

BAB VI

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

6.1 Simpulan

Berdasarkan rumusan masalah, hasil uji hipotesis, dan analisis data mengenai peran kepercayaan dalam memediasi pengaruh literasi halal digital dan atribut destinasi halal terhadap niat berkunjung kembali wisatawan ke destinasi unggulan Sumatera Barat, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. **Gambaran Tingkat Literasi Halal Digital, Atribut Destinasi Halal, Kepercayaan, dan Niat Berkunjung Kembali**

Tingkat literasi halal digital wisatawan Muslim terhadap destinasi pariwisata unggulan di Sumatera Barat tergolong sangat baik, yang menunjukkan kemampuan mayoritas wisatawan dalam mengenali, memahami, dan memanfaatkan informasi halal melalui platform digital untuk mendukung kebutuhan perjalanan mereka. Tingkat atribut destinasi halal di destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat juga dinilai baik, dengan fasilitas dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal, seperti makanan bersertifikasi halal, fasilitas ibadah, dan kebersihan yang terjaga. Kepercayaan wisatawan terhadap destinasi halal di Sumatera Barat tinggi, mencerminkan keyakinan mereka terhadap keandalan informasi dan layanan halal yang disediakan, sehingga menciptakan rasa aman dan nyaman selama perjalanan. Selain itu, tingkat niat berkunjung kembali wisatawan Muslim menunjukkan hasil yang sangat tinggi, mengindikasikan keinginan kuat untuk kembali mengunjungi destinasi halal di Sumatera Barat, baik untuk pengalaman pribadi maupun dengan mengajak teman dan keluarga.

2. **Pengaruh Literasi Halal Digital terhadap Niat Berkunjung Kembali**

Literasi halal digital tidak menunjukkan pengaruh langsung yang positif terhadap niat berkunjung kembali wisatawan.

3. **Pengaruh Atribut Destinasi Halal terhadap Niat Berkunjung Kembali**

Atribut destinasi halal memiliki pengaruh langsung yang positif terhadap niat berkunjung kembali wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin

baik kualitas atribut halal di destinasi, semakin tinggi niat wisatawan untuk kembali berkunjung.

4. Pengaruh Kepercayaan sebagai Mediator antara Literasi Halal Digital dan Niat Berkunjung Kembali

Kepercayaan terbukti memediasi pengaruh literasi halal digital terhadap niat berkunjung kembali secara positif. Hal ini menunjukkan bahwa literasi halal digital dapat meningkatkan kepercayaan wisatawan terhadap destinasi, yang pada akhirnya mendorong niat mereka untuk kembali berkunjung.

5. Pengaruh Kepercayaan sebagai Mediator antara Atribut Destinasi Halal dan Niat Berkunjung Kembali

Kepercayaan terbukti memediasi pengaruh atribut destinasi halal terhadap niat berkunjung kembali secara positif. Hal ini menunjukkan bahwa atribut halal yang baik dapat meningkatkan kepercayaan wisatawan terhadap destinasi, yang pada gilirannya mendorong niat mereka untuk kembali berkunjung

6.2 Implikasi

6.2.1 Implikasi Teoritis

Penelitian ini, secara teoritis memperkaya literatur pariwisata halal di Indonesia, khususnya Sumatera Barat dengan mengkaji hubungan antara literasi halal digital, atribut destinasi halal, kepercayaan, dan niat berkunjung kembali. Beberapa implikasi teoritis yang ditemukan adalah sebagai berikut:

1. Literasi halal digital merupakan variabel penting yang memengaruhi kepercayaan wisatawan Muslim terhadap destinasi halal. Meskipun tidak secara langsung memengaruhi niat wisatawan untuk berkunjung kembali, literasi halal digital tetap menjadi elemen kunci dalam membantu wisatawan memahami dan memanfaatkan informasi halal. Penelitian ini menekankan pentingnya literasi halal digital sebagai bagian dari strategi pengembangan pariwisata halal di era digital.
2. Atribut destinasi halal memberikan pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan Muslim. Temuan ini memperkaya kajian tentang atribut destinasi halal dengan memberikan

fokus pada pentingnya elemen seperti makanan bersertifikasi halal, fasilitas ibadah, dan kejelasan informasi halal.

3. Kepercayaan berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara literasi halal digital dan atribut destinasi halal dengan niat berkunjung kembali. Hal ini menambah wawasan dalam literatur perilaku konsumen, khususnya dalam pariwisata halal.
4. Penelitian ini menekankan pentingnya pengintegrasian teknologi digital dengan strategi pemasaran destinasi halal untuk meningkatkan kepercayaan wisatawan. Hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk penelitian lebih lanjut yang mengeksplorasi hubungan antara literasi halal digital dan perilaku wisatawan Muslim.

6.2.2 Implikasi Praktis

Temuan penelitian ini juga dapat dimanfaatkan oleh berbagai pemangku kepentingan atau *stakeholders* untuk meningkatkan kualitas pariwisata halal Indonesia. Beberapa implikasi praktis yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Pemangku kebijakan terkait pariwisata halal dapat menyusun regulasi yang mendorong penyedia layanan pariwisata untuk mengintegrasikan teknologi digital dalam promosi destinasi halal. Kebijakan ini dapat mencakup pengembangan aplikasi atau situs web yang menyediakan panduan halal bagi wisatawan. Teknologi digital juga dapat dimanfaatkan untuk mempermudah integrasi sertifikasi halal dalam *platform online*, sehingga memudahkan wisatawan dalam mengakses informasi yang diperlukan. Regulator dapat mendukung pengembangan sistem nasional yang memungkinkan wisatawan memverifikasi sertifikasi halal produk atau layanan secara *real-time*, memberikan transparansi dan kenyamanan bagi para wisatawan. Selain itu, pengembangan platform multibahasa akan sangat penting untuk meningkatkan daya tarik destinasi halal di tingkat global, sehingga dapat menarik lebih banyak wisatawan dari berbagai belahan dunia.
2. Pengelola destinasi pariwisata halal perlu fokus pada peningkatan kepercayaan wisatawan dengan menyediakan informasi halal yang

transparan dan mudah diakses, serta memastikan adanya sertifikasi halal yang jelas. Selain itu, pengelola harus memperkuat kualitas atribut destinasi halal, seperti fasilitas ibadah yang memadai dan makanan bersertifikasi halal, untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan selama berkunjung. Teknologi dapat dimanfaatkan untuk menyediakan informasi tersebut dalam bentuk aplikasi atau situs web yang ramah pengguna, memudahkan wisatawan dalam mengakses layanan halal. Selain itu, teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) dapat digunakan untuk memberikan rekomendasi personal, seperti lokasi restoran halal, fasilitas ibadah, atau atraksi ramah Muslim di destinasi. Sistem ulasan berbasis digital juga dapat meningkatkan transparansi layanan, sehingga wisatawan merasa lebih percaya dan nyaman dalam memilih destinasi pariwisata halal.

3. Pelaku usaha pariwisata halal perlu menyelaraskan strategi pemasaran dengan kebutuhan wisatawan Muslim, terutama melalui digitalisasi layanan. Salah satu contohnya adalah dengan menyediakan fitur interaktif dalam aplikasi yang memudahkan pencarian restoran halal atau paket wisata yang menawarkan pengalaman lokal yang otentik. Teknologi dapat dimanfaatkan untuk memberikan pengalaman yang lebih personal melalui fitur seperti peta lokasi halal, ulasan pengguna, dan rekomendasi *real-time*. Selain itu, media sosial harus dioptimalkan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan konten kreatif dan interaktif, seperti panduan perjalanan halal atau testimoni pengguna, yang dapat menarik minat wisatawan Muslim dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.
4. Masyarakat di destinasi pariwisata halal dapat berperan aktif dalam mendukung pengelolaan pariwisata halal dengan menjaga keaslian budaya dan nilai-nilai Islami di lingkungan mereka. Keterlibatan masyarakat sangat penting untuk menciptakan suasana yang ramah Muslim di destinasi wisata, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan. Melalui platform digital, masyarakat lokal dapat turut serta dalam mempromosikan destinasi mereka dengan lebih efektif. Sebagai contoh, komunitas lokal dapat memanfaatkan media sosial atau *marketplace* digital untuk menawarkan produk halal lokal atau jasa, seperti pemandu wisata yang memahami dan

dapat memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, sehingga memperkaya pengalaman mereka di destinasi tersebut.

5. Media dapat memainkan peran penting dalam mempromosikan pariwisata halal melalui konten edukatif dan kampanye kreatif di platform digital. Hal ini dapat meningkatkan kesadaran serta minat wisatawan terhadap destinasi halal di Indonesia. Dengan memanfaatkan teknologi, seperti video *streaming*, ulasan berbasis pengguna, atau tur virtual, media dapat menarik perhatian wisatawan Muslim global. Kampanye kreatif yang menonjolkan keunikan budaya halal di Indonesia juga dapat dipromosikan melalui saluran digital, guna memperkuat daya tarik dan eksposur destinasi halal di pasar internasional.

6.3 Saran

Berdasarkan temuan dan pembahasan dalam penelitian ini, disampaikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Pemerintah dan regulator pariwisata di Sumatera Barat perlu memperkuat regulasi terkait standarisasi layanan halal di destinasi wisata, khususnya dalam hal sertifikasi makanan, penyediaan fasilitas ibadah, serta menjaga lingkungan yang bersih dan aman. Regulasi ini dapat didukung oleh pengembangan teknologi yang memungkinkan wisatawan untuk memverifikasi sertifikasi halal secara daring, sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap destinasi. Selain itu, sosialisasi mengenai pariwisata halal kepada masyarakat dan pelaku usaha perlu diperluas guna membangun kesadaran kolektif akan pentingnya nilai Islami dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkesan. Pemerintah juga disarankan untuk meningkatkan literasi halal digital melalui program edukasi yang tidak hanya memperluas pengetahuan tentang destinasi halal, tetapi juga mendorong kemampuan wisatawan untuk belajar dari pengalaman mereka serta memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Program ini dapat diwujudkan melalui kampanye digital yang interaktif dan berfokus pada edukasi, baik untuk masyarakat lokal maupun wisatawan global, sehingga menciptakan ekosistem pariwisata halal yang lebih berdaya saing.

2. Pengelola destinasi pariwisata unggulan di Sumatera Barat perlu meningkatkan kualitas atribut destinasi halal, terutama dalam penyediaan informasi halal yang jelas, multibahasa, dan berbasis teknologi. Penggunaan aplikasi atau platform digital yang menyediakan panduan halal secara transparan dan mudah diakses dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan Muslim serta mendorong loyalitas mereka. Strategi pemasaran juga harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan yang terbiasa dengan akses digital, misalnya melalui penyediaan paket wisata yang fleksibel dan promosi aktif di media sosial. Untuk memperkuat daya tarik destinasi, pengelola juga disarankan untuk memastikan bahwa logo halal mudah ditemukan dan jelas di setiap fasilitas yang tersedia. Selain itu, perhatian khusus terhadap keamanan lingkungan sosial, seperti memastikan area wisata bebas dari aktivitas yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, akan memberikan rasa nyaman dan aman bagi wisatawan, sehingga meningkatkan kepercayaan dan pengalaman positif mereka.
3. Pelaku usaha, termasuk hotel, restoran, dan agen perjalanan, perlu meningkatkan komitmen dalam menyediakan layanan halal yang berkualitas. Hal ini mencakup penyediaan menu bersertifikasi halal, fasilitas ibadah yang mudah diakses, serta layanan ramah Muslim yang sesuai dengan standar syariah. Pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan produk halal secara kreatif dan informatif juga menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya tarik wisata halal. Selain itu, pelaku usaha disarankan untuk lebih transparan dalam menyampaikan informasi terkait kehalalan layanan mereka agar wisatawan merasa yakin terhadap klaim kehalalan yang diberikan. Transparansi ini dapat diwujudkan melalui sertifikasi halal yang mudah diakses, baik secara fisik di lokasi maupun secara digital melalui platform daring, sehingga meningkatkan kepercayaan wisatawan terhadap layanan yang disediakan.
4. Masyarakat lokal di destinasi pariwisata Sumatera Barat perlu lebih aktif berperan dalam menciptakan pengalaman wisata yang otentik dan Islami. Program pelatihan tentang literasi halal digital dan standar pelayanan Islami dapat diberikan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang

pentingnya mendukung pariwisata halal. Selain itu, masyarakat dapat dilibatkan dalam pembuatan produk lokal berbasis nilai Islami yang menarik bagi wisatawan Muslim.

5. Penelitian lanjutan disarankan untuk mengeksplorasi faktor lain yang memengaruhi niat berkunjung kembali wisatawan Muslim, seperti religiositas, motivasi kunjungan, pengalaman digital, dan pengalaman wisata halal yang tak terlupakan. Penelitian ini juga dapat dikembangkan untuk mengukur dampak dari literasi halal digital terhadap loyalitas wisatawan dalam jangka panjang.

6.4 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat dijadikan pertimbangan untuk penelitian di masa mendatang, antara lain:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada destinasi pariwisata unggulan Sumatera Barat, sehingga hasilnya mungkin belum sepenuhnya merepresentasikan destinasi pariwisata di Sumatera Barat, apalagi Indonesia. Penelitian lebih lanjut di berbagai daerah lain dengan karakteristik destinasi yang berbeda dapat memberikan perspektif yang lebih komprehensif.
2. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data yang dikumpulkan melalui survei. Pendekatan ini mungkin tidak sepenuhnya menangkap dimensi pengalaman emosional atau persepsi mendalam wisatawan terhadap destinasi halal. Penelitian di masa depan dapat mengintegrasikan metode kualitatif, seperti wawancara mendalam atau *Focus Group Discussion* (FGD), untuk mendapatkan wawasan yang lebih kaya.