

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dengan demikian Pelaksanaan Digital marketing pada Ekowisata Di TNUK, melihat Faktor-faktor kelebihan dan kekurangan tertuju pada Tiga lapisan Stakeholder secara fundamental, yaitu Pemerintah, Swasta dan masyarakat. Secara naratif deskriptif indikator permasalahan yang paling disoroti adalah keterlibatan pada partisipasi masyarakat. Partisipasi dapat bersifat transitif atau inisiatif. Terbentuknya partisipasi masyarakat bergantung pada dengan cara apa menerima suatu informasi serta dengan cara apa menyampaikan informasi tersebut disampaikan. Jika penyampaian informasi kepada masyarakat kurang baik bahkan mengandung narasi yang negatif maka partisipasi yang terbangun akan kurang baik (Muluk mujibur R.K, 2007).

Partisipasi masyarakat yang terjadi pada proses digital marketing dengan melihat kelebihan dan kekurangan bertumpu pada rendahnya partisipasi dan rendahnya kesadaran pada konservasi TNUK yang bisa menjadi daya penguat ekonomi masyarakat pada segi pemanfaatan sektor wisata.

Sementara itu dalam Kegiatan digital marketing yang dilakukan terdapat beberapa bahan evaluasi dimana proses pelaksanaannya terdapat kelebihan dan kelemahan, memuat faktor eksternal dan internal yang diantaranya :

##### 1. Kelebihan

###### a. Faktor Internal

1. Meningkatnya Kesadaran masyarakat akan kepunahan badak bercula satu sehingga membuat langkah langkah pelestarian dengan membuat miniatur badak disamping menjadi penghasilan tambahan bagi masyarakat sekitar pesisir TNUK;
2. Digital marketing mudah terjangkau dan efektif serta efisien untuk mendapatkan feedback langsung melalui proses interaksi tidak langsung.

3. Kepedulian pemerintah melalui Balai Taman Nasional lewat program-programnya bersama masyarakat membuahkan hasil pada peningkatan kesadaran dan upaya perlindungan terhadap konservasi TNUK dan pemanfaatan;
4. Rekonstruksi kunjungan wisatawan berangsur membaik melalui upaya upaya yang telah dilakukan oleh setiap lapisan masyarakat, swasta dan pemerintah pada akun sosial baik lembaga, individu, swasta dan pemerintah;
5. Banyak fasilitas-fasilitas Wisata yang berangsur diperbaiki oleh Balai Taman Nasional Ujung Kulon guna mendukung kegiatan pariwisata, yang berdampak pada kenyamanan wisatawan.
6. Peningkatan terhadap minat belajar digital marketing masyarakat dalam upaya Usaha Kelompok Kecil dengan memanfaatkan Taman Nasional Ujung Kulon sebagai daya tarik.

#### b. Faktor Eksternal

1. Kunjungan wisatawan berangsur membaik dan terus berdatangan dalam Destinasi Wisata ke Taman Nasional ujung Kulon;
2. Sarana dan prasarana yang dengan mudah di dapatkan dalam akses menuju destinasi TNUK; dan
3. Pendukung Teknologi yang memadai dengan fasilitas Wifi jaringan yang bisa digunakan dalam melakukan sebagai akses komunikasi jaringan.

#### 2. Kelemahan

##### a. Faktor Internal

1. Kurangnya minat masyarakat Pesisir di Kecamatan Sumur pada pemanfaatan dan pengelolaan Wisata di Taman Nasional Ujung Kulon
2. Kurangnya literasi Digital masyarakat
3. Lemahnya sistem pengadmintrasian yang dilakukan oleh masing masing UKM sehingga menimbulkan pelaku usaha yang pasif.
4. Belum teroptimalkannya media digital marketing baik milik pemerintah maupun milik swasta/masyarakat yang dilakukan secara berkesinambungan

b. Eksternal

1. Kurangnya keterlibatan pada minat Masyarakat pesisir Sumur akan ikut mengelola UKM dan organisasi baik Ciwisata maupun Pokdarwis Pandeglang
2. Kurangnya keterlibatan dan kepedulian Swasta Dan Pemerintah dalam melakukan Pelatihan, pendanaan, dan pemberdayaan pada Fokus Digitalisasi Masyarakat sehingga mampu mendukung keberlangsungan sebuah UKM baik dari segi *skill* maupun *soft skill* dalam Mengelola media digital.
3. Kurangnya Pembangunan infrastruktur yang meliputi, jaringan akses internet, akses jalan raya Menuju TNUK, kawasan Ujung Kulon yang menghambat proses digital marketing
4. Rendahnya partisipasi masyarakat ini menjadi faktor penghambat dalam menggerakkan kegiatan, sehingga berdampak kepada keseimbangan kesejahteraan antar pelaku. Jika partisipasi antar ketiga belah pihak Pokdarwis Pandeglang, UKM dan masyarakat dalam pelaksanaan dengan digital marketing pada Taman Nasional Ujung kulon mampu terjalin secara penuh dengan bersama-sama mengelola Konservasi , wisata dan pendapatan dengan baik serta saling menjaga Wilayah konservasi TNUK dari ancaman lingkungan terutama permasalahan pengambilan dan pengelolaan kawasan hutan tanpa izin dari pihak yang berwenang. Dengan demikian Dilain sisi akan menumbuhkan masyarakat yang berdaya diiringi penumbuhan perekonomian masyarakat.

Kemudian rendahnya dari partisipasi ini merupakan akar permasalahan dari paradigma masyarakat yang menganggap bahwa tidak ikut serta dilibatkan dalam proses pengelolaan Wisata, UKM Ciwisata, dan Pokdarwis yang sejatinya secara kebutuhan organisasi dan UMKM kedua membutuhkan peran masyarakat baik secara aktif bergabung maupun aktif dalam membantu proses itu sendiri. Oleh sebab itu Kemudian maju atau mundurnya, hidup atau mati, bergerak atau diam sebuah organisasi maupun lembaga masyarakat akan sangat bergantung kepada anggota organisasi yang membantu menjalankan proses administrasi menjadi bagian kerjasama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan (Marliani Lina, 2018).

## **B. Saran**

Oleh karena itu Untuk menumbuhkan partisipasi masyarakat ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dengan adanya pemberian fasilitas, pendampingan, sosialisasi dan Dana oleh Pemerintah pusat maupun daerah melalui Pokdarwis Pandeglang dan UKM wisata yang nantinya berpengaruh untuk memudahkan kinerja Pokdarwis Pandeglang dan UKM pariwisata diantaranya :

1. mendorong terciptanya sarana-sarana pembangunan melalui pemerintah daerah seperti halnya penataan dan perbaikan wisata TNUK dan pembangunan akses wisata yang berbentuk infrastruktur. Setelah adanya pembangunan ini harapannya masyarakat nantinya turut serta secara langsung terhadap kegiatan yang dilakukan.
2. Penyelenggaraan tata kelola hutan Taman Nasional Ujung Kulon bersama masyarakat sejatinya bermaksud untuk membagikan saluran kepada masyarakat melalui pengembangan kapasitas untuk memanfaatkan sumberdaya yang ada guna membantu memenuhi ketersediaan kebutuhan masyarakat (Bagaskara & Tridakusumah, 2021). Idealnya Balai Taman Nasional Ujung Kulon mampu mengikutsertakan masyarakat untuk terlibat secara langsung pengelolaan TNUK, serta pemberdayaan yang dapat mendukung kemajuan ekonomi masyarakat dengan melalui kerjasama.
3. Diadakannya agenda yang membutuhkan keterlibatan publik dapat dicapai dengan paling efektif dan bertanggung jawab melalui langkah bersama terhadap upaya kolaboratif. Memanifestasikan visi kolektif, tindakan berikutnya adalah menetapkan peran dan tanggung jawab serta membentangkan langkah-langkah tindakan khusus untuk bergerak menuju tujuan yang diinginkan. Menghargai semua orang dalam hal ini warganegara bukan hanya melihat dari produktivitasnya saja, lembaga publik dan jaringan mereka berpartisipasi lebih mungkin memetik keberhasilan jangka panjang jika dioperasikan melewati cara kolaborasi dan kepemimpinan bersama berdasarkan rasa hormat terhadap semua orang.
4. Kegiatan evaluasi pengelolaan perlu dan sangat penting dilakukan mengingat hal ini akan bersinggungan dengan performa proses branding up melalui media sosial. Sehingga dari hasil evaluasi akan memperoleh solusi dimana setiap stakeholder dapat memaksimalkan dan mendapatkan feedback berupa Taman Nasional Ujung

Kulon yang kemabli normal di kunjungi dan UMKM serta organisasi wisata yang mendapatkan *feedback* pada peningkatan pendapatan ekonomi dari wisatawan.