

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kelayakan aspek pasar dan pemasaran pada diversifikasi produk akomodasi "Cottage Bukit Hijau" di kawasan wisata Lido Lakes Resort Hotel & Conference, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kelayakan aspek pasar dan pemasaran di Lido Lakes Resort Hotel & Conference mengacu pada segmentasi pasar *Meeting, Incentive, Conference, and Exhibition* (MICE), *pleasure* dan *outbound*. Adapun harga yang ditetapkan pada setiap barang dan jasa yang ditawarkan adalah sesuai dengan kualitas barang dan jasa pada standar hotel (****). Secara demografis pangsa pasar Lido Lakes Resort Hotel & Conference ditujukan pada *level* ekonomi *middle-upper* terutama pebisnis dari perusahaan-perusahaan yang ada di Jakarta, baik itu perusahaan Pemerintah maupun swasta seperti *public company, banking & insurance, mining & oil company, telecommunications, Government & BUMN, school, university, association, pharmacy, hotel & restaurant, air lines, dan embassy*. Lido Lakes Resort Hotel & Conference menggunakan konsep pemasaran 4P yaitu *product, price, place* dan *promotion*. Dalam menjaring pelanggan, agar mereka mengetahui dan menggunakan produk Lido Lakes Resort Hotel & Conference dilakukan pemasaran melalui *Jakarta Sales Officer* dan *Hotel Sales*.

2. Diversifikasi produk *Cottage* Bukit Hijau merupakan salah satu cara pengembangan kawasan wisata. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *Cottage* Bukit Hijau merupakan suatu fasilitas akomodasi baru yang dimaksudkan untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan pendapatan atau profit bagi perusahaan, secara tidak langsung akan memberikan kontribusi yang lebih bagi pemerintah daerah setempat dan masyarakat sekitar kawasan. Sesuai dengan penjelasan pada bab empat *point* kedua dapat diketahui bahwa *Cottage* Bukit Hijau adalah sebuah sarana menginap dengan perpaduan arsitektur modern dan tradisional yang mengacu pada konsep *Back to Nature*, yang mana bangunan rumah standar dengan pondasi beton ini ditimbun tanah setinggi 50-100 cm pada bagian atasnya dan dibentuk menggunung agar timbul kesan rumah dalam bukit atau *bunker*. Untuk menyesuaikan aspek pasar dan pemasaran yang ada di Lido Lakes Resort Hotel & Conference, produk *Cottage* Bukit Hijau juga dilengkapi dengan fasilitas modern seperti *Air Conditioner*, *mini bar*, *TV*, *DVD Player*, meja baca dengan buku bacaannya, *sofa*, lemari, meja rias, tempat tidur dan *extra bed* lengkap dengan bantal & selimutnya, lampu-lampu, *save deposit box*, *steamer/pot water heater*, *condiment*, dan kamar mandi yang dirancang dengan nuansa tradisional dan didalamnya terdapat *bathtub*, *water heater*, *bath mate*, sikat gigi, pasta gigi, sabun, *shampoo*, handuk, serta untuk diteras atau depan *cottage* disediakan dua buah kursi santai lengkap dengan mejanya. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa produk *Cottage* Bukit Hijau yang peneliti usulkan sesuai dengan kriteria pasar dan pemasaran Lido Lakes Resort Hotel & Conference.

3. Dari kedua point kesimpulan diatas serta hasil analisis secara keseluruhan pada bab empat dapat ditarik kesimpulan bahwa diversifikasi produk *Cottage* Bukit Hijau dinyatakan layak dari sisi ilmiah atau keilmuannya, serta berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengembang Lido Lakes Resort Hotel & Conference pada masa penelitian bahwa mereka sebagai *developer* yang memiliki nama PT. Lido Sarana Prima menyatakan kesetujuannya atas diversifikasi produk tersebut. Dengan kata lain proyek diversifikasi produk *Cottage* Bukit Hijau layak untuk direalisasikan.

5.2. Saran

Berdasarkan kelemahan dan ancaman pada analisis SWOT yang ada di Lido Lakes Resort Hotel & Conference, saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk harga kamar yang dinilai terlalu tinggi dapat diatasi dengan cara menurunkan harga melalui pemberian diskon yang cukup besar tetapi masih menguntungkan perusahaan, sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk menginap di *Cottage* Bukit Hijau.
2. Tersedianya kamar standar yang lebih dekat dengan berbagai fasilitas hotel sebetulnya tidak akan terlalu menjadi masalah, karena memang seharusnya dalam suatu perusahaan disarankan untuk tidak terjadi persaingan bisnis yang saling menjatuhkan. Untuk meningkatkan penjualan *cottage* itu sendiri dapat dilakukan dengan cara menambah berbagai fasilitas rekreasi disekitar area *cottage* agar tamu *cottage* pun merasa cukup nyaman menginap di Cottage Bukit Hijau.

3. Masalah akses jalan menuju Lido Lakes Resort Hotel & Conference yang sering macet akan mendapatkan solusi jika perpanjangan jalur tol Jagorawi hingga daerah Sukabumi telah selesai dibangun.
4. Menempatkan industri pariwisata sebagai sektor unggulan dalam meningkatkan pendapatan daerah harus ditunjang pula oleh dukungan Pemerintah. dalam hal ini peran serta pemerintah sangat diperlukan oleh Lido Lakes Resort Hotel & Conference dalam hal infrastruktur terutama perbaikan jalan-jalan yang telah rusak parah, lampu jalan yang kurang berfungsi, serta papan penunjuk jalan yang kurang jelas.
5. Antisipasi yang dapat dilakukan dalam menghadapi timbulnya pesaing dengan mengikuti konsep yang sama adalah dengan cara selalu melakukan inovasi atas produk dan fasilitas yang ditawarkan, serta meningkatkan *service* yang baik bagi pengunjung *Cottage* Bukit Hijau.
6. Tidak stabilnya kondisi ekonomi, sosial, politik, pertahanan dan keamanan Indonesia dapat diantisipasi melalui peran serta pemerintah dalam menciptakan suasana *epoleksosbudhankam* dalam negeri yang baik, aman, nyaman, dan tentram.
7. Untuk memberantas munculnya tindakan pencurian kendaraan bermotor wisatawan Lido Lakes Resort Hotel & Conference dapat dilakukan dengan cara memperketat sistem penjagaan dan keamanan dikawasan tersebut, memperbanyak pos *security*, serta membatasi dan lebih selektif dalam memberikan izin masuk ke kawasan Lido Lakes Resort Hotel & Conference selain pada wisatawan atau karyawan Lido Lakes Resort Hotel & Conference.

8. Agar panorama alam Lido Lakes Resort Hotel & Conference yang indah ini tak kalah saing dengan panorama alam pada kawasan wisata yang lainnya perlu dilakukan pengendalian sumber daya alam dalam pemanfaatannya sebagai objek dan daya tarik wisata alam. Adapun potensi kawasan yang dijadikan sebagai fasilitas dan kegiatan pariwisata ini harus dapat diimbangi dengan konservasi alam, sehingga kegiatan pariwisata di Lido Lakes Resort hotel & Conference tidak hanya bertumpu pada nilai komersial atau profit, tetapi juga berwawasan lingkungan sesuai dengan *Green Hotel Association* yang dianutnya. Dengan demikian konservasi alam dalam rangka menjaga lingkungan alam kawasan dapat menjadi *point plus* bagi wisatawan untuk memilih Lido Lakes Resort Hotel & Conference sebagai tempat wisata atau kegiatan MICE-nya.
9. Dalam kancah persaingan usaha akan sangat dipengaruhi oleh *brand image* atau citra baik dari suatu produk maupun perusahaan yang menawarkan produk baik dalam bentuk barang maupun jasa. Citra baik yang dimiliki pesaing dapat dihadapi oleh Lido Lakes Resort Hotel & Conference melalui peningkatan berbagai aspek dalam citra positif seperti *service excellent*, harga yang sesuai dengan kualitas dan nilai yang didapat oleh wisatawan, kebersihan baik tempat maupun karyawan, selalu *up to date* dalam meluncurkan produk baru yang unik dan menarik, dan lain sebagainya.