

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan mengenai strategi komunikasi pemasaran Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Serang dalam meningkatkan jumlah wisatawan pada wisata religi Masjid Agung Banten Lama adalah sebagai berikut:

- 1) Perencanaan strategi komunikasi pemasaran yang digunakan Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Serang dalam meningkatkan jumlah wisatawan pada wisata religi Masjid Agung Banten Lama yaitu melalui strategi komunikasi pemasaran 3A atau (Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas). Adapun perencanaan dari atraksi adalah dengan membuat buku kalender event selama setahun yang bertujuan agar wisatawan dapat mengetahui event yang akan dilaksanakan selama setahun di Provinsi Banten khususnya di Kota Serang, kemudian perencanaan dari amenitas adalah membangun jalanan yang masih belum diperbaiki seperti contohnya jalan

menuju perumahan warga yang letaknya agak terpelosok dari jalan utama kawasan Kesultanan Masjid Agung Banten Lama, dan perencanaan dari aksesibilitas adalah dengan bekerja sama dengan Dinas PUPR untuk dapat menyediakan angkutan umum dengan trayek ke Banten Lama yang bertujuan untuk memudahkan akses wisatawan untuk menuju lokasi tersebut.

- 2). Pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran yang digunakan Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Serang dalam meningkatkan jumlah wisatawan pada wisata religi Masjid Agung Banten Lama yaitu melalui strategi komunikasi pemasaran 3A atau (Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas). Adapun pelaksanaan dari atraksi itu sendiri adalah tempat berziarah yang mana motivasi wisatawan untuk berkunjung adalah untuk berziarah ke makam Kesultanan Banten, kemudian pelaksanaan dari amenitas yaitu sarana penunjang infrastruktur yang sudah terlaksana dari Masjid Agung Banten Lama adalah terdapat toilet, tempat wudhu, *homestay*, pelataran masjid, parkir untuk bus dan kendaraan pribadi, dan pusat oleh-oleh khas Banten dan pelaksanaan dari

aksesibilitas yaitu ketika menuju destinasi wisata Masjid Agung Banten Lama, para wisatawan dapat memilih berbagai opsi transportasi yaitu kereta, bus, dan juga angkutan kota dan juga terdapat plang petunjuk menuju lokasi yang terpasang 40 KM sebelum memasuki lokasi Masjid Agung Banten Lama.

- 3). Faktor pendukung dalam strategi komunikasi adalah kaum milenial, Pokdarwis Ki Amuk, Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI), media cetak (brosur dan buku kalender event) dan media online (website dan instagram Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Serang dan juga website Generasi Pesona Indonesia (GenPI). Sedangkan faktor penghambatnya adalah besaran anggaran APBD yang masih belum memadai untuk Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Serang, wisatawan yang masih belum bisa menjaga ketertiban dan menjaga fasilitas yang sudah disediakan, dan juga aksesibilitas yang masih minim membuat wisatawan lokal yang akan datang tanpa rombongan kesulitan untuk menuju ke lokasi wisata.

## **B. Saran**

Ada beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan, yang bertujuan agar adanya perbaikan di masa yang akan datang. Karena peneliti sadar bahwa karya ini tentunya jauh dari kesempurnaan. Adapun saran yang ingin peneliti sampaikan kepada pihak yang terkait adalah sebagai berikut:

1. Bagi Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Serang
  - a) Meningkatkan aksesibilitas untuk mencapai lokasi wisata dengan menyediakan angkutan umum dengan rute ketempat wisata yang ada di Kota Serang khususnya Wisata Religi Masjid Agung Banten Lama ini. Dalam hal ini Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Serang dapat bekerja sama dengan Dinas PUPR (Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat) untuk membangun jalan yang belum dilakukan perbaikan dan juga bekerja sama dengan Dinas Perhubungan dalam menyediakan transportasi berupa angkutan umum dengan rute tujuan Banten Lama dan sebaliknya.

b) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan sadar wisata yang dapat juga bekerja sama dengan Pokdarwis yang ada di Kota Serang.

## 2. Bagi Wisatawan

Saran bagi wisatawan adalah lebih menjaga ketertiban dan juga menjaga fasilitas yang ada karena telah di revitalisasi dan juga menumbuhkan kesadaran di dalam diri masing- masing bahwa menjaga kebersihan, ketertiban dan fasilitas yang ada di lokasi wisata adalah tanggung jawab bersama bukan hanya tanggung jawab Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kota Serang semata.

## 3. Bagi Kesultanan

Saran bagi keluarga kesultanan adalah untuk segera berkolaborasi dengan Pemerintah dalam pengelolaan Kesultanan Banten Lama agar tercipta badan pengelolaan yang jelas dengan perjanjian-perjanjian antara kedua belah pihak yang telah disetujui. Diharapkan dengan adanya kolaborasi antara pemerintah dengan Kesultanan dapat menjadikan pengelolaan yang lebih teratur.