

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Evaluasi Kebijakan Pemasaran dan Promosi Pada Pengembangan Pariwisata Obyek Wisata Waduk Gajah Mungkur di Kabupaten Wonogiri

Obyek Wisata Waduk Gajah Mungkur di Kabupaten Wonogiri memiliki potensi besar untuk menjadi tujuan wisata unggulan. Untuk memberikan dukungan kepada pengembangan pariwisata di kawasan tersebut, diperlukan strategi pemasaran dan promosi yang efektif. Berikut hasil evaluasi kebijakan pemasaran dan promosi pada pengembangan pariwisata Obyek Wisata Waduk Gajah Mungkur.

Kriteria evaluasi pertama adalah efektivitas. Melihat temuan di lapangan terdapat ketidakstabilan angka kunjungan wisatawan dikarenakan ketidaktahuan masyarakat mengenai kegiatan revitalisasi dan kenaikan harga tiket masuk, maka Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Wonogiri bertugas untuk melakukan evaluasi dengan baik sesuai tujuan, maka kebijakan pemasaran dan promosi pada pengembangan pariwisata Obyek Wisata Waduk Gajah Mungkur diubah agar dapat meningkatkan angka kunjungan wisatawan dan meningkatkan pendapatan daerah supaya capaian target yang ditetapkan terpenuhi.

Kriteria evaluasi kedua adalah efisiensi, dimaksudkan untuk membantu dan memastikan kebijakan pemasaran dan promosi pada pengembangan pariwisata Obyek Wisata Waduk Gajah Mungkur dijalankan dengan optimal, sesuai dengan alokasi anggaran yang ditetapkan dan memenuhi sarana prasarana pelaksanaan.

Untuk melaksanakan kebijakan tersebut dibutuhkan sumber daya yang mumpuni, disiplin dan sinergitas. Adapun sumber daya yang terlibat meliputi Dinas Lingkungan Hidup untuk pemeliharaan satwa, Dinas Pekerjaan Umum untuk kebersihan lingkungan, Dinas Kebudayaan dan Pendidikan untuk melaksanakan *outingclass/outbond*, dan *event-event* edukasi. Dengan demikian terlihat jelas ada sinergitas antara Organisasi Perangkat Daerah (OPD).

Kriteria evaluasi ketiga adalah kecukupan. Untuk melihat kebijakan dapat mendukung mendongkraknya angka kunjungan wisatawan pada Obyek Wisata Waduk Gajah Mungkur. Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Wonogiri melakukan beberapa kegiatan untuk melaksanakan pemasaran dan promosinya, kegiatannya meliputi : kegiatan olahraga kedingantaraan yaitu paralayang, dan kegiatan pentas seni baik di tingkat anak-anak sampai dewasa.

Kriteria evaluasi keempat adalah perataan, dimaksudkan untuk mengetahui siapa saja yang terlibat dan nilai manfaatnya. Dengan pelaksanaan kebijakan pemasaran dan promosi dapat menyajikan manfaat yang optimal bagi daerah dan masyarakatnya, sekaligus meminimalkan akibat negatif. Manfaat yang dimaksud seperti peningkatan pendapatan daerah, penciptaan lapangan kerja, peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan peningkatan citra daerah.

Kriteria evaluasi ke-lima adalah responsivitas. Untuk mengetahui terpenuhinya kebutuhan masyarakat dalam hal ini wisatawan berkaitan dengan kebijakan pemasaran dan promosi dapat memudahkan untuk mengakses destinasi wisata Obyek Wisata Waduk Gajah Mungkur. Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Wonogiri mengupayakan kebutuhan masyarakat

(wisatawan) terkait kemudahan akses, destinasi wisata akan semakin menarik dan mudah dijangkau. Kebijakan pemasaran dan promosi yang tepat akan mendorong peningkatan kunjungan wisatawan dan memberikan dampak positif bagi perekonomian daerah.

Kriteria keenam adalah Ketepatan. Melihat temuan di lapangan terdapat ketidakstabilan angka kunjungan wisatawan dengan target yang sudah ditetapkan. Maka Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Wonogiri harus menginformasikan revitalisasi melalui media sosial maupun media cetak. Walaupun ada kegiatan revitalisasi tetapi wisatawan tetap boleh masuk dan berkunjung. Sehingga dapat mencapai target kehadiran pengunjung yang sudah ditetapkan.

5.1.2 Faktor Pendorong dan Penghambat Dalam Kebijakan Pemasaran dan Promosi Pada Pengembangan Pariwisata di Obyek Wisata Waduk Gajah Mungkur, Kabupaten Wonogiri

Berdasarkan hasil analisis, ditemukan beberapa faktor pendorong dan penghambat yang butuh dipertimbangkan dalam penyelenggaraan evaluasi kebijakan pemasaran dan promosi pada pengembangan pariwisata Obyek Wisata Waduk Gajah Mungkur di Kabupaten Wonogiri.

Keberhasilan kebijakan pemasaran dan promosi sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor komunikasi, sumber daya, disposisi, dan struktur birokrasi. Dengan mengatasi faktor-faktor penghambat dan memaksimalkan faktor pendorong, maka tujuan pengembangan pariwisata dapat tercapai secara efektif.

Faktor Pendorong meliputi Waduk Gajah Mungkur menawarkan keindahan alam yang luar biasa, mulai dari perairan yang luas, pegunungan yang menjulang, hingga panorama matahari terbit dan terbenam yang memukau. Letak Waduk Gajah Mungkur yang strategis, tidak terlalu jauh dari pusat kota dan mudah diakses, menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Waduk ini menawarkan berbagai aktivitas wisata air seperti perahu wisata, memancing, hingga olahraga air lainnya. Masyarakat sekitar waduk memiliki kekayaan budaya yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata, seperti seni tradisional, kuliner khas, dan adat istiadat. Adanya dukungan dari pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata di Waduk Gajah Mungkur, baik dalam bentuk kebijakan maupun anggaran.

Dalam melaksanakan kebijakan pemasaran dan promosi pada pengembangan pariwisata memerlukan komunikasi yang jelas dan konsisten. Sehingga sumber daya manusia (*staf*) juga perlu ditingkatkan sesuai dengan pembagian tugas atau tupoksi yang sudah diberikan. Selaras dengan sikap seorang pelaksana (*stakeholder*), dedikasi, dan integritas, sehingga tidak menjadi hambatan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Adapun faktor penghambat dalam pelaksanaan kebijakan pemasaran dan promosi meliputi fasilitas pendukung pariwisata seperti jalan akses, tempat parkir, toilet, dan tempat sampah masih belum memadai. Promosi wisata Waduk Gajah Mungkur belum dilakukan secara intensif, sehingga belum banyak wisatawan yang mengetahui potensi wisata di kawasan ini. Produk wisata yang ditawarkan masih terbatas dan kurang variatif.

Upaya untuk mengatasi hambatan tersebut butuh dilaksanakan secara berkelanjutan dan terintegrasi, sehingga strategi pemasaran dan promosi bisa meraih tujuannya untuk menarik wisatawan dan memaksimalkan daya saing tujuan wisata.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang lebih optimal, kebijakan pemasaran dan promosi pengembangan pariwisata obyek wisata waduk gajah mungkur hendaknya tetap dilanjutkan dengan beberapa tindakan konkrtr (rekomendasi) dari permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Meningkatkan pemakaian media sosial dan platform online lainnya untuk menjangkau wisatawan secara lebih luas. Mengembangkan aplikasi wisata yang informatif dan mudah digunakan. Melaksanakan pemasaran digital yang tertarget dan terukur dengan menggandeng *influencer*. Serta memanfaatkan teknologi *virtual reality* (VR) dan *augmented reality* (AR) untuk menyajikan pengalaman wisata yang lebih menarik.
2. Mengembangkan paket wisata yang menarik dan sesuai dengan keperluan wisatawan. Menyasar pasar wisatawan yang berbeda, seperti wisatawan milenial, wisatawan keluarga, dan wisatawan mancanegara serta memaksimalkan potensi cendramata dan kuliner asli Kabupaten Wonogiri.
3. Membangun infrastruktur wisata yang memadai dan berkualitas, seperti jalan dan jembatan. Memaksimalkan kualitas pelayanan wisata, seperti akomodasi, restoran, dan tempat wisat serta memaksimalkan kualitas sumber daya manusia di bidang pariwisata lewat pelatihan dan pendidikan.
4. Mempromosikan pariwisata, masyarakat lokal, perusahaan pariwisata, dan pemerintah harus bekerja sama lebih erat. Membina komunikasi yang baik antar pihak yang berkepentingan untuk menjamin keselarasan pertumbuhan industri pariwisata. Untuk memastikan kebijakan pengembangan wisata efektif, lakukan pemantauan dan penilaian secara rutin.