

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Strategi pemasaran untuk produk *family gathering* di Taman Wisata Kampoeng Radja mencakup berbagai langkah seperti melakukan strategi pemasaran melalui 7p yaitu *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence* untuk meningkatkan jumlah pelanggan *family gathering*. Strategi pemasaran ini juga melibatkan promosi yang efektif melalui berbagai saluran, baik offline maupun online, seperti media sosial dan kolaborasi dengan pihak ketiga seperti HRD perusahaan / instansi, koordinator komunitas dan kepala yayasan. Dengan menawarkan paket *family gathering* yang variatif dan fleksibel, serta program loyalitas yang menarik, Kampoeng Radja memastikan bahwa setiap pelanggan merasa dihargai dan mendapatkan layanan yang lebih disetiap kunjungan.

Pelaksanaan *family gathering* di Kampoeng Radja menghadapi beberapa kendala yang berpotensi mengurangi kelancaran dan kenyamanan acara, di antaranya keterbatasan kapasitas area, minimnya variasi makanan, kurangnya transparansi harga, keterbatasan tenaga kerja, serta risiko kendala teknis akibat perawatan wahana yang belum optimal. Persaingan dengan destinasi wisata lain yang menawarkan harga lebih terjangkau atau fasilitas lebih menarik juga menjadi tantangan signifikan. Tanpa adanya nilai tambah yang membedakan, calon pelanggan berpotensi memilih alternatif lain yang dianggap lebih sesuai dengan kebutuhan mereka.

repeat order pada produk *family gathering* di Kampoeng Radja, diperlukan strategi yang berfokus pada penciptaan pengalaman positif selama acara serta upaya menjaga hubungan jangka panjang setelah acara selesai. Kesan memuaskan yang tercipta dari pelayanan ramah, kelancaran acara, keamanan wahana, dan suasana yang mendukung kebersamaan menjadi faktor utama yang mendorong konsumen untuk kembali di masa mendatang.

4.2 Saran

1. **Memperluas Pemasaran Digital** Kampoeng Radja perlu lebih agresif dalam memperluas pemasaran digital untuk menarik audiens yang lebih luas, baik di dalam maupun luar Jambi. Mengoptimalkan penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk menampilkan konten visual yang menarik tentang kegiatan *family gathering* yang diadakan di Kampoeng Radja bisa meningkatkan visibilitas.
2. **Perbaiki layanan dan fasilitas.** Untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung dan pelanggan *family gathering* dan agar pengunjung dan pelanggan juga betah berkunjung ke Kampoeng Radja.
3. **Meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan** pelayanan yang konsisten dan memuaskan menjadi kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Kampoeng Radja dapat mengadakan pelatihan rutin untuk stafnya agar tetap memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional.
4. Untuk tetap kompetitif di tengah persaingan yang ketat dan perubahan tren ini, Kampoeng Radja perlu mengembangkan strategi pemasaran yang lebih kreatif dan inovatif. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah wahana baru atau fasilitas baru agar pengunjung dapat refreshing dengan suasana yang baru.