

## **BAB IV PENUTUP**

### **A. KESIMPULAN**

Pengembang dan pengelolaan objek wisata alam Banto Royo yang dilakukan oleh masyarakat lokal beserta inisiator pada awalnya sesuai dengan prinsip-prinsip Community Based Tourism. Prinsip-prinsip CBT yang menggunakan pendekatan pembangunan pengelolaan pariwisata yang mengikutsertakan masyarakat terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung.

Namun akibat seluruh Indonesia terjangkit oleh pandemi covid-19, seluruh perekonomian Indonesia terkena imbasnya yang salah satunya di bidang pariwisata. Ketika pasca pandemi covid-19, pihak pengelola tidak mampu memaintenance untuk wisata alam Banyo Royo kembali diminati seperti sebelumnya. Penghasilan yang awalnya hampir satu milyar di tiap bulannya menurun drastis menjadi 10 sampai 20 juta perbulannya. Setelah ditelusuri lebih dalam, terdapat beberapa alasan terhambatnya perkembangan objek wisata Banto Royo, dan sebagian besar berasal dari faktor internal.

Rendahnya kualitas promosi dan pemasaran destinasi wisata juga menjadi salah satu alasan utama penurunan jumlah wisatawan pada objek wisata Banto Royo. Masyarakat yang pada awalnya aktif terlibat dalam kegiatan promosi dan pemasaran destinasi mulai merasa bahwa usaha mereka tidak membuahkan hasil yang signifikan. Kegiatan promosi yang kurang efektif dan terbatasnya sumber

daya untuk mengembangkan produk wisata menjadi faktor penghambat utama dalam menarik wisatawan. Ketidakmampuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas mengakibatkan berkurangnya minat wisatawan, yang pada akhirnya mempengaruhi pendapatan dan partisipasi masyarakat.

Keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan destinasi wisata juga terganggu akibat kurangnya koordinasi antara berbagai pihak yang terlibat dalam pengelolaan wisata alam, yaitu dari masyarakat setempat, pihak pengelola dan inisiator. Kurangnya sinergi ini menyebabkan pengelolaan destinasi menjadi kurang efektif. Ketidakjelasan alur komunikasi dan pembagian tugas membuat masyarakat merasa tidak dihargai, dan ini menyebabkan penurunan semangat mereka untuk berpartisipasi lebih lanjut.

Di sisi lain, perubahan perilaku wisatawan juga mempengaruhi pola kunjungan ke destinasi wisata alam. Banyak wisatawan kini lebih memilih destinasi yang lebih dekat, lebih terjangkau, atau lebih mudah diakses. Faktor kenyamanan dan kemudahan dalam perjalanan menjadi pertimbangan utama dalam memilih destinasi wisata. Sementara itu, destinasi wisata yang dikelola secara berbasis masyarakat sering kali memerlukan waktu dan usaha yang lebih banyak, baik dari sisi transportasi maupun fasilitas yang tersedia. Akibatnya, meskipun destinasi tersebut menawarkan pengalaman alam yang unik, banyak wisatawan yang enggan untuk berkunjung, yang berdampak langsung pada penurunan kunjungan dan partisipasi masyarakat.

Selain faktor eksternal, faktor internal seperti kurangnya keterampilan dan pengetahuan masyarakat dalam mengelola destinasi wisata alam juga menjadi kendala. Pengelolaan wisata alam yang efektif memerlukan keterampilan dalam manajemen, pemasaran, dan pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan. Namun, masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan wisata alam sering kali tidak memiliki pelatihan atau pendidikan yang memadai di bidang ini. Tanpa adanya penguatan kapasitas dan pelatihan yang kontinu, kemampuan masyarakat untuk mengelola dan memajukan destinasi wisata menjadi terbatas, yang pada akhirnya mempengaruhi kualitas pelayanan dan daya tarik wisata.

Keberhasilan pengelolaan wisata alam berbasis masyarakat sangat bergantung pada keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Oleh karena itu, strategi pengelolaan wisata yang berbasis pada keberlanjutan dan pemberdayaan masyarakat harus didukung dengan kebijakan yang tepat, perencanaan yang matang, serta sinergi antara berbagai pihak. Tanpa dukungan yang memadai, masyarakat akan merasa kehilangan motivasi untuk terus berpartisipasi, yang pada gilirannya akan mengancam keberlanjutan destinasi wisata tersebut.

Pengembang dan pengelolaan objek wisata alam Banto Royo yang dilakukan oleh masyarakat lokal beserta inisiator pada awalnya sesuai dengan prinsip-prinsip Community Based Tourism. Prinsip-prinsip CBT yang menggunakan pendekatan pembangunan pengelolaan pariwisata yang mengikutsertakan masyarakat terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung. Akibat dari berbagai faktor ini, prinsip CBT yang awalnya diharapkan

dapat memberikan manfaat sosial, ekonomi, dan lingkungan secara berkelanjutan menjadi sulit untuk diwujudkan. Akan tetapi, pada kenyataannya prinsip Community Based Tourism yang masuk ke dalam konsep pembangunan berkelanjutan bukanlah jawaban untuk mengentaskan masalah perekonomian melalui pariwisata. CBT tidak dapat dianggap menjadi solusi yang sempurna dan siap pakai dalam permasalahan masyarakat meskipun konsep ini dapat dikatakan menjanjikan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun pengelolaan wisata alam berbasis masyarakat dapat memberikan manfaat yang besar pada awalnya, keberlanjutannya sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti jumlah wisatawan, kualitas pengelolaan, serta keterlibatan berbagai pihak. Penurunan jumlah kunjungan wisatawan yang drastis mengakibatkan penurunan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata, namun dengan adanya pendekatan yang lebih inklusif, dukungan yang memadai, dan pengelolaan yang berkelanjutan, pengelolaan wisata alam berbasis masyarakat dapat kembali berjalan dengan baik dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat dan lingkungan.

## **B. SARAN**

Dari penelitian ini, beberapa alasan dari penulis :

1. Penulis melihat dari kondisi lingkungan objek wisata, terdapat banyak infrastruktur yang tidak terawat dan lingkungan yang masih belum dibersihkan. Sebaiknya infrastruktur seperti jembatan, saung/gazebo

tempat bermain anak, atraksi wisata perlu diperbaiki dan dicek secara berkala agar tidak membahayakan wisatawan. Serta libgkungan yang berserakan

2. Pihak pengelola perlu mengadakan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat lokal dalam aspek manajemen pariwisata, pemasaran, pengelolaan keuangan, dan pengembangan produk wisata. Hal ini penting untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola destinasi wisata secara mandiri dan profesional.
3. Penting untuk memperhatikan strategi promosi yang lebih efektif, termasuk pemanfaatan media digital, perlu diterapkan untuk meningkatkan visibilitas destinasi di pasar wisata. Pihak pengelola dapat bekerja sama dengan platform pariwisata untuk memperluas jangkauan promosi.

