

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat berdasarkan dengan pengolahan data harga tiket wisata, jumlah infrastruktur wisata, dan jumlah pengunjung wisata pada destinasi wisata yang ada di Kabupaten Tegal menggunakan algoritma *K-Means Clustering* dengan bantuan perangkat lunak atau aplikasi *WEKA*. Kesimpulan yang dapat diambil mengenai pengelompokan destinasi wisata di Kabupaten Tegal sebagai berikut:

- 1) Teknik pengelompokan *K-Means Clustering* dapat membantu untuk mengetahui pengelompokan destinasi wisata yang cukup populer, kurang populer, dan populer berdasarkan data harga tiket wisata, jumlah infrastruktur wisata, dan jumlah pengunjung wisata
- 2) Hasil pengelompokan destinasi wisata yang tergolong dalam kategori cukup populer (C0) terdapat 16 destinasi wisata, kategori kurang populer (C1) terdapat 37 destinasi wisata, dan 2 destinasi wisata yang tergolong dalam kategori populer (C2).
- 3) Hasil pengelompokan destinasi wisata dapat digunakan oleh Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Tegal sebagai bahan evaluasi untuk pengembangan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Tegal

5.2 Saran

Adapun beberapa saran yang disampaikan sebagai pengembangan kedepannya sebagai berikut:

- 1) Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan data yang lebih baru seperti harga tiket pada tahun terkini sebagai salah satu parameter
- 2) Penelitian selanjutnya menambahkan beberapa parameter yang berhubungan dengan perkembangan destinasi wisata seperti tingkat keamanan destinasi wisata ataupun banyaknya layanan destinasi wisata.

- 3) Penelitian selanjutnya menggunakan metode lainnya untuk menghitung perbandingan dengan penelitian ini seperti metode *K-Means++*, ataupun *Fuzzy Clustering*.
- 4) Penelitian selanjutnya membuat aplikasi atau *website* yang dapat diakses oleh masyarakat terkait pengelompokkan destinasi wisata di Kabupaten Tegal, seperti *Tripadvisor* ataupun Wisata Alam Indonesia.
- 5) Pengembangan destinasi wisata dapat dipromosikan melalui media digital untuk menjangkau banyak kalangan dengan menampilkan keunikan dan tambahan fasilitas yang belum ada di destinasi lain. Salah satu contohnya adalah melakukan promosi melalui media sosial dengan menampilkan fasilitas unggulan dari destinasi wisata.