

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke Lembang Park and Zoo sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Kabupaten Bandung Barat. Meski memberikan kontribusi ekonomi dan sosial, kehadiran wisata ini juga menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat sekitar. Dalam konteks tersebut muncul pertanyaan bagaimana dampak sosial yang dihasilkan dari destinasi wisata ini mempengaruhi tingkat dukungan masyarakat terhadap perkembangan pariwisata lokal.

Penelitian ini menggunakan kerangka berpikir utama dari *Social Exchange Theory* (SET) yang dikembangkan oleh Blau (1964). Teori ini menyatakan bahwa individu atau kelompok akan mendukung suatu program apabila mereka merasakan manfaat yang lebih besar daripada kerugiannya. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Dampak Sosial Destinasi Wisata

Masyarakat merasakan manfaat sosial dari keberadaan Lembang Park and Zoo dengan skor rata-rata 330 (66%), yang termasuk kategori tinggi. Manfaat yang dominan dirasakan mencakup munculnya peluang usaha lokal, terbukanya lapangan pekerjaan, dan peningkatan kebanggaan terhadap daerah. Sementara itu, biaya sosial memiliki skor rata-rata 278 (56%), yang termasuk kategori sedang, dengan dampak paling dirasakan berupa kemacetan dan kebisingan. Secara umum, manfaat sosial lebih besar dirasakan dibandingkan biaya sosial, sehingga persepsi masyarakat cenderung positif terhadap keberadaan destinasi wisata Lembang Park and Zoo.

2. Tingkat Dukungan Masyarakat terhadap Pariwisata

Tingkat dukungan masyarakat terhadap Lembang Park and Zoo berada pada kategori sedang dengan nilai persentase sebesar 41,25%. Partisipasi dalam perencanaan terbilang cukup, tetapi keterlibatan dalam pengelolaan dan pelaksanaan proyek masih rendah. Tingkat penolakan berada pada kategori sedang, yang menunjukkan adanya resistensi akibat dampak negatif atau

minimnya pelibatan langsung. Namun, dalam pencarian data sekunder dari berbagai media, peneliti tidak menemukan adanya protes secara resmi terhadap destinasi wisata. Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa masyarakat cenderung mendukung adanya Lembang Park and Zoo, selama manfaat sosial yang dirasakan lebih besar daripada biaya sosial.

3. Pengaruh Dampak Sosial terhadap Dukungan Pariwisata

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa manfaat sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap dukungan pariwisata ($\text{Sig.} < 0,001$), sedangkan biaya sosial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap dukungan pariwisata ($\text{Sig.} < 0,001$). Secara simultan, kedua variabel ini berpengaruh signifikan terhadap dukungan pariwisata ($\text{Sig.} < 0,001$). Berdasarkan koefisien regresi yang telah ditransformasikan, setiap peningkatan persepsi manfaat sosial sebesar satu satuan diperkirakan dapat meningkatkan dukungan pariwisata sebesar 3,45%, sedangkan setiap peningkatan persepsi biaya sosial sebesar satu satuan dapat menurunkan dukungan pariwisata sebesar 0,92%, dengan asumsi variabel lain konstan. Temuan ini konsisten dengan Social Exchange Theory (SET), yang menyatakan bahwa dukungan masyarakat akan muncul ketika manfaat yang dirasakan lebih besar daripada biaya yang ditanggung.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan dari penelitian ini, saran disusun untuk memberikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan. Rekomendasi difokuskan pada upaya memaksimalkan manfaat sosial, meminimalkan biaya sosial, dan memperkuat dukungan masyarakat terhadap keberadaan destinasi Lembang Park and Zoo.

1. Bagi pengelola Lembang Park and Zoo

Pengelola sebaiknya meningkatkan program komunikasi dua arah dengan masyarakat, khususnya dalam aspek melibatkan masyarakat lokal dalam aktivitas wisata. Selain itu, pengelola juga sebaiknya perlu untuk mengelola dampak negatif seperti kemacetan dengan lebih serius.

2. Bagi pemerintah daerah

Pemerintah sebaiknya perlu mendorong kebijakan yang berpihak pada masyarakat lokal melalui regulasi yang mengatur keterlibatan masyarakat dalam pengembangan destinasi wisata.

3. Bagi masyarakat sekitar

Masyarakat diharapkan lebih proaktif dalam menyampaikan aspirasi dan terlibat dalam kegiatan wisata. Dukungan pasif yang selama ini muncul dapat ditingkatkan menjadi bentuk partisipasi aktif, sehingga masyarakat tidak hanya menjadi objek melainkan sebagai subjek dalam pembangunan pariwisata.