

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Wisata konvensi adalah pertemuan sekelompok orang yang secara bersama-sama bertukar pengalaman dan informasi melalui pembicaraan, mendengar, belajar dan mendiskusikan topik tertentu. Saat ini terdapat 10 kota di Indonesia yang ditetapkan menjadi kota tujuan wisata MICE, yaitu Jakarta, Bali, Makassar, Surabaya, Yogyakarta, Medan, Padang, Batam, Manado, dan Bandung. Keempat komponen wisata MICE bersama-sama berkembang di Kota Bandung, baik berupa sebuah kesatuan penyelenggaraan maupun secara terpisah. Seiring dengan berjalannya waktu, kini usaha jasa pameran telah menjadi usaha tersendiri. Penyelenggara pameran menyelenggarakan pameran di sebuah tempat penyelenggaraan yang disebut *venue*. Namun, hingga saat ini Kota Bandung belum memiliki gedung pertemuan (*Conference/ Exhibition Center*) yang representatif dan berstandar.

Berdasarkan data dan hasil analisis dari pengolahan kuesioner terhadap Event Organizer di Kota Bandung, mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan venue pameran oleh Event Organizer di Kota Bandung dapat disimpulkan bahwa terdapat 6 faktor yang mempengaruhi Event Organizer dalam keputusannya menggunakan sebuah venue untuk penyelenggaraan pameran, yaitu:

Sri Nur Inayah, 2013

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Venue Pameran Oleh Event Organizer Di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Faktor Kapasitas *Venue* dan Aksesibilitas, indikatornya adalah Jenis *venue*, Luas *venue*, Luas ruangan pameran, Kapasitas *venue*, Kondisi fisik akses jalan, Komunikasi baik antara pengelola *venue* dengan pelanggan.
2. Faktor Fasilitas Pendukung dan Sumber Daya Manusia, indikatornya adalah Kelengkapan fasilitas pendukung, Arsitektur bangunan *venue*, Tata letak ruangan, Jumlah SDM Keamanan, Jumlah SDM Kebersihan, Kualitas pelayanan, Kemudahan pelunasan pembayaran.
3. Faktor Lokasi *Venue* dan Prosedur Penyewaan, indikatornya adalah Lokasi *Venue*, Besarnya daya listrik, Kesesuaian harga dengan fasilitas dan pelayanan, Prosedur penyewaan.
4. Faktor *Venue Brand* indikatornya adalah *venue Brand*, Keamanan lingkungan sekitar *venue*, Luas tempat parkir
5. Faktor Media Promosi *Venue*, indikatornya adalah Jenis media promosi, *Venue signage*, Ketersediaan Sales Kit.
6. Faktor Transportasi, indikatornya Kondisi Lalu Lintas Dan Kemudahan Transportasi Umum

B. SARAN

Dari hasil penelitian peneliti memberikan saran:

1. Bekerjasama dengan dinas-dinas terkait di Kota Bandung seperti dinas perhubungan, dinas pekerjaan umum, berkaitan dengan kondisi fisik akses menuju *venue* .

Sri Nur Inayah, 2013

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan *Venue* Pameran Oleh Event Organizer Di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2. Venue yang telah ada dan sedang berjalan agar lebih meningkatkan kualitas fisik produknya yaitu melalui pemeliharaan fisik gedung, pemeliharaan fisik ruangan pameran seperti lantai, cat, langit-langit dan interior ruangan dan fasilitas pendukung lainnya seperti ruang panitia, ruang VIP, musholla, dan toilet.
3. Peningkatan kualitas pelayanan sumber daya manusia dengan cara mengikuti pelatihan mengenai pemberian pelayanan yang prima dan pelatihan khusus dibidang pengelolaan jasa venue yang diadakan oleh instansi khusus terkait seperti Asosiasi Pengusaha Pameran Indonesia (ASPERAPI). Selain itu pengaturan jumlah dan jadwal SDM keamanan untuk menjaga keamanan venue dan lingkungan sekitar venue selama 24 jam terutama ketika sedang berlangsung kegiatan pameran.
4. Meningkatkan kegiatan promosi *venue* agar lebih dikenal oleh masyarakat dan wisatawan, baik berupa penyediaan *sales kit* yang menarik dan berisikan informasi yang akurat, promosi di media cetak maupun media elektronik mengenai fasilitas venue dan event-event yang pernah diselenggarakan. Kegiatan promosi venue akan memberikan pengaruh terhadap *brand image* venue tersebut. Promosi yang menarik dan berisikan informasi jelas akan memberikan kemudahan bagi para calon penyewa venue untuk memahami produk yang dijual oleh pengelola venue.

5. Dalam perencanaan pembuatan sebuah *venue* pameran hendaknya memenuhi standar luas area, kelengkapan fasilitas, kualitas SDM untuk pemberian pelayanan yang mengacu kepada standar internasional sehingga menghasilkan sebuah bangunan *venue* yang representatif untuk sebuah penyelenggaraan pameran baik skala nasional maupun internasional seperti pada hall pameran di Balai Sidang Jakarta Convention Centre, JIExpo, dan lain-lain. Selain itu, perencanaan juga memperhatikan lokasi *venue*, yaitu dekat dengan tol/bandara/terminal/stasiun agar memudahkan pengunjung untuk mencapai lokasi *venue* dan dekat dengan fasilitas umum kota seperti rumah sakit, kantor polisi, fasilitas akomodasi, pusat perbelanjaan.