

BAB IV

PENUTUP

Bab empat sebagai penutup ini berisi kesimpulan dan saran berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai persepsi pengelola terhadap identitas merek *'The Eco-edu Tourism Village'* di Desa Wisata Sukunan.

4.1. Kesimpulan

Persepsi pengelola terhadap identitas merek *'The Eco-edu Tourism Village'* dapat dikatakan memahami secara mendalam. Dari seluruh analisis elemen pembentuk identitas merek tidak ditemukan pernyataan 'tidak tahu' atau 'tidak mengetahui sama sekali' dari para informan. Dalam penjabarannya, masing-masing informan memberikan pendapat diikuti dengan penjelasan yang luas dan mendalam. Meskipun setiap informan mengemukakan pendapatnya dengan cara yang berbeda tetapi pada dasarnya mereka secara sadar memahami merek *'The Eco-edu Tourism Village'*.

Lima elemen yang membentuk identitas merek dapat ditemukan di Desa Wisata Sukunan. Dari seluruh elemen yang ada juga dapat dipahami oleh setiap informan. Oleh karena itu, seluruh informan dapat mengutarakan pendapatnya, persepsinya terhadap identitas merek yang ada di Desa Wisata Sukunan. Selanjutnya, lima elemen pembentuk identitas merek memiliki sub-elemen yang cukup kompleks.

Setiap sub-elemen baik dari aspek nilai, makna, sejarah, lokasi, interaksi yang terjadi, visi dan misi, kemudian penempatan dan pembedaan diri hingga penyiaran, komunikasi pemasaran dan desain merek, dapat dikatakan semua informan memahaminya dengan mendalam. Hal ini terlihat dari pernyataan sikap informan yang selaras dengan nilai-nilai ekologi dan edukasi yang tersemat pada merek tersebut. Ditambah lagi, rasa cinta dan semangat peduli lingkungan dan alam telah mengakar sehingga ini menjadi landasan yang kuat dalam menjunjung merek Desa Wisata Lingkungan atau *'The Eco-edu Tourism Village'*.

4.2. Saran

4.2.1. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki berbagai kekurangan. Hal paling utama yang menjadi kendala adalah pandemi COVID-19 belum berakhir ketika penelitian ini dilakukan. Akibatnya, observasi berkala ke lokasi Desa Wisata Sukunan mengalami hambatan, yakni melebihi target waktu peneliti karena kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang bersifat nasional. Selain itu, beberapa informan tidak berkenan ditemui secara langsung sehingga pengambilan data terutama data wawancara harus dilakukan menggunakan media daring. Namun, terdapat informan yang justru menghendaki untuk melakukan wawancara langsung karena dirasa lebih memudahkan komunikasi.

Hal ini membutuhkan kesadaran dan rasa pengertian yang lebih bagi peneliti. Maksud dari membutuhkan rasa pengertian yang lebih adalah dengan

mematuhi protokol kesehatan yang ketat saat melakukan wawancara, misalnya peneliti datang sendiri atau bersama hanya satu rekan saja. Hal ini agar tidak menimbulkan kerumunan di satu tempat dan lebih mudah menjaga jarak aman. Selain itu, dapat meminimalisasi efek sosial seperti kecurigaan warga sekitar terhadap informan yang mendapat kunjungan dari peneliti sebagai orang luar. Selanjutnya, peneliti dan juga informan tetap menggunakan masker, tidak bersentuhan fisik, serta bersepakat untuk mempersingkat durasi wawancara. Penyingkatan durasi ini cukup menjadi kendala karena terdapat beberapa hal yang terlupa. Namun, peneliti dapat mengakses ulang informasi yang terlupa dengan menghubungi informan melalui sambungan telepon maupun percakapan digital di aplikasi *WhatsApp*.

Dalam penelitian ini ditemukan beberapa hal menarik yang tidak dapat dibahas secara mendetail karena batasan penelitian yang telah ditentukan. Sebagai contoh, terdapat peralatan yang rentan mengalami kerusakan karena mahalnya biaya perawatan. Meskipun hal tersebut menjadi keluhan akan tetapi operasional pengelolaan sampah tetap dapat berjalan. Strategi dan cara pengelola dalam menyalasi faktor-faktor hambatan dan kelemahan di Desa Wisata Sukunan dapat menjadi topik penelitian selanjutnya yang akan melengkapi penelitian ini. Selain itu, penelitian mengenai minat partisipasi pemuda dalam pariwisata di Desa Wisata Sukunan juga merupakan topik penelitian yang menarik dilakukan. Hal ini dapat bermanfaat untuk memetakan minat dan sekaligus mencari solusi efektif untuk melaksanakan regenerasi kepengelolaan yang saat ini masih sulit tercapai.

Selanjutnya, peran perempuan dalam aktivitas pariwisata di Desa Wisata Sukunan juga sangat menarik untuk diteliti. Misalnya, produksi kerajinan berupa suvenir dari plastik yang kemudian dijahit atau dianyam hanya dilakukan oleh para perempuan, yaitu ibu rumah tangga di Desa Wisata Sukunan. Padahal, tidak ada kualifikasi perajin harus perempuan karena pada awal diberikannya pelatihan semua berada pada level yang sama, yaitu belum menguasai. Maka dari itu, sebenarnya kaum laki-laki juga dapat ikut serta tetapi pada kenyataannya hanya kaum perempuan saja. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya hal tersebut dapat dijadikan topik yang menarik apalagi jika terkait dengan peran perempuan dan aktivitas pariwisata di Desa Wisata Sukunan.

4.2.2. Saran untuk Pengelola Desa Wisata Sukunan

Dari penelitian ini dapat diketahui kendala utama yang ada di Desa Wisata Sukunan adalah kader penerus estafet kepengelolaan. Pemuda yang berusia produktif dirasa sulit untuk diberdayakan karena minimnya minat dan ketertarikan. Padahal, ketertarikan saling sejajar dengan keterikatan. Hal ini dapat terjadi karena teknis pelaksanaan maupun pengembangan program yang ada tidak menarik bagi para pemuda sehingga mereka enggan mengikatkan diri dengan bidang pengelolaan lingkungan. Salah satu yang dapat dilakukan misalnya dengan merancang program khusus untuk pemuda dengan terlebih dahulu melakukan survei minat.

Selanjutnya, sebagai contoh, dapat mencanangkan program pembuatan alat-alat operasional pengolahan sampah ataupun alat pertanian berbasis otomotif dan robot dari barang bekas dengan desain yang menarik. Selain itu, program beasiswa pendidikan juga dapat direncanakan dengan bekerja sama dengan Poltekkes Kemenkes Yogyakarta. Kerja sama tersebut, salah satu persyaratan kelulusannya adalah turut aktif menjadi pengelola di Desa Wisata Sukunan dalam kurun waktu tertentu. Pada intinya, selain menggali dan meningkatkan minat dengan merangsang ketertarikannya dalam bidang tertentu, program pembiasaan diri bagi pemuda juga merupakan strategi yang cukup solutif.

DAFTAR PUSTAKA

Arsip, Sumber Resmi Tercetak dan Sumber Internet

Surat Keputusan Pemerintah Desa Banyuraden nomor 95 tahun 2019 Tentang Penetapan Pengurus Desa Wisata Sukunan.

Taylorfrancis.com. (15 November 2018). Global Planning Innovations Urban Sustainability. Diakses pada 27 Desember 2020 dari <https://www.taylorfrancis.com/books/global-planning-innovations-urban-sustainability-s%3%A9bastien-darchen-glen-searle/e/10.4324/9781351124225>.

Net Biro Yogyakarta. (09 Januari 2018). Olah Sampah Mandiri Kampung Sukunan. Diakses pada 27 Desember 2020 dari <https://youtu.be/1zxNv9FoZAE>.

Kreskros.com. (09 September 2016). Ecotourism Village: Sukunan. Diakses pada 27 Desember 2020 dari <https://kreskros.com/blogs/journal/ecotourism-village-sukunan>.

Buku dan Tulisan Ilmiah

Ashworth, Gregory dan Kavaratzis, Mihalis. 2010. *Towards Effective Place Brand Management: Branding European Cities and Regions*. United Kingdom. Edward Elgar Publishing Limited.

Bronto, Widodo dan Lupyanto R. 2011. "Pengembangan Kawasan Pinggiran Kota dan Permasalahan Lingkungan di Kampung Seni Nitiprayan, Bantul". *Jurnal Sains dan Teknologi Lingkungan*. Vol. 3. No. 1.

Creswell, John W. 2009. *Research Design Qualitative Quantitative and Mix Methods Approaches*. California. Sage Publications Inc.

Dinas Pariwisata DIY. 2018. *Statistik Kepariwisataaan DIY 2018*. Yogyakarta. Dinas Pariwisata DIY.

Fennell, David A. 2003. *Ecotourism*. London dan New York. Routledge Taylor & Francis Group.

Govers, Robert dan Go, Frank. 2009. *Place branding: Glocal, Virtual and Physical Identities, Constructed, Imagined and Experienced*. Houndmills. Palgrave Macmillan.

Hanna, Suaidatus S. 2016. Pengelolaan Sampah Komunitas di Yogyakarta (Studi Kasus: Pengelolaan Sampah di Paguyuban Sukunan Bersemi,

Desa Sukunan, Banyuraden, Yogyakarta). *Tesis*. Universitas Gadjah Mada.

Konecnik, Maja dan Go, Frank. 2008. "Tourism Destination Brand Identity: The Case of Slovenia". *Journal of Brand Management*. Vol. 15, No. 3.

Latif, Wasib B, dkk. 2014. "Building Brand Awareness in The Modern Marketing Environment: A Conceptual Model". *International Journal of Business and Technopreneurship*. Vol. 4, No. 1.

Leedy, Paul D. dan Ormrod, Jeanne Ellis. 2015. *Practical Research Planning and Design Elevent Edition*. England. Pearson Education Limited.

Miles, Matthew B. dan Huberman M. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta. Universitas Indonesia (UI-Press).

Pratama, Oky. 2017. "Evaluasi Kesesuaian Branding 'Manhattan of Asia' dan Identitas Kota Tua Jakarta". *Industrial Research Workshop and National Seminar-IRONS*.

Raco, J. R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta. PT Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo).

Ritchie, Brent W. dkk. 2003. *Managing Educational Tourism*. Great Britain. Cromwell Press.

Saraniemi, Saila. 2009. Destination branding in a country context: A case study of Finland in the British Market. *Disertasi*. Universitas Joensuu.

Saraniemi, Saila dan Komppula, Raija. 2017. "The Development of A Destination Brand Identity: A Story of Stakeholder Collaboration". *Routledge*.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung. Penerbit Alfabeta.

Trauer, Brigit. 2004. "Coceptualizing Special Interest Tourism-Frameworks and Analysis". *Elsevier*.

Wailer, Betty dan Hall, Collin M. 1992. *Special Interest Tourism*. London. Belhaven Press.

Yoeti, Oka A. 2008. *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta. PT Pradnya Paramita.

Yusof, Fadil dan Ismail, Hairul. 2015. "Destination Branding Identity from the Stakeholders' Perspectives". *International Journal of Built Environment and Sustainability*.