

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, mengenai pengaruh *place branding* dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi Cicalengka maka dapat diambil beberapa mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Place branding* terdiri dari sepuluh indikator yaitu *presence, place, potential, pulse, people,* dan *perquisites*. *Place branding* yang dimiliki oleh Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi Cicalengka berada dalam kategori “Cukup Baik” artinya Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi memiliki *Place Branding* yang positif terhadap Keputusan Berkunjung. Hal ini ditandai dengan nilai tertinggi pada indikator Keramahan Karyawan dimana karyawan Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi selalu tersenyum ketika pengunjung datang dan tidak jarang membuat percakapan dengan pengunjung. Tetapi, pada indikator Daya Tarik Tempat Wisata dinilai rendah karena, notabene para wisatawan berkunjung hanya untuk berlibur saja dan tidak tertarik untuk mengamati atau belajar tentang flora dan fauna yang tersedia di TBMK.
2. Citra Destinasi terdiri dari sebelas indikator yaitu lingkungan, wisata alam, acara dan hiburan, atraksi bersejarah/ budaya, infrastruktur, aksesibilitas, relaksasi, dan kegiatan luar ruangan. Berdasarkan hasil analisis deskriptif,

citra destinasi yang dimiliki oleh Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi Cicalengka berada dalam kategori “Cukup Baik” artinya Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi Cicalengka memiliki citra destinasi yang positif terhadap Keputusan Berkunjung. Hal ini ditandai dengan nilai tertinggi pada indikator Ciri Khas Kebudayaan Lokal dimana sebagian besar pengunjung merasa atraksi kebudayaan lokal di Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi sudah cukup sesuai untuk membentuk ciri khas bagi TBMK. Kebudayaan lokal di TBMK seperti menampilkan kesenian daerah saat ada acara tertentu dan kebudayaan warga sekitar yang masih melekat di daerah tempat wisata. Tetapi, pada indikator Fasilitas Pendukung dinilai rendah karena, fasilitas umum yang disediakan oleh TBMK untuk para pengunjung masih dibuat ala kadarnya. Sehingga para pengunjung merasa fasilitas umum seperti WC, mushola, dan kantin tidak layak untuk digunakan ditempat wisata.

3. Keputusan Berkunjung terdiri dari lima indikator yaitu daerah tujuan, moda perjalanan, waktu dan biaya, pengatur perjalanan, dan sumber layanan. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, Keputusan Berkunjung yang dimiliki oleh Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi Cicalengka berada dalam kategori “Cukup Baik” artinya Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi memiliki Tingkat Berkunjung yang positif. Hal ini ditandai dengan nilai tertinggi pada indikator Waktu Operasional dimana para pengunjung merasa waktu operasional yang ditetapkan di Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi Cicalengka sangat sesuai, karena pihak TBMK

menentukan jam operasional sangat sesuai dengan waktu sekolah dan kerja serta TBMK hampir setiap hari buka. Tetapi, pada indikator Modal Perjalanan dan Sumber Layanan dianggap sama rendahnya karena, tidak tersedianya angkutan umum ataupun kendaraan yang mengantar langsung sampai tujuan tempat wisata dan layanan yang disediakan tidak beragam seperti tidak adanya pemandu wisata, pusat souvenir, fotografi dan lain lain.

4. Secara Parsial, *Place Branding* berpengaruh signifikan lebih rendah dibandingkan dengan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi Cicalengka dengan arah hubungan yang positif. Artinya semakin baik *Place Branding* maka Keputusan Berkunjung akan semakin baik.
5. Secara Parsial, Citra Destinasi berpengaruh signifikan lebih tinggi dibandingkan dengan *Place Branding* terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi Cicalengka dengan arah hubungan yang positif. Artinya semakin baik Citra Destinasi maka Keputusan Berkunjung akan semakin baik.
6. Secara Simultan, *Place Branding* dan Citra Destinasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan dengan arah hubungan yang positif terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi Cicalengka.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan dapat dipertimbangkan sebagai bahan masukan bagi Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi Cicalengka maupun untuk pihak lainnya mengenai *Place Branding*, Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung. Adapun saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Pada *Place Branding* yang harus diberikan fokus perhatian adalah pada indikator daya tarik tempat wisata. Berdasarkan fakta dilapangan masih banyak para pengunjung yang tidak tertarik untuk belajar tentang alam di Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi, sedangkan TBMK sendiri merupakan tempat wisata alam. *Place Branding* yang dibuat oleh pihak pengelola TBMK yaitu *EduEcoTourism*, sedangkan para pengunjung tidak tertarik untuk belajar tentang alam di TBMK. Maka, untuk Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi, mengusulkan untuk lebih mengenalkan lagi kepada pengunjung tentang *place branding* yang dimiliki. Seperti membuat media lain untuk para pengunjung mencari informasi agar tempat wisata Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi lebih dikenal oleh masyarakat Indonesia. Melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat di ekspose oleh publik agar publik pun mengetahui keberadaan tempat wisata edukasi di Cicalengka.
2. Pada Citra Destinasi yang harus diberikan fokus perhatian adalah pada indikator fasilitas pendukung. Berdasarkan fakta dilapangan banyak pengunjung yang berpendapat bahwa fasilitas pendukung seperti wc,

mushola, lahan parkir, dan kantin tidak layak digunakan di tempat wisata Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi. Maka, untuk Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi disarankan agar memperbaiki fasilitas umum seperti wc, mushola, kantin, dan lahan parkir. Tujuannya agar ketika banyaknya pengunjung yang datang, pengunjung tidak kekurangan fasilitas pendukung tersebut.

3. Pada Keputusan Berkunjung yang harus diberikan fokus perhatian adalah pada indikator Moda Perjalanan dan Sumber Layanan. Berdasarkan fakta dilapangan banyak pengunjung yang masih berpendapat bahwa moda perjalanan seperti transportasi umum tidak ada yang dapat mengantar sampai tujuan dan layanan yang diberikan tidak beragam. Maka, untuk pihak pengelola Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi disarankan agar memberikan berbagai macam layanan seperti menyediakan pemandu wisata, pusat souvenir, fotografi serta memperhatikan transportasi yang digunakan pengunjung seperti menyediakan kendaraan umum yang dapat mengangkut para pengunjung yang datang. Tujuannya agar orang-orang yang sudah berkunjung akan memberikan kesan dan pendapatnya kepada orang lain, sehingga akan ada pengunjung baru lagi yang akan memutuskan untuk berkunjung ke Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi Cicalengka.