

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil dan pembahasan, maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Dari hasil uji regresi, terdapat 3 variabel independen yaitu tingkat kepuasan pengunjung, biaya perjalanan dan usia yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *Willingness To Pay* (WTP) pengunjung Istano Basa Pagaruyung. Sedangkan untuk variabel lama pendidikan tidak signifikan pengaruhnya terhadap *Willingness To Pay* (WTP) pengunjung Istano Basa Pagaruyung. Secara simultan, seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap *Willingness To Pay*.
2. Hasil Perhitungan Nilai Ekonomi Berdasarkan *Willingness To Pay*:
 - Rata-rata kesediaan membayar (WTP) pengunjung objek wisata Istano Basa Pagaruyung adalah Rp 27.200 per individu.
 - Total nilai ekonomi objek wisata Istano Basa Pagaruyung berdasarkan WTP tahunan mencapai Rp 931.871.952 / tahun.

5.2. Saran

1. Mengingat variabel tingkat kepuasan pengunjung, biaya perjalanan dan usia memiliki pengaruh signifikan terhadap WTP, pengelola Istano Basa Pagaruyung dapat lebih meningkatkan dalam pelayanan dan fasilitas objek wisata tersebut, serta menargetkan segmen usia tertentu dalam strategi pemasaran. Misalnya, jika wisatawan usia tertentu lebih cenderung membayar lebih, maka paket wisata dapat disesuaikan untuk kelompok usia tersebut.
2. Berdasarkan hasil penelitian bahwasanya variabel pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap WTP, perlu dilakukan kajian lebih

lanjut untuk memahami faktor-faktor lain yang mungkin lebih relevan dalam menentukan WTP wisatawan.

3. Mengingat bahwa masih ada 37,92% variasi WTP yang dijelaskan oleh faktor di luar model, disarankan untuk memperdalam penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel yang lebih spesifik, seperti pengalaman wisata, frekuensi kunjungan, dan faktor sosial ekonomi lainnya.
4. Total nilai ekonomi berdasarkan WTP tahunan objek wisata Istano Basa Pagaruyung diperoleh sebesar Rp 931.871.952, pemerintah daerah atau pengelola wisata dapat mengalokasikan untuk pengembangan fasilitas wisata yang lebih baik lagi, seperti perbaikan infrastruktur, tambahan fasilitas edukasi, dan peningkatan aspek digitalisasi dalam pelayanan wisata.
5. Penelitian ini memberikan wawasan penting tentang faktor-faktor yang mempengaruhi WTP di Istano Basa Pagaruyung. Namun, untuk meningkatkan relevansi penelitian dan penerapan hasilnya, penelitian selanjutnya bisa lebih fokus pada eksplorasi faktor-faktor tambahan, strategi peningkatan WTP untuk pengembangan wisata yang lebih optimal.
6. Penelitian ini memiliki keterbatasan salah satunya yaitu tidak menyertakan wisatawan mancanegara dalam sampel, sehingga hasilnya kurang mewakili preferensi mereka. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar wisatawan asing turut dimasukkan guna memperoleh wawasan yang lebih komprehensif terkait faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar. Penyediaan kuesioner dalam berbagai bahasa atau wawancara dengan pemandu wisata dapat membantu dalam pengumpulan data. Hal ini akan menghasilkan temuan yang lebih representatif dan berguna bagi strategi harga serta pemasaran destinasi wisata.

5.3 Implikasi Kebijakan

1. Optimalisasi Harga Tiket Masuk

Pengelola objek wisata Istano Basa Pagaruyung dapat mempertimbangkan penyesuaian harga tiket masuk secara bertahap sesuai dengan hasil analisis *willingness to pay* (WTP) wisatawan. Dengan menyesuaikan harga tiket berdasarkan rata-rata *willingness to pay*, pendapatan dari tiket masuk dapat meningkat, yang nantinya bisa dialokasikan untuk pengembangan fasilitas dan layanan wisata.

2. Peningkatan Kualitas Destinasi Wisata

Tingkat kepuasan wisatawan terhadap objek wisata Istano Basa Pagaruyung terbukti berpengaruh signifikan terhadap WTP. Oleh karena itu, pengelola dan pemerintah daerah perlu meningkatkan kualitas pelayanan serta fasilitas wisata, seperti kebersihan, kenyamanan, keamanan, dan pengalaman budaya interaktif. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung dan mendorong kesediaan mereka untuk membayar lebih dalam kunjungan berikutnya.

3. Peningkatan Aksesibilitas dan Infrastruktur

Mengingat biaya perjalanan memiliki pengaruh signifikan dalam penelitian ini, maka diperlukan kebijakan untuk meningkatkan aksesibilitas ke Istano Basa Pagaruyung. Pemerintah dan pengelola dapat bekerja sama dengan operator transportasi untuk menyediakan opsi perjalanan yang lebih nyaman dan terjangkau, serta memperbaiki infrastruktur jalan guna menarik lebih banyak wisatawan.

4. Strategi Pemasaran yang Lebih Efektif

Mengingat usia wisatawan berpengaruh terhadap WTP, strategi pemasaran perlu lebih disesuaikan dengan segmen usia yang cenderung memiliki *willingness to pay* lebih tinggi. Penggunaan media digital, influencer wisata, serta paket wisata tematik dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan daya tarik Istano Basa Pagaruyung bagi berbagai kelompok usia.