

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil temuan penelitian terkait analisis pengalaman *staycation* pelanggan di era pemulihan pandemi Covid-19 dengan menggunakan ulasan tekstual di halaman website Tripadvisor, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan didasari oleh dua faktor utama yaitu fasilitas dan layanan yang dihadirkan resor, sedangkan determinan ketidakpuasan terdiri atas kamar dan layanan. Secara garis besar, konstruksi ulasan positif yang paling banyak ditemukan berupa ungkapan kepuasan pelanggan terhadap tersedianya berbagai fasilitas resor terutama fasilitas rekreasi. Dalam kajian ini, peneliti menemukan beberapa perbedaan konstruksi ulasan positif yang diungkap pelanggan ketika membicarakan fasilitas terutama fasilitas rekreasi yang dihadirkan resor. Dalam beberapa ulasan yang membahas fasilitas rekreasi, pelanggan cenderung mengungkapkan kalimat-kalimat yang menunjukkan kepuasan seperti *enjoy, good always, amazing, great*, serta memberikan rekomendasi hingga menyatakan akan berkunjung kembali.

Dengan hadirnya fasilitas rekreasi dan atraksi wisata dalam area resor yang lengkap, dianggap dapat memberikan keuntungan bagi pelanggan yang melakukan *staycation* di masa pemulihan pandemi Covid-19 karena pelanggan tidak perlu bepergian lagi untuk mencari atraksi dan aktivitas wisata di tempat lain sehingga dapat menghindari area-area ramai yang beresiko terpapar Covid-19. Hal ini juga didukung oleh hadirnya fasilitas-fasilitas umum seperti layanan antar jemput ke area resor dan konektivitas internet yang baik, fasilitas kebugaran seperti *fitness center* dan *jogging track* dan outlet tambahan seperti angkringan dan pasar apung yang dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan.

Selain fasilitas resor yang lengkap, beberapa pelanggan juga memperhatikan efektivitas layanan yang diberikan. Dalam konteks ini, keramahan staf menjadi faktor yang paling banyak diungkapkan pelanggan, diikuti oleh ketepatan proses *check in* dan beragam penawaran layanan tambahan yang memberikan kesan baru pada pelanggan. Berbeda dengan kategori kepuasan, konstruksi ulasan negatif yang ditemukan dalam kategori ketidakpuasan

pelanggan berupa keluhan terhadap interior kamar yang terlihat tua dan kurang terawat dan juga kinerja staf yang kurang baik. Ulasan negatif yang diungkap berupa kalimat yang memberikan saran kepada pihak resor untuk memperhatikan desain kamar terutama furnitur-furnitur yang sudah tak layak pakai. Selain itu, beberapa saran lain yang diungkapkan berupa efektifitas kinerja staf yang perlu ditingkatkan.

5.2 Implikasi

Hasil akhir dari analisis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi dalam bidang ilmu manajemen pemasaran pariwisata, khususnya perhotelan baik secara teoritis maupun praktis. Sehubungan dengan hal tersebut maka implikasi dari penelitian ini antara lain:

- a. Dalam aspek teoritis, temuan yang dihasilkan dari penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan literatur manajemen pemasaran pariwisata yang berkaitan dengan analisis pengalaman pelanggan khususnya di industri perhotelan di masa pemulihan pandemi Covid-19.
- b. Dalam aspek praktis, penelitian ini memiliki implikasi berupa pengetahuan baru mengenai pengalaman pelanggan yang nantinya dapat digunakan para peneliti maupun *stakeholder* dalam bidang pemasaran pariwisata dan perhotelan untuk dapat memahami pergeseran preferensi pelanggan di kondisi setelah terdampak pandemi.

5.3 Rekomendasi

Mengarah pada implikasi yang ditemukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sehingga diperlukan pengembangan studi di masa yang akan datang. Sebagai upaya untuk menghadirkan penelitian terbaru guna memperluas pengetahuan dalam bidang ilmu pemasaran pariwisata, khususnya industri perhotelan, peneliti memaparkan beberapa rekomendasi, antara lain:

- a. Pertama, data yang digunakan dalam penelitian bersumber pada ulasan di halaman Tripadvisor yang terbatas pada kondisi pemulihan pandemi Covid-19, sehingga perlu dilakukan verifikasi oleh penelitian selanjutnya guna mengidentifikasi relevansi ulasan pengalaman pelanggan mengenai atribut-atribut kepuasan dan ketidakpuasan di periode-periode berikutnya.

- b. Kedua, dalam generalisasi data berdasarkan pengaturan geografis penelitian terbatas pada Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai salah satu destinasi wisata favorit di Indonesia, sehingga studi di era berikutnya dapat memperluas penelitian dengan mengeksplorasi daerah tujuan wisata lain di Indonesia, seperti Bali dan Bandung.
- c. Terakhir, penelitian ini memerlukan studi lebih lanjut terkait pengalaman pelanggan di masa krisis-krisis lainnya, sehingga nantinya dapat menghadirkan studi yang lebih variatif dan memperluas kajian di kondisi serupa yang kemungkinan akan terjadi di masa depan.