

## BAB V

### SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti menyimpulkan hasil dari mengeksplorasi motivasi dan pengalaman wisatawan pada aktivitas *wellness tourism* di era *new normal* (Studi Fenomenologi di *Aromatic Wellness Playground* Atsiri di Sarinah).

1. Motivasi wisatawan melakukan perjalanan wisata ke Atsiri di Sarinah yaitu termotivasi karena aroma, Daya Tarik Wisata (DTW), media sosial dan unik. Sedangkan untuk pengalaman wisatawan yang berkunjung ke destinasi *Aromatic Wellness Playground* Atsiri di Sarinah yaitu pengalaman pendidikan, pengalaman hiburan, pengalaman estetik, pengalaman *escape* dan pengalaman mengisi kuis aroma.
2. Perkembangan industri pariwisata yang berbasis *wellness tourism* terbukti dari ekspansi cabang yang dilakukan oleh Rumah Atsiri Indonesia dalam mendirikan Atsiri di Sarinah. Lalu, bentuk pengembangan *wellness tourism* Atsiri di Sarinah sebagai bagian adaptasi terhadap dinamika pariwisata pada fase menuju endemi Covid-19 yaitu terdapat *experience aromatic wellness*, *wellness playground*, Daya Tarik Wisata, dan aspek *wellness*.

#### 5.2 Implikasi

Berdasarkan pada hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan ditambah dengan kajian terhadap beberapa literatur, dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

##### 1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini dapat memperlihatkan tema dan menjabarkan bagaimana aktivitas wisatawan di destinasi *aromatic wellness playground* pada masa *new normal*. Sebagai penelitian yang membahas motivasi dan pengalaman wisatawan pada aktivitas *wellness tourism* di era *new normal* di

bidang pariwisata, maka penelitian ini dapat memberikan kontribusi kepada perkembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu terkait teori motivasi dan pengalaman wisata. Berdasarkan teori yang telah dirumuskan peneliti, maka dapat diketahui bahwa aroma memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi dan pengalaman wisatawan di destinasi *wellness tourism* serta pada bentuk pengembangan *wellness tourism*. Motivasi wisatawan pada aktivitas *wellness tourism* di dominasi oleh teori Nathania et al., (2020) pada *push factors* dan terdapat dua poin motivasi yang perlu di kaji lebih lanjut yaitu motivasi unik dan motivasi Daya Tarik Wisata. Sedangkan pengalaman wisatawan pada aktivitas *wellness tourism* sesuai dengan teori Luo et al., (2018) tetapi pada pengalaman kuis aroma perlu di kaji kembali. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan literatur bagi peneliti selanjutnya khususnya dalam Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata.

## 2. Implikasi Praktis

Pihak pengelola Atsiri diSarinah dapat lebih mempertahankan dan meningkatkan konsistensi pada media sosialnya karena pertama kali yang dilihat oleh pengunjung adalah sosial media seperti Instagram dan TikTok. Pihak pengelola Atsiri diSarinah dapat melakukan digital marketing seperti iklan di Instagram atau di TikTok untuk menambah jumlah pengunjung. Alternatif dari terbatasnya lahan yang dimiliki Atsiri diSarinah dapat diatasi dengan menambah varian aktivitas *wellness tourism* seperti workshop terkait minyak atsiri, pembuatan solid parfume, kokedama dsb. Pihak pengelola Atsiri diSarinah juga dapat memperhatikan Kembali tata letak agar dapat lebih terjangkau lagi oleh banyak wisatawan karena masih terdapat wisatawan yang belum mau menjangkau lantai 5 Gedung Sarinah. Hasil penelitian dapat menjadi masukan dan pertimbangan berbagai pihak yang terkait dalam mengeksplorasi motivasi dan pengalaman wisatawan. Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi pengelola destinasi wisata yang akan melakukan pengembangan *wellness tourism*.

### 5.3 Rekomendasi

Berdasarkan simpulan di atas maka terdapat beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai rekomendasi yaitu :

1. Penelitian di masa depan dapat mengeksplorasi terkait hubungan aroma dan Daya Tarik Wisata (DTW) pada pengembangan *wellness tourism*
2. *Wellness tourism* di Indonesia memiliki potensi yang besar sehingga perlu digali dan dikembangkan lagi di masa depan.