

BAB IV

KESIMPULAN

Objek wisata Pulau Untung Jawa merupakan salah satu objek wisata yang paling diminati wisatawan untuk berwisata di Kepulauan Seribu, karena objek wisata Pulau Untung Jawa memiliki keunikan dan ciri khas yang tidak dimiliki oleh objek wisata lainnya di Kepulauan Seribu bahkan di Jakarta sekalipun. Keunikan dan ciri khas tersebut adalah pohon *sakura* yang seharusnya hanya bisa dijumpai di negara asalnya Jepang bisa tumbuh di pinggir pantai dengan indahnya sehingga wisatawan tidak perlu pergi jauh ke Jepang hanya untuk menikmati bunga *sakura* tersebut. Bunga *sakura* hanya mekar di waktu yang singkat, di negara asalnya Jepang bunga *sakura* mekar pada minggu-minggu pertama musim semi yaitu bulan april. Bunga *sakura* yang tumbuh di Pulau Untung Jawa selalu mekar pada bulan agustus. Dengan tumbuhnya bunga sakura tersebut didirikan pula Kampung Jepang, tempat tersebut memiliki bangunan-bangunan khas Jepang demi menambah daya tarik sekaligus memberitahu ke wisatawan bagaimana suasana di Jepang.

Objek wisata Pulau Untung Jawa sangat membutuhkan pemasaran dan promosi agar dapat dikenal oleh wisatawan luas. Meskipun memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri, tanpa adanya pemasaran dan promosi maka hal tersebut tidak akan diketahui oleh wisatawan. Pihak *travel* wisata lokal yang mengambil andil besar dalam masalah pemasaran dan promosi umumnya melakukan pemasaran dan promosi melalui media-media yang mudah dilihat oleh wisatawan. Contohnya seperti media cetak melalui brosur, spanduk dan lain sebagainya. Festival-festival besar seperti festival Hari Ulang Tahun Pulau Untung Jawa juga menjadi ajang pemasaran dan promosi yang selalu menyedot banyak minat wisatawan. Namun dari kedua hal tersebut yang paling penting dalam pemasaran dan promosi adalah media elektronik yaitu *internet*, karena dari *internet* informasi akan sangat mudah untuk tersalurkan ke wisatawan dimanapun mereka berada.

Usaha-usaha pemasaran dan promosi tadi tidak terlepas dari adanya kendala-kendala yang menyulitkan prosesnya. Adapun kendala yang dialami oleh pihak *travel* wisata adalah biaya pemasangan iklan yang mahal di *internet*, persaingan dengan *travel* wisata luar yang tidak sportif dan peran pemerintah dan kebijakannya di masa pandemi sekarang ini.

Fungsi dan peran pemasaran dan promosi *travel* wisata dalam menarik minat wisatawan untuk berwisata di Pulau Untung Jawa, Kepulauan Seribu sudah membuahkan hasil yang manis. Peran pemasaran dan promosi ini sangat kuat kaitannya dalam pengelolaan dan pengembangan serta memperkenalkan dan menginformasikan objek wisata ke wisatawan luas. Dengan demikian, akan banyak wisatawan yang berwisata di objek wisata Pulau Untung Jawa, sehingga mengakibatkan perekonomian dan pendapatan masyarakat Pulau Untung Jawa pun meningkat.

Dari uraian diatas penulis dapat mencermati dan memahami tentang bagaimana pihak *travel* melakukan pemasaran dan promosi objek wisata Pulau Untung Jawa. Ada hal yang penulis ingin sampaikan kepada pihak *travel* wisata melalui saran yang mungkin bisa menjadi masukan untuk dapat berkembangnya usaha pemasaran dan promosi ke wisatawan luas. Saran dari penulis untuk *travel* wisata agar dapat lebih efektif dalam melakukan pemasaran dan promosi adalah Pihak *travel* wisata harus lebih kreatif dalam memasarkan dan mempromosikan objek wisata melalui situs *internet*. Dari apa yang penulis cermati, situs *internet* yang sekarang masih kurang menarik dan cenderung membosankan serta tidak *up to date*. Padahal *internet* adalah media utama untuk melakukan pemasaran dan promosi. Jika *travel* wisata bisa lebih kreatif dalam mengelola situs tersebut maka penulis yakin akan banyak wisatawan-wisatawan baru dari seluruh pelosok yang akan datang berwisata.