

BAB 5

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

Kesimpulan, rekomendasi, dan implikasi dalam bab terakhir ini didasarkan pada pertanyaan penelitian yang diuraikan dalam bab pertama, serta temuan dan pembahasan pada Bab empat.

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada Bab IV, maka dapat memberikan beberapa simpulan sebagai berikut:

1. *Virtual Reality Experience* memiliki pengaruh positif terhadap Citra Destinasi dan Niat Berkunjung Kembali. Tingkat kemanfaatan dan kenyamanan penggunaan virtual reality berdasarkan video 360 derajat dirasakan oleh responden dapat meningkatkan citra destinasi dan niat berkunjung kembali ke Pulau Belitung.
2. Motivasi perjalanan memiliki pengaruh positif terhadap citra destinasi dan niat berkunjung kembali. Motif pencarian hiburan, mengetahui tempat baru serta berbeda, dan pencarian relaksasi para responden dapat meningkatkan citra destinasi Pulau Belitung dan akhirnya meningkatkan niat berkunjung kembali.
3. Kendala perjalanan memiliki pengaruh negatif terhadap niat berkunjung kembali akan tetapi tidak dapat mempengaruhi citra destinasi. Kendala perjalanan yang paling banyak dirasakan oleh responden adalah jarak objek wisata di Pulau Belitung yang jauh, antara satu tempat ke tempat lainnya, sedangkan kendala lalu-lintas merupakan kendala perjalanan yang terendah yang dirasakan oleh responden. Kendala-kendala perjalanan tersebut dapat mengurangi niat berkunjung kembali wisatawan yang pernah berkunjung ke Pulau Belitung. Ketidakberwujudan dan ketidakpastian informasi wisata Pulau Belitung dapat meningkatkan kebutuhan wisatawan untuk meminimalkan kendala perjalanan pada saat kondisi pandemi Covid-19 dan mencari pendapat dari mereka yang lebih berpengalaman.
4. Citra destinasi memiliki pengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali. Objek wisata sejarah dan wisata alam yang indah menjadi citra destinasi

5. Pulau Belitung yang paling banyak dirasakan oleh responden, sedangkan citra kebersihan masih dirasa kurang. Walaupun demikian, citra destinasi yang ditampilkan oleh Pulau Belitung dapat mempengaruhi niat berkunjung kembali wisatawan.
6. Citra destinasi dapat memediasi hubungan *virtual reality experience* terhadap niat berkunjung kembali. Citra destinasi Pulau Belitung seperti objek wisata sejarah dan alam sampai dengan kebersihan dapat memediasi kemanfaatan dan kenyamanan VR terhadap citra destinasi Pulau Belitung sehingga dapat meningkatkan niat berkunjung kembali wisatawan. Konten VR itu sendiri menampilkan citra destinasi Pulau Belitung, sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa citra destinasi akan dapat memediasi *virtual reality experience*, jika citra destinasi yang ditampilkan dapat membuat para wisatawan merasakan kondisi yang bersifat *memorable*.
7. Citra destinasi dapat memediasi hubungan motivasi perjalanan terhadap niat berkunjung kembali. Citra destinasi Pulau Belitung seperti objek wisata sejarah dan alam sampai dengan kebersihan dapat memediasi Motivasi wisatawan dalam pencarian hiburan, mengetahui tempat baru serta berbeda, dan pencarian relaksasi terhadap niat berkunjung kembali wisatawan. Citra destinasi Pulau Belitung diyakini oleh para responden dapat memenuhi motif tersebut.
8. Citra destinasi tidak dapat memediasi hubungan kendala perjalanan terhadap niat berkunjung kembali. Kendala jarak objek wisata sampai dengan kepadatan lalu-lintas yang ada di Pulau Belitung dapat dinegosiasikan oleh para responden karena tingkat ingin bepergian tinggi. Tingkat ingin bepergian didukung oleh data motivasi para responden yang cukup tinggi pada studi ini dibandingkan dengan data lainnya. Kondisi pandemi Covid-19 yang memaksa mereka untuk tetap dirumah, menjadikan keinginan untuk bepergian semakin menumpuk yang pada akhirnya kendala-kendala yang ada pada destinasi tersebut dapat dinegosiasikan.
9. Persepsi risiko dapat memoderasi motivasi perjalanan terhadap citra destinasi dan niat berkunjung kembali. Persepsi risiko seperti kejahatan, kerusakan, nilai terbaik uang, pengeluaran tambahan, serangan berbahaya,

ketidaksopanan, dan menghabiskan waktu berguna, dapat menguatkan motivasi perjalanan wisatawan terhadap citra destinasi, akan tetapi berbanding terbalik terhadap niat berkunjung kembali ke Pulau Belitung. Ketika kondisi persepsi risiko tinggi dapat lebih memperkuat motivasi perjalanan terhadap citra Destinasi Pulau Belitung. Semakin tinggi risiko yang diketahui oleh para wisatawan maka wisatawan dapat mengetahui secara jelas informasi destinasi yang akan dituju. Ketika kondisi persepsi risiko tinggi dapat lebih memperlemah motivasi perjalanan terhadap niat berkunjung kembali, jika dibandingkan dengan persepsi risiko rendah.

10. Persepsi risiko dapat memoderasi hubungan kendala perjalanan terhadap citra destinasi akan tetapi tidak dapat memoderasi hubungan kendala perjalanan terhadap niat berkunjung kembali. Persepsi risiko seperti kejahatan, kerusakan, nilai terbaik uang, pengeluaran tambahan, serangan berbahaya, ketidaksopanan, dan menghabiskan waktu berguna, dapat menguatkan kendala perjalanan terhadap citra destinasi Pulau Belitung. Ketika saat kondisi persepsi tinggi dapat memperkuat kendala perjalanan terhadap citra destinasi. Persepsi risiko dan kendala perjalanan dapat menjadikan suatu hambatan besar jika menjadi satu kesatuan dalam mempengaruhi citra destinasi yang tidak dapat lagi dinegosiasikan oleh para wisatawan, sehingga niat untuk berkunjung kembali tidak akan terpenuhi.
11. Persepsi risiko dapat memoderasi citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali. Persepsi risiko seperti kejahatan, kerusakan, nilai terbaik uang, pengeluaran tambahan, serangan berbahaya, ketidaksopanan, dan menghabiskan waktu berguna, dapat menguatkan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali ke Pulau Belitung. Ketika kondisi persepsi risiko tinggi dapat lebih memperkuat citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali, jika dibandingkan dengan persepsi risiko rendah.

Studi ini menunjukkan bahwa citra destinasi itu organik, tidak statis, dan citra itu berkembang dari keadaan naif (*non-development*) menjadi keadaan yang dapat dievaluasi kembali. Atribut citra destinasi dapat digunakan dalam strategi destinasi pariwisata baru serta kebijakan manajemen pariwisata Pulau Belitung. Keinginan wisatawan untuk berkunjung berinteraksi dengan bagian afektif dari

citra destinasi Pulau Belitung, sifat pengalaman dan sosio-demografi terkait dengan dimensi afektif dan kognitif Pulau Belitung. Kunjungan ke Pulau Belitung untuk pengunjung pertama kali ditemukan mengubah persepsi citra destinasi, secara positif, terutama, dari persepsi kognitif pasca-kunjungan tentang lingkungan alam dan budaya menuju respons emosional afektif.

Penelitian ini adalah salah satu studi pertama di Indonesia yang menguji efek penggunaan konten VR asli pada persepsi wisatawan yang berpengalaman. Temuan ini menyoroti berhasilnya teknologi VR dalam merangsang responden untuk merasakan citra destinasi secara virtual dan menstimulus niat mengunjungi kembali ke Pulau Belitung. VR secara berkelanjutan (*VR sustainability*), dapat diterapkan melalui iklan-iklan akomodasi dan destinasi yang ada di Pulau Belitung melalui penggunaan teknologi video VR 360°. Terdapat investasi besar dalam teknologi VR baru-baru ini saat memulai fase pengembangan baru. (Lo & Chen, 2020). VR dapat menjadi alat yang semakin menonjol untuk pemasaran konsumen, karena teknologinya memungkinkan pengiklan untuk memberikan pengalaman virtual produk yang realistis kepada calon wisatawan. Tidak hanya periklanan, virtual tour dengan penggunaan teknologi VR 360° dapat digunakan sebagai alternatif ketika masa pandemi terjadi kembali ataupun dapat digunakan sebagai sarana pengenalan destinasi wisata untuk mengundang calon wisatawan menuju Pulau Belitung. VR dengan menggunakan teknologi video 360° memungkinkan pengguna melalui gerakan kepala untuk memilih bidang dan arah pandang mereka sendiri yang mensimulasikan pengalaman menonton di dunia nyata. Penelitian ini telah membuktikan bahwa VR dengan menggunakan teknologi video 360° dapat membentuk pengalaman mendalam pada citra destinasi dan akhirnya dapat memutuskan untuk mengunjungi kembali.

Kematangan Pulau Belitung sebagai suatu citra destinasi berkaitan dengan ketergantungan yang tinggi pada pasar nasional dan pemanfaatan yang kurang pada musim sepi karena pembatasan akses pada masa Covid-19. Solusi yang diusulkan dalam keadaan seperti itu adalah kampanye iklan secara virtual terhadap media-media digital untuk meningkatkan citra destinasi pulau Belitung. Namun pariwisata adalah salah satu industri dimana penawaran dapat menciptakan permintaan, terutama jika produknya imajinatif dan berkualitas

tinggi, sehingga destinasi baru dapat muncul. Contohnya adalah Pulau Belitung di mana lokasi syuting film “Laskar Pelangi” yang sangat populer pada masa itu dapat mengakibatkan konsentrasi spasial kunjungan di tempat-tempat tertentu dan menghasilkan produk pariwisata baru dengan memberikan tekanan pada akomodasi dan infrastruktur.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Teoritis

Mengenai implikasi teoritis yang sejauh ini diketahui, studi ini adalah upaya pertama untuk mengeksplorasi bagaimana *virtual reality experience*, motivasi perjalanan, kendala perjalanan dan persepsi risiko yang dirasakan mempengaruhi citra destinasi di Pulau Belitung, Indonesia. Terlepas dari penelitian sebelumnya menetapkan pentingnya dan pengaruh yang diharapkan dari *virtual reality experience*, motivasi perjalanan, kendala perjalanan dan persepsi risiko yang dirasakan pada citra destinasi, konstruk ini telah dipelajari sebagai konstruksi terpisah dari citra destinasi. Berdasarkan hal tersebut, model konseptual studi ini dapat menjembatani kesenjangan penelitian antara konstruk terpisah tersebut dan mempertimbangkan *virtual reality experience*, motivasi perjalanan, kendala perjalanan, dan persepsi risiko sebagai anteseden citra suatu destinasi, termasuk komponen citra kognitif dan afektif terhadap niat mengunjungi kembali. Studi ini memperluas studi sebelumnya tentang citra destinasi dengan mempertimbangkan *virtual reality experience*, motivasi perjalanan, kendala perjalanan, dan persepsi risiko sebagai anteseden.

VRE dalam kaitannya dengan penelitian ini dapat menarik perhatian pengunjung potensial dan memberikan bantuan dalam mengidentifikasi faktor-faktor relevan yang pada dasarnya menciptakan motivasi perjalanan bagi mereka yang terlibat. VR dan pengembangan kesadaran mengacu pada proses pengambilan keputusan perjalanan di masa depan (Huang et al., 2013). Penelitian menunjukkan bahwa wisatawan virtual dapat memenuhi kebutuhan perjalanannya dengan mudah dalam kondisi emosional selama pandemi. Tujuan wisata virtual dapat memberi pengunjung kesempatan untuk meningkatkan persepsi mereka dan dunia wisata virtual ditampilkan sebagai sumber informasi yang berguna.

Studi ini menambah nilai pada literatur yang menyoroti beberapa motif individu yang terputus-putus atau motif intrinsik/dorong dan ekstrinsik/tarik bagi wisatawan milenial Indonesia. Berdasarkan hal tersebut, melengkapi teori lain yang mengusulkan perspektif multi-dimensi untuk bepergian, meskipun tidak harus untuk milenium. Studi sebelumnya, sebagian besar dalam konteks pariwisata/perhotelan umum dan membahas paradigma motivasi intrinsik-ekstrinsik atau push-pull (misalnya Fernández et al., 2016; Yoon & Uysal, 2005; Yousaf et al., 2018) fokus pada dua kategori motivasi ini sebagai landasan teori. Di seluruh literatur, telah diusulkan bahwa motivasi dorong/intrinsik dan motivasi tarik/ekstrinsik terdiri dari berbagai motivasi individu yang tidak selalu sesuai dengan tema tertentu (Baniya & Paudel, 2016; Rita et al., 2019; Swarbrooke, 1996). Lebih jauh, di luar dikotomi ekstrinsik/intrinsik, ada kekurangan kerangka kerja yang kuat yang dapat mengkategorikan konstruksi ke dalam sub-dimensi yang lebih bermakna. Menambahkan motivasi otonom dan terkontrol pada penelitian selanjutnya yang mirip dengan motivasi menarik dan mendorong, memberikan lebih banyak makna pada kerangka kerja ini.

5.2.2 Implikasi Manajerial

Secara manajerial, temuan studi ini memiliki implikasi penting untuk pemasaran destinasi Pulau Belitung. Ketika destinasi tersebut mempromosikan atribut alam dan sejarah mereka, pemerintah daerah dan pihak berkepentingan lainnya harus menekankan komunikasi emosional dengan pelanggan potensial, seperti menekankan bahwa destinasi Pulau Belitung menyediakan suasana untuk menikmati tempat berbeda, kebutuhan untuk relaksasi, mencari petualangan dan hiburan. Hal tersebut dapat difasilitasi oleh teknologi VR. Mengenai konteks *smart tourism*, VR dikembangkan untuk memberikan informasi tentang destinasi dan atraksi serta menunjukkan potensinya sebagai layanan pariwisata baru. Meskipun demikian, responden pada studi ini dapat menerima VR sebagai sarana citra destinasi serta dapat menstimulus wisatawan untuk berkunjung kembali. Hal tersebut terjadi karena wisatawan tidak terlalu mengalami kesulitan untuk mengikuti teknologi baru seperti VR pada era pandemi Covid-19. Melalui penggunaan VR, wisatawan dapat menghidupkan kembali perjalanan mereka dan melihat pemandangan tempat-tempat yang pernah mereka kunjungi. Navigasi

realitas virtual yang mudah digunakan, realistis, dan menyeluruh adalah anugerah bagi wisatawan yang mencoba mencari tahu apa yang harus dilakukan dan ke mana harus pergi. Teknologi VR pasti akan terus maju, dan dengan demikian, peluang di sektor pariwisata akan tumbuh secara eksponensial. Terlepas dari arah di mana kemajuan dan perkembangan ini terjadi, aplikasi dan tren segera diidentifikasi dan digunakan dalam industri pariwisata. Sementara banyak keterbatasan memang ada, masa depan akan menunjukkan teknologi yang lebih dipahami. VR dapat dan mungkin akan secara mendasar mengubah cara wisatawan untuk bepergian.

Pengunjung untuk bertamasya cenderung menghabiskan lebih banyak waktu dan pengeluaran selama mereka tinggal di tempat wisata, kategori pengunjung untuk hiburan mungkin lebih terlibat dalam kegiatan budaya lokal untuk menghasilkan pengalaman perjalanan yang tidak biasa. Berhubungan dengan menargetkan pengunjung untuk jalan-jalan, manajer destinasi di Pulau Belitung mungkin perlu mempertimbangkan kampanye pemasaran baru acara di media elektronik untuk merekomendasikan calon wisatawan untuk mengunjungi dan mengambil bagian dalam kegiatan pariwisata baru di destinasi wisata berbasis alam dan budaya. Untuk menarik para pengunjung yang mencari pengetahuan tentang atraksi budaya baru, lebih banyak pesan promosi yang menekankan kegiatan unggul mengetahui atraksi budaya baru dan lingkungan bagi pengunjung untuk mengalami kegiatan etnis tradisional yang mungkin merupakan strategi yang efektif dalam mengembangkan pasar wisata di Pulau Belitung.

Daerah wisata dengan citra negatif (contoh: terdapat pertambangan liar di Pulau Belitung yang menghancurkan ekosistem pantai) harus berupaya meningkatkan citra destinasi dengan memberikan informasi yang akurat dan mengelola untuk memenuhi dan memecahkan masalah dan aspek negatif serta mengurangi risiko nyata. Pemerintah daerah dan pihak yang berkepentingan lainnya harus lebih aktif menunjukkan bahwa mereka peduli dengan warga dan wisatawan mereka dan menjelaskan apa yang telah mereka lakukan untuk mengurangi risiko dan apa yang mereka rencanakan untuk dilakukan di masa depan.

5.3 Rekomendasi Penelitian dan Kebijakan Strategis

Meskipun penelitian saat ini dilakukan dengan hati-hati pada situasi pandemi Covid-19, peneliti dapat menunjukkan rekomendasi penelitian yang akan datang sehingga dapat menjadi *roadmap* untuk penelitian lebih lanjut. Rekomendasi penelitian ini juga dapat memberikan pengetahuan bagi pemerintah daerah Pulau Belitung untuk menerapkan kebijakan strategis pariwisata.

1. Penelitian ini hanya mencakup wisatawan yang pernah mengunjungi Pulau Belitung. Berdasarkan hal tersebut, penelitian masa depan diinginkan untuk menguji model konseptual studi ini dengan lebih banyak pengunjung dari negara yang berbeda dan tanggapan mengenai destinasi wisata yang berbeda, dengan tingkat risiko yang berbeda.
2. Karena data dikumpulkan melalui *platform* sosial media, mungkin terdapat bias mengenai karakteristik demografi penduduk. Berdasarkan hal tersebut, penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan beberapa metode pengumpulan data selain distribusi melalui platform sosial media, seperti penyebaran kuesioner dan wawancara secara pribadi.
3. Beberapa konstruksi lain dapat mempengaruhi niat wisatawan untuk mengunjungi kembali suatu destinasi. Berdasarkan hal tersebut, peneliti menyarankan untuk menambahkan konsep seperti kepuasan, *destination attachment*, *event attachment*, dan persepsi harga. Variabel tersebut dapat menambah pengetahuan terhadap peneliti dan pemerintah daerah untuk dapat melihat dari sudut pandang wisatawan. Ketika wisatawan terpuaskan maka akan menimbulkan keterikatan akan suatu destinasi atau acara-acara wisata tertentu di Pulau Belitung sehingga akan menarik wisatawan untuk berkunjung kembali.
4. Memanfaatkan peluang yang diberikan oleh pengembangan teknologi baru, *Augmented reality* (AR) dan teknologi terkait dapat digunakan untuk menguji model konseptual. Karena AR memungkinkan wisatawan untuk memiliki pengalaman yang sangat mendalam, perangkat lunak dapat dibuat untuk menggunakan beberapa destinasi yang berbeda tanpa benar-benar harus bepergian dan untuk menguji sikap wisatawan serta pengaruhnya terhadap niat perjalanan.

5. Indikator-indikator yang memiliki nilai rendah pada penelitian ini dapat ditingkatkan untuk mendapatkan hasil model penelitian yang lebih baik serta merupakan titik lemah dari citra destinasi Pulau Belitung yang perlu ditingkatkan. Pemberian perhatian lebih pada indikator-indikator tersebut, maka akan dapat memberikan rekomendasi secara teoritis maupun praktis. Indikator-indikator yang perlu ditingkatkan antara lain, sebagai berikut:

- a. Pengoperasian teknologi VR. Instruksi mengenai pengisian data *virtual reality experience* kepada responden, akan lebih baik disertakan instruksi pengoperasian VR secara visual, tidak hanya saja tulisan. Kemudian, *Destination Marketing Organizations* (DMO) atau pemerintah daerah yang berkepentingan perlu memberikan panduan VR serta pengetahuan yang jelas dan sistematis, sehingga dapat mempermudah wisatawan untuk dapat mengoperasikan teknologi VR.
- b. Motivasi wisatawan untuk mencari petualangan dan kesenangan. Indikator tersebut dapat dikerucutkan menjadi indikator yang lebih spesifik, sehingga jelas petualangan dan kesenangan seperti apa yang diminati oleh para wisatawan untuk dapat mengunjungi kembali Pulau Belitung. Mengetahui jenis petualangan dan kesenangan yang diinginkan wisatawan maka DMO dapat memberikan program-program wisata yang sesuai dengan keinginan wisatawan. Sedangkan pemerintah daerah Pulau Belitung dapat menambah atau merehabilitasi infrastruktur yang sesuai dengan keinginan tersebut.
- c. Kendala Jarak objek wisata yang terlalu jauh. Indikator tersebut perlu diperinci untuk mendapatkan objek wisata apa yang diperkirakan oleh responden terlalu jauh. Ketika area wisata tersebut sudah jenuh atau dapat dikatakan *mature* pada pasar wisata, maka penambahan area wisata pun dapat dilakukan, sehingga jarak antara objek wisata yang satu dengan yang lainnya tidak berjauhan.
- d. Citra kebersihan. Indikator tersebut dapat diperjelas dengan memberikan segmentasi standar kebersihan dari berbagai jenis wisata yang ada di Pulau Belitung. Standar kebersihan menjadi hal yang *essential* sekali pada citra suatu destinasi wisata, karena hal tersebut

dapat memberikan citra destinasi yang kumuh dan dapat mengurangi minat wisatawan untuk berkunjung. Pemerintah daerah perlu mensosialisasikan standar kebersihan dan pengetahuan tentang pentingnya standar kebersihan kepada masyarakat serta masyarakat perlu kesadaran akan kebersihan lingkungan wisata sehingga dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan untuk berpariwisata. Selain itu juga pemerintah daerah perlu menyediakan lebih banyak sumber daya manusia sebagai pemelihara kebersihan objek wisata dan juga menempatkan lebih banyak infrastruktur pembuangan sampah.

- e. Risiko pengeluaran biaya tambahan. Indikator tersebut dapat juga diperinci untuk memperjelas risiko pengeluaran biaya tambahan di objek wisata atau akomodasi yang tersedia di Pulau Belitung. DMO perlu memberikan secara rinci semua biaya yang mungkin wisatawan inginkan dalam menikmati program wisata yang ditawarkan tanpa ada embel-embel syarat dan ketentuan berlaku dari pihak DMO. Pungutan liar yang ada di area wisata perlu dipantau dan diberantas oleh satuan keamanan pemerintah daerah Pulau Belitung, sehingga tidak menimbulkan kekhawatiran serta mengurangi kenikmatan wisatawan dalam mengeksplorasi area wisata yang ada.