

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini berhasil menerapkan metode *K-Means Clustering* untuk mengklasterisasi paket wisata yang diminati di Malang Gateway dengan menggunakan data tahun 2023–2024. Paket wisata di Malang Gateway berhasil dikelompokkan menjadi tiga *cluster* berdasarkan harga dan jumlah wisatawan. *Cluster 0* berisi paket wisata dengan harga terjangkau (sekitar Rp 1–1,4 juta) dan memiliki jumlah wisatawan tertinggi mendekati 10.000 orang, seperti Bali, Bandung, Dieng Jogja, dan Jogja Borobudur juga Singapore-Malaysia maupun Singapore-Malaysia-Thailand yang memiliki harga murah di Rp 3,9 juta dan Rp 5,1 juta karena sudah berwisata ke lebih dari satu negara. *Cluster 1* mencakup paket wisata dengan harga tinggi (Rp 11–17 juta) namun hanya diminati sekitar 5.000 wisatawan, contohnya Jepang dan Korea. Sementara itu, *Cluster 2* terdiri dari paket wisata dengan harga rendah hingga sedang (Rp 350 ribu–6 juta) tetapi jumlah wisatawan yang tercatat hanya sekitar 5.000–6.000 orang, seperti Bangkok Pattaya, Bromo Midnight, dan Lombok. Hasil penelitian menjawab rumusan masalah penelitian bahwa metode *K-Means* dapat mengklasterisasi paket wisata berdasarkan tingkat popularitasnya, di mana paket dengan harga menengah ke bawah lebih diminati wisatawan. Hasil ini dapat dimanfaatkan sebagai dasar pengambilan keputusan promosi, strategi harga, serta pengembangan paket wisata Malang Gateway ke depan.

5.2. Saran

Beberapa saran yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian lanjutan, khususnya dalam penerapan metode *clustering* terhadap data wisatawan, sebagai berikut:

1. Saran untuk Perusahaan (Malang Gateway):
 - a. Perusahaan sebaiknya memfokuskan promosi dan kampanye pemasaran pada paket wisata di *Cluster 0* karena memiliki minat wisatawan yang tinggi.
 - b. Perusahaan dapat mempromosikan paket di *Cluster 1* (premium) dengan strategi khusus, seperti menonjolkan layanan eksklusif, fasilitas tambahan, atau program cicilan agar lebih menarik bagi segmen eksklusif menengah-atas.
 - c. Perusahaan dapat menjadikan paket di *Cluster 2* sebagai paket promo musiman untuk menarik minat wisatawan dengan anggaran yang ekonomis.
2. Saran untuk Pengguna (Wisatawan):
 - a. Wisatawan dapat melihat hasil *clustering* ini sebagai referensi dalam memilih paket wisata yang populer dan memiliki tingkat kepuasan tinggi (*Cluster 0*), atau memilih paket premium (*Cluster 1*) bagi yang menginginkan pengalaman eksklusif.
 - b. Dengan melihat pola harga dan minat, wisatawan dapat menyesuaikan waktu perjalanan dengan paket yang sedang menjadi tren.

3. Saran untuk Peneliti:

- a. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan atribut baru seperti durasi perjalanan, kualitas fasilitas, ulasan pelanggan, serta data tren musiman untuk memperkaya hasil analisis.
- b. Perbandingan algoritma clustering, seperti *DBSCAN* atau *Hierarchical Clustering*, dapat dilakukan untuk melihat performa dibandingkan *K-Means*.
- c. Penambahan data dari tahun-tahun berikutnya dan analisis prediksi tren wisatawan juga dapat membantu Malang Gateway dalam perencanaan strategis jangka panjang.