

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa Desa Wisata Kereng Bangkirai memiliki peluang dalam mengembangkan daya tarik berbasis budaya. Dengan demikian, kesimpulan dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengembangan potensi wisata di Desa Wisata Kereng Bangkirai mengacu pada aspek budaya yang berkembang di masyarakat. Beberapa atraksi wisata berbasis budaya yang dapat diangkat seperti: 1) kuliner perikanan air tawar Sungai Sebangau yang diolah dan dikemas/disajikan secara tradisional, 2) menganyam purun dengan menghasilkan berbagai variasi produk serta melayani pengunjung yang ingin belajar menganyam, 3) aktifitas dayung dengan menggunakan *jukung* sebagai wahana wisata serta menangkap ikan, 4) festival dan kegiatan seni yang mengacu pada budaya kearifan lokal, 5) penataan pemukiman penduduk dengan lebih menarik dengan tetap menonjolkan keorisinalitas arsitektur permukiman Suku Dayak.
2. Ditinjau dari segi kendala, aspek-aspek yang mempengaruhi perkembangan budaya di Desa Wisata Kereng Bangkirai saat ini diantaranya disebabkan oleh: 1) tingkat apresiasi masyarakat terutama generasi muda terhadap pelestarian budaya masih sangat rendah, 2) kurangnya regenerasi terutama dari para pengrajin dan penggiat seni, 3) kurangnya inovasi terhadap pengembangan produk-produk lokal

seperti anyaman, pembuatan alat musik tradisional, souvenir, maupun kuliner 4) kurangnya penyelenggaraan kegiatan-kegiatan seni dan budaya seperti festival, *exhibition* dan lainnya, 5) belum terdapatnya fasilitas pertunjukan yang mendukung kegiatan berkesenian bagi masyarakat setempat, serta 6) upaya pemasaran tentang kegiatan seni dan budaya yang masih belum optimal.

3. Berdasarkan hasil analisis SWOT maka strategi pengembangan desa wisata berbasis budaya di Kereng Bangkirai didasari pada pengembangan produk, penetrasi pasar serta memaksimalkan strategi ofensif.
 - a. Dalam pengembangan produk, pengelola dapat melakukan pengemasan terhadap potensi budaya ke dalam paket wisata dengan menetapkan segmentasi dan target market yang luas. Selain itu produk olahan seperti anyaman, kuliner, souvenir dan lainnya dapat dikembangkan dengan membuat berbagai variasi yang menarik. Pengembangan produk harus memperhatikan kualitas serta pengemasan yang unik sehingga menarik minat wisatawan.
 - b. Melakukan penetrasi pasar dengan meningkatkan promosi pemasaran melalui kerjasama dengan berbagai *stakeholder* seperti: 1) biro perjalanan atau travel, lembaga pendidikan, komunitas, asosiasi duta wisata Kalimantan Tengah dan lainnya, 2) pemanfaatan melalui media sosial seperti *website*, *facebook*, *instagram*, *tiktok*, dan *youtube*, 3) menggunakan *influencer* yang cukup berpengaruh di masyarakat. Sebelum melakukan pemasaran, pengelola harus mempersiapkan produk dan sumber daya manusia (SDM) agar terciptanya produk dan layanan yang dapat memberi kepuasan terhadap konsumen

(pengunjung). Pentingnya meningkatkan pemasaran agar terbentuknya *destination image* di Desa Wisata Kereng Bangkirai.

- c. Memaksimalkan strategi ofensif berupa penggunaan setiap kekuatan untuk menghadapi ancaman. Tahap keputusan strategi ofensif dilakukan dengan cara meningkatkan penataan daya tarik wisata budaya serta lingkungan di Desa Wisata Kereng Bangkirai agar memiliki keunggulan serta kekhasan yang menonjolkan nilai-nilai budaya berupa kearifan lokal setempat, sehingga memiliki diferensiasi dengan tempat wisata lainnya di Kota Palangka Raya. Produk-produk yang dikembangkan ditargetkan agar memiliki minat yang sangat luas tidak sebatas kalangan tertentu saja

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka yang dapat disarankan dalam upaya pengembangan desa wisata berbasis budaya di Kereng Bangkirai yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan apresiasi masyarakat setempat terutama generasi muda terhadap pelestarian budaya dengan membentuk *community based tourism/CBT*, sehingga tercapainya upaya regenerasi dan pengembangan. Melalui kelompok atau komunitas seni dan budaya, maka masyarakat dapat melakukan pelatihan, diskusi serta membangun tujuan secara bersama-sama. Selain itu, tujuannya diharapkan dapat membuka secara luas perspektif masyarakat tentang peluang pengembangan wisata berbasis budaya di lingkup kepariwisataan.

2. Dalam upaya pemasaran produk, bagi para pelaku usaha seperti kerajinan, kuliner, *souvenir* dan lainnya di Desa Wisata Kereng Bangkirai, agar dapat membuat *brand* atau merek sehingga membantu produk tersebut dapat dikenal dan dipasarkan secara luas di berbagai wilayah. Selain itu, berbagai pelaku usaha dapat memanfaatkan media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *tiktok*, maupun *influencer* dalam memasarkan produk/jasa.
3. Meningkatkan berbagai program kegiatan seni maupun budaya yang dapat diagendakan dalam program bulanan/tahunan di Desa Wisata Kereng Bangkirai melalui festival, *exhibition*, serta kegiatan adat. Penting untuk diperhatikan terutama dalam mengangkat seni pertunjukkan rakyat maupun karya lainnya yang memuat unsur pada budaya kearifan lokal. Melalui pengadaan kegiatan secara rutin tersebut diharapkan dapat menjadi wadah bagi para komunitas (CBT) dalam menampilkan karya-karya yang dihasilkan, serta meningkatkan rasa ‘memiliki’ dari masyarakat terhadap seni dan budaya yang mereka punya.
4. Melengkapi berbagai fasilitas penunjang yang dapat digunakan oleh masyarakat setempat dalam berkesenian seperti kelengkapan alat musik tradisional, balai atau pendopo seni, dan lainnya.
5. Dalam upaya meningkatkan kerjasama dengan berbagai *stakeholder* dalam melakukan pengembangan terhadap Desa Wisata Kereng Bangkirai maka diharapkan melalui pokdarwis, masyarakat setempat, maupun Pemerintah Daerah terutama Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di Kota Palangka Raya secara rutin melakukan program dan evaluasi terhadap pelaksanaan pariwisata secara bersama.

Upaya-upaya yang disarankan meliputi perbaikan kualitas produk dan layanan yang diberikan, serta jaminan keselamatan dan kenyamanan bagi pengunjung.



DAFTAR PUSTAKA

- Anggrenie, Yohana. (2019). Strategi Dinas Pariwisata Kota Palangka Raya dalam pengembangan potensi obyek wisata alam di Kereng Bangkirai. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Palangkaraya.
- Ardika, I Gede. (2018). *Kepariwisata Berkelanjutan: Rintis Jalan Lewat Komunitas*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Arida, Nyoman Sukma. 2009. *Meretas Jalan Ekowisata Bali*. Denpasar: Udayana University Press
- Atmoko, T Prasetyo Hadi. (2014). Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Brajan Kabupaten Sleman. *Jurnal Media Wisata*, 12 (2), 146-154.
- Hendrawasti., Asnaini., & Sulistyorini, Pembayun. (2006). Pahandut: Suatu Tinjauan Sejarah Sosial Politik. Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, Balai Kajian Sejarah dan Nilai Tradisional.
- McKercher, B. 2002. *Toward a Classification of Cultural Tourists*. *International Journal of Tourism Research*, 4, 29-38.
- Moleong, Lexi J. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Suwarso. 2013. *Manajemen Strategik: Konsep dan Alat Analisis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Muljadi, A.J. (2012). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nugroho, Iwan., & Negara, Purnawan D. (2015). *Pengembangan Desa Melalui: Ekowisata*. Solo: PT Era Adicitra Intermedia

- Nuraeni, Heny Gustini & Alfian, Muhammad. (2013). *Studi Budaya di Indonesia*. Pustaka Setia: Bandung
- Pantiasia, I Wayan. (2019, Desember). Model Pengembangan Desa Wisata Berbasis Daya Tarik Wisata Alam & Budaya di Desa Paksewali Klungkung-Bali. *Jurnal disampaikan dalam Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian-Denpasar*.
- Pitana, I Gede., & Diarta, I Ketut Surya. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Priyanto & Safitri, Dyah. (2016). Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Budaya Tinjauan Terhadap Desa Wisata di Jawa Tengah. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 4 (1), 76-84.
- Rai Utama, I Gusti Bagus. (2015). Mengelola Warisan Budaya Sebagai Produk Wisata. Diambil dari <http://www.researchgate.net/publication/280011503>.
- Rangkuti, Freddy. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT: Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. (2017a). *SWOT Balance Scorecard: Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif plus Cara Mengelola Kinerja dan Risiko*. Jakarta: PT Gramedia.
- Rahmatillah, Tri Putri dkk., (2019). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Wisata Alam & Budaya Sebagai Media Promosi Desa Sangiang. *Jurnal Planoearth*, 4 (2), 111-116.
- Riwut, Nila. (2003). *Maneser Panatau Tatu Hiang: Menyelami Kekayaan Leluhur*. Palangka Raya: Pusakalima.
- Sedjati, Retina Sri. 2015. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Deepublish
- Siyok, Damianus., & Etika, Tiwi. (2014). *Mutiara Isen Mulang: Memahami Bumi dan*

- Manusia Palangka Raya. Palangka Raya: PT. Sinar Bagawan Khatulistiwa.
- Siyok, Damianus. (2019a). Ngabe Anom Soekah. Palangka Raya: PT. Sinar Bagawan Khatulistiwa.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo, Bambang. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sutiarso, Agus. (2018). Strategi Pengembangan Wisata Berbasis Budaya di Desa Selumbung-Karangasem Bali. Diambil dari <http://www.researchgate.net/publication/327797160>.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

