

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis lakukan peneliti pada bab sebelumnya dalam pembahasan mengenai analisis lingkungan eksternal dan internal pada objek wisata Dusun Bambu dibantu dengan pendekatan SWOT, Analisis EFAS/IFAS dan lima strategi generik maka penulis menarik kesimpulan bahwa :

1. Berdasarkan analisis diketahui bahwa strategi yang Dusun Bambu gunakan saat ini adalah *differentiation*.
2. Berdasarkan pada analisis lingkungan internal dapat diperoleh kesimpulan bahwa pemasaran, kegiatan operasi, dan sumber daya manusia menjadi kekuatan bagi Dusun Bambu *Family Leisure Park*. Dari faktor – faktor internal tersebut, Dusun Bambu memiliki kekuatan untuk mengembangkan bisnisnya yaitu :
 - ◆ Produk yang ditawarkan kepada wisatawan inovatif
 - ◆ Fasilitas yang disediakan objek wisata lengkap
 - ◆ Pelayanan terbaik terhadap para wisatawan
 - ◆ *Brand image* yang kuat
 - ◆ SDM yang berkompeten

Selain faktor – faktor kekuatan dari lingkungan internal juga Dusun Bambu memiliki kelemahan yang harus sangat diperhatikan dan diperbaiki oleh perusahaan. Kelemahan tersebut adalah :

- ◆ Harga cukup mahal dibandingkan pesaing
- ◆ Wahana permaianan keluarga yang ditawarkan objek wisata kurang
- ◆ Lahan objek wisata yang terbatas

3. Untuk Hasil analisis eksternal yang dilakukan dengan analisis PEST dan *Five Forces* adalah sebagai berikut :

- ◆ Dalam hal politik kebijakan yang ditetapkan pemerintah untuk bisnis pariwisata menjadi peluang untuk Dusun Bambu
- ◆ Dalam hal perekonomian dapat menjadi peluang dan ancaman bagi Dusun Bambu karena dengan kurs rupiah yang menurun membuat wisatawan mancanegara berwisata ke Indonesia tetapi pdi lain sisi wisatawan domestik justru berkurang
- ◆ Sosial dan Budaya menjadi peluang bagi Dusun Bambu karena Dusun Bambu menyatukan konsep kebudayaan dan moderenisasi dengan perpaduan yang pas.
- ◆ Tenologi menjadi peluang untuk Dusun Bambu dalam memasarkan objek wisatanya kearah yang lebih luas.
- ◆ Pada analisis *Five Forces* pesaing yang sudah ada, pendatang baru, produk pengganti, dan daya tawar pembeli merupakan ancaman bagi Dusun Bambu

- ◆ Kekuatan tawar menawar pemasok bukan menjadi ancaman bagi Dusun Bambu karena daya tawar menawar pemasok rendah.

Dari faktor – faktor eksternal tersebut, di dapatkan beberapa peluang dan ancaman yang akan mempengaruhi bisnis pariwisata Dusun Bambu *Family Leisure Park*. Peluang yang dapat dimanfaatkan Dusun Bambu *Family Leisure Park* adalah :

- ◆ Dukungan pemerintah untuk memajukan objek wisata di Kab. Bandung Barat
- ◆ Taraf Hidup masyarakat meningkat
- ◆ Budaya dan tren masyarakat saat ini
- ◆ Kemajuan teknologi

Peluang – peluang tersebut dapat memberikan keuntungan jika dimanfaatkan dengan menggunakan kekuatan yang Dusun Bambu miliki. Selain peluang terdapat pula ancaman yang akan mempengaruhi perkembangan bisnis Dusun Bambu, ancaman tersebut adalah :

- ◆ Politik yang berujung kerusuhan
- ◆ Ancaman dari pesaing yang sudah lama ada seperti The Lodge Maribaya, Farmhouse susu lembang, dan floating market.
- ◆ Ancaman pendatang baru dengan produk yang lebih inovatif seperti Dago Dream Park, Grace Rose Farm
- ◆ Ancaman produk pengganti yang semakin banyak menawarkan produk yang inovatif seperti kefe, mall, bioskop, dan munculnya taman – taman kota.

4. Berdasarkan analisis faktor eksternal dan internal tersebut di dapatkan hasil dari analisis matriks SWOT, IE matriks dan matriks QSPM bahwa Dusun Bambu berada di kuadran I pada IE matriks yang berarti bahwa Dusun Bambu pada kondisi *Grow and Build* atau tumbuh dan berkembang. Berdasarkan hal tersebut Dusun Bambu dapat mengembangkan bisnis pariwisatanya menggunakan strategi pengembangan pasar, pengembangan produk, dan strategi penetrasi pasar. Setelah dilakukannya analisis dengan menggunakan matriks QSPM di dapatkan hasil bahwa strategi yang paling pas untuk digunakan oleh Dusun Bambu adalah pengembangan produk.
5. Berdasarkan hasil dari Matriks CPM dengan cara membandingkan Dusun Bambu dengan dua objek wisata lain yaitu the lodge maribaya (pesaing yang sudah ada) dan Dago Dream Park (pendatang Baru), Dusun Bambu berada pada posisi unggul namun karena perbedaannya yang tidak terlalu signifikan maka Dusun Bambu harus segera mengembangkan strategi agar selalu unggul dalam persaingan.

6.2 Saran

Berdasarkan analisis yang dilakukan dan kesimpulan yang diperoleh oleh penulis maka penulis memberikan saran :

1. Berdasarkan hasil analisis SWOT, IE Matriks, dan QSPM dihasilkan bahwa strategi yang dirasa paling tepat adalah Pengembangan produk. Pengembangan produk yang dapat Dusun Bambu lakukan adalah :

- ◆ Membuat wahana permainan yang menarik untuk dimainkan keluarga seperti : mobil seluncur, *flying fox*, sepeda gantung, karpet terbang, dan lain sebagainya. Hal ini disarankan oleh penulis karena saat ini para pesaing Dusun Bambu setai tahunnya selalu menambah wahana baru yang di khususkan untuk keluarga sehingga banyak wisatawan khususnya keluarga yang berkunjung.
- ◆ Memaksimalkan lahan yang ada dengan memperbaiki wahana atau merubah wahana yang sudah lama ada namun tidak banyak menarik minat wisatawan dengan wahana baru yang lebih menarik.
- ◆ Berusaha untuk menjadi berbeda dari pesaing dengan menawarkan pengalaman berbeda kepada para wisatawan seperti menyelenggarakan pagelaran seni, karnaval budaya, konser musik, yoga, senam pagi dan program – program lain yang diadakan secara berkala sehingga dapat membedakan Dusun Bambu dengan objek wisata lain.
- ◆ Membuat sistem paket untuk para pengunjung, hal ini disarankan untuk meminimalisir tanggapan pengunjung tentang harga Dusun Bambu yang dirasa cukup mahal dari pesaing, Dusun Bambu dapat membuat paket seperti satu tiket masuk seharga Rp 30.000/orang tidak hanya dapat ditukarkan dengan tanaman tetapi dapat digunakan untuk potongan harga makanan dan gratis minuman.
- ◆ Mengembangkan potensi SDM yang ada di Dusun Bambu dengan cara diadakannya prosedur yang jelas dalam perekrutan karyawan

yang sesuai dengan potensi masing – masing serta melakukan pelatihan sesuai dengan kebutuhan karyawan dalam berbagai divisi agar terciptanya SDM yang memiliki kompetensi tinggi.

- ◆ Memanfaatkan teknologi untuk lebih gencar melakukan pemasaran terutama pemasaran dengan menggunakan media *online* seperti lebih aktif di *website* Dusun Bambu dan media Dusun Bambu seperti Instagram.
- ◆ Berdasarkan analisis CPM Dusun Bambu Family Leisure Park sebaiknya harus menganalisis perkembangan pasar saat ini meskipun Dusun Bambu mengungguli persaingan dan berada di atas rata – rata yaitu 3,6 namun tetap saja Dusun Bambu harus khawatir dengan adanya pesaing yang saat ini semakin banyak melakukan inovasi baru terhadap produknya. Hal ini tentu tidak terlepas dari peran dari divisi *business development* yang melakukan analisis baik itu lingkungan internal ataupun eksternal secara lebih luas lalu hasil analisis tersebut dapat diserahkan kepada tim kreatif untuk dijadikan data dalam membuat ide penciptaan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, K. &. (2012). *Principle Marketing 14th Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Azuar Juliandi, I. S. (2014). *Metodelogi Penelitian Bisnis : Konsep dan Aplikasi*. (F. Zulkarnain, Ed.) Medan: Umsu Press.
- David, F. R. (2011). *Manajemen Strategis : Konsep* (12 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Harisudin, M. (2013). *Competitive Profile Matriks Sebagai Alat Analisis Strategi Pemasaran Produk atau Jasa*. Surakarta.
- Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018*. (n.d.).
- Porter, M. E. (2014). *Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. (I. A. MSM, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rufaidah, P. (2013). *Manajemen Strategik*. Bandung: Humaniora.
- Sekaran, U. (2009). *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Situmorang, S. H. (2010). *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: Usu Press.
- Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategik*. (A. Maulana, Ed.) Bandung: Erlangga.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R& D*. Bandung: Alfabeta.

Thomson, A. A. (2018). *Crafting and Executing Strategy : The Quest for Competitive Advantage Twenty-First Edition*. New York: McGraw Hill Education.

UU No. 32 dan No.33 Tahun 2004 Tentang Pariwisata. (n.d.).

Wheelen, J. D. (2010). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi Offset.

Porter M.E. (1996). *Strategi Bersaing : Teknik Menganalisis Industri dan pesaing*. Jakarta : Erlangga

Sumber Online :

(2018, Maret 23). Dipetik Februari 15, 2019, dari Badan Pusat Statistika Kabupaten Bandung Barat: <https://bandungbaratkab.bps.go.id/>

(2019, Februari 15). Retrieved Februari 15, 2019, from Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat: <http://www.bandungbaratkab.go.id/>

(2019, Februari 15). Retrieved Februari 15, 2019, from Dusun Bambu: <http://dusunbambu.id/>

S, L. J. (2019, May 06). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia di Triwulan I - 2019 Sentuh 5,07%*. Retrieved Juni 11, 2019, from CNBC Indonesia Market: www.cnbcindonesia.com