

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini mengkaji *behavioral intention* dari wisatawan Muslim yang pernah atau memiliki niat untuk mengunjungi destinasi wisata non-Muslim. Mengingat destinasi non-Muslim cenderung memiliki keterbatasan dalam menyediakan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan religius wisatawan Muslim, maka persepsi terhadap keterbatasan tersebut diidentifikasi sebagai *travel constraint*. Untuk memahami bagaimana proses pengambilan keputusan wisatawan Muslim terbentuk dalam konteks ini, pendekatan *Theory of Planned Behavior (TPB)* digunakan sebagai kerangka teoritis utama, dengan mempertimbangkan peran *attitude*, *subjective norms*, *perceived behavioral control*, serta *travel constraint* sebagai variabel mediasi.

Hasil analisis jalur langsung menunjukkan bahwa citra destinasi yang dianggap tidak ramah Muslim secara signifikan memengaruhi komponen TPB, yaitu *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control*. Citra destinasi juga secara langsung memengaruhi *travel constraint*, yang dalam konteks ini mencerminkan keterbatasan seperti sulitnya menemukan makanan halal, tempat ibadah, atau suasana yang sesuai dengan nilai keislaman. Selain itu, *destination image* berpengaruh kuat secara langsung terhadap *behavioral intention*, menunjukkan bahwa meskipun destinasi tidak sepenuhnya ramah Muslim, persepsi positif terhadap aspek lain seperti keindahan alam, keamanan, atau keramahan masyarakat tetap dapat mendorong niat untuk berkunjung.

Lebih lanjut, ditemukan bahwa *attitude*, *perceived behavioral control*, dan *travel constraint* berkontribusi secara signifikan terhadap *behavioral intention*. Menariknya, *subjective norms* justru memiliki pengaruh negatif terhadap niat, yang menunjukkan bahwa tekanan atau ekspektasi sosial dari lingkungan Muslim (misalnya keluarga, komunitas, atau ulama) dapat melemahkan niat untuk mengunjungi destinasi non-Muslim, terutama bila dianggap tidak sesuai dengan nilai-nilai agama.

Pada analisis jalur tidak langsung, ditemukan bahwa *travel constraint* secara signifikan memediasi hubungan antara *attitude* dan *subjective norms* terhadap *behavioral intention*.

Artinya, sikap positif atau tekanan sosial akan memengaruhi sejauh mana kendala perjalanan dirasakan, yang pada akhirnya menentukan niat berkunjung. Namun, *perceived behavioral control* tidak menunjukkan efek mediasi yang signifikan melalui *travel constraint*, menandakan bahwa keyakinan atas kemampuan pribadi dalam mengatur perjalanan tidak cukup untuk mengubah persepsi terhadap hambatan yang ada di destinasi non-Muslim.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *destination image* dari *Non-Muslim destination* tetap dapat memengaruhi niat berkunjung wisatawan Muslim melalui jalur psikologis TPB, meskipun peran *travel constraint* menjadi krusial dalam menjembatani konflik antara kebutuhan religius dengan daya tarik destinasi. Temuan ini menegaskan pentingnya peran pengelola destinasi untuk memahami kebutuhan religius wisatawan Muslim dan mempertimbangkan ketersediaan fasilitas ramah Muslim untuk mengurangi persepsi hambatan dan meningkatkan niat kunjungan.

5.2 Saran

Penyediaan fasilitas ramah muslim untuk mengurangi *travel constraint* seperti ketersediaan makanan halal, tempat ibadah, atau kebutuhan beribadah lainnya. Hal tersebut menjadi faktor yang memengaruhi niat kunjungan secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, destinasi wisata non-Muslim perlu mulai mempertimbangkan penyediaan fasilitas dasar ramah Muslim secara minimal misalnya: penunjuk arah kiblat di kamar hotel, informasi tempat makan halal, atau jadwal salat sebagai bagian dari pelayanan inklusif untuk wisatawan Muslim.

Pelaku industri pariwisata seperti hotel, restoran, pemandu wisata, dan agen perjalanan perlu diberikan pelatihan mengenai sensitivitas budaya dan keagamaan agar dapat memberikan layanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan wisatawan Muslim. Peningkatan literasi ini tidak hanya akan mengurangi persepsi kendala, tetapi juga membangun citra destinasi yang lebih ramah tanpa harus sepenuhnya berubah menjadi destinasi wisata halal.

5.3 Implikasi

Hasil penelitian ini memperluas pemahaman tentang bagaimana wisatawan Muslim mengambil keputusan ketika ingin berkunjung ke tempat wisata yang tidak ramah Muslim. Dengan menggunakan teori *Theory of Planned Behavior* (TPB), ditemukan bahwa faktor sosial

seperti pendapat keluarga atau lingkungan justru bisa menghambat niat berkunjung. Ini menunjukkan bahwa dalam konteks wisata lintas agama, tekanan sosial dan nilai-nilai keagamaan perlu lebih diperhatikan dalam kajian teori perilaku.

Bagi pelaku pariwisata seperti pengelola destinasi, hotel, restoran, atau agen perjalanan, hasil ini menunjukkan pentingnya menyediakan fasilitas dasar ramah Muslim, seperti arah kiblat di kamar hotel, makanan halal, dan informasi tempat ibadah. Meskipun destinasi tersebut tidak berubah menjadi destinasi halal sepenuhnya, pelayanan kecil seperti ini bisa mengurangi hambatan yang dirasakan wisatawan Muslim dan meningkatkan ketertarikan mereka untuk berkunjung.

Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kualitatif atau *mixed-methods* untuk menggali secara lebih mendalam dinamika psikologis dan sosial yang memengaruhi niat wisatawan Muslim, terutama dalam memahami alasan subjektif di balik pengaruh negatif *subjective norms*.