

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penguraian teori, hasil penelitian dengan penyebaran kuisioner, dan pengujian hipotesis yang dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk wisata terhadap keputusan berkunjung ke Mega Wisata Icahan.

1. Deskripsi kualitas produk wisata yang menjadi penilaian di Mega Wisata Icahan diindikasikan dengan mutu destinasi, mutu atraksi wisata, mutu sarana pendukung, dan mutu aksesibilitas. Dimensi kualitas produk wisata yang memiliki nilai paling tinggi adalah mutu atraksi wisata. Hal ini menunjukkan penilaian terhadap mutu atraksi wisata yang dipersepsikan oleh wisatawan memiliki mutu tinggi. Dalam hal ini atraksi wisata merupakan produk inti dari suatu destinasi. Produk yang menjadi tujuan untuk dinikmati ketika berkunjung. Sehingga mutu dari atraksi wisata menjadi penilaian yang mendasar bagi wisatawan untuk memutuskan berkunjung ke suatu destinasi, karena pada umumnya wisatawan mencari tahu terlebih dahulu mengenai atraksi apa saja yang akan dapat dinikmatinya apabila berkunjung ke suatu destinasi. Berdasarkan informasi yang diperoleh inilah wisatawan memiliki persepsi terhadap mutu atraksi wisata di Mega Wisata Icahan. sedangkan dimensi yang mendapatkan nilai paling rendah yaitu mutu destinasi, kondisi bertolak belakang dengan atraksi wisata yang dimiliki. Rendahnya penilaian tersebut dikarenakan wisatawan menilai bahwa mutu destinasinya belum begitu baik, hal ini ditunjukkan dengan penilaian terhadap aspek keramahan karyawan, keamanan lingkungan, dan keindahan alam di Mega Wisata Icahan belum begitu baik.
2. Deskripsi keputusan berkunjung yang diindikasikan dalam pemilihan produk atau jasa, pemilihan merek, waktu kunjungan, dan jumlah kunjungan. Hasil menunjukkan nilai tertinggi yaitu dimensi waktu kunjungan, hal ini menunjukkan bahwa waktu berkunjung merupakan aspek yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan untuk

berkunjung ke Mega Wisata Icahan. Responden pada umumnya memilih waktu libur nasional untuk berkunjung ke Mega Wisata Icahan. Sedangkan dimensi jumlah kunjungan mendapat penilaian paling rendah. Hal ini dikarenakan frekuensi wisatawan untuk berkunjung masih dalam taraf penilaian yang cukup tinggi, dikarenakan wisatawan mempertimbangkan mutu destinasi di Icahan yang dinilai kurang unik dan menarik.

3. Pengujian penelitian menunjukkan hasil bahwa adanya pengaruh antara kualitas produk wisata terhadap keputusan berkunjung baik secara simultan maupun parsial. Dimana kualitas produk wisata terdiri dari mutu destinasi, mutu atraksi wisata, mutu sarana pendukung, mutu aksesibilitas. Dari keempat sub variabel tersebut, mutu atraksi wisata mendapatkan penilaian paling tinggi dan menunjukkan hasil yang signifikan, karena wisatawan dapat melakukan berbagai macam kegiatan yang ditawarkan dengan nyaman dan aman karena didukung oleh sarana penunjang pada wahana permainan dan dilengkapi perangkat keselamatan yang layak. Sehingga wisatawan memutuskan untuk berkunjung ke Mega Wisata Icahan. Sedangkan mutu destinasi mendapatkan penilaian paling rendah meskipun menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini dikarenakan, Mega Wisata Icahan dinilai kurang memiliki nilai keunikan destinasi. Meskipun daya Tarik yang ditawarkan beragam, namun tidak dapat memberikan kontribusi yang besar kepada wisatawan untuk berkunjung. Namun indikator lain seperti kebersihan lingkungan, keindahan alam, dan keamanan lingkungan dapat dikategorikan cukup baik yang dapat mempengaruhi wisatawan untuk memutuskan berkunjung.

## **5.2 Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari temuan yang telah dihasilkan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut dengan harapan dapat memberikan masukan bagi kemajuan dan perkembangan Mega Wisata Icahan.

1. Kondisi pariwisata saat ini semakin kompetitif, baik karena industry wisata yang semakin beragam karena tren wisata yang semakin unik, kini wisatawan juga sudah semakin selektif dan edukatif dalam pemilihan destinasi yang akan dikunjungi. Agar merebut perhatian wisatawan, selain melalui strategi promosi, meningkatkan kualitas produk wisata merupakan aspek yang sangat mendasar.
  - a. Hasil penelitian pada sub variabel mutu destinasi pada variabel kualitas produk wisata di Mega Wisata Icahan sudah dalam taraf kondisi yang baik, namun belum optimal. Dapat dilihat dari hasil penilaian wisatawan terhadap mutu destinasi wisata yang mendapatkan penilaian terendah dari keempat variabel dalam kualitas produk wisata. Dalam hal ini, mutu destinasi berkaitan dengan aspek keunikan, keramahan karyawan, keindahan, keamanan, dan kebersihan. Maka perbaikan pada aspek-aspek tersebut perlu dilakukan perbaikan. Upaya tersebut dapat dengan melakukan beberapa hal. Untuk meningkatkan keamanan, kebersihan dan keramahan karyawan yaitu dengan mempekerjakan tenaga ahli di masing-masing bidang. Cara yang dapat digunakan adalah dengan memperketat sistem perekrutan dengan menyeleksi sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan, atau memberikan pelatihan khusus kepada karyawan yang akan bekerja. Sehingga karyawan akan memiliki keahlian khusus sesuai dengan pekerjaan yang ditanganinya dan akan bekerja sesuai fungsinya masing-masing. Sedangkan aspek lain yaitu keunikan destinasi, karena konsep icakan mengusung nama Mega Wisata dengan menghadirkan beragam jenis atraksi wisata, sehingga keunikan tersebut tidak bisa diwakili oleh satu jenis produk wisata saja, maka salah satu cara yang dapat dilakukan adalah mengemas keseluruhan produk wisatanya dengan memberikan tema tertentu. Sehingga seluruh produk yang ada di Icahan tidak terkesan terpisah karena disajikan dalam satu tema yang sama, sehingga

memperkuat mutu keseluruhan dari destinasi wisata Mega Wisata Icahan.

- b. Sub variabel mutu atraksi wisata pada penelitian ini memberikan kontribusi paling besar dalam mempengaruhi keputusan berkunjung ke Mega Wisata Icahan. Meskipun demikian, namun tetap perlu adanya perbaikan pada mutu atraksi wisata. Mutu pada atraksi wisata didasarkan pada kelengkapan atraksi wisata tersebut, dalam penelitian ini kelengkapan yang menjadi penilaian adalah ketersediaan dan kelayakan perangkat keselamatan, dan ketersediaan sarana penunjang pada wahana permainan. Ketersediaan perangkat keselamatan merupakan kebutuhan yang paling penting. Kelengkapan sarana keselamatan pada setiap wahana sangat diperlukan. Sehingga dari kondisi yang ada saat ini perlunya penambahan perangkat keselamatan dan pengecekan kualitas secara rutin. Selain itu diperlukan juga tenaga medis dan petugas khusus yang berfungsi mengawasi dan memberikan pertolongan ketika terjadi kecelakaan. Aspek lain berupa sarana penunjang permainan sudah baik, namun perlu penambahan. Selain itu sarana penunjang ini tidak hanya tersedia, namun harus tetap unik dan menarik.
- c. Sub variabel mutu sarana pendukung pada variabel kualitas produk wisata di Mega Wisata Icahan dinilai cukup baik. Penulis merekomendasikan agar pihak pengelola meningkatkan mutu sarana pendukung dengan merubah beberapa konsep dan lokasi dari beberapa fasilitas pendukung seperti penginapan/bungalow, toilet, outlet makanan, dan outlet souvenir store untuk mengoptimalkan potensi yang ada. Konsep penginapan dibuat seunik mungkin yang memberikan kesan lebih alami, agar wisatwan dapat lebih merasa menyatu dengan alam. Penginapan tersebut dapat berupa rumah pohon dan tenda perkemahan. Sedangkann konsep outlet makanan yang semula seperti outlet makan (*food court*) pada umumnya, dapat dirubah menjadi konsep pasar terapung (*floating market*) dengan

memanfaatkan danau buatan yang terletak strategis di tengah kawasan tersebut. *Floating market* ini nantinya selain diisi outlet makanan, namun dapat diisi juga dengan outlet souvenir, dan dilengkapi fasilitas penunjang lain seperti toilet, *ATM Centre*, dan disugahi hiburan ringan berupa *live music*. Maka kegiatan bersantai dapat lebih terfokus di satu lokasi agar memberikan nuansa lebih hidup mengingat kawasan Mega Wisata Icahan yang luas dan aktifitas tersebar di beberapa lokasi. Demi mempermudah mobilitas wisatawan pihak pengelola perlu menyediakan kendaraan yang mengantar wisatawan berpindah untuk berpindah lokasi, atau dapat menggunakan kuda agar memberikan pengalaman berbeda bagi wisatawan dengan tidak mengurangi nilai bisnis. Maka selain memberikan rasa nyaman dan meningkatkan nilai estetika, dengan konsep ini dapat menambah nilai keunikan destinasi serta meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung.

- d. Sub variabel mutu aksesibilitas pada variabel kualitas produk wisata di Mega Wisata Icahan dengan dibuat akses khusus menuju kawasan Icahan dinilai cukup baik. Namun penulis merekomendasikan agar pihak pengelola melakukan peningkatan mutu dengan memperhatikan pemeliharaan pada infrastruktur (jalan) yang ada, agar tetap dalam kondisi yang baik dan ditunjang dengan penenerangan jalan dan petunjuk arah. Petunjuk arah harus tersedia pula jauh sebelum kawasan destinasi, terutama di dalam kota Kabupaten Ciamis, dan di jalur perbatasan Kabupaten Ciamis. Selain itu pihak pengelola menyediakan kendaraan berupa angkutan bagi wisatawan untuk memudahkan mobilitas, baik di dalam kawasan atau untuk memudahkan akses dari atau menuju kawasan Icahan. Karena kondisi saat ini, khususnya wisatawan yang tidak menggunakan kendaraan pribadi mengalami kesulitan untuk menuju kawasan Icahan dikarenakan tidak ada transportasi umum kecuali (*ojek*) yang dapat menjangkau lokasi kawasan wisata Icahan.

2. Berdasarkan hasil penelitian dan fakta di Mega Wisata Icahan pada variabel keputusan berkunjung, sub variabel jumlah kunjungan mendapat nilai terendah dengan faktor yang paling berpengaruh yaitu tingkat frekuensi berkunjung. Maka untuk meningkatkan jumlah kunjungan tersebut dapat melalui berbagai cara, termasuk melakukan peningkatan mutu pada sub variabel dari kualitas produk wisata. Selain itu beberapa hal diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini, dapat dilakukan sebagai pilihan yang dapat digunakan untuk meningkatkan jumlah kunjungan. Dalam hal ini penulis merekomendasikan pihak pengelola Mega Wisata Icahan agar melakukan promosi seperti memberikan voucher atau diskon, melakukan *event* untuk lebih menarik wisatawan, selain itu kegiatan promosi dengan mengikuti tren yang ada saat ini, seperti mengoptimalkan pemasaran dan penjualan secara elektronik baik melalui media elektronik seperti iklan TV, radio maupun media sosial. Hal itu diharapkan mampu meningkatkan jumlah kunjungan ke Mega Wisata Icahan.
3. Berdasarkan pemaparan rekomendasi dari setiap sub variabel kualitas produk wisata, maka penulis memberi masukan berupa rekomendasi kepada pihak pengelola untuk meningkatkan jumlah kunjungan ke Mega Wisata Icahan dengan memberikan variasi dan inovasi pada produk wisata secara keseluruhan. Variasi dan inovasi tersebut dapat dikembangkan dengan mengacu pada variabel kualitas produk wisata khususnya pada indicator keindahan, keunikan, kebersihan, keamanan, kelengkapan, dan ketersediaan. Inovasi yang berani perlu dihadirkan untuk memberikan nilai lebih pada produk wisata. Dalam hal ini, inovasi dapat dilakukan dengan memberi konsep dan tema pada destinasi sebagai langkah awal untuk melakukan pengembangan yang lebih terarah. Memberikan tema dan mengganti nama atau merek dengan tujuan agar destinasi tersebut lebih menjual dan membuat penasaran. Sebagai rekomendasi, peneliti memberikan masukan perubahan merek menjadi *Dream Land* yang berarti tempat impian. Pemilihan nama tersebut

menggambarkan tempat yang megah dan dimipikan banyak orang, sehingga akan membuat penasaran dan diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan ke destinasi tersebut. Namun perubahan tersebut harus diiringi dengan perubahan yang selaras dengan merek itu sendiri. Karena pada dasarnya merek mengandung janji. Sehingga pemberian merek yang terkesah megah dan diimpikan setiap orang harus benar-benar tersaji dalam satu destinasi baik pada atraksi wisata, maupun pada sarana pendukung dan aksesibilitas. Konsep dan tema ini nantinya menjadi acuan dalam pengembangan seluruh elemen dalam produk wisata. Maka dengan konsep dan tema ini pula diharapkan menciptakan produk wisata yang variatif sehingga meningkatkan pula ragam aktifitas wisatawan ketika berkunjung. Dengan demikian akan terbentuk citra serta harapan-harapan wisatawan untuk memperoleh kepuasan yang mendorong mereka untuk berkunjung ke destinasi wisata tersebut.

4. Sebagai bahan rekomendasi bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian untuk mencari temuan mengenai pengaruh kualitas produk wisata terhadap keputusan berkunjung dengan melakukan survey kepada wisatawan mancanegara, karena penulis menyadari keterbatasan dalam penelitian ini yaitu hanya melakukan survey terhadap wisatawan nusantara yang berkunjung ke Mega Wisata Icahan. Selain itu kepada peneliti selanjutnya dapat mencari permasalahan lain untuk dapat meningkatkan jumlah kunjungan ke Mega Wisata Icahan karena merupakan salah satu destinasi yang memiliki potensi alam dan produk yang dapat dikembangkan lebih baik lagi.

Maka berdasarkan hasil penelitian tersebut, rekomendasi penulis diatas diharapkan dapat memberi kontribusi kepada pihak-pihak terkait, untuk kepentingan akademis maupun untuk pengembangan kualitas produk wisata dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Mega Wisata Icahan.