

BAB 5

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan antara perilaku wisatawan muslim sebelum dan selama pandemi COVID-19 terjadi melalui faktor budaya, sosial, individu, psikologis, dan religiositas. Berdasarkan uraian dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas jawaban responden perilaku wisatawan muslim berdasarkan dimensi/faktor budaya berada pada kategori tinggi, baik sebelum maupun selama pandemi. Hal ini menunjukkan wisatawan muslim merasa bahwa kegiatan wisata yang dilakukan cukup banyak berdasarkan faktor budaya seperti keunikan atraksi lokal maupun daya tarik budaya yang mirip/sangat berbeda dari yang responden alami.
2. Mayoritas jawaban responden perilaku wisatawan muslim berdasarkan dimensi/faktor sosial berada pada kategori sedang, baik sebelum pandemi maupun selama pandemi. Hal ini menunjukkan wisatawan muslim masih memiliki kecenderungan untuk mengikuti saran/tren yang ada di kelompok sosialnya sekaligus untuk menolak mengikuti tren. Keraguan yang dimiliki responden membuka peluang baru untuk keputusan yang akan dilakukan, sehingga keputusan berwisata masih fleksibel jika didasarkan pada faktor sosial.
3. Selain itu, hasil penelitian dari responden perilaku wisatawan muslim berdasarkan dimensi/faktor individu menunjukkan nilainya berada pada kategori tinggi, baik sebelum pandemi maupun selama pandemi. Hal ini menunjukkan wisatawan muslim merasa bahwa kegiatan wisata yang dilakukan cukup banyak berdasarkan faktor individu seperti selera yang dimiliki mereka sendiri dan menyesuaikan kantong serta gaya hidup

yang mereka punya, sehingga tidak memaksakan untuk mengikuti tren yang ada di lingkungan sosialnya.

4. Kemudian, hasil penelitian dari responden perilaku wisatawan muslim berdasarkan dimensi/faktor psikologis menunjukkan nilainya berada pada kategori tinggi, baik sebelum pandemi maupun selama pandemi. Hal ini menunjukkan wisatawan muslim merasa bahwa kegiatan wisata yang dilakukan telah dipertimbangkan secara matang dengan mempertanyakan kembali urgensi dan memiliki dampak yang baik di kehidupan responden ke depannya meski dengan adanya risiko pandemi COVID-19.
5. Serta, hasil penelitian dari responden perilaku wisatawan muslim berdasarkan dimensi/faktor religiositas menunjukkan nilainya berada pada kategori tinggi, baik sebelum pandemi maupun selama pandemi. Hal ini menunjukkan wisatawan muslim tidak dipengaruhi oleh tingkat religiositas untuk menentukan preferensi berwisata ketika sebelum dan sesudah pandemi, karena tingkat religiositas-nya tidak berubah juga.
6. Secara bersama-sama, perilaku wisatawan muslim sebelum dan selama pandemi dipengaruhi oleh tiga dimensi/faktor, yaitu budaya, individu, dan psikologis. Responden tidak terlalu memiliki perbedaan yang signifikan antara sebelum dan selama pandemi jika dilihat berdasarkan faktor sosial dan religiositas.
7. Dan juga dalam penelitian ini ditemukan bahwa semakin tua usia wisatawan, maka semakin sedikit frekuensinya berwisata jika dibandingkan dengan usia yang lebih muda. Tren wisatawan yang condong lebih banyak pada usia muda tersebut menandakan semakin tinggi usia, maka semakin jarang berwisata.
8. Kemudian, hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa perempuan memiliki kesempatan dan keinginan lebih tinggi untuk berwisata baik sebelum maupun selama pandemi dibandingkan laki-laki.
9. Juga, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik sebelum maupun selama pandemi, mahasiswa/pelajar lebih memiliki keinginan tinggi untuk berwisata dibandingkan jenis pekerjaan lain.

10. Dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa wisatawan muslim milenial mayoritas memiliki penghasilan Rp1.700.000 atau di bawahnya. dan pengeluaran per wisata sebesar <Rp.1.000.000.
11. Dari banyaknya wisatawan muslim yang sudah mulai melakukan kegiatan tersier (berwisata) meski pandemi masih berlangsung. Hal ini menunjukkan dua hal yang bertolak belakang, yaitu di antara pengawasan/kesadaran masyarakat yang sudah mulai menurun untuk tidak berdiam lagi di rumah atau berarti ekonomi sudah mulai perlahan-lahan membaik sehingga kegiatan wisata sudah dapat berlangsung lagi serta masyarakat percaya akan pengelola tempat wisata dengan sebaik mungkin menerapkan protokol kesehatan.

5.2. Implikasi dan Rekomendasi

5.2.1. Implikasi

Implikasi dari hasil penelitian ini jika ditinjau dari segi teoretis bahwasanya penelitian mengenai perilaku wisatawan muslim masih sedikit di Indonesia. Sehingga dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menambah khasanah ilmu dalam mengembangkan pemahaman mengenai ekonomi Islam khususnya di bidang pariwisata. Kemudian, secara praktis penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan acuan pada penelitian-penelitian selanjutnya. Selain itu, penelitian ini memberikan gambaran terkait perilaku wisatawan muslim sebelum dan selama adanya pandemi.

Adapun secara empiris penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para *Stakeholder* dan memberikan informasi mengenai gambaran umum perilaku wisatawan muslim yang sudah maupun belum pernah berwisata selama pandemi COVID-19 berdasarkan faktor budaya, individu, sosial, psikologis dan religiositas.

Adapun implikasi lainnya dari hasil penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat dalam mengembangkan pemahaman mengenai ekonomi Islam khususnya terkait dengan bisnis pariwisata.

5.2.2. Rekomendasi

Rekomendasi dalam penelitian ini adalah penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat menjadi suatu cerminan untuk penelitian selanjutnya. Adapun kekurangan yang terdapat pada penelitian ini salah satunya karena hanya menggunakan 5 indikator dari faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, dan masih bisa dikembangkan lagi faktor-faktor derivatifnya agar hasil penelitian semakin akurat. Kemudian jumlah responden yang hanya sebanyak 235 masih penulis rasakan kurang untuk mendapatkan hasil penelitian yang sangat akurat. Kemudian jika ingin memperkuat branding wisata Indonesia, bisa dilihat melalui kaca mata faktor budaya, individu, dan psikologi, sehingga memelihara budaya setempat serta jika kondisi negara sudah tidak resesi, wisatawan muslim akan kembali melancong seperti tahun-tahun sebelumnya.

Bagi pemilik pengelola tempat wisata, proses akomodasi yang cepat dan ramah serta *tour guide* yang tepat haruslah dimiliki. Perawatan tempat wisata juga perlu dijaga, agar wisatawan yang datang, menjadi ingin datang kembali dikarenakan lingkungannya yang membuat nyaman untuk berwisata.

Bagi para wisatawan muslim, kesadaran akan menjaga tempat usaha dan memberi ulasan secara mulut ke mulut ataupun ulasan daring dapat membantu memulihkan pariwisata Indonesia asalkan tetap mematuhi protokol kesehatan yang ada.

Bagi Masyarakat Umum, di tengah maraknya pandemi covid-19 dan rasa bosan berada terus di rumah, mengikuti protokol kesehatan adalah harga mati, dan jika tetap memaksakan ingin berlibur, pilihlah tempat dan moda transportasi yang tidak terlalu banyak orang berkumpul.

Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya, galilah lebih dalam perihal teori perilaku konsumen dengan koridor islami dan utilisasi *platform* untuk berwisata., juga gali lebih dalam variabel serta indikatornya. Objek penelitian yang hanya sejumlah 235 responden

masih bisa ditingkatkan lagi karena sekarang pengisian angket via gawai adalah hal wajib. Hal terjadi karena keterbatasan penulis sendiri baik dari segi waktu maupun biaya untuk melakukan penelitian ini. kedepannya bagi para peneliti lainnya dapat melakukan penelitian dengan sampel yang lebih banyak, objek penelitian yang lebih luas serta metode penelitian yang lain agar kualitas hasil penelitiannya bisa menjadi lebih baik lagi.