

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka keasempulan kajian sebagai berikut:

1. Kabupaten Malaka memiliki kekuatan besar dalam promosi pariwisata berbasis kebudayaan dan ekowisata, terutama pada kekayaan budaya lokal seperti tari Likurai, tenun ikat, rumah adat, serta kekayaan alam berupa pantai dan mata air yang masih alami. Keterlibatan masyarakat lokal dalam pelestarian budaya dan pengelolaan tempat wisata menjadi modal sosial yang kuat untuk mendukung daya tarik wisata. Dukungan adat istiadat dan nilai-nilai lokal menjadikan pariwisata di Malaka memiliki keunikan tersendiri dibandingkan daerah lain.
2. Meskipun memiliki potensi besar, pengembangan promosi pariwisata di Malaka masih menghadapi berbagai kelemahan. Infrastruktur pendukung seperti jalan, toilet umum, dan papan informasi wisata masih sangat terbatas. Selain itu, minimnya anggaran khusus untuk promosi, kurangnya SDM yang kompeten dalam pariwisata, serta belum optimalnya pemanfaatan media digital dan teknologi menjadi penghambat utama dalam upaya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan secara luas dan berkelanjutan.
3. Peluang pengembangan promosi pariwisata di Kabupaten Malaka terbuka luas. Dukungan kebijakan dari pemerintah pusat dan daerah, meningkatnya tren wisata berbasis alam dan budaya, serta berkembangnya teknologi digital menjadi peluang strategis untuk meningkatkan promosi. Selain itu, potensi

kolaborasi dengan sektor swasta, komunitas kreatif, dan pelaku budaya memungkinkan terbentuknya jejaring promosi yang lebih luas dan efektif, baik secara nasional maupun internasional.

4. Ancaman utama dalam pengembangan promosi pariwisata di Malaka antara lain persaingan dengan destinasi wisata yang lebih dikenal dan sudah berkembang, seperti daerah wisata di Bali, Lombok, dan Labuan Bajo. Perubahan iklim yang menyebabkan bencana alam seperti banjir atau gelombang pasang juga mengancam keberlanjutan objek wisata alam. Rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga lingkungan dan melestarikan budaya menjadi risiko tambahan yang dapat mengurangi kualitas daya tarik wisata daerah ini.
5. Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi promosi pariwisata di Kabupaten Malaka perlu dirancang secara terpadu dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta meminimalkan kelemahan dan menghadapi ancaman dengan pendekatan adaptif. Strategi promosi yang efektif harus melibatkan kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, pengelola sanggar, pelaku wisata, dan wisatawan itu sendiri. Fokus strategi dapat diarahkan pada peningkatan infrastruktur, promosi digital, penyelenggaraan event budaya, pemberdayaan masyarakat lokal, dan penguatan identitas pariwisata daerah berbasis budaya dan ekowisata.

6.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, maka saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Malaka:

Pemerintah diharapkan meningkatkan alokasi anggaran khusus untuk promosi pariwisata serta memperbaiki infrastruktur pendukung seperti akses jalan, toilet umum, papan informasi, dan pusat layanan wisata. Selain itu, pemerintah juga perlu menyelenggarakan pelatihan dan pendampingan bagi pelaku pariwisata dan masyarakat lokal agar memiliki kapasitas dalam mengelola dan mempromosikan potensi wisata secara profesional dan berkelanjutan.

2. Bagi Pelaku dan Pengelola Pariwisata (Termasuk Sanggar dan Komunitas Budaya):

Pengelola wisata dan sanggar budaya perlu aktif mengembangkan konten promosi yang menarik dan memanfaatkan media sosial secara konsisten sebagai alat promosi modern. Mereka juga disarankan untuk berinovasi dalam mengemas atraksi budaya dan ekowisata agar lebih menarik bagi wisatawan, misalnya dengan membuat pertunjukan berkala atau program wisata edukasi berbasis budaya lokal.

3. Bagi Masyarakat Lokal:

Masyarakat di sekitar lokasi wisata perlu terus dilibatkan dan diberdayakan agar merasa memiliki terhadap destinasi wisata yang ada. Peran aktif masyarakat dalam menjaga kebersihan, kelestarian lingkungan, serta

melestarikan budaya lokal menjadi faktor penting dalam menciptakan citra positif daerah wisata. Kesadaran kolektif terhadap pentingnya pariwisata akan memperkuat promosi melalui pendekatan partisipatif.

4. Bagi Wisatawan:

Wisatawan diharapkan dapat menjadi bagian dari promosi tidak langsung dengan berbagi pengalaman melalui media sosial dan memberi umpan balik yang konstruktif. Wisatawan juga diimbau untuk menghargai budaya lokal, menjaga lingkungan, serta mendukung ekonomi lokal melalui pembelian produk dan jasa masyarakat sekitar.

5. Bagi Peneliti Selanjutnya:

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian lebih lanjut dengan menggunakan pendekatan kuantitatif maupun kombinasi metode (*mixed methods*) guna mengukur efektivitas strategi promosi secara statistik. Penelitian juga bisa diarahkan pada evaluasi dampak sosial ekonomi dari promosi pariwisata terhadap kesejahteraan masyarakat di wilayah perbatasan.