

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif serta teknik analisis regresi berganda antara variabel atribut *tea tourism* terhadap keputusan berkunjung di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung. Mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan wisatawan secara umum mengenai atribut *tea tourism* di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung yang terdiri dari kesadaran, aksesibilitas, atraksi, fasilitas dan layanan tambahan berada dalam kategori sangat tinggi. Sub variabel dari *atribut tea tourism* yang memiliki skor tertinggi yaitu fasilitas dan skor terendah adalah dimensi layanan tambahan.
2. Tanggapan wisatawan mengenai keputusan berkunjung di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung yang dibangun dari sub variabel pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran kunjungan, waktu kunjungan dan jumlah kunjungan. Dimensi yang memperoleh skor tertinggi yaitu pilihan produk, sedangkan jumlah kunjungan memperoleh skor terendah.
3. Setiap dimensi dari atribut *tea tourism* yang terdiri dari kesadaran, aksesibilitas, atraksi, fasilitas dan layanan tambahan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung. Namun saat diuji secara parsial, dimensi yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung terdapat dua dimensi yaitu aksesibilitas dan layanan tambahan, ini karena hal yang penting untuk wisatawan adalah aksesibilitas dan layanan tambahan. Aksesibilitas yang mudah, lancar hingga layak adalah pengantar pertama wisatawan dalam menikmati atraksi, fasilitas serta menyadari kualitas tinggi teh Indonesia sedangkan layanan tambahan merupakan penyempurna perjalanan wisata di destinasi Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung.

4. Dengan berpengaruhnya atribut *tea tourism* terhadap keputusan berkunjung oleh wisatawan domestik maka artinya kesadaran masyarakat terhadap kualitas tinggi teh di Indonesia masih bisa terus ditingkatkan.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh atribut *tea tourism* terhadap keputusan berkunjung di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung, peneliti akan memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Masih terdapat beberapa atribut *tea tourism* yang harus ditingkatkan seperti aktivitas yang menyangkut dengan peningkatan kesadaran terhadap kualitas tinggi teh Indonesia. Wisata Pabrik Teh Malabar yang menarik dengan menjelaskan seluruh proses awal pembuatan teh hingga bisa di ekspor ke luar negeri, sejarah tentang teh Indonesia di Malabar dengan mengunjungi tempat rumah Boscha, *tea walk* hingga meminum teh di sekitar perkebunan teh harus dikemas secara menarik seperti dibuatkan paket-paket *tour* dan di promosikan ke sekolah-sekolah SD, SMP dan SMA sehingga kesadaran terhadap kualitas tinggi teh di Indonesia sudah tertanam dan mengubah *mind set* masyarakat sejak dini. Disisi lain, gerai makanan yang ada di sekitar Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung masih minim maka penyelesaian yang di rekomendasikan untuk pihak pengelola adalah menambah gerai makanan dan membangun *café* atau sejenis *tea house* yang menarik misalnya dengan *view* yang langsung menghadap ke perkebunan teh yang luas dan indah atau membangun *café* di tengah-tengah hamparan perkebunan teh. Dengan di bangunnya *café* juga sekaligus bisa menarik masyarakat khususnya anak muda untuk lebih tertarik pada teh Indonesia. Selain itu bisa diadakan acara-acara khusus seperti edukasi penyeduhan teh yang menarik pula sehingga masyarakat ingin belajar, mengadakan upacara teh, museum teh dan produk-produk yang bisa dibuat dari bahan teh untuk dijadikan sebagai souvenir.
2. Wisatawan sangat menyukai keasrian dan kenyamanan suasana di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung maka dari itu untuk

pihak pengelola harus menjaga dan mempertahankan suasana di sekitar Malabar karena semakin hari pasti akan semakin sulit untuk menemukan kenyamanan, orang-orang yang bekerja di ibukota perlu *refreshing* maka keputusan wisatawan untuk berkunjung adalah ke Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung.

3. Promosi oleh pihak pengelola adalah hal yang diperlukan untuk mempengaruhi keputusan berkunjung namun memperbaiki dan memperbagus kualitas atribut *tea tourism* juga bukan hal yang tidak sia-sia dilakukan karena wisatawan yang sudah mendatangi Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung setidaknya akan menceritakan pengalamannya kepada kerabat terdekat atau dengan canggihnya teknologi sekarang mereka akan bercerita sendiri melalui *social media* yang sekarang tengah marak digandrungi masyarakat Indonesia dan hal itu secara langsung adalah promosi yang benar-benar efektif.
4. Rekomendasi untuk perkebunan-perkebunan teh lain di Indonesia yaitu membuat inovasi *tea tourism* baru agar perkebunan teh Indonesia yang indah bisa teroptimalkan potensinya dan sedikit membantu permasalahan teh di Indonesia dengan menyadarkan masyarakat bahwa teh Indonesia adalah teh yang memiliki kualitas tinggi.
5. Penulis sangat menyadari bahwa penelitian ini masih perlu ditambahkan karena masih jarang ditemui penelitian tentang *tea tourism* di Indonesia. Maka dari itu penulis memberi rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah meneliti penelitian selain atribut *tea tourism* misalnya mengenai pengalaman *tea tourism*, *tourist attitude* terhadap *tea tourism* dan lain sebagainya sehingga dapat menambah dan melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya.