

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini, maka variabel Promosi Digital memiliki peranan yang penting dan berpengaruh secara positif terhadap variabel Keputusan berkunjung wisatawan di Taman Nasional Kepulauan Seribu, semakin tinggi Upaya dan kualitas yang diberikan kepada promosi digital, maka semakin tinggi pula keinginan wisatawan untuk berkunjung dan mempengaruhi keputusan berkunjung mereka, dan begitupun sebaliknya. Hasil ini sesuai dengan penelitian (Kamuri & Kurniawati, 2020) bahwa pemasaran atau promosi secara digital memiliki peranan kunci dalam meningkatkan wisatawan dan mempengaruhi Keputusan mereka dalam berkunjung ke suatu destinasi, dan juga penelitian (Ayu, 2021) yang menjelaskan bahwa penggunaan media promosi secara digital akan memberikan kemudahan kepada wisatawan dalam mendapatkan informasi kapan, dimana, dan informasi lainnya terkait destinasi wisata yang akan dikunjungi. Kesimpulan yang didapatkan adalah H_0 (tidak terdapat pengaruh) dari keempat dimensi X ditolak, dan H_a (terdapat pengaruh) dari keempat dimensi X terhadap Y diterima.

dimensi-dimensi promosi digital seperti *Cost and Transaction, Interactive, Incentive, dan Site Design* memiliki pengaruh yang berarti baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Taman Nasional Kepulauan Seribu. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas yang ditawarkan dalam aspek-aspek promosi digital kepada wisatawan dinilai sangat baik, dan secara konsisten mampu meningkatkan keputusan untuk mengunjungi destinasi tersebut. Evaluasi kontribusi dari variabel promosi digital, berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa promosi digital berkontribusi sebesar 91,6% terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Taman Nasional Kepulauan Seribu. Hal ini menegaskan bahwa upaya dalam menyajikan informasi destinasi wisata secara digital sangat penting untuk menciptakan citra yang kuat dan menarik di benak konsumen. Dalam upaya menciptakan daya tarik yang efektif bagi destinasi wisata, informasi yang disajikan secara digital harus mudah diakses, menarik, singkat namun informatif, serta akurat. Ini akan membantu dalam membentuk persepsi positif dan meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi Taman Nasional Kepulauan Seribu secara berkelanjutan.

Taman Nasional Kepulauan Seribu memiliki promosi digital yang terbagi ke dua bentuk atau *platform*, yaitu Website dan Media Sosial. Website yang dimiliki Taman Nasional Kepulauan Seribu cukup mudah untuk diakses dengan tampilan yang menarik, jelas, dan akurat. Website Taman Nasional Kepulauan Seribu memudahkan wisatawan dalam mencari informasi, khususnya informasi dasar dan krusial yang dibutuhkan oleh para wisatawan seperti Lokasi, informasi Lembaga, waktu kunjungan dan yang lainnya. Hal tersebut dibuktikan dengan responden kuesioner yang memberikan respon positif sebesar 91,6%% terhadap pertanyaan ketersediaan informasi terkait destinasi wisata dan pertanyaan media apa yang dicari saat wisatawan mengunjungi kepulauan seribu dengan respn positif sebesar 87.8%. selain website, media sosial yang dimiliki Taman Nasional Kepulauan Seribu yaitu Instagram dengan nama *btn_kep_seribu* yang aktif dalam membuat konten dan cukup interaktif dengan para pengikutnya. Instagram Taman Nasional Kepulauan Seribu membantu wisatawan dalam mengetahui event atau kegiatan interaktif yang sedang diselenggarakan di Taman Nasional Kepulauan Seribu dan menambah interaksi secara digital dengan para wisatawan, hal tersebut dibuktikan dengan responden positif kuesioner sebesar 79.3% terhadap pertanyaan adanya event interaktif dengan Masyarakat dan respon positif sebesar 90.8% terhadap pertanyaan mengenai apakah konten Instagram Taman Nasional Kepulauan Seribu bermanfaat terhadap wisatawan.

Keputusan berkunjung wisatawan di Taman Nasional Kepulauan Seribu dipengaruhi oleh berbagai aspek seperti Aksesibilitas Transportasi, Akomodasi, Daya tarik dan nilai jual dari destinasi, keamanan konservasi. Di Taman Nasional Kepulauan Seribu, Aksesibilitas dan transportasi terbilang cukup baik. Terdapat banyak sekali transportasi air seperti kapal ojek, speedboat, kapal kayu untuk menampung wisatawan, dan juga kapal kargo. Selain itu juga terdapat transportasi darat berupa kendaraan roda dua seperti sepeda dan sepeda motor di beberapa pulau yang berpenghuni. Akomodasi yang disediakan disana terbilang cukup banyak dan didominasi oleh resort homestay yang disediakan untuk para wisatawan dengan berbagai macam variasi menyesuaikan kebutuhan para wisatawan. Daya tarik utama yang dimiliki oleh Taman Nasional Kepulauan Seribu adalah Wisata air seperti snorkeling melihat keindahan laut, berbagai macam Pantai, melihat satwa langka yang dilindungi seperti penyu dan beberapa jenis ikan. Keamanan konservasi Taman Nasional Kepulauan Seribu berada dikelola langsung oleh Balai Taman

Nasional Kepulauan Seribu yang berada di bawah naungan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan sehingga sangat ketat dan terjamin.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi referensi literatur mengenai topik promosi digital dengan menggunakan bukti teoritis penelitian terkait efektivitas dari promosi digital terhadap keputusan berkunjung wisatawan, khususnya pada destinasi wisata Taman Nasional seperti Taman Nasional Kepulauan Seribu. penelitian ini juga dapat memperluas teori mengenai perilaku konsumen dan Keputusan berkunjung dengan menunjukkan bahwa informasi yang disediakan melalui promosi digital dapat mempengaruhi kepekaan, perilaku dan Keputusan wisatawan dalam berkunjung secara signifikan. Temuan ini dapat mengembangkan pemasaran pariwisata yang lebih efektif menggunakan media promosi dan interaksi digital sebagai faktor yang penting.

5.2.2 Implikasi Praktis

Badan pengelolaan Balai Taman Nasional Kepulauan Seribu dapat menggunakan penelitian ini sebagai bahan literasi untuk memperbaiki dan mengembangkan strategi promos mereka secara digital yang akan membuat informasi lebih mudah untuk diakses dan menarik kunjungan lebih banyak calon wisatawan disana. Pihak terkait juga dapat melakukan pelatihan staf dibidang teknologi dan informasi digital untuk mempromosikan Taman Nasional Kepulauan Seribu secara efektif seperti pengembangan aplikasi, peningkatan kualitas layanan internet di Kawasan wisata, dan sistem pelayanan informasi secara digital. Evaluasi secara berkelanjutan dan monitoring strategi promosi digital juga penting untuk ditekankan untuk mengobservasi efektivitas dari kampanye promosi digital yang akan ataupun sudah dilakukan.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan proses dan pengalaman yang berlangsung pada penelitian ini, terdapat beberapa hal yang menjadi keterbatasan dan bisa dijadikan faktor untuk diperhatikan agar penelitian penelitian yang akan dilakukan dengan tema atau Lokasi yang sama tidak mengulangi hal yang sama dan membuatnya menjadi lebih sempurna. Dalam penelitian di Taman Nasional Kepulauan Seribu ini, tentu memiliki banyak sekali penduduk ataupun wisatawan yang datang setiap pekannya, dan jumlah 130 responden ini masih belum dapat menggambarkan atau mewakili keadaan yang

sesungguhnya di lapangan, terlebih lagi terdapat banyak sekali pulau yang masuk ke dalam Taman Nasional Kepulauan Seribu. selain itu, terdapat keterbatasan informasi seperti statistic kunjungan, karena pendataan wisatawan di pulau tersebut masih menggunakan perhitungan manual dan belum menggunakan sistem teknologi.

Untuk para peneliti selanjutnya, rekomendasi yang diberikan adalah menambahkan fokus penelitian lebih lanjut mengenai website sebagai salah satu dari promosi digital Taman Nasional Kepulauan Seribu, dikarenakan masih ada beberapa aspek yang dapat diperbaiki dan ditingkatkan dari website tersebut untuk memudahkan wisatawan saat mengaksesnya. Saran yang dapat diberikan kepada pengelola adalah perlunya perbaikan dan penambahan beberapa fitur website yang penting bagi para wisatawan, seperti pemesanan booking travel, informasi aktivitas wisata, dan juga ilustrasi peta petunjuk pulau-pulau.