

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai “Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Bernah De Vallei Dalam Mempromosikan Minat Beli Saham Di Desa Kembangbelor” maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Wisata Bernah De Vallei menerapkan Strategi komunikasi pemasaran yaitu produk (*product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), promosi (*Promotion*) dalam hal mempromosikan saham kepada warga desa kembangbelor. Wisata Bernah De Vallei juga telah memaksimalkan keempat elemen tersebut guna Masyarakat tertarik untuk menanam saham di wisata Bernah De Vallei .
 - a. Produk yang diterapkan oleh Wisata Bernah De Vallei ini mempunyai keunikan dari wisata yang lain, pasalnya wisata bernah de vallei ini sistem pengumpulan modalnya menggunakan basis investasi saham, yang lebih menariknya yaitu saham ini ditujukan hanya untuk Masyarakat desa kembangbelor saja.
 - b. Harga Saham yang ditetapkan oleh pihak Wisata Bernah De Vallei ini tidak asal-asalan melainkan berdasarkan perhitungan modal yang dibutuhkan untuk membangun wisata. Harga saham ditetapkan sebesar Satu Juta Rupiah per lembar Sahamnya.
 - c. Tempat Promosi yang digunakan Wisata Bernah De Vallei ini di setiap dusun, dusun tersebut dibagi menjadi tiga dusun yaitu dusun kembang, dusun belor dan yang terakhir dusun paras. Alasan melakukan sosialisasi atau tempat promosinya disetiap dusun, karena di balai desa tidak akan cukup menampung Masyarakat

berjumlah tiga dusun, pihak wisata ingin semua Masyarakat untuk ikut andil dalam Pembangunan wisata bernah de vallei .

- d. Promosi , promosi wisata bernah de vallei menggunakan promosi *personal selling*. *Personal selling* adalah interaksi langsung dengan konsumen yang dilakukan yang dilakukan dengan tujuan untuk menarik konsumen, melakukan penjualan dan membangun hubungan dengan konsumen. Pihak wisata terjun langsung ke Masyarakat terkait investasi saham dan melakukan sosialisasi ke dusun- dusun dan pihak wisata juga mengundang tokoh Masyarakat, tokoh agama dan juga semua elemen Masyarakat. Alasan pihak wisata mengundang tokoh- tokoh yang diatas. Karena sebagai penguat dan yakin untuk berinvestasi di wisata Bernah De Vallei.

B. Saran

Berdasarkan penelitian skripsi yang peneliti lakukan terkait Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Bernah De Vallei Dalam Mempromosikan Minat Beli Saham Di Desa Kembangbelor, maka peneliti berharap agar skripsi ini dapat membantu Masyarakat yang akan terjun ke dunia pariwisata, skripsi ini bisa dijadikan acuan.

