

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan.

Hasil penelitian mengenai faktor-faktor penarik kepariwisataan wisatawan asal Malaysia yang terdiri dari aksesibilitas, ketersediaan jasa atau *service*, budaya, stabilitas politik dan keamanan, serta ketersediaannya atraksi wisata terhadap keputusan berkunjung ke Kota Pekanbaru, sebagai berikut:

1. Tanggapan faktor-faktor penarik kepariwisataan wisatawan asal Malaysia, secara umum memiliki penilaian yang cukup tinggi. Faktor yang mendapat penilaian yang paling tinggi yaitu pada faktor aksesibilitas sebesar 0,244 atau 24,4%. Faktor berikutnya yaitu ketersediaan jasa atau *service* yaitu sebesar 0,188 atau 18,8%. Hal ini karena kesuksesan suatu produk pariwisata seringkali bergantung pada ketersediaan atas fasilitas-fasilitas jasa, seperti akomodasi, makanan dan minuman, *travel agency*, *Souvenir*, iklan media masa dan lain-lain. Ketersediaannya fasilitas di daerah tujuan akan mempengaruhi seseorang wisatawan untuk berkunjung ke destinasi. Sedangkan faktor ketersediaan atraksi yaitu sebesar 0,086 atau 8,6%. Hal ini karena ketersediaan atraksi wisata di kota Pekanbaru yang terdiri dari atraksi alam, atraksi budaya, dan atraksi atraksi budaya di nilai wisatawan asal Malaysia cukup menarik. Namun yang mendapat penilaian yang paling menarik yaitu wisata alam di kota Pekanbaru. Persepsi wisatawan asal Malaysia tentang faktor budaya di

nilai rendah yaitu sebesar 0,069 atau 6,9%. Hal ini dikarenakan mereka memiliki akar budaya yang sama sedangkan mereka berpergian ingin melihat budaya yang baru. Faktor berikutnya yang mendapat penilaian yang paling rendah yaitu stabilitas politik dan keamanan yaitu sebesar 0,056 atau 5,6%. Hal ini karena kondisi stabilitas politik yang belum stabil.

2. Tanggapan wisatawan asal Malaysia terhadap keputusan berkunjung secara umum memiliki penilaian cukup tinggi terhadap program ini. Faktor yang mendapat penilaian yang paling tinggi yaitu pada lokasi sebesar 24.86%. Hal ini dikarenakan kedekatan lokasi antara Kota Pekanbaru dengan Malaysia sehingga wisatawan tertarik untuk berkunjung. Sedangkan penilai yang paling rendah yaitu pada harga yaitu sebesar 17.22 % karena distribusi barang yang di jual di Pekanbaru kebanyakan berasal dari luar daerah. Harga paket wisata yang cukup mahal karena kota Pekanbaru mempromosikan objek wisata secara tunggal. Kebanyakan wisatawan menginginkan paket wisata yang menggabungkan dua propinsi yaitu berawal kota Pekanbaru dan berakhir di Kota Padang. Sedangkan paket travel yang tersedia di Kota pekanbaru kebanyakan hanya di lingkungan Kota Pekanbaru sehingga menimbulkan kurang ketertarikannya bagi wisatawan.
3. Tanggapan faktor-faktor penarik kepariwisataan wisatawan asal Malaysia yang terdiri aksesibilitas, ketersediaan jasa atau *service*, budaya, stabilitas politik dan keamanan serta ketersediaanya atraksi wisata dinilai cukup

tinggi dalam mempengaruhi tingkat keputusan berkunjung ke Kota Pekanbaru yaitu sebesar 64%. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor-faktor penarik kepariwisataan wisatawan asal Malaysia dapat di jadikan sebagai alat ukur untuk menyusun strategi pemasaran pariwisata Pemerintah Kota Pekanbaru.

5.2. Rekomendasi

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

1. Rendahnya persepsi wisatawan asal Malaysia terhadap stabilitas politik dan keamanan perlu mendapatkan perhatian dari Pemerintah. Pemerintah Kota Pekanbaru harus memperbaiki sistem manajemen pengunjung dengan cara meningkatkan keselamatan pengunjung, dapat dilakukan dengan meningkatkan kegiatan patroli, monitoring pengunjung terutama pada saat-saat ramai pengunjung, penyediaan sarana pengawasan, membuat standar keselamatan tempat wisata, membentuk regu penolong dan *emergency respond*.
2. Pemerintah Kota Pekanbaru perlu kerjasama yang lebih erat dengan stakeholder pariwisata lokal maupun *stakeholder* pariwisata asing misalnya hotel, travel agent, dan media masa maupun media elektronik dalam mengelola informasi pariwisata sehingga berita-berita pariwisata tentang stabilitas politik dan keamanan yang bersifat negatif dapat diatasi.

3. Rendahnya persepsi wisatawan asal Malaysia terhadap faktor budaya, hal ini harus diantisipasi. Sebaiknya pemerintah Kota Pekanbaru terus berupaya mengelola produk wisata dengan cara penataan obyek wisata dan atraksi wisata yang menarik. Tindakan yang harus dilakukan adalah menetapkan obyek dan atraksi wisata sebagai obyek wisata inti (*core attraction*) dan pendukungnya (*supporting attraction*). Jarak antara obyek inti dan pendukungnya dekat sehingga dapat dikunjungi kurang dari satu hari dan rutenya dirancang berbentuk lingkaran (*cycle*) sehingga dapat kembali ke tempat keberangkatan semula, serta pengembangan usaha *souvenirs* khas di kawasan objek-objek wisata.
4. Perlu bekerjasama antara pemerintah Kota Pekanbaru dengan biro perjalanan asing dan biro perjalanan lokal dalam mengelola penawaran paket wisata alternatif maupun paket wisata kombinasi terhadap wisatawan.
5. Faktor Harga dapat berperan dalam upaya mendukung wisatawan untuk berkunjung. Tanggapan mengenai faktor harga terhadap keputusan berkunjung ke Kota Pekanbaru memperoleh skor yang terendah di bandingkan variabel yang lainnya. Hendaknya pihak manajemen objek wisata, *travel agen* maupun penyedia fasilitas jasa seperti hotel dan rumah makan di Kota Pekanbaru memperhatikan secara cermat faktor Harga paket wisata, dan cinderamata. Misalnya menyesuaikan harga dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan.