

## **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 D'Matto Millennial adalah objek wisata foto 3D satu-satunya di Kota Palembang, harga tiket masuk sesuai dengan fasilitas, melakukan promosi melalui media sosial, karyawan D'Matto Millennial Art ramah dan membantu wisatawan, memberikan proses pelayanan yang baik, wahana dan spot foto mampu menarik pengunjung, dan area parkir cukup luas. Sedangkan faktor internal yang menjadi kelemahan D'Matto Millennial Art adalah wahana dan spot foto yang tersedia masih sedikit, harga tiket masuk bervariasi dan kurang terjangkau, lokasi yang berada jauh dari pusat kota, tidak tersedianya sarana transportasi umum, fasilitas yang belum memadai, proses memberikan informasi kurang jelas dan promosi melalui media cetak dan media sosial kurang maksimal.
2. Faktor-Faktor Eksternal yang menjadi peluang dari D'Matto Millennial Art adalah melakukan peningkatan produk atau wahana baru, sering memberikan promo atau diskon harga tiket masuk, lokasi dekat dengan bandara, pelayanan yang maksimal dan citra D'Matto Millennial Art yang baik, dan belum ada kompetitor sejenis. Sedangkan faktor eksternal yang menjadi ancaman dari D'Matto Millennial Art adalah kurangnya keamanan bagi wahana yang tersedia, muncul kompetitor sejenis, lokasi rawan terjadinya kriminalitas, kurangnya kesadaran wisatawan untuk menjaga lingkungan, dan pandemi covid-19 menyebabkan wisatawan takut untuk berkunjung.
3. Dari hasil analisis SWOT, penulis memperoleh empat set alternatif strategi yang dapat diterapkan pengelola D'Matto Millennial Art 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. D'Matto Millennial Art harus meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan, menambah fasilitas seperti toilet, mushola, tempat sampah serta pendingin ruangan, meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan, serta meningkatkan promosi harga dengan cara seperti membuat paket berupa harga tiket masuk ke seluruh spot foto bagi wisatawan sehingga mampu menarik minat kunjungan wisatawan ke D'Matto Millennial Art.
2. D'Matto Millennial Art harus mengatasi ancaman yang dimiliki dengan cara meningkatkan keamanan pada setiap spot foto yang tersedia agar wisatawan merasa nyaman saat melakukan aktivitas berfoto, selain itu agar dapat bersaing D'Matto Millennial Art harus menambah wahana berupa spot-spot foto yang menarik dan berbeda dari pesaing, serta D'Matto Millennial Art juga dapat memberikan penawaran harga yang menarik kepada wisatawan berupa promo atau diskon harga tiket masuk ke masing-masing spot foto yang ditawarkan untuk menarik minat wisatawan agar dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke D'Matto Millennial Art.
3. D'Matto Millennial Art 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 D'Matto Millennial Art sehingga mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke D'Matto Millennial Art.