

## PREFERENSI WISATAWAN CINA TERHADAP *CULTURAL TOURISM* DI BALI

Sigit Sugianto<sup>1</sup>, I Made Sendra<sup>2</sup>, I Made Kusuma Negara<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Email : sigitsugianto@outlook.co.id

Program Studi S1 Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

<sup>2</sup>Email : sendramade65@gmail.com

Program Studi S1 Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

<sup>3</sup>Email : kusuma.negara@unud.ac.id

Program Studi S1 Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

**Abstract:** This research discuss, Chinese tourist preferences on cultural tourism product in Bali, and its characteristics. The aim of this research is to identify the characteristics and to determine how Chinese tourist preference on the cultural tourism product in Bali. The method of data collection utilized observation, questionnaire, literature study, and documentation. The result shows that the characteristic of the Chinese tourist in Bali from point of view tourists descriptor are dominated by Chinese tourist whose age are 25-44 years and their job as private employees who have married. Based on trip-descriptor are dominated by the purpose of their traveling to Bali are the holiday. Most of them got information from the internet, and arranged by tour package with the length of stay is 4-7 days in Bali. Preferences of Chinese tourist toward cultural tourism in Bali are in term of historical buildings preferred to Tanah Lot Temple, in term of historical places preferred to Bedugul, in term of traditional dances preferred to Barong Dance, in term of local food preferred to Suckling pig, in term of handicrafts preferred to traditional statues, in term of indigenous village tours preferred to the traditional village of Panglipuran, in term of Subak preferred to the Subak in Tegalalang, in term of cultural festival preferred to the Bali Arts Festival, in term annual ceremony preferred to have tour during on Nyepi day, in term pre-wedding tour preferred to wear traditional Balinese costume, and in term spa product preferred traditional Balinese massage.

**Abstrak:** Penelitian ini membahas tentang preferensi wisatawan Cina terhadap produk pariwisata budaya, dan karakteristik wisatawan Cina di Bali. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui karakteristik wisatawan Cina yang berkunjung ke Bali dan preferensi wisatawan Cina terhadap pariwisata budaya di Bali. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu, observasi, kuesioner, studi kepustakaan dan dokumentasi. Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa karakteristik wisatawan Cina ke Bali, dari *tourist description* didominasi oleh wisatawan yang berumur 25-44, mempunyai pekerjaan sebagai karyawan dengan status sudah menikah. Dilihat dari *trip description*, tujuan wisatawan Cina datang ke Bali adalah untuk berlibur. Mereka mendapat informasi dari internet dan mengorganisasikan perjalanan sesuai paket wisata dengan lama tinggal di Bali selama 4-7 hari dan merupakan kunjungan pertama kali. Preferensi mayoritas wisatawan Cina untuk bangunan bersejarah mengunjungi Pura Tanah Lot, untuk tempat bersejarah mengunjungi Bedugul, untuk tarian memilih Tari Barong, untuk makanan tradisional memilih makanan babi guling, untuk oleh-oleh memilih patung tradisional, untuk kunjungan desa adat memilih Desa Panglipuran, untuk subak memilih tempat di Tegalalang, untuk festival budaya memilih Pesta Kesenian Bali, untuk *annual ceremony* memilih wisata pada saat hari Raya Nyepi, dan untuk wisata *pre-wedding* memilih model pakaian khas Bali, serta untuk produk *spa* memilih *traditional Balinese massage*.

**Keywords :** preferences, characteristics, chinese tourist, cultural tourism.

## PENDAHULUAN

Menurut Yoeti dalam Suwena dan Widyatmaja 2010 Pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain dan dalam bahasa Inggris disebut “*tourism*” Menurut Suwanto dalam Suwena dan Widyatmaja (2010) Pariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan uang.

Pariwisata Indonesia yang terkenal dengan pulau Bali dan Danau Toba serta berbagai tujuan pariwisata lain dan daya tarik alam dan budayanya merupakan satu destinasi wisatawan antar bangsa. Sektor pariwisata Indonesia bangkit sejak awal tahun 1980-an hingga mampu menjadi sumber penerimaan devisa disamping sektor manufaktur. Sektor pariwisata sebagai satu sektor strategis pembangunan telah mampu menunjukkan kinerja sebagai sektor yang semakin prospektif dan handal dalam menopang pembangunan, perekonomian nasional (Siregar, 2010)

Bali sebagai pulau dengan pariwisata yang sudah dikenal luas, pada dasarnya merupakan suatu daerah yang bersifat terbuka. Keterbukaan Bali terhadap masyarakat lainnya, dapat dibuktikan dengan adanya berbagai peninggalan sejarah, baik dari jaman pra sejarah maupun dari jaman sejarah (Kartodirjo dalam Mudana, 2012). Dengan keterbukaan Bali terhadap masyarakat lainnya, berdampak pada masyarakat Bali yang multi etnik.

Kehadiran berbagai kelompok etnis pada masyarakat Bali tidak jarang diwarnai dengan penampakan ciri-ciri kultur etnisnya dan bersifat eksklusif dalam satu perkampungan tertentu, seperti halnya pada desa pakraman Buleleng, Catur dan Pempatan bersifat multi etnik. Keberagaman etnik dapat dilihat dari adanya berbagai etnik yang ada di daerah tersebut, di desa pakraman Buleleng tinggal etnis Tionghoa, Arab, Sasak,

Madura, Padang, Bugis, Timor, dan lain (Mudana, 2012).

Temuan cermin perunggu yang berasal dari zaman dinasti *Han*) dalam sarkopagus di desa Pangkung Paruk, Kecamatan Seririt, Buleleng dapat dikatakan sebagai awal hubungan Bali dengan Tiongkok (Ardika, dalam Sulistyawati, 2011).

Menurut Obioma dalam Mahendra(2016) wisata budaya adalah yang ada hubungannya dengan keunggulan budaya dan keunikan dari orang, baik buatan manusia atau diwariskan. Di antara warisan budaya dari orang yang menjadi sumber tempat wisata seperti : tarian, musik, adat istiadat, tempat, monumen bersejarah, gambar, seni dan kerajinan, keagamaan tradisional, pernikahan tradisional dan penguburan, dan lain-lain. Menurut Nafila (2013), bahwa pariwisata budaya adalah salah satu jenis pariwisata yang menjadikan budaya sebagai daya tarik utama. Dimana di dalam pariwisata budaya ini wisatawan akan diapandu untuk disamping mengenali sekaligus memahami budaya dan kearifan pada komunitas lokal tersebut. Disamping itu, pengunjung akan dimanjakan dengan pemandangan, tempat-tempat bersejarah sekaligus museum, representasi nilai dan sistem hidup masyarakat lokal, seni (baik seni pertunjukan atau pun seni lainnya), serta kuliner khas dari masyarakat asli atau masyarakat lokal yang bersangkutan. Berdasarkan peraturan Pemerintah Provinsi Bali yang telah menetapkan ketentuan mengenai Kepariwisata Budaya Bali dengan Peraturan Daerah Provinsi Bali No. 2 Tahun 2012 bab VI tentang pembangunan daya tarik wisata, pasal 12 komponen Budaya Bali yang menjadi potensi daya tarik wisata, meliputi : a. Kesenian, b. Kepurbakalaan, c. Kesenjataan, d. Permuseuman, e. Kesusastraan, f. tradisi, dan g. saujana.

Wisatawan Cina termasuk wisatawan yang minat dengan wisata budaya. Menurut Suryawardani dan Wiranatha (2013), wisatawan Cina juga

mempunyai motivasi/alasan untuk melakukan perjalanan ke Bali karena adanya kebudayaan, mulai dari tempat bersejarah, jenis makanan lokal, bergai macam tarian dan atraksi kebudayaan lainnya. Berdasarkan uraian di atas dapat dilihat bahwa wisatawan Cina memiliki selera yang berbeda-beda, mengakibatkan berbeda pula produk wisata budaya yang diminati oleh wisatawan. Sikap suka terhadap suatu hal merupakan sebuah pilihan. Suatu sikap konsumen terhadap pilihan produk yang terbentuk melalui evaluasi atas berbagai macam alasan dalam berbagai pilihan yang tersedia disebut preferensi konsumen (Kotler, 2009).

Preferensi wisatawan Cina terhadap pariwisata budaya (*cultural tourism*) dipilih oleh peneliti sebagai subjek penelitian untuk mengukur seberapa besar minat kesukaan wisatawan Cina terhadap wisata budaya yang berada di Bali, mengingat potensi kebudayaan Indonesia dan Bali pada khususnya cukup besar untuk mendatangkan wisatawan, adanya akulturasi kebudayaan Tiongkok dengan Bali dimasa lalu, selain itu produk atau jasa yang ditawarkan sangat berhubungan dalam keputusan wisatawan Cina dalam melakukan perjalanan. Dalam hal ini produk wisata budaya yang menjadi tolak ukur preferensi adalah bangunan dan tempat bersejarah tarian, kerajinan, makanan tradisional, subak, festival budaya, desa adat. hari raya tahunan, produk *spa*, serta pakaian *pre wedding*.

## METODE

Lokasi penelitian dilakukan di Bali tepatnya di area Tanah Lot, Uluwatu, Ubud, Kuta, dan berfokus pada tempat yang banyak aktivitas wisatawan Cina. Jumlah anggota sampel ditentukan dengan rumus Slovin diperoleh 100 sampel dan dalam penyebaran kuesioner responden ditentukan dengan teknik *Sampling Purposive*. Analisis penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan deskriptif kuantitatif, selain itu

menggunakan analisis tabulasi silang (*crosstab*) dan uji chi-square. Analisis ini berisi data yang berbentuk angka-angka yang merupakan hasil dari penjumlahan atau pengukuran terhadap data yang diperoleh dari jawaban responden dan digunakan untuk menganalisis data yang berbentuk angka tersebut dengan perhitungan statistik. Software yang digunakan untuk memudahkan menganalisis data tersebut adalah software SPSS (*Statistical Package for Social Science*) yang berfungsi untuk menganalisis data, melakulcan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik dengan basis windows (Kusmayadi, 2000). Uji *Chi-Square* bertujuan untuk mengamati ada tidaknya hubungan antara dua variabel (baris dan kolom).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Wisatawan Cina

Pada Tabel 1 dapat dilihat *tourist description* wisatawan Cina. Wisatawan Cina yang mendominasi adalah berjenis kelamin perempuan sebanyak 64%, kemudian karakteristik wisatawan Cina menurut umur didominasi oleh wisatawan yang berusia 25-44 tahun sebanyak 62%, karakteristik wisatwan Cina berdasarkan pekerjaannya sebanyak 24% wisatwan yang berprofesi sebagai karyawan, karakteristik wisatwan Cina berdasarkan tingkat pendidikan sebanyak 60% wisatwan yang mempunyai jenjang pendidikan tingkat S1/sarjana dan karakteristik wisatawan Cina berdasarkan status pernikahan yang paling banyak adalah wisatwan yang berstatus menikah sebanyak 51% wisatawan.

**Tabel 1 Karakteristik Menurut *Tourist Descriptor***

Identitas Responden		%
Jenis Kelamin	Laki-laki	36
	Perempuan	64
Usia	< 14 tahun	0

	15-24 tahun	30
	25-44 tahun	62
	45-65 tahun	8
	> 65 tahun	0
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	23
	Pengusaha	14
	Pekerja Seni	0
	Pegawai Negeri	2
	Karyawan	24
	Ibu Rumah Tangga	0
	Ahli	21
	Lainnya	16
Tingkat Pendidikan	SMA Sederajat	15
	S1/Sarjana	60
	S2/Master	16
	S3/Doktor	1
	Lainnya	8
Status Pernikahan	Belum menikah	49
	Menikah	51

Sumber : Hasil Penelitian 2018

**Tabel 2 Karakteristik Menurut Trip Descriptor**

	Identitas Respoden	%
Tujuan	Liburan	91
	Penelitian/studi	0
	Mengunjungi kerabat/keluarga	5
	Bisnis	2
	Olahraga	0
	Lainnya	2
	Informasi	Kolega/Keluarga
Internet		68
Travel agent		7
Brosur/buku/majalah		1
Radio/televisi		0
Tourist Information Centre (TIC)		0
Pengorganisasian	Sendiri	37
	Paket tour	63
Lama Tinggal	1 hari	0
	2-3 hari	4
	4-7 hari	83
	8-28 hari	13
	> 29hari	0
Perioditas	Kunjungan pertama kali	92
	Kunjungan ke 2-5 kali	8
	Kunjungan > 5 kali	0
	Rutin	0

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Pada Tabel 2 *Trip description* wisatawan Cina, bahwa wisatawan Cina menuju ke Bali untuk berlibur sebesar 91%, wisatawan Cina mendapatkan informasi tentang destinasi wisata sebagian besar didapatkan dari internet sebesar 68%, pengorganisasian perjalanan saat berada di Bali menggunakan paket wisata sebesar 63%, dan tinggal di Bali selama 4-7 hari sebanyak 83%, kemudian perioditas kedatangan wisatawan Cina sebagian besar untuk pertama kali sebesar 98% wisatawan Cina dari total jumlah responden.

### Preferensi Wisatawan Cina

**Tabel 3 Preferensi Terhadap Produk Wisata Budaya**

	Preferensi Produk Wisata Budaya	%
Preferensi terhadap bangunan bersejarah di Bali	Pura Tanah Lot	46
	Pura Uluwatu	29
	Pura Tirta Empul	16
	Pura Goa Gajah	7
	Lain-lain	2
Preferensi terhadap tempat bersejarah	Taman Ayun	13
	Bedugul	46
	Monumen Bajra Sandi	31
	Lain-lain	10
Preferensi terhadap Tarian di Bali	Tari Barong	50
	Tari Kecak	45
	Lain-lain	5
Preferensi terhadap KerajinanTangan	Lukisan	12
	Patung Tradisional	50
	Ukiran	36
	Lain-lain	2
Preferensi terhadap Makanan Lokal Bali	Babi Guling	40
	Lawar	24
	Ayam/Bebek	31
	Betutu	4
	Sate	1
Preferensi terhadap Wisata Desa Adat Bali	Lain-lain	40
	Desa Tenganan	50
	Desa Panglipuran	6
	Desa Bungkasa	4
Preferensi terhadap produk spa	Traditional	79
	Balinese Massage	16
	Manicure/padicure	5
	Face Massage	5
	Lain-lain	0

Preferensi terhadap Wisata Subak	Jatiluwi	41
	Tegalalang	55
	Lain-lain	4
Preferensi terhadap Festival Budaya	Pesta Kesenian Bali	42
	Festival Layang-layang	41
	Festival Ogoh-ogoh	14
	Lain-lain	3
Preferensi terhadap Perayaan Agama Hindu	Hari Nyepi	80
	Galungan dan Kuningan	20
Preferensi terhadap Pakaian Pre Wedding	Gaya Bali	62
	Gaya Barat	36
	Lain-lain	2

Sumber : Hasil Penelitian 2018.

Preferensi wisatawan Cina terhadap produk wisata budaya di Bali memilih bangunan bersejarah, yaitu Pura Tanah Lot sebesar 46%, memilih tempat bersejarah ke Bedugul sebesar 46%, memilih atraksi tarian tradisional Bali Tari Barong 50%, memilih kerajinan tangan masyarakat lokal untuk menjadi oleh-oleh adalah patung tradisional sebesar 50%, memilih produk makanan lokal babi guling sebesar 40%, memilih produk wisata desa adat Desa Panglipuran sebesar 50%, memilih produk *spa balinese traditional massage* sebesar 79%, memilih wisata subak di Tegalalang sebesar 55%, memilih festival budaya tahunan Pesta Kesenian Bali/PKB sebesar 42%, dan memilih berwisata pada saat hari raya umat Hindu pada hari Nyepi 80%, serta memilih pakaian yang dipakai pada saat foto *pre wedding* pakaian tradisional Bali sebesar 62%.

Berdasarkan pada Tabel 3 dipaparkan hasil tabulasi silang antara preferensi wisatawan Cina terhadap produk wisata budaya dengan karakteristik wisatawan Cina. Wisatawan Cina yang berusia antara 25-44 tahun lebih memilih produk wisata Pura Tanah Lot, Bedugul, Tari Barong, patung tradisional, makanan tradisional babi guling, Desa Adat Panglipuran, *subak* di Tegalalang, Pesta Kesenian Bali, berwisata menyambut Hari Raya Nyepi, memilih produk *spa balinese traditional massage*, dan pakaian

tradisioal Bali untuk foto *pre wedding*. Pekerjaan sebagai karyawan memilih Pura tanah Lot, patung tradisional, makanan babi guling serta Desa Adat Panglipuran, lalu pekerjaan sebagai ahli seperti arsitek memilih Bedugul, pesta kesenian Bali, produk *spa balinese traditional massage*, berwisata menyambut Hari Raya Nyepi, pakaian tradisional Bali untuk foto *pre wedding*.

Pekerjaan sebagai pelajar memilih Tarian Barong dan Subak di Tegalalang. Menurut tingkat pendidikan S1/sarjana wisatawan cina memilih produk wisata Pura Tanah Lot, Bedugul, Tari Barong, patung tradisional, makanan tradisional babi guling, Desa Adat Panglipuran, *subak* di Tegalalang, Pesta Kesenian Bali, berwisata menyambut Hari Raya Nyepi, memilih produk *spa balinese tradisional massage*, pakaian tradisioal Bali untuk foto *pre wedding*.

Menurut status pernikahan wisatawan Cina, dengan status belum menikah mereka lebih memilih produk wisata Pura Tanah Lot, Bedugul, makanan tradisional babi guling, Desa Adat Panglipuran, Pesta Kesenian Bali, berwisata menyambut Hari Raya Nyepi, memilih produk *spa balinese tradisional massage*, pakaian tradisioal Bali untuk foto *pre wedding* sedangkan wisatawan Cina berstatus menikah produk.

### Tabulasi Silang

Hasil tabulasi silang antara preferensi wisatawan Cina dan karakteristik wisatawan Cina dapat diketahui bahwa preferensi tersebut memiliki hubungan atau keterkaitan satu dengan lainnya dan dilihat dari hasil analisis Chi-Square adalah karakteristik berdasarkan *tourist descriptor* yaitu pekerjaan ada hubungan yang signifikan terhadap preferensi atraksi wisata budaya yang berupa tarian tradisional Bali dan wisata Desa Adat Bali serta festival budaya tahunan di Bali, sedangkan karakteristik wisatawan Cina berdasarkan *trip descriptor*, bahwa pengorganiasaian

perjalanan ada hubungan yang signifikan dalam memilih preferensi atraksi wisata budaya yang berupa tarian tradisional Bali, preferensi wisata budaya yang berupa tempat bersejarah, preferensi berwisata pada perayaan hari raya umat Hindu, preferensi produk *spa*, preferensi pakaian saat foto *pre wedding*. Lama tinggal di Bali ada hubungan yang signifikan dalam memilih makanan lokal, Informasi perjalanan ada hubungan yang signifikan dalam memilih produk *spa* dan preferensi pakaian saat foto *pre wedding*

Hasil survey mendapatkan wisatawan dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak, selain itu wisatawan Cina yang berkunjung ke Bali didominasi oleh wisatawan yang berusia 25-44 tahun, kategori usia ini termasuk kelompok usia yang matang dan mempunyai pekerjaan tetap, seperti pekerjaan menjadi karyawan di suatu perusahaan sehingga mereka bisa melakukan perjalanan ke Bali. Kemudian wisatawan Cina yang berkunjung ke Bali dengan usia 15-24 tahun, kategori ini tergolong wisatawan muda dan belum menikah yang mana mereka melakukan perjalanan dengan teman atau pasangan mereka yang mencoba mencari pengalaman baru dan mereka sebagian besar adalah pelajar.

Tingkat pendidikan wisatawan Cina yang berkunjung ke Bali paling banyak adalah sarjana mengingat pekerjaan mereka sebagian besar adalah seorang karyawan di perusahaan yang dimana mereka rata-rata memilih anggota yang mempunyai tingkat pendidikan yang lebih baik.

Bali menjadi destinasi wisatawan favorit untuk keluarga seperti halnya wisatawan Cina yang berlibur ke Bali berstatus menikah, kategori ini masuk dalam *honeymooners*, atau wisatawan yang sudah berkeluarga dan mempunyai anak, sedangkan status belum menikah masuk dalam kategori wisatawan yang masih muda yang melakukan perjalanan

dengan teman atau wisatawan muda berpasangan yang belum menikah.

Keindahan dan ragam budaya pulau Bali merupakan alasan banyaknya wisatawan Cina datang berkunjung untuk liburan ditengah kesibukan mereka. Informasi Bali paling banyak didapat melalui internet dikarenakan semakin canggih perkembangan teknologi dan banyaknya informasi wisata di sosial media memudahkan wisatawan Cina mendapatkan informasi ke Bali, meski pemerintah Cina membatasi penggunaan akses internet, akan tetapi ada beberapa halaman internet yang memuat informasi mengenai kepariwisataan, atau mereka biasanya menggunakan aplikasi pihak ketiga untuk membuka halaman internet yang dimana telah diblok oleh pemerintah Cina. Selain dari internet, informasi mengenai tempat wisata di Bali mereka mendapatkan informasi dari keluarga/teman, biasanya mereka mendapatkan rekomendasi tempat wisata yang layak dikunjungi, terkadang mereka lebih percaya dengan keluarga/teman yang sudah melakukan perjalanan terlebih dahulu. Selain itu sumber informasi lainnya travel agent, *Tourist Information Center(TIC)*, brosur, akan tetapi untuk promosi lewat radio dan televisi masih kurang.

Wisatawan Cina yang datang ke Bali lebih menyukai mengorganisasikan perjalanan wisata menggunakan paket agen wisata, karena wisatawan Cina lebih memilih untuk keamanan perjalanan dan dalam keterbatasan dalam bahasa Inggris mereka membutuhkan seorang pemandu wisata berbahasa Mandarin. Wisatawan Cina yang mengunjungi Bali rata-rata menghabiskan waktunya selama 4-7 hari, waktu tersebut masih terbilang ideal dalam melakukan perjalanan wisata di Bali.

Wisatawan Cina bersedia untuk datang kembali ke Bali karena menurut mereka Bali masih mempunyai destinasi wisata yang indah, dan beragam sehingga mereka ingin mencoba untuk berkunjung kembali.

### Preferensi Wisatawan Cina

Preferensi adalah hal yang paling disukai atau hal yang lebih dipilih wisatawan diantara pengelompokan produk wisata budaya di Bali.

Bali mempunyai berbagai jenis produk wisata budaya di antaranya adalah bangunan(pura) yang dimana merupakan tempat suci bagi umat Hindu di Bali. Ada beberapa bangunan bersejarah di Bali yang populer dikalangan wisatawan seperti Pura Uluwatu, Pura Tanah Lot dan lainnya, akan tetapi wisatawan Cina lebih memilih Pura Tanah Lot, karena mereka bisa menikmati *sunset* serta Tanah Lot mempunyai beberapa lokasi strategis yang dianggap sangat indah untuk melihat matahari terbenam. Ada tempat-tempat yang bisa dinikmati untuk melihat peninggalan leluhur di Bali, sehingga tempat tersebut menjadi destinasi wisata budaya untuk para wisatawan, diantaranya adalah Taman Ayun, Bedugul, Monumen Badjra Sandhi dan lainnya. Wisatawan Cina lebih memilih Bedugul, selain mempunyai udara yang sejuk, Bedugul juga mempunyai tempat-tempat bersejarah seperti Pura di Danau Bratan, dan beberapa bangunan di sana.

Bali mempunyai berbagai jenis tarian, di antaranya tarian yang biasa dipentaskan didepan umum seperti tari Kecak, Tari Barong. Wisatawan Cina lebih memilih Tari Barong, karena tarian barong memiliki kemiripan dengan tari Barong Sai, selain itu Tari barong juga dianggap mempunyai hubungan dengan kebudayaan Cina. Karya masyarakat Bali tidak hanya berupa bangunan yang bersejarah, ataupun gerakan tarian saja, melainkan karya seperti lukisan, anyaman, ukiran, patung dan lain sebagainya yang bisa dijadikan oleh-oleh saat melakukan perjalanan. Wisatawan Cina lebih memilih patung tradisional sebagai oleh-oleh saat melakukan perjalanan karena dianggap bisa bertahan lama dan selalu mengingatkan tentang perjalanan mereka, selain itu patung tradisional Bali juga mempunyai beragam jenis bentuk dan

karakter yang dianggap mencerminkan kepercayaan mereka.

Melakukan perjalanan tidak lengkap jika tidak merasakan hidangan lokal yang tersedia. Bali mempunyai berbagai jenis masakan khas Bali yang disajikan di restoran, seperti lawar, babi guling, ayam/bebek betutu dan lainnya. Wisatawan Cina lebih memilih makanan babi guling, karena makanan ini selalu terlihat di mana-mana dan dianggap paling enak. Desa adat di Bali dimana bisa melihat keaslian adat Bali yang masih sangat terjaga, di antaranya adalah Desa Panglipuran, Desa Tenganan, Desa Bungkasa serta desa adat Bali lainnya. Wisatawan Cina memilih Desa Panglipuran Bali sebagai destinasi wisata desa adat Bali, karena mereka melihat keindahan dan keasrian Desa Panglipuran lewat internet dan tertarik untuk mengunjungi desa tersebut.

Banyak kegiatan kepariwisataan yang bisa dilakukan di Bali, seperti melakukan *spa*. Wisatawan Cina memilih produk *spa* yaitu, *balinese traditional massage*, karena berdasarkan informasi yang didapat mereka akan mendapatkan pelayanan pijat dengan ramuan khas Bali serta aroma yang bisa menenangkan pikiran setelah melakukan kegiatan yang melelahkan. *Subak* merupakan sistem irigasi tradisional Bali yang dimana menjadi warisan UNESCO seperti di Jatiluwih, Tegalalang, dan Ceking. Wisatawan Cina memilih Tegalalang sebagai lokasi untuk melihat sistem irigasi *subak* Bali, karena lokasi tersebut dekat dengan destinasi wisata lainnya di Ubud serta lokasinya tidak terlalu jauh.

Ada berbagai jenis kebudayaan di Bali yang bisa dipamerkan lewat kegiatan festival kebudayaan, seperti Pesta Kesenian Bali, festival layang-layang serta festival ogoh-ogoh. Wisatawan Cina memilih Pesta Kesenian Bali sebagai festival budaya tahunan yang ingin dikunjungi, karena mereka menganggap akan menemukan berbagai jenis kebudayaan Bali di satu tempat sehingga

mereka tidak perlu melakukan perjalanan jauh, dan bisa menghemat waktu untuk perjalanan lainnya. Upacara tahunan Bali atau *annual ceremony* untuk umat Hindu Bali seperti Hari Raya Nyepi, Galungan dan Kuningan. Wisatawan Cina memilih melakukan kegiatan kepariwisataan saat menyambut hari raya Nyepi, karena hari raya Nyepi hanya ada Bali dan tidak bisa dinikmati di daerah lainnya, dan hanya terjadi sekali dalam setahun, tidak seperti hari raya Galungan dan Kuningan yang diadakan dua kali dalam setahun yang diadakan dalam enam bulan sekali. Wisata *pre-wedding* dilakukan wisatawan Cina yang biasanya melakukan kegiatan kepariwisataan yang dimana salah satu kegiatannya melakukan sesi foto *pre-wedding*. Wisatawan Cina jika mempunyai kesempatan melakukan kegiatan ini lebih memilih menggunakan kostum khas Bali, atau pakaian adat pernikahan Bali, karena mereka bisa memperlihatkan hal yang unik selain memperlihatkan keindahan alam dimomen pernikahan mereka.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Bahwa karakteristik wisatawan Cina dalam pemilihan produk wisata budaya di Bali, dibagi menjadi dua yaitu: *Tourist description* atau gambaran mengenai diri wisatawan berdasarkan berjenis kelamin, umur, pekerjaan, tingkat pendidikan dan status pernikahan. *Trip description* atau gambaran mengenai perjalanannya, yaitu dilihat berdasarkan tujuan perjalanan, informasi perjalanan, pengorganisasian perjalanan, lama tinggal, dan perioditas perjalanan, diketahui bahwa wisatawan Cina yang mendominasi adalah wisatawan berusia 25-44 tahun, dengan tingkat pendidikan S1/sarjana, dengan status menikah, sedangkan dilihat secara *trip description* atau gambaran mengenai perjalanannya, yaitu bahwa tujuan mereka datang ke Bali untuk liburan, mereka mendapat informasi dari internet dengan mengatur perjalanannya dengan paket wisata pada saat musim liburan dengan

lama tinggal di Bali selama 4-7 hari, dan merupakan kunjungan pertama kali.

Preferensi wisatawan Cina terhadap pemilihan produk wisata diklasifikasikan menjadi 11 produk wisata budaya (bangunan bersejarah, tempat bersejarah, tarian tradisional, makanan tradisional, kerajinan tangan, desa adat, subak, festival budaya tahunan, wisata saat *annual ceremony*, wisata *pre wedding* dan produk *spa*. Preferensi mayoritas wisatawan Cina mengunjungi bangunan bersejarah Pura Tanah Lot, tempat bersejarah Bedugul, melihat atraksi tarian tradisional Bali Tari Barong, membeli kerajinan tangan masyarakat lokal patung tradisional, produk makanan lokal babi guling, wisata desa adat Desa Panglipuran, produk *spa balinese traditional massage*, wisata subak di Tegalalang, festival budaya tahunan Pesta Kesenian Bali/PKB, berwisata pada saat hari raya umat Hindu pada hari Nyepi, pakaian yang dipakai pada saat foto *pre wedding* pakaian gaya Bali atau gaya tradisional Bali.

### Saran

1. Para pengusaha wisata sebaiknya meningkatkan pemasaran produk wisata budaya melalui radio dan TV mengingat dalam pengaksesan internet di Cina cukup terbatas, dalam hal ini sasarannya adalah calon wisatawan Cina dengan usia lanjut.
2. Para pengusaha perjalanan sebaiknya selektif dalam pemilihan anggota karyawan sehingga terhindar dari tenaga kerja yang mempunyai hospitaliti kurang baik.
3. Para pengusaha perjalanan sebaiknya memberikan pilihan yang lebih banyak dalam penawaran produk pariwisata dari pada yang sudah di tawarkan khususnya wisata budaya.
4. Pemerintah memberikan dukungan lebih terhadap kelangsungan wisata budaya Bali untuk dikenal, seperti memberikan papan keterangan dalam bahasa mandarin.

## Kepustakaan

- Anonim. 2012. Peraturan Daerah Provinsi Bali No. 2 tahun 2012 pasal 1 ayat 14 tentang Kepariwisata Budaya Bali
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Pearson Education
- Kusmayadi, dan Sugiarto, Endar., 2000., *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Mahendra Putra, I. W. A., 2016. *Pengemasan Paket Wisata City Tour Berbasis Budaya Di Kota Denpasar Bali*. *Jurnal IPTA*, Vol 4 No 1.
- Mudana, I. W., 2012. *Modal Sosial Dalam Pengintegrasian Etnis Tionghoa Pada Masyarakat Desa Pakraman Di Bali*. Vol 1, No. 1.
- Nafila, O. (2013). *Peran Komunitas Kreatif dalam Pengembangan Pariwisata Budaya di Situs Megalithikum Gunung Padang*. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, Vol. 24, No. 1.
- Pendit, Nyoman S. 1994. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*, Jakarta : Pradnya Paramita
- Siregar, Nurhayati. 2010. *Prospek Industri Pariwisata Indonesia*. vol. 13, no. 02
- Sulistiyawati. 2011. *Integrasi Budaya Tionghoa ke Dalam Budaya Bali dan Indonesia (Sebuah Bunga Rampai)*. Universitas Udayana
- Suryawardani, IGA Oka, Wiranatha, Agung S. 2013. *Chinese Tourists: Emerging Market for Bali*. Udayana University.
- Suwena, I. K. & Widyatmaja, I. G. N., 2010. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Udayana University Press.