

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif, dengan menggunakan *path analysis* antara *Co-Creation Experiences* terhadap Identitas Kabupaten Garut serta Implikasinya terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan nusantara Kabupaten Garut maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Co-Creation Experiences* di Kabupaten Garut, yang terdiri dari variasi, desain, kelengkapan, sensasi dan merek dilaksanakan dengan baik. Dimensi kelengkapan memperoleh skor tertinggi dalam menciptakan identitas Kabupaten dan keputusan berkunjung wisatawan nusantara. Sedangkan, dimensi variasi memperoleh skor terendah dalam menciptakan identitas Kabupaten dan keputusan berkunjung wisatawan nusantara.
2. Identitas Kabupaten Garut yang memperoleh skor tertinggi adalah dimensi *Brand As Organization*. Sedangkan dimensi *brand as person* memperoleh skor terendah dalam keputusan berkunjung wisatawan.
3. Keputusan Berkunjung wisatawan nusantara yang di ukur melalui waktu dan biaya, menunjukkan bahwa wisatawan nusantara yang berkunjung ke Garut bergantung pada waktu hari liburan atau nasional.
4. *Co-Creation Experiences* berpengaruh signifikan terhadap Identitas Kabupaten Garut. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Co-*

Creation Experiences produk yang ada di Kabupaten Garut, maka akan semakin tinggi *brand* terhadap produk yang ada di Kabupaten Garut.

5. *Co-Creation Experiences* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Co-Creation Experiences* Kabupaten Garut, maka akan semakin tinggi wisatawan yang berkunjung ke Garut.
6. Identitas Kabupaten Garut berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi, kreatif dan inovasi masyarakat Kabupaten Garut maka akan semakin tinggi Identitas Kabupaten Garut yang banyak dikenali oleh wisatawan nusantara.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis menyarankan beberapa hal mengenai pengaruh implementasi *Co-Creation Experiences* terhadap Identitas Kabupaten Garut serta Implikasinya terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan nusantara Kabupaten Garut. Maka Pemerintah Daerah Kabupaten Garut, khususnya Dinas Pariwisata, dan Kebudayaan, Dinas Perdagangan dan Perindustrian, Dinas UMKM dan BMT beserta pengusaha-pengusaha industri kreatif Kabupaten Garut perlu melakukan upaya sebagai berikut:

1. Saran berkaitan dengan *Co-Creation Experiences*, yang berfungsi menjadi daya tarik bagi pengunjung, melalui produk *manufacture* dan jasa namun masih ada beberapa penilaian wisatawan terhadap *Co-Creation Experiences* yang dinilai kurang yaitu variasi. Penilaian yang kurang dari wisatawan disebabkan karena variasi produk yang dikembangkan belum

optimal. Sehingga terkadang variasi produk yang dirasakan wisatawan nusantara masih terasa kurang. Hal ini menjadi sebuah pelajaran baik produk *manufacture* ataupun produk jasa yang ada Kabupaten Garut, bahwa pada prinsipnya kualitas produk tidak dapat lepas dari inovasi baru yang kreatif.

2. Pelaksanaan Identitas Kabupaten Garut terbukti mampu mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Garut, namun ada beberapa unsur didalamnya yang harus diperbaiki.

Saran berkaitan dengan Identitas Kabupaten Garut. Memberikan pengetahuan seluas mungkin terhadap pengunjung wisatawan nusantara mengenai *Product, Organization, Person* dan *Symbol* Kabupaten Garut yang diimplementasikan melalui produk *manufacture* dan jasa yang mempunyai potensi di Kabupaten Garut. Komponen kampanye pemasaran tersebut secara berkelanjutan dipromosikan melalui brosur, pamflet, *tour-guide book, billboard*, dan media promosi lainnya. Selain itu, untuk melakukan *image campaign*, perlu sering mengadakan *event* dan *sponsorship* yang cukup besar dan inovatif untuk menarik perhatian berbagai pihak. Menyebarkan berbagai informasi mengenai produk *manufacture* dan jasa yang menjadi Identitas Kabupaten Garut melalui berbagai media promosi pun perlu dilakukan, sehingga mampu menjangkau pengetahuan pengunjung dan berpengaruh terhadap keputusan mereka untuk berkunjung ke Kabupaten Garut.

3. Upaya untuk meningkatkan keputusan berkunjung terbukti mampu mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Garut, namun ada beberapa unsur didalamnya yang harus diperbaiki, seperti alat transportasi yang tersedia untuk tujuan ke Kabupaten Garut. Artinya bahwa wisatawan merasa kesulitan untuk datang ke Kabupaten Garut karena alat transportasi yang tersedia kurang memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan nusantara.
4. Untuk meningkatkan Identitas Kabupaten Garut dan keputusan para wisatawan untuk mengunjungi Kabupaten Garut, perlu dikomunikasikan segala komponen *Co-Creation Experiences*, yang mencakup produk *manufacture* dan jasa kabupaten Garut secara inovatif dan berkesinambungan. Selain itu, perlu memperkuat koordinasi antar dinas/departemen, antar dinas dan pengusaha-pengusaha serta *stakeholder partnerships*. Bentuk kerjasama tersebut salah satunya adalah pelaku industri pariwisata dan industri kreatif sering mengikuti berbagai pameran untuk mempromosikan Kabupaten Garut.
5. Sebagai saran bagi para peneliti selanjutnya di Kabupaten Garut para peneliti dapat mengangkat beberapa kekurangan permasalahan mengenai *Co-Creation Experiences* Kabupaten Garut masih kurang. Salah satu gambaran solusi yang dilakukan mengenai vertikal antar wisatawan, yaitu masyarakat Kabupaten Garut lamban mengembangkan inovasi kreatif terhadap produk-produk yang sudah ada, dengan hubungan horizontal antara Kabupaten Garut dan wisatawan.