

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan diskusi tentang pengaruh strategi iklan, Base View, dan Tingkat pendapatan terhadap keputusan menginap wisatawan di Perkemahan Palutungan Kuningan, kesimpulan berikut dapat ditarik.

1. Strategi Iklan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menginap Wisatawan (Y) di Perkemahan Palutungan Kuningan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar $-0,834 < t\text{-tabel}$ sebesar 1,660, dengan signifikansi $0,406 > 0,05$. Koefisien regresi negatif (-0,120) menunjukkan bahwa metode periklanan yang digunakan saat ini tidak selaras dengan karakteristik dan motivasi wisatawan pencinta alam, sehingga tidak efektif dalam mendorong keputusan menginap.
2. Base View (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menginap Wisatawan (Y) di Perkemahan Palutungan Kuningan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar $5,003 > t\text{-tabel}$ sebesar 1,660, dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, serta koefisien beta tertinggi sebesar 0,488. Base View merupakan variabel terkuat dalam model yang menunjukkan bahwa pemandangan alam Palutungan, termasuk hutan pinus, udara pegunungan, dan lingkungan yang masih alami, merupakan pendorong paling unggul bagi keputusan wisatawan untuk menginap.
3. Tingkat Pendapatan (X3) secara signifikan memengaruhi keputusan wisatawan untuk menginap (Y) di Perkemahan Palutungan Kuningan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t yang dihitung sebesar $3,392 > t\text{-tabel}$ sebesar 1,660, dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$, serta koefisien beta sebesar 0,313. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan finansial wisatawan merupakan pertimbangan terpenting kedua setelah Base View, karena berkemah membutuhkan biaya yang lebih komprehensif daripada kunjungan singkat.
4. Strategi Iklan (X1), Base View (X2), dan Tingkat Pendapatan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menginap wisatawan

(Y) di Area Perkemahan Palutungan Kuningan. Hal ini dibuktikan dengan nilai F yang dihitung sebesar 27,211 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,460 atau 46,0% menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut bersama-sama mampu menjelaskan 46,0% perubahan keputusan menginap wisatawan, sedangkan sisanya 54,0% dipengaruhi oleh elemen lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

5. Analisis perilaku konsumen dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pilihan akomodasi wisatawan di Area Perkemahan Palutungan Kuningan tidak hanya dipengaruhi oleh satu elemen, tetapi merupakan kombinasi daya tarik visual alam (Base View), kemampuan finansial (Tingkat Pendapatan), dan kebutuhan komunikasi pemasaran (Strategi Iklan), yang saling terkait. Konsumen tipe wisatawan cenderung memprioritaskan keaslian dan keindahan lingkungan sebagai aspek terpenting, kemudian mencocokkannya dengan kondisi ekonomi pribadi mereka sebelum mengambil keputusan untuk menginap. Strategi Iklan dalam situasi ini berfungsi sebagai elemen pendukung yang masih perlu ditingkatkan, karena metode yang diterapkan belum sepenuhnya sesuai dengan dorongan internal dan pola pengambilan keputusan wisatawan pencinta alam yang lebih dipengaruhi oleh pengalaman nyata dan saran pribadi daripada iklan resmi. Memahami kombinasi ketiga elemen ini sangat penting sebagai dasar untuk mengembangkan strategi pengembangan destinasi wisata alam yang lebih komprehensif dan efektif.

B. Implikasi Penelitian

1. Implikasi Teoritis (Pengembangan Ilmu)

- a. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya teori Resource-Based View (RBV) untuk ekowisata, khususnya setelah menunjukkan bahwa Base View merupakan aset internal yang memenuhi kriteria VRIO dan menjadi faktor paling berpengaruh dalam keputusan wisatawan untuk tetap tinggal di lokasi perkemahan ekowisata.
- b. Fakta bahwa strategi periklanan tidak memiliki dampak signifikan sebagian memperkaya penelitian komunikasi pemasaran digital dengan

bukti yang jelas bahwa keberhasilan periklanan tidak selalu sama, tetapi sangat bergantung pada keselarasan strategi komunikasi dengan karakteristik dan motivasi segmen wisatawan target.

- c. Penelitian ini memberikan bukti empiris dari studi tentang kebiasaan konsumen wisata berkemah di Indonesia, khususnya dengan menunjukkan bahwa pendapatan merupakan faktor signifikan dalam keputusan untuk tetap tinggal di destinasi yang membutuhkan persiapan keuangan yang lebih kompleks dibandingkan dengan perjalanan sehari-hari.

2. Implikasi Praktis (Manfaat bagi Pelaku Usaha)

- a) Pengaruh kuat dari Base View menunjukkan bahwa para pengelola memprioritaskan investasi terbesar untuk melestarikan dan meningkatkan kualitas objek wisata alam, karena aset-aset ini lebih berpengaruh dalam memengaruhi keputusan menginap dibandingkan dengan strategi promosi apa pun.
- b) Kurangnya strategi periklanan yang signifikan menunjukkan bahwa bisnis perlu menggeser pendekatan mereka dari periklanan formal ke strategi konten autentik berdasarkan pengalaman pengunjung dalam kehidupan nyata, yang lebih sesuai dengan perilaku wisatawan pencinta alam di era digital.
- c) Pengaruh signifikan dari tingkat pendapatan menyiratkan pentingnya strategi penetapan harga yang berbeda, di mana para pengelola perlu mengembangkan berbagai pilihan paket dengan rentang harga yang mencerminkan kemampuan finansial pada berbagai segmen wisatawan.

3. Implikasi Kebijakan (Bagi Instansi/Aturan)

- a. Dominasi Base View menunjukkan bahwa kebijakan konservasi lingkungan dan pengelolaan kawasan wisata alam harus diprioritaskan dalam perencanaan pembangunan regional, karena kerusakan ekosistem secara langsung melemahkan daya tarik utama yang mendorong keputusan wisatawan untuk tinggal di Perkemahan Palutungan Kuningan.
- b. Pengaruh signifikan tingkat pendapatan menunjukkan perlunya kebijakan yang mempromosikan aksesibilitas pariwisata untuk berbagai

segmen ekonomi, misalnya melalui program subsidi pariwisata atau insentif bagi pengelola yang menyediakan pilihan akomodasi dengan kisaran tarif inklusif.

- c. Tidak berpengaruhnya strategi periklanan menunjukkan bahwa anggaran promosi pariwisata regional perlu dievaluasi dan dialihkan ke pendekatan konten berbasis komunitas serta ekosistem ulasan digital yang lebih sesuai dengan karakteristik wisatawan alam.

C. Saran

1. Bagi Pengelola Bumi Perkemahan Palutungan Kuningan

- a. Prioritaskan pelestarian dan peningkatan daya tarik alam sebagai tujuan strategis jangka panjang, termasuk upaya menjaga ekosistem hutan pinus, menciptakan lokasi pengamatan yang menarik, serta menerapkan prosedur pemantauan kualitas lingkungan secara rutin.
- b. Tinjau strategi promosi dengan mengalihkan fokus dari promosi formal ke materi yang mencerminkan pengalaman pengunjung yang autentik, berkolaborasi dengan pembuat konten atau kelompok konservasi alam, serta meningkatkan seluruh platform digital secara terintegrasi.
- c. Merancang berbagai paket wisata dengan harga berbeda untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dari semua tingkat ekonomi, termasuk paket kombinasi yang menggabungkan akomodasi dengan kegiatan berkemah, menawarkan manfaat yang sepadan dengan harganya bagi semua kelompok.

2. Bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Kuningan

- a. Memperkuat peraturan untuk melindungi kawasan alam di sekitar Perkemahan Palutungan melalui peraturan zonasi yang memastikan keseimbangan antara pengembangan fasilitas wisata dan keberlanjutan lingkungan, serta pemantauan ketat terhadap pelaksanaannya.
- b. Meningkatkan aksesibilitas ke Palutungan dengan memperbaiki jalan dan transportasi, serta menerapkan program pelatihan bagi pengelola destinasi wisata alam tentang metode promosi digital, manajemen testimoni online, dan perancangan paket wisata kelompok.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Menjelajahi faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, seperti kualitas layanan, kelengkapan fasilitas, aksesibilitas, rekomendasi word of mouth, dan keunggulan keseluruhan pengalaman berkemah, mengingat bahwa 54,0% varians dalam niat menginap tetap tidak dijelaskan oleh kerangka penelitian ini.
- b. Memperluas cakupan responden dan menggunakan metode campuran yang menggabungkan penilaian numerik dengan wawancara mendalam, serta meneliti perbandingan destinasi wisata alam untuk berkemah di wilayah Jawa Barat demi menghasilkan kesimpulan implementasi yang lebih luas.

