

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya mengenai strategi meningkatkan kunjungan wisatawan ke Pulau Umang Resort and SPA melalui biro perjalanan wisata, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pulau Umang Resort and SPA telah menjalin kerjasama dengan sejumlah 45 biro perjalanan wisata. Didapatkan bahwa selama periode Bulan Januari 2009 hingga Bulan April 2010, kontribusi biro perjalanan wisata pada setiap bulannya masih kecil jika dibandingkan dengan *direct booking*. Hal tersebut dapat terlihat dari persentasenya yaitu BPW sebesar 14,4%, *direct booking* sebesar 78,025% dan *walk in guest* sebesar 7,575%. Kontribusi BPW terbesar terjadi pada Bulan Februari 2010 sebesar 30,1% dan kontribusi BPW terendah terjadi pada Bulan November 2009, yaitu sebesar 5,2%.
2. Strategi utama yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kontribusi BPW adalah dengan memotivasi BPW untuk melakukan inovasi terhadap penyampaian informasi kepada calon wisatawan yang awalnya selalu pasif menjadi lebih aktif, aktif disini dimaksudkan bahwa BPW harus dapat memberikan informasi tentang Pulau Umang Resort and SPA tanpa perlu calon wisatawan yang bertanya terlebih dahulu. Selanjutnya, Penambahan

media pendukung informasi seperti *brosur*, *leaflet* atau *banner* sangatlah diperlukan. Kemudian, Pulau Umang Resort and SPA juga harus dapat memberikan pengetahuan produk (*product knowledge*) yang cukup terhadap BPW. Strategi yang tidak kalah penting untuk dilakukan oleh Pulau Umang Resort and SPA adalah dengan cara memberikan *reward* kepada BPW yang dapat memasok tamu dalam jumlah tertentu. Hal ini dapat menjadi sebuah motivasi bagi BPW untuk lebih bersemangat dalam menjual paket-paket Pulau Umang.

B. Rekomendasi

1. Memperluas kerjasama dengan BPW yang berada di kota-kota yang belum tersentuh promosi seperti Yogyakarta, Surabaya, Malang, Solo, dan juga menjalin kerjasama dengan BPW luar negeri yang negaranya berpotensi untuk mengirimkan wisatawan.
2. Pihak Pulau Umang Resort and SPA memberikan produk *knowledge* dalam bentuk buku panduan atau lembaran-lembaran yang berisikan informasi lengkap kepada BPW mengenai Pulau Umang yang bertujuan untuk mempermudah BPW dalam penyampaian informasi kepada calon wisatawan.
3. BPW diharapkan dapat merekomendasikan Pulau Umang Resort and SPA sebagai tempat liburan yang pantas untuk dipilih.

4. Pulau Umang Resort and SPA dapat memberikan kesempatan bagi pihak BPW untuk merancang paket wisata. Sebagaimana berdasarkan hasil wawancara dengan pihak BPW, didapatkan bahwa pihak BPW tidak diberikan kewenangan untuk membuat paket wisata ke Pulau Umang Resort and SPA. Paket wisata dapat dibuat lebih menarik dengan menambahkan keuntungan bagi wisatawan berupa *free activity* atau membuat paket baru, contohnya adalah paket *sharing* untuk 4 orang dengan fasilitas *travel*, akomodasi Pulau Umang, makan, *free 2 activity* dan *souvenir*.
5. Upaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dapat dilakukan dengan strategi pemilihan bauran promosi yang tepat sasaran, efektif dan efisien. Contohnya adalah dengan menetapkan segmentasi pasarnya apakah keluarga atau pasangan *honeymoon* atau dengan mengkombinasi keduanya dengan cara, untuk para *honeymooners* diberikan paket liburan pada *weekdays*, ini bertujuan agar suasana yang didapatkan lebih *private*. Sedangkan bagi keluarga pada *weekend*.