

BAB 4

KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI

4.1. Kesimpulan

Dalam analisis di Kampung Wisata Kreatif Binong Jati, terlihat bahwa meskipun partisipasi aktif dari komunitas lokal sangat penting, adanya dukungan dari pihak eksternal dan pendanaan merupakan faktor yang tak kalah krusial. Komunitas tetap membutuhkan dukungan dan sumber daya dari luar untuk menghasilkan komitmen jangka panjang terhadap perubahan perilaku yang diinginkan.

Pola interaksi di kampung ini melibatkan langkah-langkah yang meliputi identifikasi masalah, pengumpulan data, analisis audiens, pengembangan strategi, dan evaluasi program dengan partisipasi aktif dari penduduk setempat. Namun, selain keterlibatan langsung komunitas, dukungan eksternal juga menjadi faktor krusial dalam kesuksesan program ini.

Dukungan dari pihak eksternal seperti organisasi non-pemerintah (NGO), lembaga pemerintah, atau pelaku industri membantu memberikan bantuan berupa pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya yang diperlukan, baik dalam bentuk pelatihan, konsultasi ahli, atau bantuan teknis, dukungan ini memperkuat strategi pemasaran sosial di tingkat lokal. Pendanaan yang berkelanjutan menjadi faktor krusial. Dukungan keuangan dari pihak eksternal membantu menjalankan kegiatan-kegiatan pemasaran sosial, riset, kegiatan edukasi, atau infrastruktur yang diperlukan untuk mengubah perilaku dengan lebih efektif. Dukungan keuangan ini juga memungkinkan komunitas untuk mempertahankan pola interaksi dalam melakukan pemasaran destinasi dalam jangka waktu yang lebih lama.

Komitmen jangka panjang untuk menerapkan dan mempertahankan perubahan perilaku juga memerlukan dukungan dan pendampingan yang berkelanjutan dari pihak eksternal. Dukungan ini membantu memastikan bahwa perubahan yang telah dicapai tidak hanya bersifat sementara, tetapi tetap berlangsung secara berkelanjutan dalam jangka panjang.

Dalam konteks Kampung Wisata Kreatif Binong Jati, upaya untuk mengubah perilaku dan mengembangkan kampung wisata yang berkelanjutan memerlukan kemitraan yang erat antara komunitas lokal, pihak eksternal, dan sumber daya keuangan yang berkesinambungan. Dukungan dan pendanaan yang berkelanjutan akan memungkinkan implementasi strategi pemasaran yang efektif dan membantu mempertahankan komitmen jangka panjang dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan komunitas tersebut.

4.2. Rekomendasi

Dari hasil analisis yang telah dilaksanakan, peneliti telah mengemukakan rekomendasi yang diharapkan bisa memberikan kontribusi terhadap aspek-aspek yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Di bawah ini adalah rekomendasi yang disampaikan:

1. Penguatan Kemitraan

Mengembangkan kemitraan yang kuat antara komunitas lokal, pemerintah, organisasi non-pemerintah (NGO), pelaku industri, dan institusi pendidikan adalah krusial. Langkah-langkahnya meliputi mengadakan pertemuan rutin atau forum kolaboratif untuk memastikan informasi dan sumber daya terkini tersedia bagi komunitas. Dalam kemitraan ini, partisipasi setiap pihak harus dihargai, serta

diperlukan komitmen bersama dalam merencanakan dan melaksanakan program pemasaran agar sesuai dengan kebutuhan dan konteks lokal.

2. Pengembangan Sumber Daya Lokal

Fokus pada pengembangan sumber daya lokal, seperti pelatihan lanjutan bagi anggota komunitas. Ini bisa termasuk pelatihan tentang pemasaran sosial, pengelolaan wisata yang berkelanjutan, keterampilan bisnis lokal, dan penggunaan teknologi untuk meningkatkan promosi. Dukungan ini memperkuat kapasitas lokal dan memberdayakan masyarakat untuk mengelola sumber daya dan inisiatif mereka sendiri.

3. Pendanaan Berkelanjutan

Mengidentifikasi sumber pendanaan yang berkelanjutan sangat penting. Ini bisa melibatkan pencarian dukungan dari berbagai pihak, mulai dari skema bantuan pemerintah, sumbangan dari lembaga swasta atau perusahaan lokal, hingga pendapatan dari sektor pariwisata yang dikembangkan di kampung wisata. Dengan pendanaan yang stabil, program pariwisata dapat berlangsung dan bertahan dalam jangka panjang.

4. Pemantauan dan Evaluasi Berkelanjutan

Implementasi sistem pemantauan dan evaluasi yang terus-menerus diperlukan untuk mengukur efektivitas program. Melalui pemantauan berkelanjutan, komunitas dapat mengevaluasi dampak program serta menyesuaikan strategi berdasarkan temuan evaluasi. Hal ini membantu menjaga program agar relevan dengan kebutuhan dan perubahan yang terjadi di lingkungan sekitar.

5. Dukungan Perencanaan Strategis

Memberikan dukungan dalam perencanaan strategis jangka panjang bagi pengembangan Kampung Wisata Kreatif Binong Jati. Ini melibatkan identifikasi tujuan jangka panjang secara jelas, pengaturan prioritas, pengembangan rencana aksi terperinci, serta pengelolaan sumber daya yang efisien. Dengan perencanaan yang

matang, komunitas dapat mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan yang lebih mantap.

Rekomendasi ini bertujuan untuk memperkuat implementasi pemasaran destinasi wisata di Kampung Wisata Kreatif Binong Jati dengan memberikan perhatian khusus pada kemitraan, pengembangan sumber daya lokal, pendanaan, pemantauan dan evaluasi, pendidikan masyarakat, serta perencanaan strategis jangka panjang. Sinergi antara faktor-faktor ini diharapkan dapat mendukung kesinambungan dan keberlanjutan program dalam mewujudkan tujuan pembangunan yang berkelanjutan bagi komunitas tersebut.

4.3. Implikasi

Peneliti memberikan implikasi bahwa:

1. Jika suatu komunitas berencana membentuk program yang memerlukan dana yang cukup besar, maka komunitas perlu melakukan analisis menyeluruh terkait dengan kebutuhan anggaran program, termasuk estimasi biaya untuk sumber daya manusia, teknologi, peralatan, dan biaya operasional. Setelah memiliki gambaran yang jelas, strategi pengumpulan dana yang efektif harus dirancang, seperti mencari sponsor, kampanye penggalangan dana, proposal kepada lembaga yang mendukung inisiatif serupa, atau meminta dukungan dari pemerintah atau lembaga nirlaba.

Transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana sangat penting, dengan perluasan sistem pengelolaan dan pelaporan yang solid kepada donor atau pendukung program. Komunikasi yang baik dengan semua pihak terkait juga krusial untuk membangun dukungan jangka panjang untuk program yang diusung. Dengan perhatian yang cermat pada langkah-langkah ini, komunitas memiliki peluang lebih besar untuk

mendapatkan dukungan finansial yang diperlukan untuk berhasil mewujudkan program mereka.

2. Jika suatu komunitas ingin menciptakan program yang diterima oleh masyarakat, maka penting untuk memahami dengan baik kebutuhan dan keinginan masyarakat yang menjadi target dari program tersebut. Mengabaikan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan serta aspirasi masyarakat dapat berujung pada program yang tidak relevan atau bahkan menimbulkan masalah internal di dalam komunitas. Salah satu implikasi penting dari pemahaman ini adalah perlunya melakukan survei dan riset mendalam terkait kebutuhan, kebiasaan, serta harapan masyarakat yang akan menjadi peserta atau penerima manfaat program.

Proses ini melibatkan komunikasi intensif, baik melalui wawancara langsung, diskusi kelompok, atau pengumpulan data secara terstruktur. Memahami latar belakang sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat akan membantu dalam merancang program yang sesuai dan relevan. Selain itu, membangun program yang lebih dari sekadar mengikuti tren atau kebutuhan pasar akan membutuhkan keterlibatan aktif dari masyarakat dalam setiap tahap pengembangan program. Keterlibatan ini bisa berupa forum terbuka, pertemuan rutin, atau proses partisipatif lainnya yang memungkinkan masyarakat untuk memberikan masukan, gagasan, dan umpan balik sepanjang perencanaan dan pelaksanaan program. Penting juga untuk menjaga kesinambungan komunikasi dua arah dengan masyarakat yang dilayani oleh program.

Evaluasi berkala dan mendengarkan masukan dari peserta atau penerima manfaat dapat membantu dalam penyesuaian program agar tetap relevan dan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Mengikuti tren atau keinginan pasar tanpa mempertimbangkan kebutuhan masyarakat yang spesifik dapat berdampak negatif pada keberlanjutan dan penerimaan program.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z. (2017). Kriteria Instrumen dalam suatu Penelitian. *Jurnal THEOREMS (The Original Research of Mathematics 2 (1)*, 28-36.
- Atthariq, M. (2019). Komunitas Dakwah Jalanan Dalam Film Dokumenter Bidang Penyutradaraan. *Fotografi & Film*.
- Babbie, E. (1992). *The Practice of Social Research*. Wadsworth Publishing Company.
- Bachtiar, T. (2008). *Toponimi Kota Bandung*. Bandung: Bandung Art & Culture Council.
- Bachtiar, T., R.S, E., Sumiarto, A., & Permadi, T. (2008). *Toponimi Kota Bandung*. Bandung: Bandung Art & Culture Council .
- Barlian, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Padang: Sukabina Press.
- Bassi, A., Pramajaya, J., & Rizqi, M. (2022a). PERANAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI THE EXCELTON HOTEL PALEMBANG. *MOTIVASI*. 7(2), 109.
- Bassi, A., Pramajaya, J., & Rizqi, M. (2022b). PERANAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI THE EXCELTON HOTEL PALEMBANG. *MOTIVASI*. 7(2), 109.
- Creswell, J. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approaches*.
- Deswimar, D., & Almasri. (2014). Peran program Pemberdayaan Masyarakat Desa Dalam Pembangunan Pedesaan. *Jurnal El-Riyasah 5 (1)*, 41-52.
- Doug McKenzie-Mohr, P., & Smith, W. (1999). Fostering Sustainable Behavior: An Introduction to Community-Based Social Marketing. *New Society Publishers: Gabriola Island, BC, USA*.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Vol 21 (1)*, 35-48.
- Fattah, H. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Psikologi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Firman, A. A. (2021). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI DESA BERBASISKOMUNITAS. *Jurnal Tata Sejuta Vol.7 No.1*, 132-146.
- Hadi, A., Asrori, & Rusman. (2021). *PENELITIAN KUALITATIF*. Jl. Gerilya No. 292 Purwokerto Selatan, Kab. Banyumas Jawa Tengah: CV. Pena Persada.
- Jhon.W.Creswell. (2013). *Aneka Teori & Jenis Penelitian Kualitatif*. London: SAGE.

- Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1-9.
- Komariah, A., & Satori, D. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Murdowo, D. (2017). Pendidikan Karakter Berbasis Asrama Untuk Pembinaan Nilai-Nilai Budaya Organisasi. 80-96.
- Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rinaka Cipta.
- Nur Laily, E. I. (2015). PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PERENCANAAN PEMBANGUNAN PARTISIPATIF. *Kebijakan dan Manajemen Publik Volume 3, Nomor 3*, 299-303.
- Pratiwi, N. (2021). Analisis Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Kampung Wisata Kreatif Desa Sekida Kecamatan Jagoi Babang. *Jurnal Planologi*, 18(2), 177-197.
- Rahmi, F. (2012). Pedoman Kelompok Sadar Wisata.
- Rini, R. O., & Wardhana, R. W. (2022). STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI KREATIF SENTRA RAJUTAN BINONG JATI BANDUNG SEBAGAI TUJUAN WISATA BELANJA. *JURNAL MANNER Vol 1.No.1*.
- Sari, G. G., & Firzal, Y. (2019). POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) Desa Koto Sentajo Mempromosikan Objek Wisata Budaya Rumah Godang. *Journal of Servite Volume 1 No. 2*, 1-9.
- Sembiring, A. (2020). IDENTIFIKASI BENTUK DAN TINGKAT PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PENGEMBANGAN KAMPUNG WISATA KREATIF PASIR KUNCI DI KELURAHAN PASIR JATI UJUNG BERUNG KOTA BANDUNG. *Skripsi thesis, Institut Teknologi Nasional Bandung*.
- Shagrir, L. (2017). *Journey to Ethnographic Research*. Springer.
- Slamet, S. (2006). *Dinamika Kelompok*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sri, A., & Maulina. (2012). *Identifikasi Partisipasi Masyarakat Dalam Pemilihan Sampah Di Kecamatan Cimahi Utara Serta Faktor Yang Mempengaruhinya*.
- Sritanami, D., Hermawan, H., & Hamzah, F. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Situs Cagar Budaya Gunung Padang Sebagai Destinasi Wisata Budaya. *Media Wisata*, 19, 2.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2015). *Basics of Qualitative Research*.
- Suganda, H. (2008). *Jendela Bandung : Pengalaman Bersama Kompas*. PT Kompas Media Nusantara.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif. Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif*. Bandung: Alfabeta.
- Syarifuddin, D. (2017). Nilai Wisata Budaya Seni Pertunjukan Saung Angklung Udjo Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*.
- Tan, S. K., Luh, D. B., & Kung, S. F. (2014). A taxonomy of creative tourists in creative tourism. *Tourism Management* 42(2), 248-259.
- Wahyuddin. (2018). Analisis Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan Desa di Desa Tanah Karaeng Kecamatan Manuju Kabupaten Gowa.
- Widadio, N. A. (2014, April 2). *Menparekraf: Perkembangan Pariwisata Indonesia Paling Bagus* Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Menparekraf: Perkembangan Pariwisata Indonesia Paling Bagus", Klik untuk baca: <https://travel.kompas.com/read/2014/04/02/0949478/Menparekraf>. Retrieved from Kompas.Com:
<https://travel.kompas.com/read/2014/04/02/0949478/Menparekraf.Perkembangan.Pariwisata.Indonesia.Paling.Bagus>
- Widjaja, H. (2010). *Otonomi Desa*. Jakarta: P.T Raja Grafindo Persada.
- Wilson, J., & Richards, G. (2005). Developing Creativity in Tourist Experiences: A Solution to The Serial Reproduction of Culture? *Tourism Management* 27 (6), 1209-12223.
- Yin, R. (2013). *Case Study Research: Design and Methods*. SAGE.
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta.