

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan pembahasan mengenai identifikasi karakteristik wisatawan yang datang di Farmhouse Lembang berdasarkan aspek sosio-demografis, geografis, dan psikografis yang kemudian dilanjutkan dengan mengidentifikasi kepuasan wisatawan terhadap produk wisata yang disediakan di Farmhouse Lembang lalu menganalisis perbandingan antara kepuasan wisatawan terhadap produk wisata di Farmhouse Lembang berdasarkan aspek sosio-demografis, geografis, dan psikografis dalam bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Wisatawan yang datang ke Farmhouse Lembang mayoritas merupakan wisatawan yang sudah menikah dan sudah memiliki beberapa anak dengan usia 17 tahun keatas. Hal tersebut juga dapat menggambarkan bahwa Farmhouse Lembang memang merupakan tempat wisata yang cocok bagi keluarga. Wisatawan yang datang pun di dominasi oleh wisatawan dengan perekonomian menengah. Meskipun harga dari makanan yang dijual di backyard kitchen resto terbilang cukup mahal namun banyak alternatif toko yang menjual berbagai jenis makanan termasuk makanan berat. Hal tersebut juga sejalan dengan aktifitas yang banyak dilakukan oleh wisatawan yaitu berfoto dan menikmati pemandangan yang tentu saja tidak perlu mengeluarkan uang lagi selain biaya tiket masuk. Selain itu juga wisatawan Farmhouse Lembang di dominasi oleh wisatawan yang berdomisili di Bandung sehingga jumlah pengeluaran untuk biaya transportasi tentu akan lebih murah dan tidak memerlukan biaya untuk akomodasi dibandingkan dengan wisatawan yang berasal dari luar Bandung. Meskipun pihak Farmhouse Lembang memiliki target wisatawan pada kalangan menengah keatas namun pada kenyataannya wisatawan yang datang berada pada kalangan menengah.

2. Produk wisata Farmhouse yang memiliki skor kepuasan tertinggi adalah atraksi mini zoo. Hal ini mencerminkan bahwa wisatawan Farmhouse Lembang cenderung menyukai aktivitas-aktivitas yang lebih interaktif. Selain itu binatang-binatang yang disediakan di mini zoo cukup unik seperti domba Australia, kelinci, kura-kura, ayam, dan iguana. Wisatawan dapat berinteraksi langsung dengan binatang-binatang tersebut tanpa harus membayar tiket lagi. Serta desain mini zoo yang di desain seperti di peternakan Eropa menambah keunikan suasana mini zoo di Farmhouse Lembang dan dapat menambah kepuasan bagi wisatawan yang datang kesana.
3. Dalam aspek demografis, indikator yang memiliki perbedaan tingkat kepuasan atau dapat mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan terhadap produk wisata adalah pada perbedaan usia, tingkat pendidikan akhir, pekerjaan, pendapatan perbulan dan jumlah keluarga inti. Meskipun terdapat perbedaan skor kepuasan dalam setiap golongan usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, jumlah pendapatan perbulan, dan jumlah anggota keluarga inti, namun nilai tertinggi dari skor kepuasaan di setiap golongan tersebut di dominasi oleh atraksi mini zoo dan toko souvenir.

Dalam aspek geografis, letak tempat tinggal wisatawan yang datang ke Farmhouse Lembang yang berdomisili di Bandung maupun luar Bandung tidak memiliki skor kepuasan yang berbeda atau dapat di artikan bahwa aspek ini tidak mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan tersebut.

Dalam aspek psikografis pada perbedaan frekuensi kegiatan berwisata dalam satu bulan dan perbedaan jumlah pengeluaran saat berkunjung memiliki skor tingkat kepuasan yang berbeda di setiap indikatornya. Meskipun begitu, dalam indikator perbedaan frekuensi kegiatan berwisata dalam satu bulan dan perbedaan jumlah pengeluaran saat berkunjung memiliki skor kepuasan tertinggi yang di dominasi oleh atraksi mini zoo dan toko souvenir. Sedangkan untuk perbedaan lama

kunjungan dengan perbedaan jenis aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan di Farmhouse Lembang tidak memiliki perbedaan dalam skor tingkat kepuasan terhadap produk wisata di Farmhouse Lembang atau dapat diartikan bahwa indikator tersebut tidak mempengaruhi tingkat kepuasan pada wisatawan.

5.2 Saran

Meskipun secara keseluruhan dapat dinilai bahwa wisatawan merasa puas terhadap produk wisata yang di sediakan di Farmhouse Lembang, namun masih terdapat beberapa faktor yang memiliki tingkat kepuasan yang cukup rendah terutama pada masalah aksesibilitas menuju Farmhouse Lembang. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memberikan saran untuk pengelola Farmhouse Lembang sebagai berikut:

1. Mengingat wisatawan Farmhouse Lembang di dominasi oleh wisatawan yang sudah berkeluarga, peneliti menyarankan kepada pihak pengelola agar dapat menambah atraksi yang dapat memberikan aktivitas yang lebih interaktif terutama aktivitas yang dapat dilakukan bersama keluarga sehingga aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan yang datang di Farmhouse Lembang tidak monoton atau hanya sekedar berfoto dan menikmati pemandangan. Serta melakukan pengembangan produk wisata secara berkala terutama dalam mendukung aktivitas yang paling di minati oleh wisatawan agar wisatawan selalu merasa penasaran untuk berkunjung kembali ke Farmhouse Lembang.
2. Menempatkan tempat *ticketing* agar lebih masuk ke dalam area Farmhouse Lembang dan memperlebar gerbang masuknya agar dapat menambah jalur pembelian tiket untuk masuk ke dalam tempat wisata Farmhouse Lembang karena untuk saat ini masih hanya terdapat tiga jalur pembelian tiket yaitu untuk pejalan kaki, mobil dan motor. Kemacetan yang terjadi selain disebabkan oleh lokasi Farmhouse Lembang yang terletak di jalan utama menuju Lembang, namun juga

dikarenakan antrian wisatawan yang membludak untuk memasuki Farmhouse Lembang. Sehingga apabila tempat *ticketing* yang lebih masuk ke dalam area serta memperlebar gerbang masuk dan menambah jalur pembelian tiket maka hal ini akan sangat membantu memperlancar antrian bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke Farmhouse Lembang.

Menambah fasilitas toilet di sekitar Farmhouse Lembang karena tempat toilet untuk umum hanya terdapat pada satu lokasi yaitu disebelah Croissant&Danish Shop. Meskipun jumlah toiletnya cukup banyak dan terdapat toilet untuk anak-anak dan dewasa, namun antrian toiletnya sangat banyak sekali. Pengelola Farmhouse sebaiknya membuat toilet di lokasi yang berbeda dengan toilet sebelumnya, mengingat kondisi lokasi wisata Farmhouse Lembang yang sangat dipenuhi oleh wisatawan akan menyulitkan wisatawan lainnya yang ingin pergi ke toilet.

3. Untuk pengelola dalam mengembangkan atau menciptakan produk-produk wisata baru di Farmhouse Lembang kedepannya sebaiknya memfokuskan kepada kebutuhan dan keinginan jenis wisatawan yang memiliki tingkat kepuasan yang berbeda dengan jumlah yang paling banyak datang ke Farmhouse Lembang. Pada jenis-jenis karakteristik yang memiliki tingkat kepuasan berbeda seperti pada jenis pekerjaan yang mayoritas wisatawannya sebagai pelajar atau mahasiswa akan lebih baik untuk menyediakan produk wisata yang mengedukasi. Lalu untuk jumlah pendapatan yang mayoritas wisatawannya berada pada ekonomi menengah sebaiknya pengelola Farmhouse Lembang dapat menawarkan atau menjual produk dengan harga yang lebih terjangkau, terutama dalam hal makanan. Hal tersebut dapat dilihat dari tingginya tingkat kepuasan wisatawan terhadap produk toko souvenir yang diantaranya terdapat beberapa toko makanan dengan harga yang lebih terjangkau ketimbang backyard kitchen resto.