

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. KESIMPULAN**

Dalam bidang pemasaran, strategi merupakan elemen dasar dari tercapainya tujuan promosi. Dalam menjalankan kegiatan promosi Disbudpar Kabupaten Belitung menggunakan delapan langkah strategis seperti yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Delapan langkah tersebut adalah mengidentifikasi audiens sasaran, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, menyeleksi saluran komunikasi, menyusun anggaran promosi, menentukan instrument promosi, mengukur hasil promosi, dan mengelola dan mengkoordinasi proses komunikasi pemasaran.

Dari hasil analisis, hal-hal yang perlu ditingkatkan antara lain adalah Disbudpar harus lebih rinci dalam mengklasifikasikan khalayak sasaran agar program promosi bisa lebih tepat sasaran sesuai dengan segmentasi khalayak yang ditentukan. Selanjutnya, Disbudpar belum menentukan target dengan jelas. Dengan peningkatan jumlah pengunjung yang mencapai 33% dari target yang diinginkan yakni 10 %, seharusnya Disbudpar dapat menentukan target lebih tinggi dan lebih spesifik. Sejauh ini, Disbudpar masih lebih banyak bekerjasama dengan media massa lokal untuk membantu promosi. Menurut peneliti, Disbudpar harus lebih intens menggunakan media massa berskala nasional bahkan internasional sesuai dengan target sasaran Disbudpar.

Produksi material promosi bertemakan "*NEGERI LASKAR PELANGI*" seperti *advertising* dan *sales support* juga seharusnya ditingkatkan karena material tersebut adalah sarana potensial untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dalam hal anggaran, dana promosi sebaiknya ditambah demi kelancaran pelaksanaan promosi, khususnya pelaksanaan program promosi bertemakan "*NEGERI LASKAR PELANGI*". Lebih lanjut, pengelolaan anggaran harus lebih cerdas dan tepat sasaran agar tujuan dari strategi promosi dapat tercapai. Terakhir, poin yang tidak bisa ditinggalkan bahwasanya Disbudpar sendiri perlu mengembangkan sumber daya manusia di lembaganya karena SDM yang berkualitas akan membawa hasil yang berkualitas pula.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi promosi yang dijalankan oleh Disbudpar pada dasarnya sudah cukup baik. Pemanfaatan kepopuleran film *Laskar Pelangi* juga telah membantu keberhasilan strategi promosi yang dijalankan. Hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Belitung hingga mencapai 111.613 pengunjung. Meski Disbudpar telah berupaya melakukan delapan tahapan strategi promosi, hanya saja terdapat beberapa hal yang

## B. SARAN

Setelah menyimpulkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, ada beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan sebagai masukan bagi strategi promosi Disbudpar Kabupaten Belitung, sebagai berikut :

1. Disbudpar harus merinci karakter khalayak sasarannya sehingga promosi yang dilakukan tepat sasaran
2. Disbudpar sebaiknya membuat target kenaikan jumlah pengunjung yang lebih spesifik. Upaya tersebut akan meningkatkan kinerja Disbudpar dalam melaksanakan promosi.
3. Mengingat pentingnya dana dalam melaksanakan suatu kegiatan, maka sebaiknya Disbudpar menambah anggaran dana untuk divisi pemasaran agar dapat menciptakan program strategi promosi yang optimal.
4. Perencanaan dan pelaksanaan instrument promosi harus di maksimalkan karena dapat dikatakan hal tersebut adalah elemen yang sangat penting untuk mempromosikan pariwisata Belitung.
5. Dengan menyadari bahwa *Laskar Pelangi* adalah kekuatan Belitung, maka sebaiknya Disbudpar lebih banyak membuat program promosi yang menggunakan ikon *Laskar Pelangi*. Seperti memperbanyak material *outdoor travel advertising, sales support,*

6. Disbudpar sebaiknya meningkatkan SDM yang dimiliki baik dari

.....