

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah dilakukannya penelitian tentang pengembangan objek wisata dan pengembangan ekonomi kreatif di pantai karangsong Indramayu maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal yaitu:

1. Pengembangan objek wisata bisa dilakukan dengan partisipasi pengelola dan pemerintah dalam mengembangkan daya tarik wisata yang dimiliki, dengan itu bisa menarik wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata dengan daya tarik utama yang terus dikembangkan menjadi lebih baik. Objek wisata Pantai Karangsong memiliki kekuatan (*Strenght*) utama/daya tarik utama berupa keindahan pantainya dengan hutan mangrove yang meliputinya, sedangkan kelemahannya (*Weakness*) terletak pada fasilitas yang belum maksimal atau akses menuju wisata yang belum baik. Selain kekuatan dan kelemahan Objek wisata Pantai Karangsong juga memiliki peluang(*Opportunity*) berupa wisata alam yang menyajikan edukasi penanaman pohon mangrove sehingga dengan itu bisa ikut terus melestarikan kekayaan alam yang ada, selain itu ada ancaman (*Threats*) yang mengancam Objek wisata Pantai Karangsong yaitu rusaknya hutan mangrove dan kekayaan hayati yang ada di pantai Karangsong karena ulah wisatawan.Strategi yang tepat untuk pengembangan Objek wisata Pantai Karangsong adalah strategi *ST(Strength and Threats)* yaitu sebuah strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman dengan cara menjaga kelestarian alam yang ada di pantai karangsong serta memperbaiki fasilitas yang ada di Objek wisata pantai Karangsong. Objek wisata Pantai

Karangsong bisa dikatakan sebagai wisata halal karena menyediakan makanan-makanan dan fasilitas yang berlabelkan halal, seperti tersedianya mushallah dan tempat makan halal.

2. Ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi yang berorientasikan pada kreativitas, budaya dan warisan budaya lingkungan masyarakat setempat. Pengembangan ekonomi kreatif salah satunya ditujukan pada peran pariwisata dalam kegiatan ekonomi yang dapat membuka lapangan kerja bagi masyarakat dan mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar. Masyarakat setempat yang berada di Objek wisata Pantai Karangsong menjajakan hasil kreatifitas dalam ranah ekonominya di objek wisata ini, ekonomi kreatif yang ada di lingkungan masyarakat dekat wisata ini berupa makanan khas Indramayu, baju pantai dan kerajinan perahu. Kelebihan (Strength) dari ekonomi kreatif yang ada di Objek wisata Pantai Karangsong adalah makanan khas berupa pindang gombang dan ikan bakarnya, kelemahannya (Weakness) terletak pada kurangnya keterampilan masyarakat sekitar dalam mengakses media sosial dan dukungan pemerintah setempat, peluangnya (Opportunity) terletak pada daya tarik objek wisata yang menawarkan keindahan hayati secara alami sehingga bisa menarik wisatawan berkunjung, Ancamannya terletak pada belum adanya lokasi yang tepat untuk para pelaku ekonomi kreatif. Strategi yang tepat untuk mengembangkan ekonomi kreatif masyarakat sekitar adalah dengan menggunakan strategi WO(*Weakness and Opportunity*) dengan memberikan pelatihan khusus kepada para pelaku ekonomi agar bisa menggunakan media sosial sebagai metode pemasarannya.

B. Saran-Saran

Dari hasil penelitian yang diperoleh, beberapa saran yang dapat diperoleh antara lain :

1. Pemerintah harus membangun aspek strategi yang tepat guna dalam meningkatkan kualitas wisata halal kelas dunia, yaitu pada aspek destinasi, dengan menyediakan fasilitas dan layanan pariwisata halal sesuai dengan kebutuhan wisatawan muslim dan syariat Islam karena Pantai Karangsong telah mendukung adanya wisata halal dengan cara penyediaan makanan halal, fasilitas pendukung untuk beribadah: mushola dan tempat wudhu, hingga pelayanan ramah muslim lainnya.
2. Pemerintah dan juga pengelola dapat memanfaatkan sistem digital secara optimal yang bisa dijangkau dimana saja dengan mudah agar penawaran wisata bisa sampai kancan internasional seperti mempromosikan Pantai Karangsong yang memiliki keunikan tersendiri dari pantai lainnya.
3. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia untuk menunjukkan kompetensi yang dimiliki oleh setiap orang ataupun jasa layanan wisata halal dan juga konsep wisata yang ditawarkan. Sehingga implikasi dalam meningkatkan branding wisata adalah dengan memiliki wisata yang telah memenuhi syariat Islam dan banyak diminati oleh seluruh lapisan masyarakat.