

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, peneliti menarik kesimpulan bahwa pihak Tebing Koja belum melakukan strategi marketing secara maksimal dikarenakan adanya kekurangan biaya dan perselisihan antara tanah perusahaan dengan tanah pribadi. Sejauh ini, pihak Tebing Koja hanya memanfaatkan media sosial Instagram (@tebing_koja) untuk memberikan informasi mengenai Tebing Koja. Pihak Tebing Koja juga mengandalkan *review* atau ulasan yang diberikan oleh pengunjung Tebing Koja di media sosial mengenai Tebing Koja karena hal tersebut dapat secara tidak langsung mempromosikan Tebing Koja.

Perbedaan tanah perusahaan dengan tanah pribadi juga menjadi kendala kedua setelah biaya dikarenakan hal tersebut menyebabkan terbatasnya tindakan apabila ingin melakukan sesuatu. Pihak perusahaan dengan pribadi juga sebelumnya sudah pernah mengalami perselisihan, sehingga pihak Tebing Koja yang diwawancarai sebisa mungkin tidak ingin berurusan dengan pihak perusahaan. Pihak perusahaan juga terkadang suka mencegat wisatawan yang ingin berkunjung ke daerah Tebing Koja untuk menarik mereka ke Tebing Koja milik perusahaan, hal tersebut membuat wisatawan yang awalnya ingin berkunjung ke Tebing Koja milik pribadi, menjadi berkunjung ke Tebing Koja milik perusahaan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti mengenai destinasi wisata yang kurang tergarap dengan baik dan peneliti berharap peneliti selanjutnya dapat secara lebih mendalam dan luas mengenai objek yang diteliti. Diharapkan Tebing Koja dapat diteliti kembali dan dapat diberikan bantuan agar dapat terus berkembang dan lebih banyak wisatawan.

5.2.2 Saran Praktis

Peneliti berharap pihak Tebing Koja lebih berani dalam masalah perbedaan tanah pribadi dengan tanah perusahaan karena apabila pihak Tebing Koja terus mengalah, maka akan berdampak pada kurangnya pemasukan untuk mengembangkan Tebing Koja ke depannya. Pihak Tebing Koja juga akan lebih baik apabila melakukan riset mengenai destinasi wisata lain dan mencoba mencontoh apa yang dilakukan oleh destinasi tersebut untuk meningkatkan kunjungannya. Jadi, tidak hanya bergantung dengan media sosial pribadi dan ulasan dari wisatawan. Terbuka untuk kerjasama dengan pihak luar juga sangat membantu untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Tebing Koja.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah adanya perbedaan kepemilikan wilayah di Tebing Koja antara milik perusahaan dan pribadi.. Sejak tahun

2020, sebagian wilayah Tebing Koja dibeli oleh perusahaan yang dimana hal tersebut membuat pihak perusahaan dan pribadi sedikit berselisih dikarenakan mereka menyediakan pariwisata yang sebenarnya sama dan kedua destinasi wisata pun sama-sama bernama Tebing Koja. Hal tersebut menyebabkan peneliti sedikit sulit dalam memilih narasumber untuk penelitian dan pada saat datang ke Tebing Koja, sedikit ada masalah dikarenakan adanya perbedaan kepemilikan wilayah tersebut.

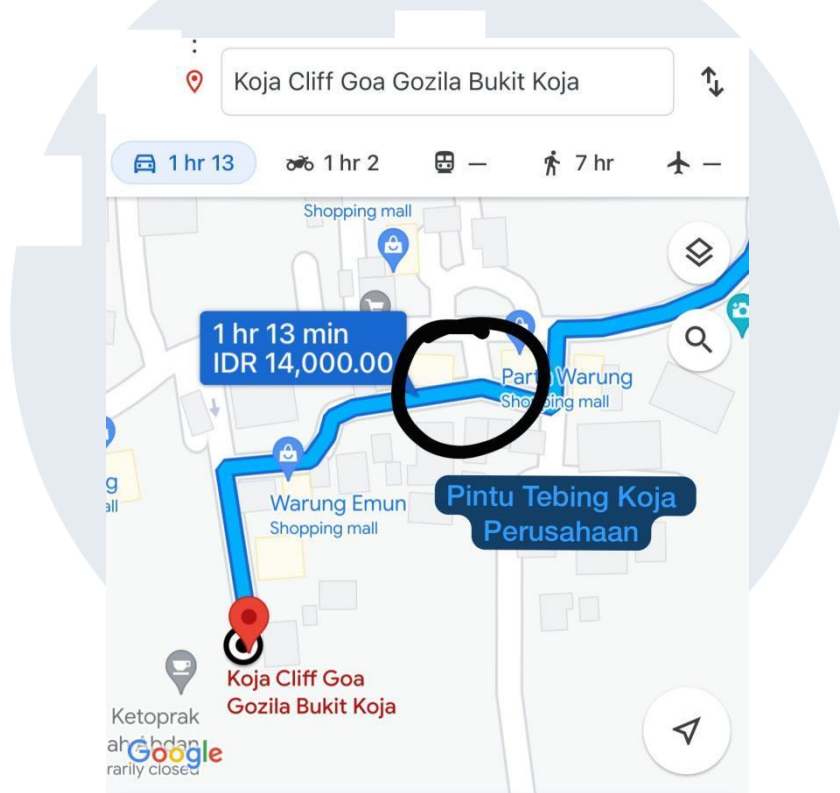


Gambar 5.1 Tebing Koja Perusahaan

Sumber: Instagram (@tebing_koja), 2023

Sebagian wilayah dari Tebing Koja dibeli oleh perusahaan, sehingga Tebing Koja dibagi menjadi dua wilayah. Pihak perusahaan dan keluarga bapak Jaenudin menjalankan usaha mereka masing-masing, sehingga tidak ada campur tangan dari kedua belah pihak dalam mengoperasikan objek wisata Tebing Koja. Dengan adanya masalah tersebut dapat memunculkan kesalahpahaman wisatawan dikarenakan

beberapa *spot* yang mungkin tidak ada di referensi wisatawan sebelum berkunjung dikarenakan *spot* tersebut berada di wilayah Tebing Koja milik perusahaan ataupun sebaliknya.



Gambar 5.2 Peta Tebing Koja

Sumber: Google Maps, 2023

Wilayah yang dibeli oleh perusahaan merupakan wilayah depan dari Tebing Koja, sehingga wisatawan harus melewati wilayah tersebut terlebih dahulu. Berdasarkan pengalaman peneliti ketika ingin melakukan wawancara kemarin, pada saat peneliti melewati wilayah depan dari Tebing Koja, peneliti diberhentikan dan diarahkan untuk parkir langsung oleh seorang anak kecil yang menjadi tukang parkir disana.



Gambar 5.3 Pintu Tebing Koja Perusahaan
Sumber: Saat Wawancara, 2023

Peneliti diarahkan langsung untuk masuk ke dalam, tetapi pada saat di dalam, peneliti tidak bertemu dengan pihak yang sudah dihubungi dari awal peneliti meminta izin untuk melakukan penelitian di Tebing Koja. Faktanya, informan dari penelitian ini berada di wilayah Tebing Koja dalam, sehingga peneliti harus berjalan lagi masuk dalam, sehingga peneliti harus jalan lagi lebih jauh untuk sampai ke Tebing Koja yang dimaksud. Jadi, apabila wisatawan tidak tahu mengenai perbedaan kepemilikan wilayah tersebut, akan menjadi hal yang merugikan bagi pihak Tebing Koja dalam dikarenakan pihak Tebing Koja depan yang langsung

mengarahkan wisatawan untuk parkir dan membayar tiket ke Tebing Koja depan.



Gambar 5.4 Akses Jalan Tebing Koja
Sumber: Saat Wawancara, 2023

Selain masalah terkait sengketa wilayah, akses menuju Tebing Koja juga bisa dikatakan sulit dikarenakan aksesnya yang kecil dan sedikit sulit untuk mobil lewat secara dua arah. Hanya ada satu akses yang dapat dilalui untuk mencapai ke Tebing Koja Kabupaten Tangerang

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A