisatawan yang kemudian tersalurkan menjadi media promosi *event* berbentuk *word of mouth*.

B. Saran

Masih terdapat beberapa kekurangan yang terjadi dalam proses perencanaan Sembalun *Honeymoon Festival*, maka dari itu peneliti merumuskan beberapa saran dari asumsi peneliti, di antaranya ialah:

1. Disbudpar dalam merencanakan *branding* melalui *event* perlu konsisten dalam menetapkan *brand image* yang ingin dibangun, dimana *brand image* yang ditawarkan harus sesuai dengan latar belakang terjadinya inisiasi *event* tersebut, yakni menangnya Sembalun sebagai *Best World's Halal Honeymoon Destination*, sehingga perlu dilakukan persiapan yang matang terhadap kesiapan Sembalun dalam segala hal, termasuk tata kelola fisik yang memadai dan mencerminkan *Halal Honeymoon Destination*. Hotel atau penginapan ramah wisatawan muslim saja tidak cukup, menurut peneliti Disbudpar juga perlu memasukkan unsur halal ke dalam konsep acara.
2. Dalam menentukan pasar, Disbudpar harus lebih percaya diri untuk menasar segmen pasar muslim secara spesifik. Dalam perencanaan *event* ini, peneliti menyarankan Disbudpar perlu memikirkan kembali keputusan penghilangan kata halal guna tercapainya tujuan yang diharapkan, salah satunya dengan melakukan riset pasar yang paling potensial.

3. Analisa kompetitor belum dilakukan, dimana Disbudpar hanya menyimpulkan berdasar pada asumsi dan pengalaman yang sarat akan data.
4. Sembalun *Honeymoon* Festival termasuk dalam kategori *non business event*, sehingga dalam perencanaan keuangan, perlu ditetapkan tujuan keuangan yang dapat dikonversi menjadi sebuah indikator keberhasilan *event* yang dapat diukur dengan nominal rupiah, baik berupa pemberitaan media, tersalurkannya *brand awareness* yang tepat sasaran, dan terukurnya kepuasan pengunjung.
5. Keputusan untuk tidak mengundang *guest star* dalam festival tersebut kurang tepat, dimana pemilihan *guest star* yang pas dapat menguntungkan penyelenggara karena berpotensi mendatangkan massa dalam jumlah yang besar.
6. Perencanaan pemasaran masih terlalu general. Peneliti menyarankan untuk lebih menspesifikasikan perencanaan dengan membedakan peran pemasaran, promosi, dan *public relations*. Hal ini dikarenakan ketiganya memiliki fungsi yang berbeda dan jika dioptimalkan masing-masing fungsi tersebut mampu berkontribusi dalam mendatangkan pengunjung.
7. Keterlibatan Masyarakat Sembalun dalam penyelenggaraan *event* tersebut harus diperluas, agar di tahun berikutnya dapat secara mandiri menyelenggarakan *event* tanpa campur tangan pemerintah secara berlebihan.
8. Fungsi humas atau *Public Relations* (PR) dapat dioptimalkan tidak hanya sebatas *media relations* dan menjadi admin semata. Panitia dapat melibatkan fungsi lain PR ke dalam perencanaan strategis seperti penyusunan konten

branding di awal perencanaan agar mampu menyebarkan *brand awareness event* secara lebih tepat sasaran. PR juga memiliki fungsi negosiasi dan *lobbying* yang dapat dimanfaatkan untuk membantu mendapatkan investor atau sponsor. Selain itu, fungsi *community relations* turut dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan dukungan positif dari kelompok masyarakat Sembalun yang terkait.

9. Perencanaan terhadap evaluasi *event*, baiknya tidak hanya dengan mengidentifikasi dampak positif yang diharapkan. Namun penting juga untuk mengindikasikan dampak negatif yang mungkin terjadi, guna mempersiapkan rencana penanggulangan yang tepat sebelum mengganggu penyelenggaraan.