

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif antara program *destination branding* dalam mempertahankan loyalitas wisatawan untuk berkunjung ke Bali dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. *Destination branding Bali* yang terdiri dari *culture, history, dan nature*.

Wisatawan memiliki tanggapan yang positif terhadap aspek yang melatar belakangi terbentuknya *branding* Bali ini. Salah satu elemen dari *destination branding* Bali yang memiliki pengaruh yang paling besar adalah *culture* (budaya) hal ini dikarenakan kebudayaan dengan agama yang dianut oleh masyarakat Bali merupakan satu kesatuan yang tidak terpisah dari kehidupan sehari-hari. *Nature* merupakan elemen dari yang memiliki pengaruh terhadap pembentukan *destination branding*. Hal ini disebabkan karena Bali memiliki alam yang sangat indah dan banyak terdapat objek wisata yang menjadikan alam sebagai daya tarik wisatanya. Selain itu Bali merupakan tempat yang sesuai dengan anggapan wisatawan mengenai tiga komponen utama yang harus ada pada sebuah destinasi wisata yang diantaranya adalah *sea, sand, and sun..* Sedangkan pengaruh yang paling kecil terdapat pada *history*. Hal ini disebabkan wisatawan lebih tertarik pada alam dan kebudayaan Bali yang

memang terkenal keindahan dan keunikannya dibandingkan dengan sejarahnya.

2. Gambaran mengenai loyalitas wisatawan yang berkunjung ke Bali sangat positif karena wisatawan memiliki keinginan untuk melakukan kunjungan ulang yang cukup tinggi. Selain itu wisatawan juga merekomendasikan Bali kepada orang lain sehingga dapat dikatakan telah terbentuk loyalitas pada wisatawan tersebut.
3. Program *destination branding* mempunyai pengaruh terhadap loyalitas wisatawan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan program *destination branding* yang dilakukan pemerintah Bali melalui *culture, history*, dan *nature* mampu mempengaruhi loyalitas wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke Bali.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut:

1. *Destination branding* Bali yang dimensinya terdiri dari *culture, history* dan *nature*. Ketiga aspek ini merupakan komponen penting dalam pembentukan *destination branding* Bali. Dalam penelitian ini, *history* merupakan dimensi yang memiliki pengaruh paling kecil dalam penciptaan loyalitas wisatawan. Pengelola yang dalam hali ini adalah Dinas Pariwisata Prov. Bali harus membuat sistem sosialisasi yang lebih baik tentang wisata sejarah. Wisata sejarah dapat dikemas menjadi lebih menarik lagi sehingga wisatawan tertarik

pada wisata sejarah ini. Selain itu penyampaian cerita dapat di sampaikan dengan cara yang berbeda sehingga wisatawan mancanegara dapat lebih mudah memahami dan menambah pengetahuan mereka tentang cerita sejarah Bali. Budaya merupakan aspek yang sangat melekat dalam kehidupan bermasyarakat di Bali. Budaya dan agama hindu yang mereka anut merupakan satu kesatuan yang mengakar dalam kehidupan masyarakat Bali merupakan salah satu potensi daya tarik wisata. Pemerintah harus membuat kebijakan yang mendukung kelestarian budaya Bali ini. Membuat hak cipta mengenai kebudayaan tradisional sebagai warisan merupakan hal yang sering dianggap sepele oleh banyak orang, padahal hal ini sangat penting mengingat budaya merupakan salah satu aset yang tak ternilai dalam pembentukan *destination branding* Bali. dimensi yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas yaitu *nature* (alam), *culture* (budaya), dan *history* (sejarah) maka semua elemen baik pemerintah, masyarakat setempat, maupun para wisatawan sebaiknya mampu bekerjasama dalam menjaga dan melestarikan kekayaan alam, sejarah, dan budaya yang dapat dijadikan sebagai potensi daya tarik wisata demi keberlangsungan kegiatan pariwisata yang berkelanjutan.

2. Secara umum, wisatawan memiliki tanggapan yang positif mengenai Bali di benak mereka. Namun demikian pemerintah harus tetap dapat mempertahankan loyalitas para wisatawan tersebut dengan terus melakukan inovasi dalam membuat program-program pemasaran pariwisata. Dimensi loyalitas berdasarkan behavior mendapat skor yang lebih rendah. Hal ini dikarenakan loyalitas berdasarkan attitude lebih sederhana dan mudah.

Sebaiknya pemerintah terus menyediakan atraksi wisata baru sehingga wisatawan tidak merasa bosan dengan atraksi yang sudah ada. Program lain yang dapat dibuat adalah dengan membuat membership dan memberikan kemudahan atau reward bagi wisatawan yang loyal.

3. Selain dimensi *culture*, *history*, dan *nature* yang dapat mempengaruhi loyalitas wisatawan yang berkunjung ke Bali, terdapat juga aspek lain yang dapat mempengaruhi loyalitas wisatawan. Koordinasi dengan departemen lain yang bersangkutan juga sangat dibutuhkan dalam mempertahankan citra baik Bali yang tujuannya untuk menciptakan kenyamanan dan terbentuknya loyalitas wisatawan. Pemerintah sebaiknya dapat menjamin keamanan dan kenyamanan wisatawan. Aksi terorisme yang sempat melumpuhkan kegiatan pariwisata di Bali sangat mungkin terulang sehingga pihak pengelola harus berkordinasi dengan pihak keamanan dalam hal ini kepolisian Republik Indonesia dalam mengantisipasi hal tersebut. Kenyamanan dapat diciptakan dengan menjaga kebersihan lingkungan sekitar. Selain itu ketertiban harus selalu dijaga oleh semua kalangan.