

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dengan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif serta teknik analisis regresi berganda, antara variabel *agritourism experience* terhadap *behavioral intention* wisatawan di Jendela Alam, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara umum tanggapan responden mengenai pelaksanaan *agritourism experience* di Jendela Alam yang terdiri dari lima dimensi yaitu *learners experience*, *naturalist experience*, *leisurely experience*, *purchasing/marketing experience* dan *entertainment/partying experience* berada di kategori tinggi. dimensi yang mendapat penilaian tertinggi yaitu *leisurely experience*, dimana pengalaman untuk memperoleh kesenangan atau pengalaman untuk bersenang-senang merupakan pengalaman yang paling dicari dan dirasakan oleh wisatawan.
2. Tanggapan responden mengenai *behavioral intention* yang terdiri atas *repurchase intention*, *price premium* dan *word of mouth* mendapat tanggapan yang rendah dari responden sehingga berada pada kategori sangat rendah. Penilaian tertinggi yaitu *word of mouth*, dimana keinginan dan kesediaan wisatawan untuk menyebarkan informasi atau melakukan *word of mouth* terhadap orang lain cukup tinggi. Sedangkan penilaian terendah yaitu *price premium* , dimana mayoritas wisatawan Jendela Alam tidak bersedia untuk membayar harga premium guna mendapatkan fasilitas, *service* maupun produk yang lebih baik. Hal tersebut dikarenakan rasa keingintahuan dari wisatawan sudah terpenuhi, tidak sesuai atau tidak adanya keunikan dari fasilitas maupun atraksi yang ditawarkan, maupun tersedianya pilihan destinasi lainnya sehingga wisatawan tidak berkeinginan untuk mengeluarkan biaya yang lebih mahal untuk kunjungan selanjutnya.

3. *Agritourism experience* yang terdiri dari *learners experience*, *naturalist experience*, *leisurely experience*, *purchasing/marketing experience* dan *entertainment/partying experience* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*.

5.2. Rekomendasi

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan ini, penulis memberikan rekomendasi mengenai *agritourism experience* terhadap *behavioral intention* wisatawan di Jendela Alam, yaitu :

1. Rekomendasi penulis mengenai *agritourism experience* di Jendela Alam.

- a. *Learners experience*

Guna meningkatkan pengalaman belajar atau pengalaman edukasi yang lebih bermanfaat dan bernilai bagi wisatawan Jendela Alam, maka perlunya pengembangan dari atraksi maupun fasilitas yang ditawarkan di Jendela Alam tersebut. Dengan menambahkan variasi dan mengembangkan atraksi atau fasilitas yang ada seperti, *workshop* yang lebih variatif dan kreatif yang tidak hanya ditawarkan bagi wisatawan grup saja yang membeli paket kegiatan tersebut namun juga dibukanya kegiatan tersebut pada saat *weekend* bagi wisatawan reguler atau individu. Selain itu, kegiatan edukasi yang sudah ada dapat menambah atau mengurangi durasi kegiatan dan melibatkan interaksi wisatawan, adapun ditambahkan konten atau nilai edukasi didalam setiap atraksi yang ada, serta perlunya memperhatikan konten nilai edukasi apa saja yang ingin disampaikan sesuai dengan rentang usia wisatawan. Dengan lebih memperhatikan, mengembangkan atau menambahkan baik itu atraksi yang lebih mengedukasi, konten edukasi yang ingin disampaikan maupun proses dan orang yang terlibat dalam memberikan nilai-nilai edukasi tersebut maka akan mampu memberikan pengalaman belajar yang lebih berkesan, bernilai dan bermanfaat bagi wisatawan.

b. *Naturalist experience*

Guna meningkatkan pengalaman bersatu dengan alam yang cocok untuk dinikmati oleh berbagai kalangan usia dan jenis kelamin, maka rekomendasi yang bisa di berikan yaitu salah satu nya mengembangkan fasilitas dan atraksi *outdoor* yang lebih inovatif dan terawat. Perlunya perawatan dan kebersihan fasilitas maupun atraksi seperti taman-taman yang sudah ada akan mampu memaksimalkan kenyamanan dan keamanan yang dirasakan oleh wisatawan selama berwisata di Jendela Alam dan akan mampu menimbulkan keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali ke Jendela Alam.

c. *Leisurely experience*

Guna meningkatkan pengalaman bersenang-senang yang berkesan bagi wisatawan Jendela Alam, maka Jendela Alam perlu menerapkan salah satu strategi melalui pengembangan fasilitas dan atraksi bermain yang lebih kreatif dan inovatif. Kurangnya variasi dari kegiatan yang bisa dilakukan oleh wisatawan di Jendela Alam akan sangat berpengaruh terhadap perilaku wisatawan di masa yang akan datang. Penambahan atraksi atau kegiatan yang bisa dilakukan seperti memetik dan merangkai bunga, menghias telur ayam kampung arab atau merangkai sayuran yang dipanen sendiri akan mampu menciptakan pengalaman yang lebih berkesan bagi anggota keluarga sehingga memnciptakan keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali ke Jendela Alam, kesediaan untuk membayar harga yang lebih mahal maupun kesediaan wisatawan untuk melakukan *word of mouth* mengenai Jendela Alam kepada orang lain.

d. *Purchasing/Marketing experience*

Guna meningkatkan pengalaman pembelian atau pengalaman pemasaran yang dirasakan oleh wisatawan Jendela Alam, maka Jendela Alam perlu menanamkan strategi yang terletak pada saat wisatawan tersebut

melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan Jendela Alam. Seperti memberikan durasi yang lebih sesuai, produk yang lebih bervariasi, pelayanan yang lebih diperhatikan juga kontrol terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Variasi produk yang mampu menciptakan pengalaman ketika produk tersebut di beli atau di gunakan, seperti memetik bunga yang kemudian di bawa pulang, memetik sayuran atau tomat cherry yang kemudian di *package* sendiri dengan plastik warna warni, maupun mengambil sendiri media tanam seperti pupuk dan bibit, maka akan mampu memberikan pengalaman dan sensasi unik bagi wisatawan yang membeli produk tersebut.

e. *Entertainment/Partying experience*

Guna meningkatkan pengalaman untuk mendapatkan hiburan yang lebih asyik dan menggembirakan bagi wisatawan di Jendela Alam, maka perlunya memberikan strategi pemasaran melalui event-event maupun strategi memberikan *service* yang baik dan memuaskan bagi wisatawan. Event-event seperti festival musik kecil-kecilan yang memiliki konsep *ourdoor*, event yang melibatkan hewan-hewan yang ada di *mini zoo*, *garden festival*, diselenggarakan secara rutin, tidak hanya ketika natal dan tahun baru saja, tetapi juga dilaksanakan pada saat tanggal-tanggal *high season*, seperti libur sekolah. Adapun event tahunan lebih dikembangkan kembali agar lebih inovatif, seperti mengadakan festival *farmers weekend*, dimana wisatawan dapat melihat kegiatan bagaimana petani berkebun, sekaligus sebagai salah satu strategi marketing guna merangsang pembelian wisatawan terhadap produk yang ada di Jendela Alam.

2. Berdasarkan hasil penelitian dan fakta dalam variabel *behavioral intention* wisatawan Jendela Alam yang diteliti tersebut memiliki penilaian yang sangat rendah. Hal tersebut dikarenakan masih rendahnya niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang, membayar harga premium maupun melakukan *word of mouth* mengenai Jendela Alam kepada orang lain.

3. Untuk meningkatkan *behavioral intention* wisatawan Jendela Alam melalui *agritourism experience* yang ditawarkan oleh Jendela Alam, pengelola Jendela Alam diharapkan dapat mengembangkan kembali pengalaman agrowisata yang merupakan salah satu *core product* Jendela Alam kepada wisatawan perkotaan dan anak sekolah. *Agritourism experience* sebagai salah satu strategi pemasaran destinasi harus terus mendapat pengendalian atau *controlling* agar standar-standar pelayanan dan produk yang di tawarkan oleh Jendela Alam tetap memenuhi standar dan ekspektasi dari wisatawan. Disamping itu, pembaharuan dan pengembangan dari atraksi maupun fasilitas dan produk yang ditawarkan oleh Jendela Alam akan mampu menciptakan pengalaman agrowisata yang lebih berkesan, lebih menyenangkan, lebih mengedukasi dan lebih bernilai bagi wisatawan dan menumbuhkan minat wisatawan untuk berkunjung kembali, membayar harga yang lebih mahal maupun meningkatkan kesediaan wisatawan untuk menyebarkan *word of mouth* mengenai Jendela Alam kepada orang lain.
4. Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini tentunya masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Saran untuk penelitian selanjutnya diluar variabel yang telah diteliti dalam penelitian ini, misalnya mengenai *agritourism product* maupun *educational tourism experience* dan sebagainya. Begitu pula dengan peneltian ini yang memiliki kekurangan dan keterbatasan karena hanya berfokus pada *behavioral intention* wisatawan di Jendela Alam. Bagi penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian yang mencakup segmen wisatawan yang pernah berkunjung ke Jendela Alam maupun kepuasan wisatawan di Jendela Alam.