# **BAB V**

# **KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI**

* 1. **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa *experiential marketing* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke objek wisata Kampung Karuhun. Semakin positif pengalaman yang dirasakan wisatawan melalui berbagai dimensi *experiential marketing,* semakin tinggi kecenderungan mereka untuk melakukan kunjungan ulang. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan konsep *experiential marketing* yang efektif di objek wisata Kampung Karuhun terbukti mampu menciptakan kesan mendalam yang mendorong loyalitas wisatawan. Oleh karena itu, pengelola perlu mempertahankan kualitas pengalaman wisata yang telah mendapat penilaian baik sekaligus melakukan terus berinovasi pada aspek yang memerlukan pengembangan agar daya tarik objek wisata semakin meningkat dan mampu memicu minat wisatawan untuk kembali berkunjung di masa mendatang.

* 1. **Implikasi**

Hasil penelitian ini memberikan berbagai implikasi yang dapat diterapkan dalam pengembangan pariwisata, baik dari segi teoretis dan praktis yakni sebagai berikut:

1. Dari segi teoretis, penelitian ini memperkuat teori *experiential marketing* yang menyatakan bahwa pengalaman wisata yang melibatkan *sense*, *feel*, *think*, *act*, dan *relate* berperan penting dalam membentuk loyalitas pelanggan. Temuan ini juga mendukung konsep bahwa pengalaman yang bersifat personal dan emosional memiliki dampak jangka panjang terhadap keputusan konsumen untuk melakukan kunjungan ulang. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi studi-studi selanjutnya yang membahas hubungan antara pengalaman wisata, kepuasan pelanggan, dan loyalitas wisatawan, terutama dalam konteks objek wisata alam dan budaya.
2. Dari segi praktis, hasil penelitian ini memberikan panduan bagi pengelola objek wisata Kampung Karuhun untuk mempertahankan kualitas pelayanan dan fasilitas yang telah mendapat penilaian baik, terutama pada dimensi *sense* dan *relate* yang memberikan kesan positif terhadap pancaindra dan hubungan sosial wisatawan. Pengelola juga perlu meningkatkan kualitas dimensi *think* dan *act* melalui berbagai kegiatan edukatif dan interaktif, seperti *workshop* budaya lokal, permainan tradisional, atau aktivitas alam yang mampu memacu kreativitas dan keterlibatan aktif wisatawan. Selain itu, pengelola diharapkan dapat memperluas variasi aktivitas wisata agar pengalaman yang dirasakan wisatawan menjadi lebih beragam dan tidak monoton, sehingga mendorong minat mereka untuk kembali berkunjung.
3. Dari segi praktis dalam hal kebijakan, penelitian ini memberikan implikasi bagi DISPARBUDPORA Kabupaten Sumedang untuk menjadikan objek wisata Kampung Karuhun sebagai contoh atau *benchmark* dalam pengembangan objek wisata di Kabupaten Sumedang. Pengalaman sukses Kampung Karuhun dalam menerapkan konsep *experiential marketing* dapat dijadikan model bagi pengelola objek wisata lain agar mereka dapat menciptakan pengalaman yang serupa dan mampu meningkatkan minat kunjungan ulang wisatawan. Untuk mewujudkan hal ini, DISPARBUDPORA dapat mengadakan pelatihan dan *workshop* bagi para pengelola objek wisata serta kolaborasi antara pengelola Kampung Karuhun dan objek wisata lain perlu diperkuat melalui forum komunikasi yang rutin diadakan, sehingga setiap pengelola dapat saling bertukar pengalaman dan strategi dalam meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan. Selain itu, DISPARBUDPORA Kabupaten Sumedang juga perlu mengintegrasikan objek wisata Kampung Karuhun dalam program promosi pariwisata daerah, baik melalui media konvensional maupun digital, serta mendorong keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan wisata agar mereka dapat merasakan manfaat ekonomi secara langsung.
   1. **Rekomendasi**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang telah diuraikan, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat menjadi acuan bagi berbagai pihak terkait untuk meningkatkan kualitas pengalaman wisata dan minat berkunjung kembali di objek wisata Kampung Karuhun, yakni sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Kampung Karuhun

Disarankan untuk melakukan upaya untuk meningkatkan dimensi *think* dengan cara mengembangkan atraksi baru yang mampu menghadirkan pengalaman berbeda bagi wisatawan yang sudah pernah berkunjung, sehingga mendorong untuk minat mereka untuk kembali. Pengalaman wisata di Kampung Karuhun dapat diperkaya dengan integrasi budaya dan tradisi lokal Kabupaten Sumedang. Hal ini diwujudkan melalui penghidupan kembali pertunjukan seni tradisional yang pernah rutin diselenggarakan, penyediaan paket edukatif yang memperkenalkan sejarah dan kearifan budaya setempat, serta penambahan elemen budaya khas Kabupaten Sumedang dalam atraksi wisata etnik. Melalui upaya ini, wisatawan tidak hanya menikmati pesona alam dan fasilitas rekreasi, tetapi juga memperoleh pengalaman yang lebih mendalam dan bermakna, sehingga turut mendorong kesadaran mereka akan pentingnya melestarikan budaya lokal. Di samping itu, keterlibatan wisatawan dalam berbagai kegiatan dapat ditingkatkan melalui konsep *participatory tourism,* seperti berkebun, mengikuti wisata edukasi budi daya lebah madu, atau memancing di sungai, sehingga mereka merasa menjadi bagian dari kehidupan masyarakat setempat. Penyelenggaraan acara tahunan yang menarik, seperti festival budaya, lomba fotografi alam, atau kompetisi olahraga alam, juga berpotensi menjadi daya tarik tambahan yang dapat mendorong wisatawan untuk berkunjung kembali.

1. Penelitian Selanjutnya

Disarankan untuk menggunakan metode kualitatif guna menggali lebih dalam tentang pengalaman emosional dan sosial wisatawan selama berkunjung, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi minat berkunjung kembali. Studi komparatif dengan objek wisata lain yang menerapkan konsep *experiential marketing* juga dapat dilakukan untuk melihat faktor-faktor yang membedakan tingkat loyalitas wisatawan di setiap objek wisata. Selain itu, penelitian lanjutan dapat mengkaji perbedaan persepsi pengalaman wisata berdasarkan karakteristik demografis, seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan jenis pekerjaan, guna memahami preferensi segmen pasar yang berbeda dan memberikan rekomendasi yang lebih spesifik bagi pengelola dan DISPARBUDPORA Kabupaten Sumedang.

1. Bagi Lembaga Akademik

Lembaga akademik, khususnya yang memiliki program studi di bidang pariwisata, dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai bahan ajar untuk mata kuliah terkait *experiential marketing* dan loyalitas wisatawan. Selain itu, konsep yang diterapkan di objek wisata Kampung Karuhun dapat dijadikan studi kasus dalam pembelajaran untuk memberikan pemahaman praktis kepada mahasiswa. Lembaga akademik juga dapat menjalin kerja sama dengan objek wisata Kampung Karuhun untuk kegiatan magang, penelitian lapangan, dan proyek kolaboratif guna meningkatkan kompetensi mahasiswa dalam pengembangan sektor pariwisata berbasis pengalaman.