

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor sosial-demografis pekerjaan, tidak memiliki perbedaan rata-rata yang signifikan dengan kelima variabel motivasi perjalanan yaitu *exploration*, *dream fulfillment*, *benefit sought*, *cosmopolitan city* dan *attraction and climate*. Hal tersebut mengindikasikan perbedaan latar belakang pekerjaan tidak mempengaruhi motivasi wisatawan Indonesia untuk melakukan perjalanan wisata ke Malaysia.
2. Pada faktor sosial-demografis usia, terdapat perbedaan rata-rata pada motivasi perjalanan tertentu. Perbedaan rata-rata usia, tidak mempengaruhi wisatawan dengan motivasi perjalanan *dream fulfillment* dan *benefit sought*. Hal ini mengindikasikan bahwa wisatawan yang memiliki motivasi perjalanan untuk *exploration*, *cosmopolitan city* dan *attraction and climate*, usia menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi secara signifikan. Perbedaan usia antara remaja, dewasa, dan orang tua, tentu saja mempengaruhi perbedaan motivasi perjalanan dalam hal *exploration*, *cosmopolitan city* dan *attraction and climate* dengan wisatawan usia orang tua. Hal-hal yang dapat mempengaruhi motivasi karena perbedaan usia antara lain mencari petualangan, kesenangan, gaya hidup dan mencari sesuatu yang baru, melihat kota kosmopolitan, dan berkunjung ke tempat-tempat wisata.

3. Pada faktor sosial-demografis jenis kelamin, motivasi perjalanan *dream fulfillment* dipengaruhi secara signifikan artinya motivasi perjalanan *dream fulfillment* antara wanita dan pria adalah berbeda. Hal tersebut mengindikasikan bahwa motivasi untuk memenuhi impian menurut wanita tidak sama dengan impian apa yang ingin dipenuhi wisatawan pria ketika berkunjung ke Malaysia. Sedangkan untuk wisatawan dengan motivasi perjalanan *exploration*, *benefit sought*, *cosmopolitan city* dan *attraction and climate*, jenis kelamin tidak mempengaruhi secara signifikan.
4. Pada faktor sosial-demografis tingkat pengeluaran, perbedaan rata-rata tingkat pengeluaran tidak mempengaruhi wisatawan dengan motivasi perjalanan *exploration*, *benefit sought*, dan *attraction and climate*. Sebaliknya, tingkat pengeluaran mempengaruhi secara signifikan terhadap wisatawan yang memiliki motivasi perjalanan *dream fulfillment* dan *cosmopolitan city*. Perbedaan motivasi *dream fulfillment* dan *cosmopolitan city* dipengaruhi oleh tingkat pengeluaran karena faktor-faktor yang termasuk dalam variabel *dream fulfillment* dan variabel *cosmopolitan city* antara lain memiliki dana yang cukup, memenuhi impian berwisata, dan adanya tarif diskon.
5. Sedangkan untuk ketiga faktor karakteristik perjalanan yaitu frekuensi ke Malaysia, lamanya menetap, dan sumber informasi sama sekali tidak memiliki perbedaan rata-rata terhadap motivasi perjalanan wisatawan ke Malaysia. Hal ini berarti faktor-faktor tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi perjalanan wisatawan.
6. Maka, secara umum dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi perjalanan wisatawan Indonesia ke Malaysia adalah usia, jenis kelamin dan tingkat pengeluaran.

5.2 Implikasi Manajerial, Keterbatasan Penelitian, dan Saran

5.2.1 Implikasi Manajerial Bagi Pengusaha Biro Perjalanan Wisata ke Malaysia

Dari kesimpulan di atas, yang secara umum mempengaruhi motivasi perjalanan wisatawan Indonesia ke Malaysia adalah jenis kelamin, usia dan tingkat pengeluaran. Oleh karena itu, hal tersebut dapat memberikan implikasi pada bagaimana membuat promosi yang efektif dan efisien serta tepat sasaran.

Dengan memperhatikan bahwa usia, jenis kelamin dan tingkat pengeluaran turut andil mempengaruhi motivasi perjalanan wisatawan Indonesia ke Malaysia, maka sebaiknya para pelaku usaha yang berkaitan dengan industri tersebut adalah membuat segmentasi yang tepat sasaran, yaitu dengan membuat paket-paket pariwisata berdasarkan segmentasi tersebut. Contohnya para pelaku usaha pariwisata dapat membuat paket wisata ke Malaysia yang menasar pasar remaja untuk segmen berdasarkan usia, menasar pasar wanita yang cenderung lebih konsumtif dan loyal untuk segmen berdasarkan jenis kelamin dan menasar berbagai kelas ekonomi untuk segmen berdasarkan tingkat pengeluaran (staus ekonomi).

5.2.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain:

1. Sampling yang digunakan adalah *non-probability*, dengan *judgemental sampling*, sehingga kurang mewakili secara keseluruhan.
2. Jumlah sampel populasi sedikit, hanya 105 orang.
3. Penelitian hanya dilakukan satu waktu dalam satu periode (*cross-sectional design*).
4. Cakupan responden terlalu luas, sehingga kurang fokus menggambarkan karakteristik kelompok responden tertentu.

5. Reliabilitas pertanyaan di kuesioner terbilang cukup rendah.
6. Terbatasnya waktu dan sumber daya dalam melakukan pengambilan data.
7. Peneliti kurang didukung dengan survey lapangan pada biro perjalanan, sehingga peneliti tidak dapat membandingkan paket-paket apa saja yang telah dibuat biro perjalanan untuk menarik konsumennya.

5.2.3 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti lain yang ingin meneliti tema ini lebih lanjut, baik replikasi maupun tema yang berkaitan dengan pariwisata, saran yang dapat peneliti berikan adalah:

1. Menambahkan faktor lain pada variabel karakteristik perjalanan seperti wilayah yang dikunjungi. Hal tersebut sangat erat kaitannya dengan latar belakang motivasi wisatawan berkunjung ke Malaysia.
2. Menambah jumlah sampel populasi agar dapat lebih mewakili.
3. Menambahkan beberapa motivasi perjalanan lain yang lebih relevan.
4. Membuat pertanyaan kuesioner dengan bahasa yang lebih mudah dimengerti oleh responden agar nilai reliabilitas dapat meningkat.
5. Melakukan survey ke biro perjalanan untuk lebih menggali apa yang biasanya konsumen (wisatawan) cari ketika melakukan perjalanan wisata ke Malaysia serta paket-paket apa yang telah dibuat oleh biro perjalanan tersebut.