

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan dalam bab terdahulu. Dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tidak semua desa bisa disebut sebagai desa wisata. Sebab, meskipun memiliki objek wisata, desa wisata harus memiliki tatanan tertentu dalam menjalankan kerja-kerja pariwisata. Setiap desa harus memiliki konsep tertentu yang bisa digunakan untuk membuat objek atau potensi wisata memiliki daya tarik tersendiri.
2. Untuk menjadi desa wisata, masyarakat setempat harus sama-sama sadar akan visi tentang strategi memajukan desa. Terutama dalam hal *branding* desa itu sendiri. *Branding* menempati posisi kunci dalam memasarkan potensi desa. Pegiat desa wisata harus mem-*branding* desanya dengan strategi-strategi tertentu. Bagi desa wisata, *branding* adalah identitas unik dan khas yang melekat pada sebuah desa yang memiliki potensi wisata. Tujuan utama *branding destination* adalah mengenalkan kekhasan destinasi yang dimiliki sebuah desa.
3. Desa Loram Kulon telah memunculkan diri sebagai desa wisata sejak beberapa tahun silam. Meskipun hanya memiliki sedikit objek wisata, Desa Loram Kulon berhasil dikenal masyarakat, tidak hanya Kabupaten Kudus melainkan luar daerah, sebagai desa wisata. Keberhasilan itu merupakan kesuksesan dalam penerapan strategi *branding destination*. Dari hasil penelitian, kelompok sadar wisata setempat mem-*branding* setiap objek wisata yang ada menjadi potensi unggulan. Tidak hanya sekedar mengenalkan objek, tetapi didasarkan pada data-data sejarah yang otentik. Pada potensi selain sejarah, kelompok sadar wisata juga sukses mengemasnya sebagai suguhan wisata yang cukup menarik. Bukan hanya itu, Desa

Wisata juga sudah memiliki manajemen yang professional.

4. Pendirian desa wisata bagi Desa Loram Kulon sangat mendorong penguatan ekonomi masyarakat. Terutama ekonomi kreatif atau UMKM masyarakat setempat. Mayoritas masyarakat setempat memiliki UMKM sendiri-sendiri. Oleh kelompok sadar wisata, potensi tersebut dijadikan sebagai suguhan wisata untuk pengunjung.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dan penelitian, peneliti berkeinginan untuk memberikan saran-saran untuk kemajuan Desa Wisata Loram Kulon. Yaitu sebagai berikut:

1. Nama Desa Loram Kulon memang sudah terkenal sebagai desa wisata. Namun, hal itu tidak berarti pengelola bisa bersantai menikmati posisi tersebut. Pengelola harus tetap memiliki target-target jauh lebih tinggi dari capaian saat ini. Misalnya, jika saat ini Desa Wisata Loram Kulon hanya terkenal di Jawa Tengah, pengelola harus berani memasang target bisa terkenal di kancah nasional. Harus ada konsep-konsep baru yang segar dan menarik wisatawan lebih banyak.
2. Minimnya sumber daya manusia dalam pengelolaan desa wisata memang menjadi persoalan tersendiri. Untuk itu, penyiapan generasi harus dijalankan. Pengelola-pengelola senior harus menyiapkan generasi setelahnya. Sebab, desa wisata harus memiliki visi keberlanjutan. Oleh karena itu, penyiapan generasi adalah kunci utama keberlanjutan itu.
3. Terkait dengan minimnya objek wisata, pengelola mestinya memikirkan hal-hal baru yang bisa dijadikan sebagai objek wisata alternatif. Namun, hal itu bukan berarti pengelola bisa asal membuat objek baru. Jika potensi wisata berbasis sejarah sudah sulit dikembangkan, pengelola bisa mengoptimalkan UMKM yang ada. UMKM yang beraneka ragam bisa menjadi tambahan objek wisata. Kita tahu, pemerintah

pusat selalu memberikan perhatian khusus bagi UMKM. Untuk itu, pengelola mestinya bisa menjadikan UMKM-UMKM yang ada tidak hanya sebagai penghasil ekonomi, melain wisata berbasis ekonomi masyarakat.

