

## **BAB V KESIMPULAN & SARAN**

### **5.1 Profil Industri Akomodasi Restoran di Kawasan Bahari**

Industri akomodasi restoran di kawasan bahari menunjukkan karakteristik yang sangat bergantung pada lokasi geografis dan keunikan alam sekitar. Restoran-restoran di kawasan ini seringkali memanfaatkan keindahan alam, seperti pantai dan pemandangan laut, sebagai daya tarik utama mereka. Misalnya, Renjana Beach House di Bira, Bulukumba, Sulawesi Selatan, dan Recharge Bar and Restaurant di Mandalika, Lombok, NTB, keduanya menawarkan pemandangan laut yang menawan serta fasilitas tambahan yang menarik bagi pengunjung. Meskipun keduanya memiliki pendekatan yang berbeda, keduanya berusaha menciptakan pengalaman bersantap yang tidak hanya memuaskan dari segi kuliner tetapi juga dari segi visual dan emosional.

Profil industri ini juga mencerminkan kebutuhan untuk menjalin kerjasama dengan agen perjalanan lokal dan memanfaatkan inovasi kuliner untuk meningkatkan daya tarik. Keberadaan fasilitas seperti kolam renang dengan pemandangan pantai dan spot foto instagramable menjadi tren umum, menunjukkan bahwa estetika dan pengalaman unik memainkan peran penting dalam menarik pelanggan. Namun, untuk beberapa restoran, masih ada peluang yang belum sepenuhnya dimanfaatkan, seperti promosi kuliner lokal dan kerjasama strategis yang dapat memperluas jangkauan pasar.

## **5.2 Strategi Pemasaran pada Industri Akomodasi Restoran di Kawasan Bahari**

Strategi pemasaran dalam industri akomodasi restoran di kawasan bahari cenderung memanfaatkan keindahan alam dan fasilitas unik sebagai poin diferensiasi. *Renjana Beach House* fokus pada fasilitas seperti infinity pool dan pesona pantai untuk menarik pelanggan, serta menggunakan media sosial sebagai alat promosi utama. Namun, mereka belum sepenuhnya memanfaatkan potensi kerjasama dengan agen perjalanan lokal atau mengintegrasikan promosi kuliner lokal secara khusus. Sebaliknya, *Recharge Bar and Restaurant* menekankan desain mewah dan fasilitas tambahan seperti Wi-Fi gratis serta spot foto yang menarik, dengan strategi promosi yang mencakup diskon dan acara tematik untuk menarik wisatawan yang mencari pengalaman bersantap eksklusif.

Kedua restoran menunjukkan pentingnya pemanfaatan aset unik untuk menarik pelanggan dan meningkatkan daya saing. Namun, terdapat perbedaan dalam pendekatan terhadap kerjasama lokal dan inovasi. Strategi yang mengedepankan keunikan desain dan fasilitas, serta pemanfaatan acara spesial, terbukti efektif dalam menarik perhatian pelanggan. Oleh karena itu, restoran di kawasan bahari harus mempertimbangkan pengembangan strategi pemasaran yang lebih terintegrasi, termasuk kerjasama lokal dan promosi inovatif, untuk memperkuat posisi mereka di pasar yang semakin kompetitif.

## **5.3 Saran dan Rekomendasi**

Untuk meningkatkan strategi pemasaran pada industri akomodasi restoran di kawasan bahari, beberapa langkah operasional penting dapat diterapkan.

Pertama, Renjana Beach House harus mempertimbangkan untuk memperluas keterlibatan dengan jaringan pariwisata lokal dengan membentuk kemitraan strategis dengan agen perjalanan dan pemandu wisata. Ini dapat dilakukan melalui penawaran paket khusus yang menggabungkan akomodasi dan layanan restoran dengan tur lokal. Program rujukan yang memberi insentif kepada agen perjalanan juga dapat meningkatkan aliran tamu baru. Untuk mengimplementasikan hal ini secara efektif, restoran perlu membuat materi promosi bersama dengan mitra lokal dan mengevaluasi kinerja kemitraan secara berkala untuk memastikan pencapaian tujuan pemasaran.

Selain itu, fokus pada pengembangan dan inovasi menu menjadi krusial. Renjana Beach House disarankan untuk mengintegrasikan masakan lokal dan resep tradisional ke dalam menu mereka, serta menyelenggarakan acara tematik yang menonjolkan kuliner lokal atau internasional. Kolaborasi dengan chef lokal dapat meningkatkan kredibilitas restoran dalam menyajikan masakan autentik, sedangkan promosi melalui media sosial dan materi promosi lainnya dapat memperkenalkan menu baru dan acara kuliner kepada pelanggan. Memberikan sampel atau diskon khusus juga dapat menarik pelanggan baru dan meningkatkan daya tarik restoran.

Penggunaan teknologi canggih adalah langkah selanjutnya yang harus diambil. Investasi dalam sistem reservasi online, aplikasi mobile, dan sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM) dapat meningkatkan efisiensi operasional dan pengalaman pelanggan. Untuk mendukung implementasi teknologi ini, staf perlu dilatih dalam penggunaannya dan dalam memberikan layanan pelanggan yang memanfaatkan sistem CRM. Analisis data dari sistem CRM dan feedback

pelanggan akan membantu dalam membuat keputusan yang lebih baik tentang pengembangan produk dan strategi pemasaran

Terakhir, strategi pemasaran berbasis nilai harus ditekankan dengan memastikan konsistensi antara promosi dan pengalaman yang diberikan di restoran. Implementasi program loyalitas yang menawarkan insentif kepada pelanggan tetap, seperti diskon eksklusif atau akses ke acara khusus, dapat memperkuat kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Membuat konten pemasaran yang menonjolkan nilai restoran dan melakukan survei kepuasan pelanggan untuk mengukur efektivitas program loyalitas merupakan langkah penting untuk terus meningkatkan hasil dan kepuasan pelanggan. Dengan langkah-langkah ini, restoran di kawasan bahari dapat memperkuat posisi mereka di pasar dan menarik lebih banyak pelanggan.