

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uraian dari bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan dari Bukit Siguntang adalah wisata alam di Kota Palembang, harga tiket masuk sesuai dengan fasilitas, melakukan promosi melalui media sosial, karyawan Bukit Siguntang ramah serta dapat membantu wisatawan, pelayanan yang cukup baik di Bukit Siguntang, dan area parkir cukup luas. Sedangkan faktor internal yang menjadi kelemahan Bukit Siguntang adalah promosi melalui media cetak dan media sosial kurang maksimal, proses memberikan informasi mengenai objek wisata kurang jelas, fasilitas yang ada kurang terjaga.
2. Faktor-faktor Eksternal yang menjadi peluang dari Bukit Siguntang adalah meningkatnya pendapatan masyarakat dengan adanya warung/tempat makan di sekitaran Bukit Siguntang, dengan adanya objek wisata Bukit Siguntang dapat menimbulkan kesadaran masyarakat terhadap kebersihan dan kelestarian lingkungan sekitar Bukit Siguntang, tersedia transportasi umum menuju Bukit Siguntang, timbulnya opini positif terkait objek wisata makam yang ada di Bukit Siguntang. Sedangkan faktor eksternal yang menjadi ancaman dari Bukit Siguntang adalah, pengunjung merasa kurang nyaman dengan atraksi yang ditawarkan, kurangnya kesadaran wisatawan untuk menjaga lingkungan di sekitar objek wisata, munculnya kompetitor

sejenis Bukit Siguntang yang menawarkan harga dengan fasilitas cukup baik, terjadinya kejenuhan wisatawan saat berkunjung.

3. Dari hasil Analisis SWOT, penulis memperoleh empat set alternatif strategi yang dapat diterapkan pengelola Bukit Siguntang untuk mengembangkan perusahaan berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST dan strategi WT

5.2 Saran

Dari kesimpulan diatas, penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bukit Siguntang harus meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan, menambah fasilitas seperti toilet, mushola, tempat sampah, meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan, serta meningkatkan promosi harga dengan cara seperti membuat paket berupa harga tiket masuk ke Bukit Siguntang.
2. Bukit Siguntang harus mengatasi ancaman yang dimiliki dengan cara meningkatkan keamanan pada setiap objek wisata yang tersedia agar wisatawan merasa nyaman saat melakukan aktivitas, selain itu agar dapat bersaing Bukit Siguntang harus menambah objek wisata yang menarik dan berbeda dari pesaing, serta Bukit Siguntang juga dapat memberikan penawaran harga yang menarik kepada wisatawan.
3. Bukit Siguntang harus meningkatkan kegiatan promosi baik melalui media sosial berupa instagram dan facebook maupun media cetak berupa penyebaran brosur atau dengan memasang iklan untuk memberikan informasi yang jelas kepada calon wisatawan agar tertarik untuk berkunjung ke objek wisata Bukit Siguntang sehingga mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Bukit Siguntang.