

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif menggunakan analisis regresi berganda antara motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung partisipan ke Kawasan Wisata Warisan Budaya Situ Canguang, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Motivasi wisatawan mendapat penilaian yang baik. Motivasi wisatawan yang terdiri dari sub variabel *socialization*, *relaxation*, dan *learning opportunities*. Sub variabel yang mendapat penilaian tertinggi yaitu sub variabel *relaxation*. Hal tersebut membuktikan bahwa motivasi utama dalam berkunjung ke kawasan wisata warisan budaya Situ Canguang ialah keinginan untuk mendapatkan peluang dalam melepaskan kepenatan hidup sehari-hari. Wisatawan dapat menikmati suasana alam dan lingkungannya yang tenang di Kawasan Wisata Warisan Budaya Situ Canguang. Selain disuguhkan pemandangan alam pegunungan dan menghirup udara yang sejuk, wisatawan juga dapat melakukan kegiatan lainnya yang membantu dalam melepaskan kepenatannya seperti bercengkrama dengan warga penduduk kampung Adat Pulo. Sedangkan sub variabel yang mendapat penilaian terendah adalah sub variabel *learning opportunities*. Hal tersebut terjadi karena rata-rata wisatawan dilihat dari data penelitian, banyak yang berkunjung ke kawasan wisata warisan budaya Situ Canguang bersama keluarga. Hal tersebut membuat tujuan sebagian besar wisatawan berkunjung adalah untuk melakukan kegiatan kekeluargaan, sehingga mengurangi motivasi wisatawan untuk melakukan pembelajaran tentang budaya atau pun sejarah yang ada di kawasan wisata warisan budaya Situ Canguang
2. Keputusan berkunjung di kawasan wisata warisan budaya Situ Canguang mendapatkan penilaian yang baik. Indikator yang memiliki penilaian tertinggi

yaitu pemilihan saluran kunjungan. Hal tersebut terjadi karena pemilihan saluran kunjungan adalah faktor utama bagi wisatawan untuk berkunjung ke kawasan wisata warisan budaya Situ Cangkuang. Kemudahan saluran kunjungan baik secara langsung maupun tidak langsung membuat wisatawan mudah untuk membuat. Sedangkan sub variabel yang memperoleh penilaian paling rendah adalah pemilihan jumlah kunjungan. Bagi wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata warisan budaya Situ Cangkuang, jumlah kunjungan tidak banyak dalam suatu waktu karena wisatawan mendapatkan atraksi wisata yang sama, hal ini dikarenakan daya tarik yang ada tidak banyak berubah bahkan tidak berubah dalam satu satuan waktu sehingga membuat wisatawan melakukan jumlah kunjungan yang sedikit dalam satu satuan waktu.

3. Hasil lain penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi wisatawan yang terdiri dari *socialization*, *relaxation*, dan *learning opportunities* terhadap keputusan berkunjung wisatawan kawasan wisata warisan budaya Situ Cangkuang. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa motivasi wisatawan yang dimiliki wisatawan sudah terbentuk dengan baik dan akan menciptakan keputusan berkunjung wisatawan ke kawasan wisata warisan budaya Situ Cangkuang.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan temuan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis merekomendasikan hal-hal sebagai berikut guna pengembangan dan pemasaran pariwisata di kawasan wisata warisan budaya Situ Cangkuang yang dapat dipertimbangkan pihak pengelola kawasan wisata warisan budaya Situ Cangkuang :

1. Berdasarkan temuan penelitian, dapat dilihat bahwa pada motivasi wisatawan terdapat sub variabel yang memiliki penilaian terendah terhadap keputusan berkunjung, yaitu sub variabel *learning opportunities* dimana wisatawan dapat melakukan pembelajaran tentang sejarah atau pun budaya yang ada di kawasan wisata warisan budaya Situ Cangkuang. Dalam hal ini pengelola

diharapkan dapat melakukan penambahan sarana dan prasarana yang tentunya dapat difokuskan pengelola agar dapat menciptakan dan meningkatkan motivasi wisatawan untuk mendapatkan kesempatan belajar. Dari temuan pun menunjukkan bahwa kawasan wisata warisan budaya Situ Cangkuang banyak dikunjungi keluarga, sehingga penambahan sarana-prasarana tersebut pun dapat difokuskan untuk wisatawan yang berkunjung bersama keluarga dan hendak melakukan kegiatan *family time*.

2. Berdasarkan hasil temuan penelitian, terdapat sub variabel yang mendapatkan penilaian terendah dalam keputusan berkunjung yaitu pemilihan jumlah kunjungan. Hal ini terjadi karena atraksi wisata yang ada tidak banyak berubah sehingga membuat wisatawan bosan jika berkunjung dalam jumlah kunjungan yang banyak dalam suatu satuan waktu. Dalam hal ini, pengelola diharapkan dapat membuat daya tarik yang baru dari waktu ke waktu seperti menciptakan suatu event atau pun daya tarik lainnya yang meningkatkan jumlah keputusan berkunjung bagi wisatawan.
3. Secara umum, wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata warisan budaya Situ Cangkuang merasa senang berwisata di kawasan wisata warisan budaya Situ Cangkuang. Hal tersebut tentunya sejalan dengan temuan penelitian yang menyatakan bahwa motivasi wisatawan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Oleh karenanya, pengelola harus berupaya mempertahankan standar yang baik, juga harus terus memperbaiki serta melakukan pembenahan terhadap hal-hal yang dapat meningkatkan keputusan berkunjung khususnya yang berkaitan dengan motivasi wisatawan. Hal yang bisa dilakukan lainnya yaitu dengan meningkatkan fasilitas di kawasan wisata warisan budaya Situ Cangkuang agar menciptakan dorongan bagi wisatawan untuk berkunjung dan juga melakukan inovasi dalam pemasaran sehingga menciptakan tarikan bagi wisatawan untuk berkunjung.
4. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat meneliti faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan keputusan berkunjung di kawasan wisata

warisan budaya Situ Canguang seperti memori, pembelajaran dan persepsi wisatawan, serta seta dari karakteristik konsumen seperti budaya, social dan personal wisatawan. Hal lainnya yang dapat diteliti adalah *word of mouth*, *tourist satisfaction*, dan *product quality* untuk mengetahui seberapa besar kepuasan yang didapatkan wisatawan sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan dan kunjungan ulang serta memiliki niat untuk merekomendasikan kepada calon wisatawan lainnya.