

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Strategi promosi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bekasi secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa promosi wisata pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bekasi telah dilaksanakan dengan baik yang didapatkan dari indikator-indikator strategi promosi yaitu: Strategi Sebagai Rencana., Strategi sebagai taktik., Strategi sebagai pola, Strategi sebagai posisi, dan Strategi sebagai perspektif.

Melalui indikator yang dijadikan sebagai bahan acuan dalam melaksanakan penelitian, dengan menjelaskan per indikator sebagai berikut:

- a. Strategi sebagai rencana: Strategi pengembangan wisata di Kota Bekasi adalah suatu rencana tindakan untuk mencapai suatu tujuan tertentu, yang mencakup serangkaian tujuan seperti pencapaian suatu target, pencapaian jangka waktu tertentu. dan mencapai sumber daya tertentu. Ini adalah alat penting bagi masyarakat untuk mencapai tujuannya. Strategi pengembangan wisata di Kota Bekasi merupakan suatu pendekatan perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai suatu tujuan. Namun, hal ini tidak boleh dilihat sebagai peristiwa yang terjadi satu kali saja melainkan sebagai proses berkelanjutan yang memerlukan upaya dan komitmen berkelanjutan dari organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di Kota Bekasi, berfokus pada promosi Wisata melalui berbagai platform media, termasuk Instagram, Facebook, dan radio. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya koordinasi dengan berbagai organisasi dan media untuk memastikan keberhasilan strategi pengembangan wisata di Kota Bekasi
- b. Strategi sebagai taktik: Dalam taktik ada beberapa aspek perencanaan promosi wisata di Kota Bekasi melalui rencana pembangunan jangka Panjang, menengah, dan pendek dan sudah direncanakan setiap tahunnya sudah ada. Dalam aspek media Dinas Pariwisata dan Kebudayaan banyak menggunakan media promosi wisata. Sedangkan dalam aspek program kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yang bekerja sama oleh Pokdarwis dan masyarakat setiap bulannya sudah ada juga.
- c. Strategi sebagai pola: Koordinasi dalam promosi wisata baik Instansi Pemerintah, Swasta dan Masyarakat ada, seperti even-even itu melibatkan semua unsur baik dari organisasi Pokdarwis maupun Instansi lain seperti kecamatan polsek setempat maupun masyarakat yang

ada di sekitar. Sedangkan monitoring dan evaluasi dari pengawasan ini masih terus dilakukan, walaupun kegiatan ini tidak dilakukan secara rutin.

- d. Strategi sebagai posisi: Ada rapat walupun tidak rutin untuk menggali permasalahan – permasalahan yang ada atau hambatan dan monitoring serta evaluasi kegiatan promosi wisata dalam promosi wisata ada, setiap ada kegiatan atau even-even sebelum itu ada rapat walupun setiap ada even – even berlangsung.
- e. Strategi sebagai perspektif: Kalender wisata tahunan seperti even-even itu melibatkan semua unsur baik dari organisasi Pokdarwis maupun Instansi lain seperti kecamatan polsek setempat maupun masyarakat yang ada di sekitar. Pelatihan dan pembinaan promosi wisata bagi pelaku atau wisatawan, dan kelompok sadar wisata (Pokdarwis), pelatihan dan pembinaan kepariwisataan bertujuan pula untuk membuat masyarakat mendapat manfaat dan memperoleh kesejahteraannya.

Permasalahan utama yang sangat membutuhkan perhatian dalam promosi wisata dari sub indikator di atas, antarlain adalah: (a) Sumberdaya manusia pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam pengelolaan dan pembinaan pariwisata yang belum memadai; (b) Masih terbatas dan rendahnya media informasi dan promosi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan khususnya pada Bidang Pemasaran belum maksimal.; dan (c) Masalah anggaran promosi pariwisata yang terbatas. Hambatan – hambatan tersebut antara lain adalah:

1. Sumberdaya manusia pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam pengelolaan dan pembinaan pariwisata yang belum memadai, Kesimpulan dari wawancara di atas adalah pengelolaan dan pembinaan pariwisata dalam promosi wisata di Kota Bekasi perlu diadakannya bimbingan teknis (Bintek) berkaitan dengan pemahaman pengelolaan dan pembinaan pariwisata dalam promosi wisata.
2. Masih terbatas dan rendahnya media informasi dan promosi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan khususnya pada Bidang Pemasaran belum maksimal, Kesimpulan pada wawancara di atas adalah perlu diadakannya bimbingan teknologi berkaitan dengan teknologi komputer dan jaringan internet bagi pegawai Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.
3. Masalah anggaran promosi pariwisata yang terbatas, Kesimpulan pada wawancara di atas adalah perlu adanya dana yang mendukung dalam promosi wisata di Kota Bekasi.

Upaya-upaya dalam mengatasi hambatan – hambatan tersebut, meliputi:

1. Adanya Bimbingan Teknis (Bintek) berkaitan dengan pemahaman pengelolaan dan pembinaan pariwisata yang belum memadai.

2. Pelatihan atau bimbingan teknologi berkaitan dengan teknologi komputer dan jejaring internet serta website yang digunakan dalam promosi wisata.
3. Pemilihan media promosi merupakan suatu strategi dalam mencapai apa yang menjadi tujuan dilakukannya promosi.

## **5.2. SARAN**

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas maka ada beberapa saran:

1. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bekasi seharusnya melakukan sosialisasi Sapta Pesona lebih intens kepada masyarakat yang menyangkut penciptaan suasana aman dan kondusif di sekitar objek tempat wisata serta lingkungan yang bersih sehingga tempat ini menjadi tempat yang aman, nyaman, dan indah untuk dikunjungi.
2. Diperlukan pendataan potensi destinasi wisata dengan menggunakan database destinasi wisata dan pemetaan destinasi wisata potensial di Kota Bekasi
3. Pengoptimalan dan updating festival budaya dan kegiatan wisata di Kota Bekasi dengan berbagai media website, booklet, brosur, spanduk, Instagram, facebook, live streaming, yang terintegrasi.
4. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bekasi seharusnya membuka kesempatan yang seluas-luasnya kepada investor atau pengusaha yang ingin bergerak di sektor kepariwisataan untuk menambah kontribusi kepada Pemerintah daerah