

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Berdasarkan pembahasan tentang berbagai hal yang berhubungan dengan strategi promosi Museum De Arca dalam meningkatkan jumlah pengunjung pada bab sebelumnya, maka dalam bab ini akan disampaikan kesimpulan dan saran-saran sehubungan dengan tema penelitian.

#### **A. Kesimpulan**

Museum De Arca dikelola oleh PT. Demata Maris Indonesia yang penyedia tempat wisata yang inovatif edukatif dan entertaining di Indonesia. Strategi promosi andalan dari awal terbentuknya Museum Arca pada akhir tahun 2013 sampai dengan saat ini di tahun 2018 adalah memakai medium internet marketing untuk melakukan reminding secara terus menerus kepada masyarakat luas supaya terus mengingat tempat wisata yang telah dikunjunginya. Strategi promosi dilakukan oleh Divisi Marketing dibantu Guide maupun Tiketing.

Implementasi bauran promosi dari perencanaan strategi Museum De Arca dalam meningkatkan jumlah pengunjung meliputi kegiatan seperti periklanan (advertising), penjualan langsung (direct marketing), promosi penjualan (sales promotion). Kegiatan ini menjadi upaya pokok yang dilakukan oleh Museum De Arca untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Di dalam periklanan (Advertising) pihak De Arca menggunakan iklan dengan menyebarkan brosur. promosi penjualan (sales promotion) dilakukan dengan memberikan free tiket bagi pengunjung pada hari-hari besar tertentu. Lewat pemasaran langsung (direct

marketing) dilakukan melalui official website untuk memudahkan konsumen dalam menerima informasi terbaru dari Museum De Arca.

Sedangkan tahap evaluasi dalam kegiatan promosi De Arca Museum yang dilakukan hanya dengan melihat satu sudut pandang saja yakni mengukurnya dari tingkat jumlah pengunjung wisatawan yang datang. Marketing museum belum menetapkan indikator keberhasilan dari tiap alat promosi yang digunakan.

## **B. Saran**

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh Museum De Arca Museum dalam meningkatkan jumlah pengunjung wisatawan yaitu :

- a. Supaya dapat merancang pesan yang menarik dan persuasif kepada target pengunjung, sehingga pesan yang disampaikan dapat lebih efektif dan tepat sasaran.
- b. Promosi merupakan kegiatan yang penting dilakukan dengan cermat dan berlanjut sehingga penanaman brand dibenak target audience dapat manacap dengan sempurna. Oleh karena itu dalam berlangsungnya promosi hendaknya ada penambahan aktivitas promosi di luar daerah supaya kegiatan promosi (kerjasama dengan birowisata) benar-benar dapat lebih efektif lagi.
- c. Penggunaan jejaring sosial yang dilakukan Museum De Arca seharusnya bisa dimaksimalkan lagi dengan menggunakan fitur yang terdapat dari beberapa media sosial yang dipakai sebagai wadah berpromosi oleh Museum De Arca yaitu dengan fitur adsense yang ada di instagram dan facebook. Dengan fitur tersebut diharapkan akan

dapat menambah jumlah followers ataupun pengikut daripada kedua media sosial yang dipakai. Dimana nantinya secara perlahan akan memunculkan hasrat keingintahuan dari masyarakat untuk kemudian tertarik datang berkunjung ke Museum De Arca.