

V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Adapun kesimpulan penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Potensi wisata alam, potensi wisata budaya dan potensi wisata buatan Desa Wisata Cikakak sudah dikembangkan atas dukungan dan kerjasama dengan berbagai pihak namun penerapan konsep wisata hijaunya masih belum maksimal. Pengembangan lebih terfokus pada sarana prasarana dan SDM Pengelola desa wisata. Penebangan pohon dan alih fungsi lahan dilakukan terbatas hanya untuk mendukung pembangunan sarana prasarana yang dibutuhkan sehingga tidak terlihat perubahan tutupan lahan yang signifikan, namun kadar *Escherichia Colli* dalam air sungai Cikakak melebihi baku mutu yang telah ditetapkan. Kera ekor panjang yang sering masuk ke pemukiman dan mengganggu warga serta pencemaran udara akibat asap kendaraan bermotor milik pengunjung juga perlu ditindaklanjuti. Kelengkapan penunjang wisata hijau di area destinasi wisata Desa Cikakak masih kurang dan atraksi yang mendukung program konservasi dan sifatnya berkelanjutan harus ditambah.
2. Strategi pemasaran sosial yang tepat untuk mengembangkan wisata hijau desa Cikakak ialah strategi defensif. Strategi defensif dilakukan utamanya dengan mempengaruhi pola pikir, persepsi dan perilaku target adopter (pengelola wisata, masyarakat dan pengunjung) agar lebih peduli terhadap lingkungan di sekitar destinasi wisata. Taktik pemasaran sosial yang dipergunakan untuk mendukung tercapainya strategi terbagi dalam 7 unsur yaitu produk, promosi, orang, tempat, harga, proses, dan bukti fisik.

5.2. Saran

Beberapa saran terkait Desa Wisata Cikak ialah sebagai berikut :

1. Pemasaran sosial untuk mempengaruhi pola pikir, persepsi dan perilaku dimulai paling awal kepada pengelola Desa Wisata baru dilanjutkan kepada masyarakat dan pengunjung.
2. Perlu adanya konsep besar pengembangan wisata hijau Desa Cikakak yang disusun bersama oleh pihak Desa Cikakak, Pemerintah Kabupaten, Komunitas bisnis dan Akademisi.

5.3.Rekomendasi

Beberapa rekomendasi yang dapat diajukan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian ialah sebagai berikut :

1. Pemasaran sosial kepada pengelola wisata dilanjutkan dengan pengembangan produk (atraksi) wisata yang ramah lingkungan dan menarik.
2. Pemasaran sosial untuk masyarakat dan pengunjung wisata harapannya dapat membentuk persepsi dan tindakan yang selaras dengan pelestarian lingkungan dimulai dari tidak membuang sampah sembarangan, tidak merusak alam serta mengurangi emisi kendaraan bermotor.
3. Program pengembangan wisata terkait dengan pemberdayaan masyarakat melalui gemar tani ternak organik diupayakan bersifat *bottom-up* dan bertujuan utama mensejahterakan pribadi pelaku baru kemudian secara bertahap dikemas menjadi paket wisata ramah lingkungan.