

BAB VI

PENUTUP

6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa

1. Strategi Penetrasi Pasar

Strategi yang dilakukan pemerintah desa dalam melakukan pengembangan objek wisata pantai mekko adalah mempromosikan Objek Wisata Pantai Mekko, maka Pemerintah Desa bekerja sama dengan Masyarakat dalam mempromosikan Objek Wisata Pantai Mekko melalui media sosial, agar menarik wisatawan untuk berkunjung ke pasir timbul mekko, karena jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata pantai mekko tidak stabil, maka langkah yang diambil pemerintah desa dengan cara mempromosikan Objek Wisata Pantai Mekko.

2. Strategi Pengembangan Pasar

Objek Wisata Pantai Mekko merupakan salah satu pantai yang indah yang terletak di Kabupaten Flores Timur tepatnya di Pulau Adonara di Desa Pledo, Dusun III Mekko. Maka Pemerintah Desa menyediakan fasilitas pendukung seperti menyediakan rumah singah yang digunakan para wisatawan atau para

kelompok-kelompok lain yang hendak berkunjung ke lokasi wisata pantai mekko. Objek Wisata Pantai Mekko merupakan salah satu potensi unggulan dari kawasan pariwisata mekko yang mewakili Daerah Flores Timur dalam ajang Anugerah Pesona Indonesia (API) 2020.

3. Strategi Pengembangan Produk

Untuk meningkatkan wisatawan yang berkunjung ke wisata pantai mekko, maka Pemerintah Desa beserta Masyarakat menyediakan fasilitas dan sarana prasarana, serta memperbaiki infrastruktur yang ada serta menjaga dan merawat objek wisata pantai mekko agar tetap terjaga keindahan dan kelestariannya, serta Pemerintah Desa dengan Masyarakat bekerja sama dalam mempromosikan objek wisata pantai mekko melalui media sosial agar dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke Objek Wisata Pantai Mekko.

Berdasarkan indikator tersebut diatas maka peneliti menyimpulkan tentang Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Mekko di Desa Pledo Kecamatan Witihama Kabupaten Flores Timur, berdasarkan penelitian dan hasil observasi bahwa strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Desa adalah Strategi Promosi Objek Wisata Pantai Mekko bersama Masyarakat melalui media sosial seperti, faebook, youtube serta link. Namun dengan stretegi tersebut sudah berjalan sesuai dengan rencana, hanya saja terhambat pada akses jalan, air bersih, listrik, serta jaringan, akses ini merupakan salah satu hambatan bagi para pengunjung wisatawan karena Pemerintah Desa belum menyediakan fasilitas yang cukup

yang dibutuhkan pengunjung. Maka perlu adanya pengadaan fasilitas agar wisatawan dapat berkunjung ke objek wisata.

Analisis bahwa dengan strategi tersebut diatas dilatarbelakangi jumlah kunjungan wisatawan ke Objek Wisata Pantai Mekko tidak stabil.

Tabel 6.1 Data Pengunjung Wisata

TAHUN			JUMLAH
2019	2020	2021	
6.437	6.638	1.134	14.209

6.2 SARAN

Adapun saran penulis mengenai pengelolaan kawasan pariwisata Mekko adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah Desa Pledo perlu mengupayakan agar ruang pengembangan kawasan Objek wisata pantai Mekko di kembangkan, oleh karena itu turut melibatkan peran maksimal dari pemerintah daerah Kabupaten Flores Timur.
2. Dinas Pariwisata Kabupaten Flores Timur perlu secara serius membantu alokasi anggaran untuk pengembangan kawasan pariwisata pada bidang pembangunan sarana dan prasarana serta promosi. Hal ini penting mengingat

potensi unggulan dari kawasan pariwisata Mekko serta peran pariwisata Mekko yang mewakili Flores Timur mewakili daerah Flores Timur dalam ajang Anugerah Pesona Indonesia (API) 2020.

3. Peran dan keterlibatan pihak pemerintah desa dan masyarakat serta Dinas Pariwisata sangat penting dalam mendukung pengembangan objek wisata pantai mekko seperti menyediakan sarana dan prasarana serta akses perlu ditingkatkan demi mendukung mobilisasi dan kenyamanan wisatawan.
4. Pemerintah Desa perlu membuat kegiatan pemasaran Objek Wisata berbasis digital.
5. Masyarakat harus memberikan dukungan dan partisipatif aktif dalam upaya pembangunan dan pengembangan objek wisata pantai mekko guna menyediakan sebagai produk ekonomi keratif kedepanya.

DAFTAR PUSATAKA

- Diah Tuhfat Yoshida, *Arsitektur strategik: Sebuah Solusi Meraih Kemenangan dalam Dunia yang Senantiasa Berubah*, (Jakarta : PT Elexo Komputindo Kelompok Gramedia
- Fahmi, Irham, 2013 *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung: CVAlfabeta.
- Hasan, F. 2004. *Pembangunan Berwawasan Budaya*. Jakarta: Departemen Kebudayaan dan Pariwisata.
- Hunger, J David dan Wheelen, Thomas L, 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Hutabarat, Jemsly dan Martani, Huseini, 2006. *Pengantar Manajemen Strategik Kontemporer, Strategik di Tengah Operasioanl*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Indra Wijaya, *Perilaku Organisasi*, (Bandung : Sinar Baru, 1989)
- Iskandar Wiryokusumo dan J. Mandalika, *Kumpulan-kumpulan pemikiran dalam pendidikan* (Jakarta : CV. Rajawali, 1982),
- James L. Gibson, *Organisasi Dan Manajemen, Perilaku Struktur Dan Proses*, Terj. Djoebran Wahid (Jakarta : Erlangga, 1990),
- Jhon M Bryson, *perencanaan strategis*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1999)

Kurniawan, Fitri Lukiastuti dan Hamdani, Muliawan, 2000. *Manajemen Stratejik dalam Organisasi*. Yogyakarta:MedPress

Kusudianto, Hadinoto. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Parawisata*. Jakarta: UI-Press.

Moleong, Lexy J, 1995, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung

Pitana, I Gde dan Diarta, I Ketut Surya, 2009. *Pengantar Ilmu Parawisata*. Yogyakarta: Andi.

Pradikta, Angga, 2013. *Strategi Pengembangan Objek Wisata Waduk Gunungrowo Indah dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati*

Rachmat, *Manajemen Strategik*, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2014),

Umar, Husein. 2013. *Desain Penelitian Manajemen Stratejik*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada