

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa Desa Wisata Tepus dalam strategi pemasarannya menggunakan strategi bauran pemasaran atau *marketing mix* dalam mengenalkan dan memasarkan produknya, yaitu melalui strategi produk, harga, tempat dan promosi. Walaupun dalam penerapannya Desa Wisata Tepus masih memiliki beberapa kendala secara internal maupun eksternal. Namun hal tersebut tidak membuat pengelola merasa pesimis dalam mempromosikan dan memasarkan produknya.

Strategi produk yang digunakan Desa Wisata Tepus yaitu mengutamakan kualitas dan kreatifitas pada setiap produknya. Seperti halnya kerajinan batik yang dimiliki Desa Wisata Tepus memiliki ciri khas motif biota laut karena menggambarkan mayoritas pekerjaan masyarakat tepus sebagai nelayan pencari lobster, ikan, dan kepiting. Selain itu pemanfaatan sumber daya alam seperti hasil panen singkong yang diinovasi menjadi berbagai olahana sehingga dapat bernilai jual tinggi dan juga dapat dijadikan buah tangan oleh wisatawan saat berkunjung. Desa Wisata Tepus juga memiliki kerajinan perak tembaga yang sudah ada sejak tahun 1997 dengan kurang lebih 100 pengerajin, hasil perak tembaga banyak dijual keluar kota, pulau bahkan keluar negeri. Selain menawarkan produk, Desa Wisata Tepus juga menawarkan berbagai paket wisata yang berbasis alam seperti mengunjungi pantai yang dijadikan sebagai konservasi penyu, selain itu ada kesenian dan kebudayaan yang dibuat menjadi paket wisata seperti paket full day, paket jeep adventure, paket tradisional dance dan paket live in. Desa Wisata Tepus menawarkan paket jelajah desa, dimana wisatawan dapat menjelajahi Desa Tepus dengan menggunakan jeep dan para wisatawan dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat lokal.

Berbagai harga yang ditawarkan untuk mendapatkan produk-produk hasil dari UMKM Desa Wisata Tepus sudah disesuaikan dengan tingkat kesulitan, motif dan ukuran yang dihasilkan dari produk tersebut. Harga yang ditawarkan untuk produk hasil UMKM Desa Wisata Tepus berkisar Rp. 5000,- - Rp. 10.000,- untuk produk olahan singkong sedangkan untuk kerajinan perak tembaga dibandrol dengan harga Rp. 25.000,- - Rp. 3.000.000,- tergantung dengan ukuran, dan untuk produk batik pinilih dijual mulai harga Rp. 50.000,- - Rp. 300.000,- tergantung dengan ukuran dan motifnya. Untuk harga paket wisata dimulai dari harga Rp. 200.000,- - Rp. 470.000,- tergantung dengan objek wisata yang dikunjungi.

Kegiatan pemasaran produk dilakukan secara langsung dengan mengajak wisatawan berkunjung ke *showroom* batik atau tempat pengerajin yang ada di Desa Wisata Tepus agar para wisatawan dapat membeli secara langsung dari tangan pertama selain itu wisatawan juga dapat ikut serta dalam pembuatan berbagai produk di berbagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berada di Desa Wisata Tepus. Hasil kerajinan perak tembaga di Kalurahan Tepus menjadi salah satu suplayer kerajinan di Kota Gede, selain itu banyak konsumen yang berasal dari berbagai wilayah di Indonesia dan mancanegara yang membeli kerajinan perak tembaga.

Produk-produk yang ada di Desa Wisata Tepus juga sering ikut dalam acara pameran yang sering di selenggarakan oleh pemerintah Kabupaten Gunungkidul dan pemerintah Provinsi DIY. Selain itu promosi dilakukan melalui berbagai media sosial seperti *Instagram*, *facebook*, *website* dan *youtube*. Pengelola juga bekerjasama dengan agent trevel dan beberapa komunitas pariwisata sebagai ajang promosi. Pengelola Desa Wisata Tepus juga bekerjasama dengan instansi dan dinas terkait seperti Dinas Koperasi dan Dinas Perdagangan dalam memasarkan produk yang mereka miliki.

Dalam kegiatan promosi dan pemasaran, pengelola mengalami beberapa hambatan terkait dengan sinyal internet dan Sumber Daya Manusianya yang kurang dalam membuat konsep promosi di *Instagram* sehingga kurang menarik. Namun Desa Wisata Tepus selalu aktif dan konsisten dalam promosi dan update tentang event-event yang mereka jalani.

5.2 Saran

1. Untuk pembaca dan peneliti selanjutnya di harapkan hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai strategi komunikasi pemasaran pariwisata yang ada di Desa Wisata Tepus Kabupaten Gunungkidul dan dapat dijadikan referensi tambahan dalam melakukan penelitian dengan strategi pemasaran.
2. Bagi pengelola Desa Wisata diharapkan untuk lebih menggali potensi wisata yang ada di Desa Wisata Tepus agar lebih banyak kreatifitas-kreatifitas dan inovasi-inovasi baru pada setiap tahunnya.
3. Bagi pemerintah Kabupaten Gunungkidul agar lebih meratakan akses internet ke berbagai penjuru Gunungkidul.