

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan analisis regresi berganda antara pengaruh daya tarik *cultural value* pada Pura Tanah Lot Bali terhadap keputusan berkunjung, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Cultural value* atau nilai budaya yang terdapat pada daya wisata Tanah Lot dengan dimensi *Intellectual Autonomy*, *Embeddedness*, dan *Hierarchy* secara keseluruhan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Daya Tarik Tanah Lot memiliki penilaian yang baik terhadap *cultural value* pada daya tarik wisata Pura Tanah Lot, Bali. Dimensi dengan pengaruh tertinggi terhadap keputusan berkunjung adalah *Hierarchy*. Hal ini dikarenakan pelaksanaan pada dimensi *Hierarchy* dengan memperkenalkan tatanan kasta dengan media sendra tari dan drama pewayangan, serta adanya media panflet atau brosur mengenai sejarah kehidupan masyarakat Bali mampu membuat ketertarikan bagi wisman untuk belajar dan mengetahui lebih dalam tentang tatanan kehidupan kasta yang dijalankan masyarakat Bali. Karena kehidupan kasta masyarakat Bali dengan kehidupan kasta kerajaan di Negara wisatawan, khususnya di Negara eropa berbeda sehingga ini menjadi hal yang unik untuk dipelajari bagi wisman lebih dalam. Kemudian yang kedua adalah dimensi *Intellectual Autonomy* dimana masyarakat bali sangat pintar dan kreatif dengan mengumpulkan beberapa gagasan ide mengenai pengalaman kehidupan sosial mereka yang terbentuk dalam tradisi budaya dijadikan sebagai atraksi wisata di daya tarik wisata Tanah lot, sehingga mampu menarik minat wisatawan menjadi tertarik dan penasaran. Sedangkan nilai terendah terdapat pada *Embeddedness*, hal ini dikarenakan sistem kehidupan sosial masyarakat Bali mampu membuat wisman tertarik dan menyukainya karena masyarakat Bali dengan baik

menjaga tradisi budaya mereka dan menjalin hubungan antar sesama dengan saling menghargai dan menghormati, sehingga hal ini menciptakan jalanan kehidupan yang selaras dan seimbang.

2. Keputusan berkunjung memiliki 5 dimensi, yaitu *product choice*, *brand choice*, *dealer choice*, *purchase timing* dan *purchase amount*. Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar wisatawan mancanegara menilai keputusan berkunjung pada daya tarik wisata Pura Tanah Lot cukup baik. Dimensi dengan perolehan skor tertinggi pada variabel Keputusan Berkunjung terdapat pada *Brand Choice*. Pemilihan merek produk merupakan hal utama yang dipikirkan ketika melakukan kunjungan ke suatu daya tarik wisata, karena dalam memilih suatu produk wisata, wisatawan harus teliti dalam memilih nama daya tarik wisata tersebut dimana dipikirkan oleh setiap individu wisatawan ketika mengevaluasi berbagai alternatif pilihan nama daya tarik wisata untuk dikunjungi, apabila semakin terkenal tentang kepopuleran daya tarik wisata tersebut, serta memiliki keunikan fasilitas dan atraksi yang dimiliki oleh suatu daya tarik wisata maka semakin tinggi kemungkinan untuk dikunjungi oleh wisatawan. Pura Tanah Lot menjadi nomer satu tujuan wisata bagi wisatawan mancanegara menurut data yang dikeluarkan oleh dinas pariwisata Bali. Sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi *Purchase Timing* atau pilihan waktu berkunjung. Pemilihan waktu berkunjung juga merupakan hal yang dipikirkan ketika melakukan kunjungan ke suatu daya tarik wisata, karena dalam mengunjungi suatu daya tarik wisata tentu harus memikirkan hari biasa, *weekend*, atau libur nasional. Karena wisman dalam melakukan suatu kunjungan wisata tentunya menginginkan suasananya yang nyaman, tenang dan aman namun di daya tarik wisata Pura Tanah Lot masalah waktu kunjungan tidak bisa diprediksi karena hampir setiap hari kunjungan wisawatan mancanegara atau wisawaman nusantara selalu berdatangan dan ramai kunjungan.

3. Berdasarkan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *cultural value* yang terdiri dari *Intellectual Autonomy*, *Embeddedness*, dan *Hierarchy* memiliki pengaruh yang cukup tinggi terhadap keputusan berkunjung. sedangkan *Effective Autonomy*, *Harmony*, dan *Mastery* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung pada daya tarik wisata Tanah Lot, Bali.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan hal-hal sebagai berikut :

1. Pengaruh *cultural value* pada daya tarik wisata Tanah Lot, Bali terbukti memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan mancanegara, akan tetapi dalam pelaksanaannya masih terdapat kekurangan terutama pada salah satu dimensinya, yaitu *Embeddedness* yang memiliki nilai pengaruh terendah dibandingkan tiga dimensi lainnya. *Embeddedness* dalam *cultural value* diartikan sebagai suatu penanaman kehidupan sosial dalam masyarakat secara kolektivitas dimana dalaam kehidupan secara berkelompok bersama-sama berusaha untuk mencapai tujuan hidup yaitu mempertahankan dan menghormati tradisi budaya masyarakat Bali untuk dikenalkan oleh khayalak luas dalam berkehidupan sosial mereka. Dalam kehidupan sosial masyarakat Bali, sifat saling menghargai dan menghormati antar sesama sudah menjadi umum di khalayak luas, sehingga wisatawan asing sudah mengetahui dan memahami sistem kehidupan sosial masyarakat Bali. Dalam hal ini, penulis merekomendasikan kepada pihak manajemen pengelola daya tarik wisata Pura Tanah Lot dan CV. Ari Jasa Wisata untuk membuat program pengenalan sistem kehidupan sosial beserta fungsinya yang terdapat pada masyarakat Bali, alat promosi untuk mengenalkan sistem kasta pada masyarakat Bali dapat dibuat dalam bentuk *info-graphic* yang dicetak dalam bentuk poster lalu ditampilkan dalam *information-board* dan dipasang di tempat yang dirasa cukup strategis di sekitar kawasan daya tarik wisata Pura Tanah Lot, sehingga wisatawan mancanegara dapat membaca

info-graphic tersebut agar lebih mengetahui bagaimana jalannya kehidupan sosial masyarakat Bali dan bagaimana bisa terjalin keharmonisan.

2. Dimensi yang memperoleh penilaian terendah pada variabel Keputusan Berkunjung pada obyek wisata alam Tanah Lot, Bali adalah *Purchase Timing* atau pilihan waktu berkunjung. Wisman dalam melakukan kunjungan wisman tentunya menginginkan suasana yang aman, nyaman, dan tenang, namun dalam waktu kunjungan di daya tarik wisata Tanah Lot namun di daya tarik wisata Pura Tanah Lot masalah waktu kunjungan tidak bisa diprediksi karena hampir setiap hari kunjungan wisawatan mancanegara atau wisawaman nusantara selalu berdatangan dan ramai kunjungan. Oleh karena itu ini menjadi masalah seperti seperti *visitor management* dalam rangka menjaga keasrian lingkungan daya tarik wisata Pura Tanah Lot, Bali melalui seharusnya manajemen operasional daya tarik wisata Pura Tanah Lot dan CV. Ari Jasa Wisata membuat pengaturan manajemen wisatawan yang datang berkunjung, seperti alur masuk hingga keluar sehingga selain menciptakan lingkungan yang asri dan terjaga, menciptakan suasana yang kondusif dan nyaman bagi wisatawan yang berkunjung, baik itu wisatawan nusantara atau mancanegara.
3. Pengaruh Cultural Value yang terdiri dari *Intellectual Autonomy*, *Embeddedness*, dan *Hierarchy* memiliki pengaruh yang cukup tinggi terhadap keputusan berkunjung, maka manajemen operasional daya tarik wisata Pura Tanah Lot dan CV. Ari Jasa Wisata perlu lebih meningkatkan lagi tradisi dan budaya yang terkandung dalam masyarakat Bali untuk dipentaskan dengan tujuan memperkenalkan keanekaragaman budaya yang dimiliki pada wisatawan mancanegara, serta dapat menjaga kelestariannya sehingga tetap terjaga keaslian tradisi budaya Bali yang dilaksanakan dalam atraksi wisata di Pura Tanah Lot Bali. Dengan ini, manajemen operasional daya tarik wisata Pura Tanah Lot dan CV. Ari Jasa Wisata dapat meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke daya

tarik wisata Pura Tanah Lot Bali dengan menampilkan tradisi budaya masyarakat Bali dengan sebuah inovasi yang kreatif agar mampu menarik perhatian wisatawan mancanegara.