

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner dan pedoman wawancara serta menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif antara pengaruh strategi *positioning* (X) terhadap keputusan berkunjung (Y) wisatawan di Pusat Primata Schmutzer (PPS), Taman Margasatwa Ragunan (TMR)-Jakarta, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Pusata Primata Schmutzer yang memposisikan diri sebagai wahana wisata edukasi yang efektifitasnya dilihat dari lima indikator yaitu nilai, keunikan, kredibilitas, keberlanjutan dan kesesuaian telah dilaksanakan dengan cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari tanggapan wisatawan terhadap posisi yang ditetapkan oleh PPS yakni sebagai wahana wisata edukasi. Secara keseluruhan, wisatawan yang berkunjung ke PPS memiliki penilaian yang cukup baik terhadap strategi *positioning* yang dijalankan oleh PPS. Indikator yang memiliki penilaian dan tanggapan yang paling positif dari wisatawan adalah keberlanjutan. Hal ini dikarenakan rentang waktu PPS dalam menempati posisi sebagai wahana wisata edukasi berlangsung cukup lama dan masih berlanjut sampai sekarang serta masih akan menarik perhatian pengunjung dimasa yang akan datang mengingat program edukasi PPS dapat menambah wawasan dan merupakan sarana rekreasi edukasi. Sedangkan indikator yang memiliki penilaian kinerja terendah adalah keunikan. Hal ini disebabkan oleh jenis

program edukasi yang dimiliki PPS kurang memberikan perbedaan yang signifikan dengan objek wisata lainnya yang mengandung unsur edukasi.

2. Penilaian keputusan berkunjung yang dilakukan oleh wisatawan yang berkunjung ke PPS terdiri dari lima indikator penilaian yaitu pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan distribusi, pemilihan waktu berkunjung dan intensitas kunjungan. Dari kelima indikator tersebut, pemilihan distribusi merupakan indikator yang paling dipertimbangkan oleh wisatawan dalam melakukan keputusan berkunjung. Dalam hal ini wisatawan sangat mementingkan lokasi yang strategis dan akses yang mudah menuju destinasi karena alasan waktu dan biaya. Sedangkan indikator yang kurang dipertimbangkan dalam keputusan berkunjung adalah intensitas kunjungan. Hal ini dapat terjadi karena karena berbagai faktor, beberapa diantaranya adalah alasan keterbatasan finansial, keterbatasan waktu yang dimiliki dan lain-lain.
3. Pengujian hipotesis yang dilakukan menunjukkan bahwa strategi *positioning* yang terdiri nilai, keunikan, kredibilitas, keberlanjutan dan kesesuaian memiliki pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan di PPS.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan kesimpulan di atas, maka peneliti merekomendasikan hal-hal sebagai berikut:

1. Mengingat indikator keunikan yang merupakan penilaian terendah dari wisatawan baik itu jenis maupun metode program edukasinya, maka peneliti merekomendasikan kepada pihak PPS untuk mengembangkan atau menambah jenis program edukasinya seperti berikut ini:

- a) Membuat metode baru seperti dengan melibatkan langsung satwa asli, tidak hanya melalui gambar dalam pelaksanaan program edukasi supaya wisatawan lebih tertarik lagi dan tidak cepat bosan karena hal ini dapat menyebabkan wisatawan beralih ke objek wisata lain.
 - b) Melakukan pergantian metode secara berkala.
 - c) Desain interior dan eksterior ruang program edukasi yang unik dan menarik.
2. Mengingat intensitas atau frekuensi berkunjung wisatawan yang mendapat nilai terendah dari indikator keputusan berkunjung, maka peneliti merekomendasikan untuk melakukan analisis terhadap permintaan wisatawan yang keinginannya sangat bervariasi dan gaya hidup yang dinamis serta kondisi pasar dan menyesuainya dengan sumber daya yang dimiliki oleh PPS.
 3. Tingginya variabel lain atau variabel residu (ϵ) yang mempunyai pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di PPS seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya yaitu sebesar 62,7%, maka sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya dalam hal meningkatkan keputusan berkunjung di PPS, peneliti merekomendasikan untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan pengembangan produk, strategi harga dan promosi yang dijalankan oleh PPS, karena diprediksi hal tersebut juga dapat mempengaruhi keputusan berkunjung dan telah dilakukan oleh PPS.