

BAB V

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Dari pembahasan hasil pengolahan data dalam penelitian tentang Strategi Pemasaran Keraton Kasepuhan Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Cirebon.

1. Penerapan strategi pemasaran dalam suatu usaha sangatlah penting, salah satunya strategi pemasaran dalam mengelola objek wisata Keraton Kasepuhan Kota Cirebon. Terdapat beberapa faktor juga yang mempengaruhi strategi pemasaran di Keraton Kasepuhan Kota Cirebon, seperti segmentasi pasar dan penerapan marketing mix strategi 7p.

Segmentasi pasar di keraton kesepuhan meliputi 2 point, yaitu Demografi dan Psikografi. Penerapan Demografi secara usia Keraton Kasepuhan menargetkan wisatawan dari usia dewasa hingga anak-anak. Sedangkan penerapan Demografi secara asal, Keraton Kasepuhan menargetkan wisatawan domestik seperti daerah sekitar CIAYUMAJAKUNING (Cirebon, Indramayu, Majalengka, Kuningan) dan mancanegara seperti Belanda, Prancis, Denmark, Jepang hingga China. Sedangkan penerapan segmentasi pasar secara Psikografi di Keraton Kasepuhan meliputi gaya hidup seperti organized mass tourist (bepergian rombongan dan didampingi pemandu) sedangkan special mass tourist (menyukai hal-hal edukatif, kebudayaan, dan fotografi).

2. Ada beberapa faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan strategi pemasaran di Keraton Kasepuhan agar efektif. Faktor pendukung yang ada di Keraton Kasepuhan sendiri yaitu Keraton Kasepuhan adalah Keraton pertama yang ada di pulau jawa, memiliki area yang luas, terdapat tour guide yang selalu stand by, punya ahli bahasa, akses lokasi mudah di jangkau. Sedangkan faktor penghambatnya adalah kurangnya SDM dan masalah pendanaan untuk mengurus dan memajukan Keraton Kasepuhan itu sendiri. Masih banyak warga sekitar Keraton Kasepuhan yang masih abai dalam menjaga lingkungan Keraton Kasepuhan, seperti banyak sampah yang berserakan, sungai yg bau, parkir yang berantakan di area Keraton

Kasepuhan dan kurangnya respon warga dalam mempromosikan wisata Keraton Kasepuhan. Kurangnya dana yang dimiliki Keraton Kasepuhan juga ikut mempengaruhi strategi pemasaran yang ada di wilayah Keraton Kasepuhan.

B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk pihak pengelola Keraton Kasepuhan diusahakan perlu ada koordinasi yang baik dengan pihak-pihak terkait agar wisata sejarah dan budaya Keraton Kasepuhan bisa berkembang dengan baik. Karena dengan koordinasi yang baik dengan pihak-pihak terkait bisa meningkatkan jumlah pengunjung yang ada di Keraton Kasepuhan .
2. Perlu adanya pembahasan tentang faktor apa saja yang menjadi penghambat dalam memasarkan wisata Keraton Kasepuhan, dan mencari solusi terkait permasalahan yang ada seperti koordinasi dengan warga sekitar agar ikut menjaga kebersihan sekitar Keraton Kasepuhan, membersihkan aliran sungai yang penuh sampah di sekitar Keraton Kasepuhan, menata PKL agar jauh lebih rapih dengan dibuatkan area jajanan di sekitar Keraton Kasepuhan.

