

## BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

### 5.1. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi *destination digital marketing mix* melalui Aplikasi Jalakotek oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten (DISPARBUD) Majalengka telah menjadi langkah inovatif untuk memperkuat citra destinasi wisata lokal. Dengan memanfaatkan teknologi digital, aplikasi ini berperan sebagai platform utama untuk menyampaikan informasi secara efektif, memperluas jangkauan promosi, dan meningkatkan daya tarik pariwisata. Fitur-fitur yang dirancang, seperti ulasan wisatawan, peta terintegrasi, dan konten visual yang menarik, memberikan kemudahan akses informasi bagi pengguna, yang pada akhirnya mampu mendorong pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan domestik.

Dalam penerapannya, pemasaran digital melalui Aplikasi Jalakotek mengintegrasikan pendekatan kolaboratif yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, seperti komunitas lokal, pengelola wisata, dan konten kreator. Kolaborasi ini menghasilkan konten yang relevan, autentik, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Selain itu, fokus pada kearifan budaya lokal, seperti penggunaan nama "Jalakotek" dan konten tradisional, menjadi elemen penting dalam membangun identitas unik bagi Kabupaten Majalengka. Pendekatan ini sejalan dengan dimensi kognitif, afektif, dan konatif dalam pembentukan citra destinasi yang dikemukakan oleh Gartner (1994), yang mencakup persepsi wisatawan, kesan emosional, dan niat untuk mengunjungi atau merekomendasikan destinasi.

Meski demikian, penelitian ini juga menemukan adanya tantangan yang signifikan dalam pengelolaan aplikasi, seperti keterbatasan sumber daya manusia, infrastruktur teknis, dan anggaran. Faktor-faktor ini membatasi kemampuan Dinas Pariwisata untuk memaksimalkan potensi aplikasi sebagai alat pemasaran digital yang efektif. Keterbatasan fitur interaktif, seperti pembelian tiket atau integrasi layanan tambahan, juga menjadi perhatian yang perlu diatasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan daya saing aplikasi ini dibandingkan dengan platform lain yang lebih komersial.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, DISPARBUD sebagai pihak pengelola mengambil langkah strategis seperti kolaborasi dengan pihak ketiga, pengembangan kapasitas sumber daya manusia, dan optimalisasi fitur aplikasi sebagai prioritas utama. Rencana pengembangan fitur baru, seperti pintasan web untuk akses yang lebih mudah dan integrasi layanan transaksional, diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan pengguna dan daya tarik aplikasi. Selain itu, pendekatan promosi yang lebih terstruktur, melalui kombinasi media sosial, event budaya, dan strategi visual, akan semakin memperkuat peran aplikasi ini dalam mendukung citra pariwisata Majalengka.

Dengan demikian, Aplikasi Jalakotek telah berhasil memberikan kontribusi positif dalam membangun citra destinasi wisata Kabupaten Majalengka. Dengan terus melakukan inovasi dan perbaikan, aplikasi ini berpotensi menjadi standar baru dalam pemasaran digital destinasi wisata, tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga nasional. Upaya ini mencerminkan komitmen DISPARBUD untuk menjadikan Majalengka sebagai tujuan wisata yang menarik, inklusif, dan berkelanjutan bagi semua lapisan masyarakat.

## **5.2. Implikasi**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami strategi pemasaran digital melalui aplikasi berbasis teknologi, khususnya dalam konteks pengembangan destinasi pariwisata. Dengan menggunakan Aplikasi Jalakotek sebagai objek studi, penelitian ini mengidentifikasi elemen kunci yang berkontribusi pada pembentukan citra destinasi, seperti kolaborasi lintas sektor, pemanfaatan kearifan lokal, dan pendekatan berbasis teknologi modern. Hasil penelitian ini tidak hanya memperkaya wawasan teoretis tetapi juga memberikan panduan praktis yang relevan bagi pengelolaan pariwisata di daerah lain yang memiliki karakteristik serupa. Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disajikan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

### **1. Implikasi Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini mendukung konsep pemasaran digital dan pembentukan citra destinasi yang berbasis pada model tiga dimensi Gartner (1994), yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Penelitian ini menegaskan bahwa integrasi teknologi dengan elemen budaya lokal dapat memperkuat persepsi, pengalaman emosional, dan niat wisatawan

untuk mengunjungi atau merekomendasikan destinasi. Selain itu, temuan ini memperluas wawasan mengenai peran teknologi digital dalam menciptakan strategi pemasaran yang inklusif, inovatif, dan berkelanjutan, sehingga dapat menjadi referensi bagi pengembangan literatur di bidang pemasaran pariwisata.

## 2. Implikasi Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi para pelaku industri pariwisata mengenai pentingnya strategi kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta dalam memperkuat daya tarik destinasi wisata lokal melalui aplikasi digital seperti Jalakotek. Penelitian ini menggarisbawahi bagaimana kolaborasi dapat mencakup pengembangan konten yang relevan, integrasi layanan teknologi, dan pengelolaan promosi yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, penelitian ini mengidentifikasi tantangan, seperti keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran, serta peluang, seperti tren digitalisasi dan potensi kolaborasi dengan pihak ketiga. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi pengembang aplikasi wisata lainnya dalam menciptakan solusi digital yang lebih efektif, inovatif, dan berkelanjutan untuk mendukung pertumbuhan pariwisata lokal maupun nasional.

### 5.3. Rekomendasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Aplikasi Jalakotek memiliki potensi besar dalam memperkuat citra destinasi wisata Kabupaten Majalengka melalui strategi pemasaran digital yang inklusif dan berbasis teknologi. Dengan pendekatan kolaboratif antara pemerintah dan sektor swasta, aplikasi ini mampu menyediakan informasi yang komprehensif, memanfaatkan kearifan lokal, dan menghadirkan konten visual yang menarik. Namun, penelitian ini juga menemukan sejumlah tantangan, seperti keterbatasan sumber daya manusia, anggaran, dan fitur aplikasi yang belum sepenuhnya optimal. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam mengembangkan solusi inovatif untuk pemasaran digital destinasi wisata di daerah lain dengan karakteristik serupa.

Hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan khususnya untuk Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (DISPARBUD) Kabupaten Majalengka,

untuk terus meningkatkan kolaborasi dengan pihak ketiga, seperti pengembang aplikasi, komunitas kreator konten, dan penyedia layanan teknologi, guna mengatasi keterbatasan sumber daya internal. Selain itu, pengembangan fitur aplikasi yang lebih interaktif, seperti pembelian tiket online, penjadwalan perjalanan, dan panduan wisata berbasis audio, perlu menjadi prioritas agar dapat meningkatkan pengalaman pengguna. DISPARBUD juga perlu memperkuat strategi promosi melalui berbagai platform digital dan kegiatan promosi langsung, seperti pameran pariwisata dan event budaya, untuk meningkatkan jangkauan aplikasi kepada wisatawan domestik dan mancanegara.

Bagi pelaku industri pariwisata, seperti pengelola destinasi, pelaku ekonomi kreatif, dan komunitas lokal, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya keterlibatan aktif dalam mendukung aplikasi Jalakotek sebagai platform promosi bersama. Pelaku industri pariwisata diharapkan dapat berkontribusi melalui penyediaan konten berkualitas, penguatan layanan di destinasi wisata, serta inovasi dalam menciptakan daya tarik baru. Kolaborasi erat dengan pemerintah daerah dan pemanfaatan teknologi modern akan membantu menciptakan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan, kompetitif, dan relevan dengan kebutuhan wisatawan saat ini.