

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data mengenai Analisis Daya Tarik Wisata, Pengalaman Wisatawan dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Studi Empiris Wisatawan Agrowisata Belimbing Kabupaten Bojonegoro), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Daya Tarik Wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali ke Agrowisata Belimbing Kabupaten Bojonegoro. Temuan ini menunjukkan bahwa daya tarik yang dimiliki destinasi, seperti keunikan kebun belimbing, kebersihan lingkungan, ketersediaan fasilitas pendukung, kemudahan akses, serta adanya aktivitas edukatif dan budaya lokal, mampu meningkatkan ketertarikan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Semakin baik kualitas dan pengelolaan daya tarik wisata yang ditawarkan, semakin besar pula keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung.
2. Pengalaman Wisatawan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali ke Agrowisata Belimbing Kabupaten Bojonegoro. Pengalaman yang menyenangkan, berkesan, serta memberikan nilai edukatif dan emosional terbukti mampu menciptakan kepuasan dan keterikatan wisatawan terhadap destinasi. Pengalaman positif selama berkunjung mendorong wisatawan untuk membentuk persepsi yang baik, sehingga

meningkatkan niat mereka untuk melakukan kunjungan ulang di masa mendatang.

3. Promosi Media Sosial berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali ke Agrowisata Belimbing Kabupaten Bojonegoro. Promosi yang dilakukan melalui media sosial secara informatif, komunikatif, interaktif, dan menarik secara visual mampu memperkuat citra destinasi di benak wisatawan. Selain menarik minat kunjungan awal, promosi media sosial juga berperan dalam menjaga ingatan wisatawan terhadap destinasi, sehingga mendorong keinginan mereka untuk kembali berkunjung.

B. Implikasi dan Saran

1. Implikasi

a. Implikasi Teoritis

Penelitian ini memperkuat Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh (Ajzen, 1991), yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat, sedangkan niat terbentuk dari sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks penelitian ini, daya tarik wisata, pengalaman wisatawan, dan promosi media sosial berperan dalam membentuk sikap dan persepsi positif wisatawan terhadap destinasi, yang pada akhirnya memengaruhi niat berkunjung kembali. Hasil penelitian ini juga memperkaya kajian pariwisata, khususnya terkait wisata berbasis agrowisata, dengan menegaskan bahwa kombinasi faktor fisik destinasi, pengalaman

psikologis, dan strategi promosi digital merupakan determinan penting dalam membangun loyalitas wisatawan.

b. Implikasi Praktis

1. Bagi Pengelola Agrowisata Belimbing Bojonegoro, hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya menjaga dan meningkatkan kualitas daya tarik wisata, baik dari segi keindahan kebun, kebersihan, keamanan, fasilitas, maupun pengembangan aktivitas wisata edukatif. Inovasi produk wisata, seperti variasi olahan belimbing dan paket edukasi pertanian, perlu terus dikembangkan agar wisatawan tidak merasa jenuh.
2. Pengalaman wisatawan perlu menjadi fokus utama pengelolaan destinasi. Pengelola diharapkan mampu menciptakan pengalaman yang lebih interaktif, personal, dan berkesan melalui pelayanan yang ramah, keterlibatan wisatawan dalam aktivitas pertanian, serta penyediaan informasi edukatif yang menarik.
3. Promosi media sosial perlu dikelola secara konsisten dan profesional. Pengelola disarankan untuk terus mengunggah konten yang menarik, informatif, dan aktual, serta meningkatkan interaksi dengan pengikut melalui respon yang cepat dan komunikasi dua arah. Pemanfaatan konten yang dibuat dan dibagikan langsung oleh pengunjung, sebagaimana terlihat pada media sosial Instagram maupun TikTok, dapat menjadi strategi promosi yang efektif karena menampilkan pengalaman nyata wisatawan, sehingga

mampu memperkuat kepercayaan serta meningkatkan minat kunjungan ulang

2. Saran

Dengan adanya saran dari penelitian ini agar dapat bermanfaat untuk bahan pertimbangan oleh pihak yang bersangkutan untuk melakukan inovasi guna meningkatkan

1. Bagi Pengelola Agrowisata Belimbing Bojonegoro Pengelola disarankan untuk terus meningkatkan kualitas daya tarik dan pengalaman wisata dengan melakukan inovasi berkelanjutan, memperbaiki fasilitas yang ada, serta mengembangkan aktivitas wisata baru yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi wisatawan.
2. Bagi Pemerintah Daerah Pemerintah daerah diharapkan dapat memberikan dukungan dalam bentuk pengembangan infrastruktur, promosi destinasi secara lebih luas, serta pendampingan dan pelatihan bagi pengelola dan masyarakat sekitar guna meningkatkan kualitas pengelolaan agrowisata secara berkelanjutan.
3. Guna mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk kembali berkunjung, di sarankan agar penelitian di masa depan memasukan variabel tambahan seperti kepuasan wisatawan, kualitas layanan, harga atau citra destinasi dan menggunakan berbagai metode penelitian, seperti pendekatan kualitatif atau metode campuran.