

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kondisi pendapatan pelaku usaha di Curug Cijalu saat ini masih tergolong rendah dan bersifat tidak menentu (musiman). Pendapatan para pelaku usaha cenderung meningkat pada hari libur nasional, Lebaran, dan akhir pekan, sementara pada hari biasa dan musim hujan pendapatan menurun drastis. Perbedaan pendapatan antara kedua jenis usaha dipengaruhi oleh margin keuntungan produk dan daya beli wisatawan, di mana produk suvenir memiliki nilai jual lebih tinggi dibandingkan makanan dan minuman.
2. Pengembangan ekonomi kreatif di Curug Cijalu sudah berjalan meskipun masih dilakukan secara mandiri oleh masing-masing pelaku usaha. Dari sisi pelatihan, pihak desa telah menyelenggarakan pelatihan UMKM bagi para pedagang, namun pelatihan yang khusus mengenai ekonomi kreatif belum pernah ada. Kreativitas para pelaku usaha terwujud melalui produk kerajinan tangan seperti sweater rajut, tas rajut, dan kaos bermotif khas Curug Cijalu, sementara inovasi terlihat dari personalisasi produk dan penambahan menu kuliner khas Sunda. Subsektor kriya dan kuliner menjadi yang paling aktif berjalan, meski masih memerlukan dukungan dari sisi pelatihan ekonomi kreatif, penguatan branding, dan akses permodalan agar dapat berkembang lebih optimal.
3. Berdasarkan pendekatan Sustainable Tourism Business Model, ketiga pilar keberlanjutan di Curug Cijalu sudah mulai berjalan melalui berbagai upaya pihak desa, di antaranya kemudahan perizinan usaha, program unggulan UMKM, penanaman pohon, penyediaan petugas kebersihan, serta dukungan terhadap pemasaran produk khas lokal. Dari sisi elemen model bisnis, strategi yang direkomendasikan mencakup diversifikasi produk berbasis kearifan lokal, optimalisasi pemasaran digital, serta pembentukan

koperasi pedagang sebagai wadah penguatan modal kolektif agar pendapatan pelaku usaha tidak sepenuhnya bergantung pada kunjungan fisik yang bersifat musiman.

4. Berdasarkan analisis SWOT, posisi strategis pelaku usaha berada pada Kudran I yang menunjukkan situasi menguntungkan untuk menerapkan strategi pertumbuhan agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi SO, ST, WO, dan WT direkomendasikan secara strategis, dengan prioritas utama pada pemanfaatan keunikan produk lokal dan promosi digital untuk memperluas jangkauan pasar serta menghadapi persaingan dengan destinasi wisata lain yang lebih berkembang.

## **B. Saran**

Dari hasil penelitian di atas peneliti dapat membuat beberapa saran, diantaranya:

1. Bagi pelaku usaha di kawasan Curug Cijalu, disarankan agar dapat memanfaatkan media sosial dan marketplace sebagai saluran pemasaran tambahan, melakukan diversifikasi produk berbasis kearifan lokal, serta membentuk koperasi pedagang sebagai wadah penguatan modal bersama.
2. Bagi pengelola wisata, disarankan untuk menyelenggarakan pelatihan digital marketing dan ekonomi kreatif bagi pelaku usaha, mengembangkan atraksi wisata pendukung untuk memperpanjang durasi kunjungan, serta memperbaiki jaringan sinyal telepon di area wisata guna mendukung aktivitas pemasaran.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON