

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan temuan dan pembahasan dalam penelitian serta untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian, berikut disampaikan beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif pada variabel penelitian yang terdiri atas kualitas destinasi, atribut Islami destinasi, pengalaman kreatif, *memorable halal travel experience*, dan niat berwisata kembali di masa datang adalah sebagai berikut:
 - a. Wisatawan mancanegara muslim menilai kualitas destinasi pariwisata halal Indonesia secara rata-rata baik. Indikator yang dinilai paling tinggi adalah kualitas daya tarik wisata yang ramah muslim yang diikuti oleh kualitas bandara yang ramah muslim, sedangkan indikator kualitas infrastruktur (internet) dan kualitas lingkungan destinasi (aman, tertib, bersih, sejuk) dinilai paling rendah. Namun demikian, hasil penilaian baik terhadap kualitas destinasi pariwisata halal Indonesia masih memiliki kekurangan atau masalah yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan kualitasnya, terutama dalam hal kualitas infrastruktur (internet) dan kualitas lingkungan destinasi.
 - b. Wisatawan mancanegara muslim menilai atribut islami destinasi pariwisata halal Indonesia secara rata-rata baik. Indikator yang dinilai paling tinggi adalah ketersediaan fasilitas ibadah (tempat wudhu, shalat, dan perlengkapan ibadah) yang memadai yang diikuti oleh penerimaan masyarakat yang ramah muslim dalam berinteraksi dengan wisatawan, sedangkan indikator ketersediaan area yang terpisah bagi wanita di pantai/kolam renang/gymnasium, ketersediaan toilet bersih yang ramah muslim, dan ketersediaan hasil seni berupa lukisan/patung yang tidak menggambarkan makhluk hidup yang bernyawa dinilai paling rendah. Namun demikian, hasil penilaian baik terhadap atribut islami destinasi pariwisata halal Indonesia masih memiliki permasalahan yang mendasar

terutama dalam hal ketersediaan toilet bersih yang ramah muslim, layanan tambahan kepada segmen wanita dalam hal penyediaan area yang terpisah bagi wanita di pantai/kolam renang/gymnasium, dan ketersediaan hasil seni berupa lukisan/patung yang tidak menggambarkan makhluk hidup yang bernyawa.

- c. Wisatawan mancanegara muslim menilai pengalaman kreatif secara rata-rata baik. Indikator yang dinilai paling tinggi adalah tingkat interaksi dengan masyarakat muslim di destinasi menjadikan wisatawan lebih sadar akan tanggung jawab sosial dan tingkat hospitalitas penyedia jasa (tour guide, waiter, etc) dalam melayani wisatawan mancanegara muslim. Secara keseluruhan nilai dari keseluruhan indikator pengalaman kreatif relatif tidak jauh berbeda. Indikator yang dinilai paling rendah adalah keragaman pilihan aktivitas wisata halal yang unik dan keragaman aktivitas wisata halal yang dapat dilakukan di destinasi memberikan pengalaman berbeda dibandingkan dengan destinasi lain. Hasil ini membuktikan bahwa pengalaman kreatif dapat berperan positif dalam pariwisata halal Indonesia.
- d. Wisatawan mancanegara muslim secara rata-rata menilai baik terhadap pariwisata halal Indonesia dalam menciptakan *memorable halal travel experience*. Indikator yang dinilai paling tinggi adalah tingkat pemenuhan terhadap pengalaman berwisata halal yang ingin diperoleh selama berwisata, sedangkan yang dinilai paling rendah adalah tingkat kesegaran jasmani rohani yang diperoleh dan hilangnya kejenuhan karena berwisata di destinasi halal. Hasil ini membuktikan bahwa secara umum destinasi pariwisata halal di Indonesia telah dapat memberikan pengalaman positif dalam bentuk *memorable halal travel experience*. Penilaian tinggi terhadap indikator-indikator tersebut diperoleh dari kontribusi terpenuhinya tingkat pengalaman (*local experiences*) yang ingin diperoleh, interaksi dengan masyarakat dan budaya lokal yang bernuansa islami, dan keleluasaan untuk terlibat secara aktif dalam menikmati daya tarik wisata.
- e. Wisatawan mancanegara muslim secara rata-rata menilai baik terhadap pariwisata halal Indonesia dalam menciptakan niat berwisata kembali di

masa datang. Indikator yang dinilai paling tinggi adalah tingkat keinginan untuk berkunjung kembali ke destinasi halal ini dan keinginan untuk mengajak orang lain berkunjung bersama keluarga/teman ke destinasi halal ini. Secara keseluruhan nilai dari keseluruhan indikator relatif berimbang. Indikator yang dinilai paling rendah adalah niat berwisata kembali di masa datang adalah tingkat keinginan untuk lebih lama berkunjung di destinasi halal ini. Persepsi tentang niat berwisata kembali di masa datang ini memperlihatkan akan pentingnya memberikan *memorable halal travel experience* pada wisatawan mancanegara muslim.

2. Hasil analisis verifikatif model sub struktur 1 menunjukkan kemampuan variabel kualitas destinasi (QOD), atribut Islami destinasi (IAD), dan pengalaman kreatif (CE) dalam menjelaskan varians dari variabel *memorable halal travel experience* (MHTE). Model yang diusulkan efektif dalam menjelaskan fenomena yang diteliti, namun terdapat variasi dalam *memorable halal travel experience* yang bersumber dari variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model. Secara parsial, ditemukan bahwa hanya variabel pengalaman kreatif yang memiliki pengaruh signifikan, sedangkan kualitas destinasi dan atribut Islami destinasi berpengaruh tidak signifikan. Dilihat dari pengaruh totalnya, pengalaman kreatif merupakan variabel yang memiliki pengaruh relatif paling kuat terhadap *memorable halal travel experience*.
3. Hasil analisis verifikatif model sub struktur 2 menunjukkan kemampuan variabel kualitas destinasi, atribut Islami destinasi, pengalaman kreatif, dan *memorable halal travel experience* dalam menjelaskan varians dari variabel niat berwisata kembali di masa datang. Model yang diusulkan efektif dalam menjelaskan fenomena yang diteliti. Model yang diusulkan efektif dalam menjelaskan fenomena yang diteliti, namun terdapat variasi dalam niat berwisata kembali di masa datang yang bersumber dari variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model. Secara parsial, ditemukan bahwa variabel pengalaman kreatif dan *memorable halal travel experience* memiliki pengaruh signifikan secara positif, sedangkan Kualitas destinasi memiliki pengaruh signifikan secara negatif, sedangkan atribut Islami destinasi berpengaruh tidak signifikan. Dilihat dari pengaruh totalnya, *memorable halal travel experience* merupakan

variabel yang memiliki pengaruh relatif paling kuat terhadap niat berwisata kembali di masa datang dibandingkan dengan variabel lainnya.

4. Hasil analisis verifikatif model sub struktur 3 menunjukkan bahwa *memorable halal travel experience* mampu memediasi pengaruh variabel pengalaman kreatif terhadap variabel niat berwisata kembali di masa datang, namun tidak mampu memediasi pengaruh kualitas destinasi dan atribut Islami destinasi terhadap variabel niat berwisata kembali di masa datang.

5.2 Implikasi

Penelitian disertasi ini secara teoritis memperkaya literatur dan penelitian pariwisata halal Indonesia. Beberapa implikasi teoritis yang ditemukan adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menemukan adanya variabel baru yaitu *memorable halal travel experience* yang sangat penting dan mempengaruhi niat berwisata kembali di masa datang ke destinasi pariwisata halal, baik secara langsung maupun sebagai variabel memediasi pengalaman kreatif. Penelitian niat berwisata kembali di masa datang pada pariwisata halal di masa datang perlu melibatkan variabel *memorable halal travel experience* yang masih sangat terbatas.
2. Pengalaman kreatif (*creative experience*) merupakan variabel yang sangat penting pada kajian destinasi pariwisata halal. Variabel pengalaman kreatif memberikan pengayaan terhadap penelitian pemasaran eksperiensial di pariwisata halal.
3. Kajian atribut Islami destinasi (*Islamic attributes of destination*) perlu menempatkan dan mengembangkan atribut yang terkait dengan nilai pengalaman (perilaku Islami masyarakat dan aktivitas wisata ramah muslim) wisatawan muslim dalam memperkaya perspektif sebagai salah satu variabel penting penelitian pariwisata halal. Penerapan atribut pengalaman ini merupakan satu kesatuan utuh bersama atribut dasar Islami destinasi.
4. Penelitian yang melibatkan kualitas destinasi perlu menempatkan dimensi program/even dan paket wisata halal sebagai elemen penting untuk meningkatkan keunggulan kompetitif destinasi pariwisata halal.

Temuan penelitian ini juga dapat digunakan oleh stakeholders *pentahelix* untuk meningkatkan kualitas pariwisata halal Indonesia. Beberapa temuan implikasi manajerial adalah sebagai berikut:

1. Pengelola destinasi pariwisata dan pelaku usaha pariwisata dalam upayanya meraih pasar global muslim, memfokuskan strategi pemasaran pariwisata halal pada upaya menciptakan *memorable halal travel experience* dengan memperkuat *creative experience* dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, dan preferensi wisatawan mancanegara muslim yang dapat menciptakan niat berwisata kembali di masa datang.
2. Pemangku kebijakan terkait pariwisata halal dapat merumuskan kebijakan yang mampu mendorong berkembangnya ekosistem pariwisata halal dalam menumbuhkan rantai nilai dan *business linkages* secara berkelanjutan.
3. Pelaku usaha pariwisata perlu terus menyelaraskan strategi pemasaran dengan profil dan preferensi wisatawan mancanegara muslim yang lebih menyukai aktivitas pengalaman kreatif dalam bentuk program dan paket wisata yang menawarkan konten dan pengalaman lokal yang interaktif dan fleksibel dalam pengemasannya.
4. Masyarakat di destinasi pariwisata halal perlu berpartisipasi secara aktif dalam memelihara dan menumbuhkan otentisitas, heritage Islami, dan aktivitas unik untuk membantu meningkatkan suasana/ambiens yang Islami dan bersama-sama dengan pelaku usaha pariwisata mengembangkan produk wisata yang ditawarkan kepada wisatawan.
5. Pengelola destinasi pariwisata halal dapat mengembangkan saluran komunikasi untuk mensosialisasikan dan memudahkan wisatawan muslim dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, dan pengalaman berwisata halal.
6. Media perlu berperan lebih aktif melalui karya jurnalisnya yang dapat membantu mensosialisasikan/mengkomunikasikan pariwisata halal kepada masyarakat dan wisatawan muslim.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang dimiliki oleh penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan terkait teori pada jurnal ilmiah dan penelitian terdahulu yang melibatkan pariwisata, Islam, dan *behavioral intention* jumlahnya masih sangat terbatas. Penelitian terdahulu tentang *consumer behavior* terkait niat melakukan perjalanan kembali ke destinasi pariwisata, terutama destinasi pariwisata halal, masih didominasi wisatawan secara umum. Belum fokus pada wisatawan muslim, terutama dari sisi *memorable halal travel experience* yang belum ada. Untuk mengatasi keterbatasan penelitian ini, konsep *memorable halal travel experience* dibangun dengan melakukan sintesa terhadap konsep-konsep yang relevan yaitu konsep pengalaman, pengalaman berwisata, pengalaman berwisata yang mengesankan secara umum, yang diselaraskan dengan konsep pariwisata halal. Namun demikian, terdapat kemungkinan adanya jurnal ilmiah penting yang dapat memperkuat landasan bagi hasil sintesa terkait topik penelitian namun tidak tergunakan dalam proses sintesa tersebut.
2. Keterbatasan terkait metodologi dialami pada penentuan sampel responden dan waktu pengumpulan data.

Penentuan sampel responden wisatawan mancanegara muslim sebagai unit analisis yang diwawancarai saat melakukan kunjungan di destinasi pariwisata halal, dilakukan dengan teknik *cluster proportionate random sampling* di 5 daerah/*cluster* penelitian. Stratifikasi tidak dilakukan pada unit analisis, sehingga analisis hanya dapat dilakukan secara umum dan tidak mengungkap persepsi secara lebih spesifik per kluster.

Waktu pengumpulan data dari responden wisatawan mancanegara muslim dilakukan pada saat responden masih melakukan kegiatan wisata di destinasi, tidak dalam bentuk *exit survey*. Ada kemungkinan penilaian yang diberikan terhadap pertanyaan dalam kuesioner belum sepenuhnya penilaian akhir. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi bias informasi adalah dengan menentukan responden yang telah cukup lama atau beberapa hari berada di destinasi yang dikunjunginya.

Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya sebaiknya didorong melibatkan variabel *memorable halal travel experience* untuk menambah jumlah dan khasanah penelitian, sehingga konsep dan pengukuran *memorable halal travel experience*

menjadi lebih kokoh. Dalam mengatasi keterbatasan metodologi dan untuk mendapatkan data yang lebih baik, maka pada penelitian selanjutnya perlu diupayakan melakukan stratifikasi pada unit analisis dan menerapkan *exit survey*.

5.4 Rekomendasi

Berdasarkan temuan dan pembahasan penelitian disertasi ini, disampaikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Destinasi pariwisata halal Indonesia perlu mempertahankan dan lebih memanfaatkan kualitas pengalaman kreatif yang ditawarkan kepada wisatawan mancanegara muslim. Peningkatan kualitas pengalaman kreatif dapat dilakukan antara lain dengan lebih meningkatkan interaksi dengan masyarakat dengan cara masyarakat beraktivitas bersama dengan wisatawan muslim pada saat menikmati paket aktivitas. Pembinaan terhadap masyarakat dan penyedia jasa juga dibekali dengan pemahaman dan praktik berbasis CHSE untuk memberikan jaminan kesehatan dan keselamatan kepada wisatawan mancanegara muslim.
2. Otoritas pengelola pariwisata halal Indonesia perlu menjadikan *memorable halal travel experience* sebagai tolok ukur keberhasilan dalam mengembangkan destinasi pariwisata halal. Secara utuh tolok ukur *memorable halal travel experience* yang dikembangkan mencakup berbagai variabel yang mempengaruhinya sebagai satu kesatuan penilaian ekosistem pariwisata halal. Dalam penerapannya, pengukuran keberhasilan destinasi pariwisata halal dikembangkan dalam suatu konsep kegiatan yang sistemik, mengandung unsur penilaian mandiri dan penilaian eksternal secara resmi oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Untuk menciptakan proses penilaian memiliki rating, bobot, dan dampak promosi yang tinggi, sebaiknya kegiatan dikemas dalam bentuk even yang kreatif dan menarik, dengan proses penilaian yang akuntabel dan tersedia laporan evaluasi untuk setiap destinasi pariwisata halal sebagai panduan perbaikan.
3. Komponen-komponen destinasi pariwisata halal Indonesia secara utuh perlu lebih ditingkatkan kualitas dan kesesuaiannya dengan perilaku wisatawan mancanegara muslim yang menjadi pasar sasarnya. Perhatian lebih perlu

diarahkan pada upaya perbaikan kualitas infrastruktur (internet), kualitas lingkungan destinasi (aman, tertib, bersih, sejuk), kualitas program dan paket wisata halal, dan kualitas aksesibilitas menuju daya tarik wisata. di era pandemi dan pasca pandemi covid-19, peningkatan kualitas lingkungan destinasi perlu diintegrasikan ke dalam program penerapan dan sertifikasi protokol CHSE dengan penambahan aspek ramah muslim. Pengembangan program dan paket wisata diarahkan pada kelompok yang lebih kecil untuk memberikan keleluasaan beraktivitas yang lebih besar serta memudahkan dalam penerapan protokol kesehatan.

4. Atribut Islami destinasi yang secara jumlah tersedia memadai dan mudah ditemui wisatawan mancanegara muslim di destinasi pariwisata halal Indonesia perlu ditingkatkan kualitasnya melalui penerapan dan pemantauan terhadap implementasi standar atribut islami dasar (sarana ibadah, ketersediaan air bersih, toilet bersih) dan mengembangkan unsur atribut yang memberikan pengalaman berwisata seperti perilaku Islami SDM dan aktivitas wisata. Dalam implementasi penataan atribut islami dasar, ditambahkan pula peralatan terkait protokol kesehatan dan SOP pelayanan disesuaikan dengan kondisi pandemi covid-19. Pengembangan unsur atribut Islami yang memberikan pengalaman dilakukan antara lain dengan mengemas *common living culture* sebagai produk yang ditawarkan dan memasukkan wisatawan mancanegara muslim kedalam proses tersebut. Aktivasi masyarakat secara nyata dan berinteraksi secara langsung dengan wisatawan perlu disiapkan dengan baik untuk membiasakan dan memberikan sentuhan-sentuhan nilai yang perlu dirasakan pengalamannya oleh wisatawan mancanegara muslim. Pelatihan CHSE juga diberikan untuk dapat memberikan penjaminan diterapkannya protokol kesehatan dalam berinteraksi dan memberikan pelayanan kepada wisatawan mancanegara muslim.
5. Pengelola destinasi pariwisata halal juga perlu memberikan perhatian khusus pada sertifikasi halal produk makanan minuman, usaha penyediaan makanan (restoran, rumah makan, warung/kios di daya tarik wisata), restoran hotel; penguatan penyediaan aktivitas wisata yang islami (penyediaan area yang terpisah bagi wanita di pantai/kolam renang/gymnasium dan ketersediaan hasil

seni berupa lukisan/patung yang tidak menggambarkan makhluk hidup/ yang bernyawa) yang mendapatkan penilaian paling rendah dari responden wisatawan mancanegara muslim.

6. Strategi pemasaran destinasi pariwisata halal Indonesia yang mencakup ketepatan pasar sasaran yang didukung kedalaman informasi perilaku wisatawan, strategi penempatan, dan implementasinya dalam bauran pemasaran pariwisata halal, perlu dikembangkan melalui peningkatan kualitas destinasi pariwisata halal dan berbagai upaya lainnya. Sebagai contoh, mengembangkan produk program dan paket wisata halal dengan menawarkan jenis produk yang *ready made* dan *tailor made* untuk mengoptimalkan kualitas pengalaman dan kesempatan kepada wisatawan dalam menikmati produk.
7. Meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat untuk meningkatkan peran serta aktifnya pada pariwisata halal untuk meningkatkan nilai pengalaman lokal yang Islami dalam mewujudkan *memorable halal travel experience*.
8. Untuk memperkaya khasanah penelitian, perlu penelitian lebih lanjut terkait *memorable halal travel experience* dan niat berwisata kembali di masa datang yang melibatkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi niat berwisata kembali di masa datang, antara lain: *brand*, *ICT readiness*, religiositas, dan motivasi kunjungan. Demikian pula dengan pengkajian variabel pengalaman kreatif dapat diperluas pada aspek *creative benefit* dan *creative result*, untuk mengukur besaran manfaat yang diterima masyarakat dalam pengembangan pariwisata halal.