

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

Sebagai bab terakhir dalam penelitian ini, ada tiga hal pokok sebagai hasil dari pemaknaan penelitian secara terpadu yang telah diperoleh. Ketiga hal itu terdiri dari kesimpulan, implikasi dan rekomendasi. Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut ;

5.1 KESIMPULAN

1. Di era sekarang ini sosial media berperan penting dalam memasarkan produk pariwisata, seiring waktu semua produk pariwisata kini menggunakan digital marketing sebagai salah satu cara untuk memasarkan produk nya. Begitu juga dengan desa wisata Dayun Strategi yang digunakan Desa Wisata Dayun dalam memasarkan desa wisata tersebut adalah Digital Marketing dengan menggunakan sosial media seperti Instagram, TikTok, Facebook, Website dan Youtube. Meskipun belum maksimal namun sudah lebih baik, dalam mengembangkan pemasaran desa wisata dayun diperlukan diperlukan suatu divisi khusus yang mengelola pemasaran desa wisata dayun, sehingga terjadi proses pemasaran yang baik demi terciptanya strategi pemasaran yang ideal.
2. Dalam suatu produk pariwisata dalam hal ini Desa wisata, tentu memiliki faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam mengembangkan Desa wisata demi terciptanya ekosistem pariwisata yang baik dan berkelanjutan. Adapun faktor yang menjadi penghambat desa wisata dayun dalam proses pengembangannya adalah terbatas nya Sumber Daya Manusia yang memiliki pemahaman kepariwisataan untuk dilibatkan dalam pengembangan Desa Wisata.

Ada banyak faktor-faktor yang perlu di perhatikan dalam pengembangan sebuah produk pariwisata, dalam penelitian ini peneliti merangkum faktor-faktor yang menjadiurgensi desa wisata Dayun adalah ;

➤ Faktor Pendukung

1. Antusiasme masyarakat terhadapat desa wisata dayun sangat baik,dan dapat diterima langsung oleh masyarakat karena hal ini juga menjadi faktor

pendukung terhadap perkembangan desa wisata dayun

2. Peran pemerintah dan Swasta

pemerintah telah menjalankan peran-peran sebagai berikut:

- Memberikan fasilitasi kepada masyarakat dalam bentuk fisik dan non fisik serta fasilitas kepada swasta dalam bentuk izin usaha.
- Merespon kebutuhan masyarakat dalam pembentukan desa wisata.
- Membentuk Forum Komunikasi POKDARWIS seluruh Kabupaten Siak

- Dukungan yang diberikan dalam bentuk penentuan standar produk, promosi dan pemasaran desa wisata.

Peran yang telah dijalankan oleh swasta dalam pengembangan Desa Wisata Kebon Agung adalah:

- Menyediakan dan menyelenggarakan jasa perjalanan wisata dan memberikan respon terhadap kebutuhan wisatawan.
- Merespon terhadap kebutuhan masyarakat Desa Wisata Dayun. Pemberian kontribusi untuk mendukung kegiatan desa wisata meliputi dalam pembinaan produk dan pengemasan produk desa wisata, promosi desa wisata, dan pemasaran desa wisata
- Memberikan pembinaan terhadap SDM lokal
- Memberikan konsultasi terhadap semua pihak.
- Memberikan saran dan kritik kepada pemerintah.

➤ Faktor Penghambat

Adapun dari faktor penghambatnya yaitu belum adanya pusat informasi wisata, sumber daya manusia bidang pariwisata yang masih rendah, dan belum memadainya infrastruktur pendukung, serta adanya pengrusakan lingkungan di sekitar desa wisata, untuk itu perlu adanya edukasi dan pengawasan dari pihak desa ataupun desa wisata dalam menangani hal ini.

5.2 IMPLIKASI

Berdasarkan temuan-temuan dalam penelitian maka implikasi yang dapat disajikan adalah ;

Dalam pengembangan Desa wisata dayun, pihak yang memiliki peranan besar adalah Pemerintah Desa dan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), mulai dari perencanaan, penyelenggaraan, dan pengawasan, setelah itu Masyarakat. Meski kesadaran dan antusiasme Masyarakat dinilai sebagai salah satu faktor pendukung namun partisipasi serta edukasi kepariwisataan masih belum sampai pada tahap maksimal

5.3 REKOMENDASI

Dalam memasarkan produk wisata melalui Digital Marketing ada tantangan yang dirasa penting untuk dipahami, dalam promosi sosial media keaktifan/kuantitas saja tidak cukup dalam memaksimalkan penggunaannya, kualitas konten merupakan hal yang penting dalam melakukan pemasaran melalui sosial media/digital marketing. Untuk itu tidak jarang dalam sebuah organisasi pariwisata memiliki tim atau divisi khusus dalam menangani Digital Marketing, karena dibutuhkan kompetensi khusus dalam memaksimalkan peran Digital Marketing.

Kemudian terkait terbatasnya Sumber Daya Manusia, dapat diatasi dengan kerjasama pihak pemerintah desa dan pokdarwis untuk membentuk program pelatihan dalam bidang pariwisata untuk menciptakan Sumber Daya Manusia yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan desa wisata sehingga nantinya dapat membentuk suatu ekosistem pariwisata yang baik dan berkelanjutan.