

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Go! Wet Waterpark merupakan sebuah destinasi wisata sekaligus tempat liburan keluarga untuk dapat mengedukasi anak – anak melalui *waterslide* yang tersedia di Grand Wisata, Tambun Selatan yang telah menerapkan Digitalisasi dan *E – Tourism* sesuai arahan Pemerintah. Wisatawan yang berkunjung ke *Go! Wet Waterpark* ialah anak – anak maupun orang dewasa yang berdomisili jabodetabek.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menarik kesimpulan *Go! Wet Waterpark* memiliki potensi besar dan dapat bersaing dengan destinasi wisata serupa yang ada di kawasan Bekasi karena memiliki obyek daya tarik pertama di Indonesia seperti Film Theater 5D dan Waterslide yang dirancang khusus untuk menarik wisatawan.

Teknologi yang diterapkan merupakan sarana dalam strategi promosi agar lebih dikenal masyarakat luas, dan mencari *sponsorship* sebanyak – banyaknya agar mencapai target pasar dan saling menguntungkan dan dana tersebut dapat digunakan membenahi fasilitas serta meningkatkan Sumber Daya Manusia.

Aksesibilitas, pesaing, harga jual perlu adanya inovasi – inovasi baru pada infrastruktur, sarana, prasarana, dan pelayanan seperti memperbaiki akses jalan, menambahkan atraksi wisata, menambahkan fasilitas yang diperlukan, memberikan harga promo, lebih sigap apabila wisatawan membutuhkan bantuan saat berkunjung agar dapat menarik wisatawan

serta merasakan kenyamanan dan keamanan saat berada di lingkungan *Go! Wet Waterpark*.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian, observasi dan wawancara secara langsung ke destinasi *Go! Wet Waterpark*, destinasi wisata ini sangat bagus, menarik untuk dikunjungi, dan mampu bersaing dengan kompetitor yang setara dengan *Go! Wet Waterpark*, maka penulis memberikan saran terhadap pengembangan destinasi *Go! Wet Waterpark* sebagai berikut :

- a. Untuk peran pemerintah dan pengelola harus dapat bekerjasama dalam hal mempromosikan *Go! Wet Waterpark*, dikarenakan pemerintah masih kurang dalam memperhatikan destinasi wisata *Go! Wet Waterpark* dan pemerintah setempat juga jarang mempromosikan destinasi wisata *Go! Wet Waterpark*. Untuk pihak pengelola *Go! Wet Waterpark* sudah baik dalam hal promosi karena telah bekerjasama dengan para stakeholder seperti Yayasan, *GOERS*, *MAHAKA Groups*.
- b. Untuk pengelola *Go! Wet Waterpark* menambah wahana permainan baru atau menciptakan wahana permainan sendiri agar lebih berinovasi dan mampu bersaing dengan waterpark lain yang berada di Kabupaten Bekasi. Infrastruktur juga memiliki peran penting untuk menuju ke destinasi wisata ini maka perlu dibenahi akses jalan yang berlubang, dan pengelola bersama Sumber Daya Manusia mengoptimalkan dalam menjemput bola, mencari sponsor untuk dapat tercapainya target dan

dapat menurunkan harga jual tiket supaya lebih banyak wisatawan yang berkunjung dan berlibur.

- c. Memaksimalkan sistem digitalisasi dengan kerjasama beberapa pihak yang sudah diuntungkan serta meningkatkan promosi melalui sosial media atau bekerjasama dengan selebgram dalam mempromosikan agar *Go! Wet Waterpark* dapat dikenal secara Internasional.
- d. Untuk masyarakat agar sebaiknya diberikan pelatihan lebih mengenai sistem Kepariwisata, sistem *E – Tourism* agar dapat membantu wisatawan apabila terdapat kesulitan sehingga dapat saling bahu membahu, bekerja sama, memelihara serta menjaga segala fasilitas yang tersedia di *Go! Wet Waterpark* agar tetap terjaga.
- e. Untuk para peneliti diharapkan memperbanyak referensi dalam menyusun artikel ilmiah penelitian agar semakin lengkap untuk acuan peneliti selanjutnya.