

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penyebaran kuesioner dilakukan terhadap 95 responden dengan teknik *snowball*. Dilihat dari deskripsi responden diketahui bahwa responden pada penelitian ini yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 56 orang (58.9%) dan sisanya 39 orang atau 41.1% adalah laki-laki. Soal usia dapat dilihat bahwa yang berusia 21-29 tahun ada 50.5% dan pada urutan kedua adalah mereka yang berusia 30-38 tahun (33.87%) dari hasil responden didominasi oleh usia produktif. Untuk pekerjaan sebagai wiraswasta berjumlah 40 orang (42.1%). Dana yang dialokasikan untuk berwisata dalam 1 tahun sebanyak Rp 10.000.000 – Rp 30.000.000 berjumlah 45 orang. Responden yang berwisata sebanyak 2 kali dalam setahun ada 44 orang (46.3%). Hal ini mengindikasikan bahwa rata-rata responden berwisata dalam setahun 2 kali yaitu pada saat libur lebaran dan akhir tahun. Data yang ada memberikan gambaran bahwa rencana kunjungan 95 responden ke negara Malaysia, Singapura, atau Bangkok dengan direncanakan yaitu sebanyak 83 orang (86%) dengan maksud dan tujuan tertentu. Responden memiliki tujuan berwisata ke Malaysia, Singapura, atau

Bangkok adalah untuk berlibur yaitu sebanyak 73 orang (76.8%) dan hal ini menunjukkan bahwa berlibur menjadi tujuan utama keluar negeri, meskipun ada beberapa responden yang bepergian keluar negeri untuk bisnis dan pekerjaan. Kebanyakan pilihan responden terhadap wisata ke Singapura, Malaysia & Bangkok didorong oleh keinginan diri sendiri dikarenakan lokasi untuk dicapai tidak terlalu jauh dan lama juga ingin merasakan rasanya berwisata secara pribadi. Dorongan kedua menjadi kesukaan responden terhadap dorongan berwisata bersama keluarga maka dapat memiliki quality time bersama sambil berekreasi. Pengaruh kemajuan teknologi dalam memberikan informasi wisata cukup banyak mempengaruhi responden, hal ini sebabkan sebagian besar responden mendapatkan informasi maupun tawaran-tawaran wisata dari internet. Juga informasi yang didapatkan dari keluarga merupakan sarana yang cukup penting menurut pilihan responden darimana mendapat informasi tentang berwisata ke suatu tempat seperti adanya acara kumpul keluarga dengan saling bertukar informasi wisata dan saling mengajak satu sama lainnya. Pilihan responden dengan mengunjungi Malaysia, Singapura, Bangkok menggunakan tour & travel masih menjadi pilihan utama untuk berwisata dengan nyaman, responden menyukai tempat wisata dan transportasi yang sudah diaturkan jadi di lokasi tinggal menikmati apa yang telah ditawarkan sebelumnya. Untuk bepergian secara mandiri lebih banyak dipilih oleh usia-usia produktif kebanyakan mereka ingin mengeksplorasi sendiri

apa yang dapat mereka temukan dan rasakan sensasi berpergian secara personal baik pergi seorang diri maupun berpergian bersama namun dengan merancang tempat wisata yang akan dikunjungi.

2. Preferensi wisata keluar negeri di Asia Tenggara dilihat dari hasil tanggapan responden, mereka memilih untuk berwisata keluar negeri yaitu ke Singapura dibandingkan Malaysia, dan Bangkok ditinjau dari 4A.

a. Untuk *Attraction*, pilihan responden tertinggi adalah pada Bangkok.

Kesukaan responden atas kuliner yang dapat dicicipi dengan cita rasa berbeda, unik dan kreatif yang belum tentu ada di kedua lainnya Malaysia dan Singapura. Lalu untuk cinderamata menjadi pilihan responden untuk berbelanja dikarenakan harga yang ekonomis dan kualitas yang cukup bagus. Yang tidak kalah menariknya yaitu sarana hiburan di Bangkok yang bervariasi seperti pertandingan muaythai, Madame Tassaud, kuil-kuil bersejarah, Grand Palace dan sebagainya. Malaysia unggul pada daya tarik yang ditawarkan maka lebih disukai oleh responden. Bangkok pada *Attraction* lebih dipilih daripada Malaysia dan Singapore.

b. Untuk *Accessability*, pilihan responden berimbang pada Malaysia, Singapura dan Bangkok. Responden dalam hal transportasi umum lebih memilih Bangkok dikarenakan transportasi umum yang mudah digunakan seperti bus umum dengan kode angka yang berarti menunjukkan rute kemana, lalu akses MRT yang tersambung dengan

salah satu mall besar di Bangkok. Transportasi online pun tersedia di mall-mall dengan memiliki space kecil dan membantu wisatawan untuk dapat top up saldo. Sedangkan untuk Malaysia pilihan responden atas charter lebih disukai karena dapat menyewa kendaraan roda dua maupun roda empat dengan lebih mudah penggunaan bahasanya yaitu bahasa melayu. Untuk Variasi mode transportasi responden lebih memilih Singapura dengan penggunaan transportasi online yang mudah lalu penggunaan MRT yang memudahkan wisatawan untuk bisa mencapai tujuan lokasi yang dituju.

- c. Untuk *Amenities*, pilihan responden untuk penginapan dengan berbagai kelas lebih kepada Singapura. Responden dapat merasakan memilih hotel dengan bintang mewah maupun tinggal di rumah penduduk dengan menggunakan salah satu aplikasi yang cukup populer. Untuk penggunaan kapal pesiar, Malaysia lebih disukai oleh responden dikarenakan banyak kapal singgah di Malaysia dan tawaran rute dari Malaysia cukup banyak. Fasilitas Wifi yang dipilih responden yaitu di Bangkok, banyak tempat publik yang menyediakan wifi gratis seperti di kuil-kuil yang diberikan akses wifi secara gratis dan tempat lainnya. Dapat mengakses wisata pantai secara gratis pilihan yang disukai responden terhadap Bangkok. Bangkok lebih ramah akan wisatawan untuk akses ke pantainya. Pada *Amenities*, Bangkok lebih dipilih dari Malaysia dan Singapura.

d. Untuk *Ancillary*, pilihan responden atas informasi untuk wisatawan asing lebih disukai di Malaysia, karena bahasanya yang lebih mudah dipahami dan warganya yang ramah. Sedangkan untuk tawaran tour & travel beserta tour guide yang professional. Singapura lebih dipilih oleh responden karena untuk penggunaan transportasi lebih bisa diarahkan oleh tour & agent dengan menggunakan tour guide yang professional secara baik.

Jadi bila ditinjau dari 4A, Bangkok menjadi yang dipilih dan disukai oleh responden dengan nilai 27,41 dengan keunggulan *attraction* dan *amenities* lalu di tempat kedua pilihan responden pada Singapore dengan keunggulannya di *ancillary* dan yang terakhir yaitu Malaysia.

## 5.2. Saran

Sedangkan saran yang dapat dikemukakan pada penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya pihak tour and travel menyediakan paket wisata keluar negeri di Asia Tenggara (Singapura, Malaysia, dan Bangkok) yang lebih menarik. Serta memiliki beragam Bahasa dalam pelayanan contohnya Bahasa Thailand, Bahasa Mandarin, Bahasa Arab dan lain-lain.
2. *Attraction* Malaysia lebih rendah dibandingkan dengan Bangkok dan Singapura, maka disarankan untuk dapat menawarkan atau membuka tempat wisata atau hiburan baru dalam rangka menarik

para wisatawan. *Accessibility* Malaysia lebih rendah dibandingkan dengan Bangkok dan Singapura, maka disarankan bagi pihak pemerintah Malaysia untuk dapat lebih menggalakkan transportasi umum seperti MRT, BTS dan kereta. *Amenities* Singapura lebih rendah dibandingkan dengan Bangkok dan Malaysia, maka disarankan untuk pihak pemerintah Singapura dapat memberikan promo untuk penginapan dan hotel untuk semakin menarik para wisatawan. *Ancillary* Malaysia Bangkok dan Singapura maka sebaiknya pemerintah Malaysia dapat mempekerjakan *tour giude* yang profesional. Bangkok yang unggul pada *attraction & amenities* untuk bisa lebih memperbaiki dalam hal accesability dan ancillary yaitu dengan menambah rute-rute pada bts dan juga guide yang legal.

3. Pada penelitian mendatang dengan topik serupa dapat menggunakan analisis kuantitatif untuk menggali data lebih banyak atau menggunakan teknik wawancara. Selain itu dapat melakukan penyebaran kuesioner pada responden yang memiliki pengeluaran untuk berwisata antara Rp 10 juta hingga Rp 30 juta.