

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan magang dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan oleh penulis mengenai strategi *marketing mix* untuk meningkatkan daya tarik pengunjung Kampoeng Radja melalui penyelenggaraan *events*. Strategi meningkatkan daya tarik pengunjung Kampoeng Radja melalui penyelenggaraan *event* dengan menggunakan pendekatan baruan pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), saluran distribusi/tempat (*place*), people (*participant*), proses (*process*), dan lingkungan fisik (*physical evidence*) sudah berjalan dengan baik. Media yang digunakan untuk promosi penyelenggaraan *event* yang ditawarkan Kampoeng Radja sangat banyak antara lain, bekerja sama dengan instansi pemerintah, sponsor, mitra, maupun berbagai panitia yang telah menjalin kerja sama dengan Kampoeng Radja.

Kendala yang dihadapi Kampoeng Radja dalam penyelenggaraan *event* lomba lari balok, agrowisata dan *family gathering* antara lain faktor cuaca yang tidak menentu, jumlah peserta yang banyak, keamanan serta pengawasan untuk anak TK dan PAUD, akses kendala transportasi dan lokasi yang jauh dan kendala yang terakhir yaitu kepadatan pengunjung. Serta lebih mempersiapkan untuk sistem kepanitiaan pada *event* agar lebih baik lagi.

Melakukan strategi pemasaran *event* yang baik akan berdampak positif dengan keberlangsungan oprasional dan pendapatan yang di peroleh Kampoeng Radja dikarenakan pengadaan *event* tersebut membuat daya tarik tersendiri bagi pengunjung yang tidak hanya merasakan kepuasan dari wahana bermain saja, melainkan kepuasan dari penyediaan *event* seperti *event* lomba, agrowisata dan *family gathering*.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan, berikut adalah saran untuk Kampoeng Radja dan mahasiswa magang selanjutnya guna hasil dari strategi pemasaran jauh lebih baik dan maksimal.

4.2.1 Bagi Kampoeng Radja

Mengoptimalkan serta memaksimalkan dalam strategi pemasaran Kampoeng Radja melalui promosi dengan media sosial seperti instagram dan tiktok sehingga cara tersebut sangat berpengaruh untuk menjangkau khayalak luas dengan memperkenalkan penyediaan *event* yang tersedia di Kampoeng Radja. Selain itu, mengoptimalkan promosi melalui media sosial saja tidak cukup untuk memaksimalkan strategi pemasaran Kampoeng Radja, dengan promosi melalui *visit* atau pertemuan lebih ditingkatkan lagi dan fokus menargetkan sekolah, organisasi, komunitas maupun instansi sesuai dari *event* yang tersedia di Kampoeng Radja.

Dalam upaya untuk mengatasi kendala yang terjadi pada kegiatan *event*, pihak Kampoeng Radja harus lebih mengikuti sistem perencanaan, membentuk kepanitiaan khusus untuk kegiatan penyelenggaraan *event* serta melakukan evaluasi dari jauh-jauh hari sebelum tiba waktu pelaksanaan kegiatan *event* tersebut agar tidak menjadi kendala yang berkelanjutan untuk kedepannya .

4.2.2 Bagi Mahasiswa

Mahasiswa yang selanjutnya akan magang di Kampoeng Radja atau sejenisnya disarankan untuk senantiasa proaktif, terbuka terhadap menerima masukan, dan adaptif dalam lingkungan kerja yang dinamis. Manfaatkan setiap kesempatan magang sebagai ajang pengembangan diri, baik dalam keterampilan teknis maupun perluasan jejaring profesional. Pengalaman langsung di perusahaan jasa atau tempat wisata ini merupakan bekal berharga untuk memperluas wawasan dan meningkatkan pengetahuan. Dengan semangat belajar dan adaptasi tinggi, diharapkan mahasiswa dapat memberikan kontribusi nyata bagi perusahaan. Jiwa kepemimpinan yang diperoleh lebih terfokus pada kemampuan memimpin diri sendiri, yaitu memastikan bahwa setiap tugas yang diberikan dapat diselesaikan dengan baik, tepat waktu, dan sesuai ekspektasi.