

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis pada bab sebelumnya, telah terbukti bahwa citra keseluruhan daerah tujuan wisata dibentuk atau dipengaruhi secara signifikan oleh dua komponen yaitu evaluasi kognitif dan evaluasi afektif daerah tujuan wisata. Evaluasi kognitif merujuk pada kepercayaan atau pengetahuan wisatawan tentang daerah tujuan wisata sedangkan evaluasi afektif merujuk pada perasaan wisatawan tentang daerah tujuan wisata. Kedua komponen pembentuk citra ini memiliki hubungan, dimana evaluasi kognitif berpengaruh signifikan pada evaluasi afektif daerah tujuan wisata.

Evaluasi kognitif dan afektif daerah tujuan wisata juga dipengaruhi oleh beberapa variabel. Dari empat variabel penelitian yaitu: banyaknya sumber informasi yang digunakan, tipe sumber informasi, usia, serta tingkat pendidikan wisatawan, hanya tipe sumber informasi dari buku dan film yang berpengaruh signifikan pada evaluasi kognitif daerah tujuan wisata.

Begitu juga dengan evaluasi afektif daerah tujuan wisata, dari tiga variabel penelitian yaitu: motivasi sosial-psikologis, usia, dan tingkat pendidikan wisatawan, hanya motivasi sosial-psikologis yang berpengaruh signifikan pada evaluasi afektif daerah tujuan wisata sedangkan usia dan tingkat pendidikan wisatawan tidak berpengaruh signifikan pada evaluasi afektif daerah tujuan wisata.

Peneliti ingin mengingatkan bahwa hasil dari penelitian ini tidak dapat digeneralisir untuk semua daerah wisata di Indonesia karena sampelnya yang homogen dan berfokus pada wisatawan nusantara yang berwisata ke Yogyakarta periode 2007-2009. Namun diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sumber referensi maupun masukan bagi semua pihak.

**Tabel 5.1 Hasil Uji Hipotesa**

<b>Hipotesis</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Kesimpulan</b>
H1	Evaluasi kognitif berpengaruh signifikan pada evaluasi afektif daerah tujuan wisata	H1 diterima
H2	Evaluasi kognitif berpengaruh signifikan terhadap citra keseluruhan daerah tujuan wisata	H2 diterima
H3	Evaluasi afektif berpengaruh signifikan terhadap citra keseluruhan daerah tujuan wisata	H3 diterima
H4	Jumlah sumber informasi yang digunakan berpengaruh signifikan terhadap evaluasi kognitif	H4 ditolak
H5	Tipe sumber informasi yang digunakan berpengaruh signifikan terhadap evaluasi kognitif	Hanya informasi dari buku/film
H6	Motivasi sosial-psikologis wisatawan berpengaruh signifikan pada evaluasi afektif daerah tujuan wisata	H6 diterima
H7	Usia dari wisatawan berpengaruh signifikan pada evaluasi kognitif dan afektif daerah tujuan wisata	H7 ditolak
H8	Tingkat pendidikan dari wisatawan berpengaruh signifikan pada evaluasi kognitif dan afektif daerah tujuan wisata	H8 ditolak

Sumber : Hasil penelitian (diolah oleh peneliti)

Tabel 5.1 adalah hasil uji kedelapan hipotesa penelitian. Dari penelitian didapatkan bahwa H1, H2, H3 dan H6 diterima sedangkan untuk H5 hanya bagian informasi dari buku/film yang diterima sedangkan H4, H7, dan H8 ditolak.

Berikut poin kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini:

1. Evaluasi kognitif berpengaruh signifikan secara langsung ataupun tidak langsung terhadap citra keseluruhan daerah tujuan wisata sedangkan evaluasi afektif berpengaruh signifikan secara langsung terhadap citra keseluruhan daerah wisata. Dapat diambil kesimpulan bahwa suatu daerah tujuan wisata haruslah memenuhi kriteria tertentu yang nantinya dapat mempengaruhi evaluasi kognitif wisatawan, evaluasi kognitif yang baik nantinya berpengaruh pada evaluasi afektif yang nantinya berpengaruh pada pembentukan citra keseluruhan.

2. Pemerintah/dinas pariwisata daerah setempat harus memperhatikan daerahnya agar dapat memenuhi kriteria tertentu mulai dari sarana dan prasarana serta akomodasi dan transportasi yang baik, kebersihan daerah, menyediakan atraksi/kegiatan budaya yang menarik, menyediakan tempat untuk berwisata kuliner serta hiburan malam, dan menjaga tingkat polusi.
3. Motivasi sosial-psikologis berpengaruh signifikan pada evaluasi afektif daerah tujuan wisata. Dalam hal ini, motivasi wisatawan nusantara berkunjung ke Yogyakarta adalah untuk menenangkan diri, mencari kesenangan, merasakan budaya dan tempat yang berbeda, memperkaya wawasan serta menceritakan kembali kepada teman tentang perjalanan wisatanya. Jika motivasi ini terpenuhi maka akan berpengaruh pada perasaan atau evaluasi afektif yang baik tentang daerah wisata tersebut. Nantinya evaluasi afektif ini akan berpengaruh pada citra keseluruhan daerah tujuan wisata.
4. Dari penelitian diketahui bahwa responden menganggap bahwa Yogyakarta memiliki citra yang positif. Oleh karena itu Pemerintah Daerah Yogyakarta terutama Dinas Pariwisata Yogyakarta harus bisa mempertahankan citra yang telah baik ini.
5. Walaupun tipe informasi dari profesional tidak berpengaruh signifikan pada evaluasi kognitif, 57,1% responden menganggap bahwa informasi dari profesional adalah penting. Namun yang disayangkan adalah responden yang menggunakan sumber informasi ini atau yang mendapat informasi mengenai Yogyakarta dari profesional hanya sebanyak 8 responden (6 dari Biro Perjalanan Wisata, 1 dari Agen Perjalanan, dan 1 dari Dinas Pariwisata Nasional/Daerah). Dapat diambil kesimpulan bahwa sumber informasi dari para profesional terutama Dinas Pariwisata Nasional atau daerah setempat masih sangat minim.
6. Tipe sumber informasi dari buku dan film memiliki pengaruh yang signifikan pada evaluasi kognitif. Dengan hasil ini, buku dan film dapat dijadikan media promosi ataupun media penyampaian informasi tentang daerah wisata Yogyakarta.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa saran baik saran untuk penelitian selanjutnya, saran untuk Dinas Pariwisata Yogyakarta, saran untuk Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia, serta saran untuk dinas pariwisata daerah lainnya di Indonesia.

### **5.2.1 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya**

1. Penelitian selanjutnya dapat meneliti variabel-variabel yang mempengaruhi pembentukan citra daerah tujuan wisata dengan membandingkan antara wisatawan nusantara yang baru pertama kali berwisata ke daerah tersebut dengan wisatawan nusantara yang telah berkali-kali berwisata ke daerah tersebut.
2. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan mengambil studi kasus wisatawan mancanegara. Penelitian yang menguji variabel-variabel yang mempengaruhi pembentukan citra daerah tujuan wisata dengan mengambil studi kasus wisatawan asing yang berwisata ke Indonesia.
3. Kedua hal diatas dapat dilakukan dengan mengambil studi kasus di daerah tujuan wisata lain di Indonesia selain Yogyakarta, seperti Bali dan Lombok, atau daerah wisata lain di Indonesia yang banyak dikunjungi oleh wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara.
4. Penelitian selanjutnya juga dapat memahami lebih mendalam pengaruh dari tipe sumber informasi yang digunakan oleh wisatawan pada evaluasi kognitif, bukan hanya tipe sumber informasi yang dianggap penting. Perlu juga adanya penelitian tentang pengaruh jumlah sumber informasi yang digunakan pada evaluasi kognitif, jumlah sumber informasi ini dapat dibedakan menjadi dua, sumber informasi yang memang sengaja dicari oleh wisatawan dan sumber informasi yang secara tidak sengaja didapat oleh wisatawan.
5. Tingkat pendidikan dan usia responden dalam penelitian ini masih belum beragam sehingga untuk penelitian selanjutnya perlu adanya perluasan responden, dengan usia dan tingkat pendidikan yang lebih beragam agar didapat hasil penelitian yang lebih mendalam

6. Perlu adanya wawancara atau pencarian informasi ke dinas pariwisata daerah setempat mengenai hal-hal apa saja yang telah dilakukan untuk meningkatkan pariwisata di daerahnya sehingga hasil analisis penelitian lebih tajam dan mendalam.

### **5.2.2 Saran Untuk Dinas Pariwisata Yogyakarta**

1. Mempertahankan citra daerah wisatanya yang menurut para responden telah memiliki citra yang positif.
2. Memenuhi kriteria yang telah disebutkan sebelumnya yaitu dari sarana dan prasarana serta akomodasi dan transportasi yang baik, kebersihan daerah, menyediakan atraksi/kegiatan budaya yang menarik, menyediakan tempat untuk berwisata kuliner serta hiburan malam, dan menjaga tingkat polusi.
3. Selain kriteria diatas, berwisata identik dengan oleh-oleh atau buah tangan, dalam motivasi sosial-psikologis juga terdapat motivasi untuk bercerita kepada teman tentang perjalanan wisatanya sehingga akan lebih baik jika disertai dengan bukti berupa oleh-oleh atau souvenir. Oleh karena itu sebaiknya Dinas Pariwisata Yogyakarta juga memperhatikan sarana atau pusat perbelanjaan yang dapat memudahkan para wisatawan untuk memperoleh oleh-oleh atau souvenir tersebut.
4. Memperbanyak informasi yang secara resmi dikeluarkan oleh Dinas Pariwisata Yogyakarta. Informasi dapat berupa buku panduan wisata tentang Yogyakarta yang memuat berbagai hal mulai dari lokasi objek wisata alam, jadwal dan tempat atraksi dan kegiatan budaya, tempat jajanan/kuliner, tempat perbelanjaan dan hiburan malam, dan lainnya yang ada di Yogyakarta minimal setingkat kabupaten. Buku ini dapat disertai dengan gambar dan penjelasan karena visualisasi dalam bentuk gambar akan memberikan informasi yang lebih mudah dicerna. Buku ini diharapkan dapat disebar di seluruh objek wisata, penyebaran buku ini dapat bekerjasama dengan Biro Perjalanan Wisata dan Agen Perjalanan di beberapa provinsi di Indonesia.
5. Selain buku, film juga dapat digunakan sebagai alat promosi dan penyebaran informasi karena dapat memberikan gambaran visual

tentang daerah wisata. Dinas Pariwisata Yogyakarta dapat bekerjasama dengan stasiun televisi dalam program acara tertentu yang dapat menampilkan keindahan alam ataupun objek wisata lainnya di Yogyakarta. Program acara tersebut seperti Harmoni Alam, Ala Chef, Si Bolang Jalan-jalan, Jejak Petualang, Laptop si Unyil, Wisata Kuliner, Gula-gula, Wara-Wiri dan lain-lain. Dalam hal ini dinas pariwisata daerah Yogyakarta dapat bekerjasama dengan stasiun televisi tersebut untuk dapat mempromosikan daerah wisatanya.

### **5.2.3 Saran untuk Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia**

1. Mengkoordinir dan mengawasi dinas pariwisata daerah agar daerah-daerah wisata di Indonesia dapat memiliki dan mempertahankan kriteria yang telah dijelaskan diatas.
2. Mengkoordinir dinas pariwisata daerah untuk membuat buku panduan wisata yang memuat berbagai hal mulai dari lokasi objek wisata alam, jadwal dan tempat atraksi dan kegiatan budaya, tempat jajanan/kuliner, tempat perbelanjaan dan hiburan malam, dan lainnya. Buku panduan diharapkan dapat memuat seluruh area wisata di suatu daerah minimal setingkat kabupaten.
3. Mengkoordinir dinas pariwisata daerah untuk bekerjasama dengan stasiun televisi agar dapat menampilkan daerah-daerah wisata di Indonesia dalam program acara yang sesuai.

### **5.2.4 Saran Untuk Dinas Pariwisata Daerah Lain**

1. Memenuhi kriteria yang telah disebutkan sebelumnya yaitu dari sarana dan prasarana serta akomodasi dan transportasi yang baik, kebersihan daerah, menyediakan atraksi/kegiatan budaya yang menarik, menyediakan tempat untuk berwisata kuliner serta hiburan malam, dan menjaga tingkat polusi.

2. Memperbanyak informasi yang secara resmi dikeluarkan oleh dinas pariwisata daerah setempat. Berupa buku panduan wisata yang dapat disebar di seluruh objek wisata, penyebaran buku ini juga dapat bekerjasama dengan Biro Perjalanan Wisata dan Agen Perjalanan di beberapa provinsi. Buku panduan wisata ini diharapkan dapat mencakup daerah wisata hingga wilayah terkecil minimal setingkat kabupaten sehingga seluruh objek wisata yang ada di daerah tersebut dapat diketahui oleh para wisatawan.
3. Bekerjasama dengan stasiun televisi dalam program acara tertentu yang dapat menampilkan keindahan alam ataupun objek wisata daerah tersebut.

