

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan di Kampung Wisata Kreatif Cigadung dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya untuk menjawab rumusan masalah, maka berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil:

1. Total terdapat 28 pemangku kepentingan yang dapat teridentifikasi. Jumlah ini didapat dari mengakumulasikan pemangku kepentingan yang dianggap memiliki peran dalam keberlangsungan Kampung Wisata Kreatif Cigadung baik dari tahap pengembangan maupun pengelolaan. Jumlah tersebut mewakili empat instansi yang terdiri dari pemerintah, akademisi, pelaku usaha, dan komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa konsep pentahelix belum berjalan dengan baik karena masih terdapat satu instansi yang tidak ada yaitu media. Dari 28 pemangku kepentingan, hanya terdapat sembilan pemangku kepentingan yang sama-sama diakui oleh seluruh narasumber. Jumlah ini berkurang dengan pesat karena dalam pengembangan Kampung Wisata Kreatif Cigadung hanya sembilan pemangku kepentingan yang berinteraksi secara keseluruhan yaitu (1) Disbudpar Kota Bandung, (2) Pokdarwis Cigadung, (3) Stiepar Yapari Aktripa, (4) Universitas Pendidikan Indonesia, (5) Batik Hasan, (6) Batik Komar, (7) Rancakalong, (8) Galeri Rosid, dan (9) Saung Kasep.
2. Sembilan pemangku kepentingan tersebut tersebar kedalam empat kuadran matriks pengaruh dan kepentingan dimana terdapat dua pemangku kepentingan di kuadran 1 (*subject*) yaitu kedua akademisi, dua pemangku kepentingan di kuadran 2 (*key player*) yaitu Disbudpar Kota Bandung dan Pokdarwis Cigadung, empat pemangku kepentingan di kuadran 3 (*context setter*) yaitu para pelaku usaha dan satu pemangku kepentingan di kuadran tiga (*crowd*) yaitu Rancakalong. Sehingga bisa disimpulkan bahwa peranan pemangku kepentingan dalam mencapai implementasi pariwisata

berkelanjutan adalah sebagai berikut: (1) Akademisi, memiliki keinginan dan peran tinggi mencapai pariwisata berkelanjutan namun pengaruhnya rendah, (2) Disbudpar dan Pokdarwis memiliki peranan penting karena keinginan dan pengaruh dalam mencapai pariwisata berkelanjutan keduanya tinggi, (3) Pelaku usaha memiliki peranan yang penting karena pengaruh penting, namun keinginan mencapai pariwisata berkelanjutan tidak tinggi sehingga harus diawasi, dan terakhir (4) Rancakalong tidak berperan dengan penting karena dianggap memiliki pengaruh dan kepentingan yang rendah.

3. Hubungan yang paling banyak teridentifikasi adalah hubungan kerjasama, dari 56 hubungan antara sembilan pemangku kepentingan, terdapat 34 hubungan kerjasama dan 22 hubungan saling melengkapi. Umumnya hubungan saling melengkapi dirasakan oleh pelaku usaha terhadap pemerintah dan akademisi, sementara hubungan kerjasama dirasakan oleh para pelaku usaha dan pokdarwis. Sejauh ini tidak terdapat hubungan potensi konflik dari para pemangku kepentingan untuk mencapai implementasi pariwisata berkelanjutan.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah diambil dari hasil penelitian, berikut merupakan saran yang ditujukan untuk pengelola & pemangku kepentingan di Kampung Wisata Kreatif Cigadung serta untuk penelitian selanjutnya:

1. Terdapat kekurangan salah satu instansi krusial yaitu media dalam model pengembangan pentahelix di Kampung Wisata Kreatif Cigadung. Sejauh ini kurangnya instansi tersebut ditutupi dengan penggunaan media digital masing-masing pemangku kepentingan yang terlibat, namun tetap diperlukan adanya kolaborasi dengan pihak media. Diharapkan pemerintah dapat mampu menjembatani perkenalan pihak media terhadap Kampung Wisata Kreatif Cigadung.
2. Masih terdapat pendapat dari pelaku usaha bahwa upaya yang sudah dilakukan oleh pemerintah dan akademisi memiliki sifat *top-down* dan bukan kerjasama yang ditunjukkan dalam bentuk kolaborasi yang

sinergis. Perlu terdapat evaluasi metode yang digunakan untuk merangkul masyarakat dan pelaku usaha supaya hubungan yang dimiliki berbasiskan kepada kerjasama.