

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai “Kontribusi UMKM di sekitar Obyek Wisata Guci terhadap peningkatan kunjungan wisatawan” dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kontribusi UMKM di sekitar Obyek Wisata Guci terhadap peningkatan kunjungan wisatawan terlihat melalui ketersediaan produk dan jasa yang mampu memenuhi kebutuhan wisatawan selama berada di kawasan wisata. UMKM menyediakan berbagai produk dan layanan seperti kuliner khas, penginapan, oleh-oleh, fashion, serta jasa hiburan yang mendukung kenyamanan wisatawan. Selain itu, kualitas pelayanan yang ramah, kebersihan tempat usaha, harga yang terjangkau, keunikan produk lokal, serta kemudahan akses dan transaksi menjadi faktor yang mendukung kepuasan wisatawan. Kondisi tersebut sejalan dengan konsep *Community Based Tourism (CBT)* yang menempatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama dalam pengembangan pariwisata melalui pemberdayaan ekonomi masyarakat. Dengan adanya kontribusi UMKM tersebut, wisatawan merasa lebih nyaman, kebutuhan wisata terpenuhi, serta memiliki minat untuk melakukan kunjungan kembali ke Obyek Wisata Guci.
2. Jenis-jenis UMKM yang berkontribusi terhadap peningkatan kunjungan wisatawan di Obyek Wisata Guci meliputi UMKM kuliner, penginapan atau villa, penjualan oleh-oleh dan fashion, serta jasa hiburan wisata. UMKM kuliner seperti sate kelinci dan manisan khas Guci menjadi daya tarik utama karena memiliki ciri khas daerah yang mampu memberikan pengalaman wisata berbeda bagi pengunjung. Selain itu, usaha penginapan atau villa juga memberikan kontribusi besar karena mendukung kebutuhan wisatawan yang ingin menginap dan menghabiskan waktu lebih lama di kawasan wisata. Semakin lama wisatawan tinggal, maka semakin besar pula aktivitas ekonomi

yang terjadi di sekitar kawasan wisata. Dengan demikian, UMKM kuliner dan Usaha penginapan menjadi jenis usaha yang paling berkontribusi terhadap peningkatan kunjungan wisatawan serta memberikan dampak terhadap peningkatan ekonomi masyarakat dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di kawasan wisata Guci.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kontribusi UMKM di sekitar Obyek Wisata Guci terhadap peningkatan kunjungan wisatawan serta jenis-jenis UMKM yang berkontribusi dalam mendukung aktivitas pariwisata, penulis merasa perlu memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pengelola wisata, pelaku UMKM, maupun peneliti selanjutnya. Saran ini diharapkan dapat menjadi masukan konstruktif dalam meningkatkan kualitas pelayanan wisata, pengembangan UMKM, serta keberlanjutan pariwisata berbasis masyarakat di kawasan wisata Guci.

1. Bagi pengelola Obyek Wisata Guci, diharapkan dapat meningkatkan pembinaan dan pendampingan terhadap pelaku UMKM di sekitar kawasan wisata. Pembinaan tersebut dapat dilakukan melalui pelatihan pelayanan wisata, pengembangan kualitas produk lokal, kebersihan tempat usaha, serta pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana promosi. Pengelola juga perlu mendorong pelaku UMKM agar lebih aktif menggunakan media sosial dan sistem pembayaran digital seperti QRIS guna mempermudah wisatawan dalam melakukan transaksi. Selain itu, pengelola disarankan terus menjaga kebersihan kawasan wisata, memperbaiki fasilitas pendukung, serta melakukan penataan area UMKM agar terlihat lebih tertib dan nyaman sehingga mampu meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung kembali ke Obyek Wisata Guci.
2. Bagi pelaku UMKM di sekitar Obyek Wisata Guci, diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan kepada wisatawan. Pelaku UMKM perlu mempertahankan ciri khas produk lokal seperti sate kelinci, manisan khas Guci, dan oleh-oleh daerah agar tetap menjadi daya tarik wisata. Selain itu, keramahan, kebersihan tempat usaha, serta harga yang terjangkau

perlu terus dipertahankan untuk menciptakan kepuasan wisatawan. Pelaku UMKM juga disarankan mulai memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business sebagai sarana promosi agar produk dan jasa yang ditawarkan lebih dikenal luas oleh wisatawan dari berbagai daerah.

3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian mengenai kontribusi UMKM terhadap sektor pariwisata dengan menambahkan variabel lain seperti pengaruh digital marketing, kepuasan wisatawan, atau dampak ekonomi UMKM terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat memperluas lokasi penelitian pada destinasi wisata lain sehingga diperoleh perbandingan mengenai pengembangan UMKM berbasis pariwisata di berbagai daerah. Dengan demikian, hasil penelitian yang diperoleh dapat menjadi lebih luas dan komprehensif dalam mendukung pengembangan

