

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif antara *product* dan *place* terhadap citra Museum Pos Indonesia sebagai museum yang berwawasan informasi, edukasi, rekreasi dan pusat pengembangan budaya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Sebagian besar tanggapan wisatawan nusantara terhadap *product* Museum Pos Indonesia adalah tinggi. Hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator yang diurutkan dari indikator yang paling dominan sampai kepada indikator yang tidak dominan. Indikator dominan pertama yaitu *product variety variables* yakni kumpulan seluruh produk perusahaan yang ditawarkan kepada pasar, dan indikator dominan kedua yaitu *service variables* yang intinya berbagai tindakan yang ditawarkan perusahaan yang pada dasarnya tidak dapat dilihat dan tidak menghasilkan hak milik terhadap sesuatu. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa *product variety variables* memperoleh penilaian responden yang lebih tinggi dibandingkan *service variables*.
2. Sebagian besar tanggapan wisatawan nusantara terhadap *place* Museum Pos Indonesia adalah cukup tinggi. Hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator yang diurutkan dari indikator yang paling dominan sampai kepada indikator yang tidak dominan. Indikator dominan pertama yaitu *location variables* yakni aksesibilitas perusahaan untuk membuat produk

yang dihasilkan/dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dan indikator dominan kedua yaitu *establishment atmospherics* yang intinya desain ruang dalam sebuah bangunan dengan berbagai pendekatan dan pertimbangan. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa *location variables* memperoleh penilaian responden yang lebih tinggi dibandingkan *establishment atmospherics*.

3. Sebagian besar tanggapan wisatawan nusantara terhadap citra Museum Pos Indonesia adalah tinggi. Hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator yang diurutkan dari indikator yang paling dominan sampai kepada indikator yang tidak dominan. Indikator yang paling dominan pertama yaitu *reputation* yakni apa yang diyakini oleh publiknya berdasarkan pengalaman sendiri atau orang lain terhadap suatu produk. Indikator dominan kedua yaitu *destination identity* yakni identitas yang dituangkan dalam bentuk logo, simbol, *packaging*, dan seremonial lainnya yang terdapat dalam fisik produk. Indikator dominan ketiga yaitu *value* yakni nilai-nilai dari produk yang dikeluarkan perusahaan. Dan indikator dominan yang keempat yaitu *personality* yakni gabungan dari karakteristik produk destinasi yang diketahui dan diterima oleh publiknya. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa indikator citra yang memperoleh penilaian responden tertinggi yaitu *reputation*.
4. Berdasarkan pengujian hipotesis maka dapat disimpulkan bahwa *product* dan *place* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra Museum Pos Indonesia sebagai museum yang berwawasan informasi, edukasi, rekreasi

dan pusat pengembangan budaya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebesar 85,60% *product* dan *place* mempengaruhi citra, sedangkan 14,40% dipengaruhi faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian.

## 5.2 Rekomendasi

Dari kesimpulan di atas, untuk mencapai maksud dan tujuan peningkatan *product* dan *place* serta citra Museum Pos Indonesia sebagai museum yang berwawasan informasi, edukasi, rekreasi dan pusat pengembangan budaya, maka penulis mengajukan beberapa rekomendasi yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Museum Pos Indonesia seperti berikut :

1. *Product* terbukti dapat mempengaruhi citra, namun dalam hal ini harus lebih dikembangkan lagi pada setiap indikator dan karena Museum Pos Indonesia merupakan penyedia jasa, sehingga setiap indikator dapat disesuaikan dengan kondisi Museum Pos Indonesia. Indikator yang memperoleh skor paling rendah yaitu *service variables*. *Service variables* dapat ditingkatkan dengan cara salah satunya yaitu pihak Museum Pos Indonesia lebih sering melakukan seminar/*workshop* guna mengembangkan pengetahuan dan keterampilan SDM dalam pengelolaan museum dan senantiasa berpartisipasi pada kegiatan seminar/*workshop* maupun penataran yang diselenggarakan pemerintah maupun Asosiasi Museum Indonesia (AMI) agar pelayanan yang diberikan pihak Museum Pos Indonesia kepada wisatawan lebih maksimal. Selain itu waktu jam

buka Museum Pos Indonesia yang dibuka pada hari senin-jumat pukul 09.00-16.00 masih dirasa kurang oleh wisatawan, sebaiknya waktu jam buka tersebut disesuaikan dengan menambahkan waktu kunjungan yaitu buka senin-minggu (setiap hari) pukul 09.00-16.00 dikarenakan banyak wisatawan yang mempunyai waktu luang pada hari sabtu dan minggu.

2. *Place* terbukti dapat mempengaruhi citra, namun dalam hal ini harus lebih dikembangkan lagi pada setiap indikator dan karena Museum Pos Indonesia merupakan penyedia jasa, sehingga setiap indikator dapat disesuaikan dengan kondisi Museum Pos Indonesia. Indikator yang memperoleh skor paling rendah yaitu *establishment atmospherics*. *Establishment atmospherics* dapat ditingkatkan dengan cara salah satunya yaitu keunikan bangunan Museum Pos Indonesia merupakan nilai tambah sehingga sebaiknya terus ditingkatkan nilai keaslian bangunannya, kebersihannya serta memerlukan perawatan lebih agar memperoleh hasil yang maksimal, selain itu pencahayaan di dalam Museum Pos Indonesia mesti ditingkatkan dengan cara menambahkan lampu, jendela dan ventilasi agar cahaya dapat masuk ke dalam ruangan museum, hal ini dilakukan untuk menghindari kesan suram dan menakutkan karena pencahayaan di dalam Museum Pos Indonesia dinilai masih kurang baik sehingga dengan pencahayaan yang baik maka wisatawan akan lebih merasa nyaman saat berkunjung ke Museum Pos Indonesia. Selain itu papan penunjuk jalan menuju lokasi Museum Pos Indonesia masih dirasa kurang atau belum tersedia, hal ini menjadi hal yang sangat rentan terhadap tingkat

kunjungan, karena dengan tidak tersedianya papan penunjuk jalan maka wisatawan yang akan berkunjung ke Museum Pos Indonesia mengalami kesulitan, oleh karena itu sebaiknya pihak Museum Pos Indonesia membuat papan penunjuk jalan di sekitar lokasi Museum Pos Indonesia dan juga di pusat perkotaan yang mana wisatawan banyak melintasi jalan tersebut.

3. Secara keseluruhan, citra yang dimiliki Museum Pos Indonesia sebagai museum yang berwawasan informasi, edukasi, rekreasi dan pusat pengembangan budaya perlu ditingkatkan agar Museum Pos Indonesia dapat menjadi salah satu destinasi pilihan masyarakat baik sebagai sarana untuk mengisi waktu liburan maupun sebagai alternatif berwisata, karena masyarakat masih belum menyadari pentingnya peranan sebuah museum. Selain lembaga yang erat kaitannya dengan dunia pendidikan, Museum Pos Indonesia juga merupakan destinasi yang memiliki manfaat ganda karena selain dapat menambah pengetahuan juga dapat berperan sebagai salah satu tempat rekreasi dan pusat pengembangan budaya. Saran penulis untuk dapat meningkatkan citra Museum Pos Indonesia sebagai museum yang berwawasan informasi, edukasi, rekreasi dan pusat pengembangan budaya, adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk, menambah jumlah benda-benda koleksi dan salah satu rekomendasi yang tepat untuk meningkatkan indikator ini salah satunya adalah menampilkan gambar koleksi-koleksi Museum Pos Indonesia melalui *website* sehingga orang yang melihat di *website* merasa tertarik untuk melihat langsung

koleksi-koleksi yang bersejarah tersebut. Tentunya tanpa mengesampingkan kerjasama dengan berbagai pihak yang *concern* terhadap kelestarian cagar budaya dan peninggalan sejarah, serta mengadakan terobosan baru mengenai bagaimana cara untuk dapat memperkenalkan Museum Pos Indonesia pada masyarakat contohnya seperti mengadakan Tur Museum Outdoor di mall-mall, atau pusat rekreasi lainnya namun disesuaikan dengan *moment* yang tepat seperti pada hari libur nasional yaitu Hari Kemerdekaan Indonesia.

4. Sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya sebaiknya terus dilakukan berbagai inovasi terkait citra diluar bahasan dalam penelitian ini seperti *promotion, public relation, brand image* dan sebagainya agar citra Museum Pos Indonesia sebagai museum yang berwawasan informasi, edukasi, rekreasi dan pusat pengembangan budaya meningkat.