

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kajian teori, hasil penelitian, dan pengujian *path analysis* yang dilaksanakan mengenai pengaruh atribut produk pariwisata terhadap pembentukan *brand identity* Gelanggang Samudra Ancol Jakarta sebagai destinasi wisata edukasi, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai atribut produk pariwisata yang dimiliki Gelanggang Samudra Ancol secara umum mendapat penilaian yang baik dari wisatawan. Penilaian tertinggi diperoleh aspek atraksi dan *event*, sedangkan penilaian terendah diperoleh aspek *amenities* seperti dijelaskan di bawah ini:
 - a. Secara keseluruhan atribut produk pariwisata terutama atraksi dan *event* sudah baik dan beragam, terutama di sinema 4 dimensi serta pentas lumba-lumba dan paus putih. Keberagaman aktivitas yang dilakukan wisatawan juga semakin banyak terutama dengan adanya kegiatan *edutainment* seperti *behind the scene*, *explore and enjoy*, biologi plus dan rumah pintar. Tingkat keamanan juga faktor yang mendapat skor paling tinggi dari wisatawan, hal ini menunjukkan bahwa tingkat keamanan Gelanggang Samudra Ancol sudah baik.
 - b. *Amenities* yang dimiliki oleh Gelanggang Samudra Ancol juga mendapat penilaian yang baik dari wisatawan, walaupun *amenities* merupakan aspek yang mendapat skor terendah di antara dimensi atribut produk pariwisata yang lain. Wisatawan menilai bahwa fasilitas yang dimiliki oleh

Gelanggang Samudra Ancol sudah lengkap dan dalam kondisi yang baik, walaupun begitu fasilitas tersebut tingkat daya tarik fasilitas tersebut hanya mendapat penilaian cukup menarik dari wisatawan karena belum disesuaikan dengan tema yang ada di Gelanggang Samudra Ancol.

- c. Gambaran umum mengenai aksesibilitas yang dimiliki oleh Gelanggang Samudra Ancol adalah baik. Wisatawan menilai bahwa Gelanggang Samudra Ancol mudah untuk dijangkau, dengan sarana dan prasarana yang cukup lengkap dan layak digunakan untuk membantu wisatawan sampai ke tempat tujuan.
 - d. *Ancillary services* merupakan aspek yang juga mendapat penilaian baik dari wisatawan, karena Gelanggang Samudra Ancol telah memiliki fasilitas pendukung yang lengkap, dapat digunakan secara efektif oleh wisatawan karena kondisi fasilitas tersebut dalam kondisi yang baik.
2. *Brand Identity* Gelanggang Ancol secara umum mendapat penilaian yang baik dari wisatawan. Aspek yang memperoleh penilaian tertinggi adalah aspek *brand as organization*. Hal ini dikarenakan program *edutainment* yang dimiliki beragam dan menarik bagi wisatawan, program ini juga sudah memiliki instrumen belajar yang lengkap. Sedangkan penilaian terendah diperoleh oleh aspek *brand as product*, karena walaupun pentas pertunjukkan media pembelajarannya menarik tetapi penyampaian informasi di setiap pertunjukkan kurang menarik, sehingga wisatawan cenderung tidak memperhatikan informasi yang diberikan saat pertunjukkan berlangsung.

3. Atribut produk pariwisata memberikan pengaruh sebesar 88,41 % terhadap *brand identity* Gelanggang Samudra Ancol dan 11,59% dipengaruhi oleh faktor lain. Artinya atribut produk pariwisata yang terdiri dari: atraksi dan *event*, *amenities*, aksesibilitas dan *ancillary services* memberikan pengaruh sangat kuat terhadap *brand identity* Gelanggang Samudra Ancol sebagai destinasi wisata edukasi. Dengan begitu, apabila terjadi peningkatan kualitas atribut produk pariwisata maka dapat memperkuat identitas yang dimiliki Gelanggang Samudra Ancol.

5.2 Rekomendasi

Saran untuk meningkatkan *brand identity* Gelanggang Samudra Ancol Jakarta sebagai destinasi wisata edukasi adalah mempertahankan hasil-hasil positif yang telah dicapai dan meningkatkan kualitas atribut produk pariwisata yang dimiliki saat ini. Penulis merekomendasikan hal-hal berikut:

1. Secara keseluruhan atribut produk pariwisata Gelanggang Samudra Ancol sudah dalam kondisi yang baik, seperti: atraksi dan *event* yang dimiliki harus dipertahankan daya tariknya. Walaupun begitu fasilitas yang dimiliki oleh Gelanggang Samudra Ancol masih harus dilengkapi dan diperbaiki kondisinya agar wisatawan dapat mempergunakannya secara efektif, berikut adalah penjelasannya:
 - a. Berkenaan dengan atraksi dan *event* yang ditawarkan sudah menarik dan beragam, walaupun begitu di beberapa wahana masih perlu dilakukan inovasi agar wisatawan tidak merasa bosan dan mau berkunjung kembali, misalnya: jalan cerita yang berubah-ubah setiap periode waktu tertentu,

penambahan atraksi yang berbeda di setiap wahana dan mengajak wisatawan untuk berinteraksi selama pertunjukan berlangsung. Tingkat keamanan yang sudah baik pun harus terus dipelihara agar tidak terjadi keluhan dari wisatawan, karena di beberapa wahana tingkat keamanan masih kurang baik, yaitu dengan penambahan tenaga keamanan di lokasi-lokasi yang padat wisatawan. Pemeliharaan keamanan sangat penting, hal ini untuk menjaga rasa nyaman dari wisatawan sehingga tidak merasa khawatir selama berada di Gelanggang Samudra Ancol.

Selain itu tingkat kebersihan dan tema bangunan juga merupakan faktor yang mendapat perhatian dari wisatawan,. Sama seperti keamanan, kebersihan juga menjadi faktor penting dalam menjaga kenyamanan wisatawan yang datang karena itu harus dijaga dengan baik. Pemeliharaan ini dapat dilakukan melalui penempatan tempat sampah di lokasi-lokasi yang banyak wisatawan, mengefektifkan pekerja kebersihan yang membersihkan area Gelanggang Samudra Ancol dan pemasangan label mengenai kewajiban menjaga kebersihan untuk seluruh wisatawan. Begitu pula dengan tema bangunan harus disesuaikan dengan tema di masing-masing kawasan, hal ini merupakan salah satu daya tarik bagi suatu destinasi wisata yang berkonsep *theme park*. Aktivitas wisata edukasi seperti *behind the scene*, *explore and enjoy*, biologi plus dan rumah pintar lebih diefektifkan lagi, misalnya dalam penggunaan alat peraga, pengamatan hewan secara langsung dan penjualan souvenir yang bermuatan edukasi mengenai kelautan (seperti: buku, mainan edukatif atau

video edukatif) agar identitas sebagai destinasi wisata edukasi menjadi lebih kuat

Acara pendukung juga dapat menjadi daya tarik bagi suatu destinasi, walaupun *event* yang dimiliki Gelanggang Samudra Ancol dinilai menarik oleh wisatawan tetapi tingkat keberagamannya masih kurang. Gelanggang Samudra Ancol sebaiknya membuat acara-acara yang lebih beragam lagi disesuaikan dengan tema tertentu. Acara yang dilaksanakan bisa juga dibuat dalam periode tertentu dan berlangsung secara rutin, misalnya dengan mengusung tema kelautan yang sesuai dengan misi Gelanggang Samudra Ancol yang merupakan tempat konservasi, rekreasi dan edukasi mengenai kelautan, seperti: pameran, lomba cerdas cermat dan musik.

b. *Amenities* yang merupakan dimensi atribut produk pariwisata memberikan pengaruh terendah terhadap *brand identity* Gelanggang Samudra Ancol maka beberapa hal perlu ditingkatkan. Gelanggang Samudra Ancol sebaiknya melengkapi fasilitas yang sudah ada seperti: *children playground* dan tempat peristirahatan wisatawan, menempatkan fasilitas tersebut di tempat-tempat strategis agar mudah ditemukan oleh wisatawan dan juga menyesuaikan bentuknya. Tidak hanya bangunan yang dibuat dengan tema-tema tertentu tetapi fasilitas seperti: kursi serta tempat sampah juga dibuat sesuai dengan tema yang dimiliki untuk mendukung tema dalam *theme park* tersebut.

c. Aksesibilitas yang dimiliki oleh Gelanggang Samudra Ancol merupakan dimensi yang memberikan pengaruh yang kuat setelah atraksi dan *event*,

karena itu faktor pendukung aksesibilitas menuju Gelanggang Samudra Ancol perlu diperhatikan kondisinya. Sarana dan prasarana seperti lapangan parkir yang berada di kawasan Gelanggang Samudra Ancol perlu ditambah agar wisatawan yang membawa kendaraan pribadi lebih mudah menjangkau tempat ini. *Shuttle bus* juga perlu ditambah, terutama ketika *weekend* dan liburan tiba agar wisatawan yang datang dengan kendaraan umum lebih mudah menjangkau Gelanggang Samudra Ancol tanpa harus mengeluarkan biaya.

- d. Berkenaan dengan *ancillary services*, berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa fasilitas pendukung Gelanggang Samudra Ancol memperoleh penilaian yang rendah. Oleh karena itu, beberapa hal perlu ditingkatkan seperti: tanda penunjuk jalan, pusat informasi, mushola dan ruang P3K perlu diperjelas lagi agar wisatawan dapat dengan mudah menemukan tempat yang dimaksud.
2. *Brand identity* Gelanggang Samudra Ancol yang selama ini terbentuk adalah sebagai tempat pementasan satwa, karena ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan agar identitas sebagai destinasi wisata edukasi semakin kuat. Hal-hal tersebut adalah: membuat slogan yang menarik dan mudah diingat wisatawan, karena slogan menunjukkan *positioning* sebuah produk di benak konsumen, meningkatkan pelaksanaan kegiatan edukasi (*behind the scene*, *explore and enjoy*, biologi plus dan rumah pintar) dengan memanfaatkan wahana-wahana yang ada dan memberikan pengarahan kepada petugas di setiap wahana untuk memberikan penampilan terbaiknya yaitu dengan

memakai seragam sesuai dengan peraturan yang berlaku, ramah kepada semua wisatawan yang datang dan cepat tanggap ketika melayani wisatawan terutama wisatawan yang membutuhkan bantuan agar tidak terjadi keluhan.

3. Atribut produk pariwisata yang dimiliki berpengaruh sangat kuat terhadap *brand identity* Gelanggang Samudra Ancol, oleh karena itu kualitas dari atribut produk pariwisata tersebut harus diperhatikan sehingga mampu membentuk identitas yang diinginkan dan dapat meningkatkan minat wisatawan untuk datang berkunjung. Selain mengenai kelautan, dapat juga mengembangkan atribut produk pariwisata yang berkaitan dengan pemeliharaan lingkungan sekitar, misalnya dengan memasang peringatan di beberapa lokasi mengenai larangan buang sampah sembarangan, larangan menginjak rumput atau tanaman yang ada, dilarang merusak pohon dan tanaman-tanaman yang tumbuh serta pemberian informasi mengenai menjaga kebersihan di lingkungan sekitar melalui buku-buku atau brosur.
4. Gelanggang Samudra Ancol merupakan salah satu kawasan wisata dengan konsep taman bertema (*theme park*), untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke destinasi ini maka beberapa hal perlu ditingkatkan. Program promosi merupakan salah satu hal yang perlu ditingkatkan terutama saat liburan, sehingga wisatawan lebih tahu tentang kegiatan di Gelanggang Samudra Ancol. Selain mengefektifkan program promosi melalui televisi dan radio juga melalui kerjasama dengan sekolah-sekolah atau perusahaan-perusahaan untuk melakukan kegiatan *edutainment* atau *family gathering* di Gelanggang Samudra Ancol.