

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran pariwisata religi di Keraton Kasepuhan telah berhasil, meningkatkan daya tarik wisata dan stabilitas kunjungan. Dengan strategi yang tepat dan implementasi yang efektif, Keraton Kasepuhan mampu mempertahankan dan bahkan meningkatkan jumlah wisatawan, menunjukkan posisi yang kuat dalam industri pariwisata religi.

Setelah melakukan studi mengenai pendekatan pemasaran yang digunakan di destinasi wisata Keraton Kasepuhan di Kota Cirebon, dapat diambil beberapa temuan yakni:

1. Pemerintah Kota Cirebon telah mengimplementasikan rencana pemasarannya untuk destinasi wisata Keraton Kasepuhan. Terkait dengan bauran pemasaran-yang terdiri dari orang, proses, tempat, harga, promosi, dan bukti nyata-Keraton Kasepuhan menggunakan beberapa taktik untuk menarik pengunjung untuk berkunjung.
 - Artefak bersejarah dan bentuk-bentuk pertunjukan kesenian Cirebon merupakan salah satu hal yang ditawarkan oleh Keraton Kasepuhan.
 - *Price* atau harga yang ditawarkan kepada wisatawan local maupun wisatawan luar relatif murah, dengan berbagai macam paket wisata yang berbeda dan harga yang berbeda.
 - *Place* atau lokasi keraton Kasepuhan sangat strategis yang berada di Tengah kota dan mudah untuk dijangkau oleh wisatawan dengan akses jalan yang mudah.
 - Promosi yang dilaksanakan keraton Kasepuhan ini banyak melakukan Kerjasama antara sekolah dasar hingga sekolah menengah pertama, kerjasama dengan biro perjalanan wisata yang akan memberikan paket wisata dan saluran tv dan media social seperti Instagram, tiktok dan youtube.

- *People* atau manusia keraton Kasepuhan Dalam rangka mempersiapkan sumber daya manusia Keraton Kasepuhan yang akan berinteraksi langsung dengan wisatawan untuk berperan sebagai pemandu wisata atau layanan pariwisata lainnya, mereka akan menjalani pelatihan yang dirancang untuk meningkatkan kompetensi mereka dalam industri pariwisata.
- *Physical evidence* atau lingkungan fisik keraton Kasepuhan. Jaga agar lingkungan istana tetap rapi dan teratur sambil memberikan kehidupan baru pada elemen desain eksterior dan interior bangunan.

Dengan merujuk pada hasil analisis SWOT yang telah dilakukan terhadap Keraton Kasepuhan di Kota Cirebon sebagai destinasi wisata religi, yang secara khusus menyoroti daya tarik wisata religinya, penerapan strategi pemasaran dikatakan berhasil. Dengan nilai 3,04 untuk Indeks Faktor Internal (IFE) dan 2,70 untuk Indeks Faktor Eksternal (EFE), Keraton Kasepuhan berada di kuadran I dan II, menunjukkan kondisi yang menguntungkan. Dalam konteks ini, kebijakan ekspansi yang agresif didukung oleh rencana pemasaran yang disusun untuk mencapai tingkat kompetitivitas yang lebih baik dan meningkatkan kunjungan wisatawan. Pendekatan ini, yang menggunakan semua kekuatan dan peluang yang ada untuk mengatasi tantangan dan kelemahan, menegaskan posisi yang kuat dalam industri pariwisata.

Hasil penelitian menunjukkan keberhasilan strategi pemasaran pariwisata religi yang diterapkan di Keraton Kasepuhan. Dikatakan bahwa strategi tersebut efektif dalam meningkatkan daya tarik wisata dan stabilitas kunjungan. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan menggunakan pendekatan yang tepat dan menerapkan strategi dengan baik, Keraton Kasepuhan berhasil mempertahankan atau bahkan meningkatkan jumlah wisatawan yang mengunjungi tempat tersebut, yang kemudian menunjukkan posisi yang kuat dalam industri pariwisata religi. Mendalamnya deskripsi tersebut bisa diuraikan lebih lanjut dengan beberapa poin penting:

- Strategi Pemasaran Pariwisata Religi:

Menjelaskan secara rinci mengenai strategi pemasaran yang telah diterapkan di Keraton Kasepuhan. Ini termasuk jenis strategi yang digunakan, seperti promosi melalui media sosial, kerjasama dengan agen perjalanan, atau penyelenggaraan acara-acara khusus yang bertema religi.

- **Peningkatan Daya Tarik Wisata:**
Mengungkapkan bagaimana strategi pemasaran tersebut berhasil meningkatkan daya tarik wisata bagi Keraton Kasepuhan. Ada penekanan pada promosi nilai-nilai budaya dan spiritual, keunikan acara-acara keagamaan, atau pemanfaatan warisan sejarah dan budaya yang kaya di dalam keraton.
- **Stabilitas Kunjungan:**
Menyoroti stabilitas atau bahkan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan setelah penerapan strategi pemasaran. Ini menunjukkan bahwa tidak hanya strategi tersebut berhasil menarik perhatian wisatawan, tetapi juga mampu mempertahankan minat mereka dalam jangka waktu yang lebih panjang.
- **Posisi Kuat dalam Industri Pariwisata Religi:**
Membahas signifikansi dari hasil penelitian tersebut dalam konteks industri pariwisata religi secara lebih luas. Menunjukkan bahwa Keberhasilan Keraton Kasepuhan dapat menjadi contoh bagi destinasi pariwisata religi lainnya, serta kontribusi yang dihasilkan terhadap perkembangan pariwisata religi di tingkat regional atau nasional.

B. Saran

Dalam rangka memastikan adanya sinergi yang saling menguntungkan bagi semua pihak, maka pihak keraton harus bekerja sama dengan baik dengan pihak-pihak terkait lainnya, termasuk dengan badan-badan pemerintah dan para pemangku kepentingan. untuk memastikan bahwa kebutuhan dan keinginan industri pariwisata diidentifikasi secara akurat dan inovasi produk yang menarik wisatawan digunakan untuk mengeksekusinya. Untuk memastikan bahwa semua

Nur Fitria Rohmah, 2024

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA RELIGI KERATON KASEPUHAN DALAM UPAYA MEMBANGUN DAYA TARIK WISATA KOTA CIREBON

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

elemen pendukung atraksi wisata dijalankan secara efektif, sinergi ini harus dapat menjangkau banyak sektor dan mencakup pengelolaan atraksi wisata, pemerintah, pemangku kepentingan, dan masyarakat.

1. Pemerintah

- Pemerintah perlu mendorong pengembangan atraksi wisata yang berkelanjutan dengan memperhatikan aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi. Ini dapat mencakup inisiatif seperti sertifikasi ramah lingkungan untuk akomodasi, promosi penggunaan transportasi publik atau ramah lingkungan, dan program pemberdayaan masyarakat lokal.
- Pemerintah juga dapat fokus pada pembangunan infrastruktur aksesibilitas yang memudahkan wisatawan untuk mencapai destinasi, seperti jalan, bandara, dan jalur transportasi lainnya.
- Mendorong kerja sama antara pemerintah dan sektor swasta dalam pengembangan dan pengelolaan atraksi wisata. Ini dapat mengoptimalkan sumber daya dan menghasilkan inovasi dalam pengalaman wisata.

2. Pengelola Keraton Kasepuhan:

- Pengayaan Budaya dan Sejarah: Selain fokus pada pelayanan kepada wisatawan, pengelola keraton dapat meningkatkan pengalaman wisata dengan menyelenggarakan acara dan aktivitas yang menggali lebih dalam ke dalam budaya dan sejarah lokal. Ini dapat berupa pameran seni, pertunjukan tradisional, atau tur sejarah yang mendalam.
- Kerjasama dengan Komunitas Lokal: Melibatkan komunitas lokal dalam pengelolaan dan promosi atraksi wisata. Ini tidak hanya menciptakan peluang ekonomi bagi masyarakat lokal, tetapi juga memperkuat ikatan antara keraton dan komunitas sekitarnya.

- Inovasi dalam Pengalaman Wisata: Terus mencari inovasi dalam menyajikan pengalaman wisata yang unik dan menarik. Ini bisa meliputi penggunaan teknologi, pengembangan paket wisata tema khusus, atau kolaborasi dengan pelaku industri kreatif untuk menciptakan produk wisata baru.

Dengan memperhatikan saran-saran ini, pemerintah dan pengelola Keraton Kasepuhan dapat meningkatkan sinergi dan kolaborasi mereka dalam upaya meningkatkan pengalaman wisata dan memajukan industri pariwisata secara keseluruhan.

