

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif antara pengaruh program *tourism package* terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan yang menggunakan paket wisata di Wana Wisata Kawah Putih Bandung, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Paket wisata yang dibuat oleh KBM WBU UNIT III sebagai pengelola WW Kawah Putih menggunakan strategi *tourism package*, yang meliputi unsur-unsur paket, jangka waktu penggunaan dan susunan perjalanan & destinasi. Secara keseluruhan, wisatawan pengguna paket wisata yang berkunjung di WW Kawah Putih memiliki penilaian yang cukup baik terhadap program *tourism package*. Program *tourism package* yang memiliki penilaian kinerja dan pengaruh tertinggi terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan adalah unsur-unsur paket. Hal ini dikarenakan paket wisata yang ada di WW Kawah Putih dibuat dengan memiliki standar unsur-unsur paket yang ada didalamnya, seperti dapat terlihat dalam penyediaan pilihan paket, program perjalanan, peran guide, akomodasi, makanan, standar harga, transportasi dan atraksi wisata yang dipilih dalam membuat sebuah paket wisata, sehingga kualitas pelayanan dapat dengan baik dirasakan kepada wisatawan. Unsur-unsur paket merupakan inti yang membentuk paket wisata menjadi sebuah produk jasa yang dapat dinikmati oleh wisatawan.

Sedangkan penilaian terendah yaitu pada jangka waktu penggunaan pada paket wisata didasarkan oleh waktu kegiatan, lamanya waktu kegiatan, kemenarikan pada waktu dan kecocokan paket wisata dengan waktu kegiatan sehingga wisatawan dapat berkunjung dan menggunakan paket wisata ketika wisatawan memiliki waktu luang. Jangka waktu dan penggunaan dalam paket wisata yang dibuat oleh pengelola dan digunakan oleh wisatawan tidak berbeda jauh dan relatif sama dengan paket wisata lainnya.

2. Penilaian terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan yang dirasakan wisatawan pengguna paket wisata yang berkunjung di WW Kawah Putih diindikasikan dalam tiga proses yaitu proses *pre-decision*, *decision*, dan *post-purchase evaluation*. Dilihat dari ketiga proses keputusan berkunjung wisatawan dapat diperoleh penilaian tertinggi adalah proses *post-purchase evaluation*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan yaitu para wisatawan pengguna paket wisata di WW Kawah Putih bahwa para wisatawan memiliki penilaian yang cukup baik terhadap proses ini dengan alasan mendapatkan pengalaman dan kesan terhadap program *tourism package* yang berdampak pada kepuasan wisatawan dan keinginan untuk berwisata kembali dan menggunakan paket wisata di WW Kawah Putih. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan yang diharapkan wisatawan dengan tingkat kinerja terhadap paket wisata yang digunakan wisatawan memiliki tingkat kesesuaian yang tinggi.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis menunjukkan *tourism package* yang terdiri dari unsur-unsur paket, jangka waktu penggunaan dan susunan perjalanan destinasi memiliki pengaruh positif yang cukup besar terhadap proses

keputusan berkunjung wisatawan di Wana Wisata Kawah Putih, baik itu secara simultan maupun parsial. Unsur-unsur paket, jangka waktu penggunaan dan susunan perjalanan destinasi yang mengindikasikan *tourism package* merupakan dasar penyampaian dari segala pelayanan produk jasa pariwisata yang dilakukan KBM WBU Unit III sebagai pengelola Wana Wisata Kawah Putih.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut:

1. *Tourism package* terbukti dapat mempengaruhi proses keputusan berkunjung wisatawan, untuk itu perlu dioptimalkan lebih baik lagi sehingga dapat berkembang lebih maju lagi kedepannya. Masih terdapat beberapa kekurangan dan harus diperbaiki untuk dapat meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan. Berdasarkan temuan yang didapat dari penelitian ini bahwa unsur-unsur paket dan susunan perjalanan wisata memiliki pengaruh yang besar maka untuk itu perlu ditingkatkan dalam pelayanan, inovasi paket wisata baik dari program perjalanan dan pemenuhan kebutuhan wisatawan meliputi atraksi wisata, akomodasi dan sarana penunjang lainnya untuk lebih menarik minat wisatawan.
2. Inovasi paket wisata harus terus dikembangkan untuk bisa menarik minat wisatawan untuk menggunakannya.
3. Peningkatan pelayanan oleh pihak pengelola di Wana Wisata Kawah Putih harus terus ditingkatkan kepada wisatawan yang berkunjung di WW Kawah Putih sehingga menjadi puas dan berkunjung kembali.

4. Sarana dan prasarana penunjang seperti aksesibilitas menuju WW Kawah Putih juga harus terus ditingkatkan agar memberikan kenyamanan kepada wisatawan.
5. Secara keseluruhan, wisatawan pengguna paket wisata yang berkunjung di Wana Wisata Kawah Putih tertarik dengan program paket wisata yang dibuat oleh KBM WBU UNIT III sehingga mempengaruhi mereka untuk berkunjung, hal ini perlu dipertahankan dan ditingkatkan kembali. Keputusan berkunjung wisatawan dipengaruhi oleh keindahan daya tarik wisata yang ada dalam paket wisata sehingga membuat wisatawan mencari pengalaman baru dalam liburan mereka. Kualitas daya tarik wisata yang dimiliki oleh WW Kawah Putih harus tetap terpelihara sehingga keindahan yang ada dapat terjaga sehingga wisatawan tertarik dan berkunjung ke WW Kawah Putih.
6. Saran penulis untuk dapat meningkatkan dan tidak hanya mempertahankan keputusan berkunjung wisatawan, adalah dengan meningkatkan kualitas dari paket wisata, salah satunya adalah dengan melakukan inovasi program perjalanan pada paket wisata tidak hanya di Wana Wisata Kawah Putih tetapi di berbagai daya tarik wisata yang dikelola oleh KBM WBU UNIT III. Kemampuan pegawai di Wana Wisata Kawah Putih juga harus ditingkatkan dengan memperbanyak pelatihan dan praktek sehingga dapat memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan. Mengingat bahwa Wana Wisata Kawah Putih merupakan suatu daya tarik wisata yang memiliki potensi tinggi di Kabupaten Bandung dan juga masih belum banyak dimanfaatkan, kerjasama antara pihak-pihak terkait yaitu travel agent, akademisi, pihak swasta dan juga pemerintah akan banyak membantu dalam mengembangkan potensi wisata yang di Wana Wisata Kawah Putih.

7. Setiap penelitian tentunya memiliki kekurangan dan keterbatasan, begitu juga dengan penelitian ini yang memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan ketika mahasiswa mengikuti kegiatan praktek kerja lapangan di KBM WBU UNIT III yaitu selama 4 bulan 2 Minggu. Sebagai bahan rekomendasi bagi para penelliti selanjutnya dalam menciptakan keputusan berkunjung wisatawan maka diharapkan dapat melakukan penelitian *strategi bundling*, promosi dan produk pariwisata di setiap daya tarik wisata yang dikelola oleh KBM WBU UNIT III, sehingga terdapat perbandingan kualitas dari daya tarik wisata dan paket wisata terhadap pengaruhnya bagi wisatawan dalam berkunjung dan menggunakan paket wisata.

