

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1. Simpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui citra destinasi Kabupaten Sleman yang terbentuk melalui *e-tourism* yang disediakan oleh pemerintah daerah sehingga dapat memberikan evaluasi atau rekomendasi untuk pengembangan destinasi dengan pembentukan citra destinasi yang baik. Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara untuk mengkaji citra destinasi yang ingin dibentuk oleh pemerintah daerah dan penyebaran kuesioner untuk mengkaji citra destinasi yang terbentuk melalui *e-tourism* menurut wisatawan. Pemerintah Kabupaten Sleman menyediakan beberapa bentuk *e-tourism*, diantaranya adalah website (<https://www.wisatasleman.com/id/wisata/>), aplikasi pintar (Amazing Sleman), dan media sosial (*instagram*, *twitter*, dan *facebook*). Namun, objek pada penelitian ini adalah *e-tourism* dalam bentuk website dan aplikasi pintar karena keduanya memenuhi seluruh kriteria definisi *e-tourism* menurut Pan (2015) yakni *e-tourism* sebagai *platform* yang digunakan wisatawan untuk mencari informasi, merencanakan perjalanan, melakukan pembayaran, membagikan pengalaman, dan alat distribusi perdagangan yang menengahi antara wisatawan dan penyedia jasa pariwisata.

Informasi mengenai citra destinasi yang diharapkan Pemerintah Kabupaten Sleman dibutuhkan untuk mengetahui citra destinasi yang pemerintah daerah inginkan agar terbentuk dan diterima oleh masyarakat. Informasi ini digunakan sebagai tolak ukur citra destinasi yang terbentuk melalui *e-tourism* menurut persepsi wisatawan dan untuk menambahkan alternatif pilihan dimensi citra destinasi pada kuesioner yang disebarkan kepada wisatawan yang pernah berkunjung ke Kabupaten Sleman. Citra destinasi Kabupaten Sleman yang ingin dibentuk oleh pemerintah daerahnya adalah Kabupaten Sleman yang dapat menyediakan segala kebutuhan wisatawan dan *living culture* sebagai citra kognitif, rasa mengesankan sebagai citra afektif, serta merekomendasikan destinasi kepada orang lain serta akan berkunjung kembali ke destinasi yang ada di Kabupaten Sleman sebagai citra konatif.

Analisis citra destinasi yang terbentuk melalui *e-tourism* menurut wisatawan dilakukan untuk mengetahui citra destinasi yang terbentuk menurut wisatawan setelah melihat ataupun menggunakan *platform e-tourism* Kabupaten Sleman yang berupa website (<https://www.wisatasleman.com/id/wisata/>) dan aplikasi Amazing Sleman. Citra destinasi Kabupaten Sleman yang terbentuk menurut wisatawan adalah citra kognitif yang meliputi perpaduan budaya dan sejarah yang menarik, suasana kehidupan yang kental akan tradisi dan budaya, serta kelompok kesenian dan budaya yang aktif (representasi citra *living culture*) dan pemandangan

pegunungan yang indah, makanan khas yang beragam, situs bersejarah dan museum yang menarik, berbagai pilihan obyek wisata, masyarakat yang ramah, produk lokal yang bervariasi, cuaca yang nyaman, suasana yang tenang, serta harga makanan dan akomodasi yang wajar (representasi citra Kabupaten Sleman yang dapat menyediakan segala kebutuhan wisatawan), citra afektif yang meliputi destinasi yang menyenangkan; ramah; dan mengesankan, serta citra konatif yang dapat membuat wisatawan untuk berkunjung kembali dan mengajak orang lain untuk datang. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa internet khususnya website dan aplikasi wisata dapat mempengaruhi wisatawan dalam pembentukan citra destinasi dimana citra yang diinginkan oleh Pemerintah Kabupaten Sleman sebagian besar telah terbentuk menurut persepsi wisatawan. Menurut hasil analisis gap, citra destinasi yang ingin dibentuk oleh Pemerintah Kabupaten Sleman dapat dikatakan telah terbentuk pada persepsi wisatawan walaupun masih terdapat beberapa citra kognitif yang belum terbentuk secara melekat pada destinasi Kabupaten Sleman. Citra tersebut adalah citra kognatif terkait Kabupaten Sleman yang dapat menyediakan segala kebutuhan wisatawan yang memiliki rata-rata di bawah 6 (setuju), yaitu harga tiket masuk destinasi, kualitas dan variasi restoran, kelengkapan fasilitas perbelanjaan, harga produk lokal, keamanan individu dalam berwisata, dan aksesibilitas ke destinasi. Peningkatan citra destinasi agar meminimalisasi gap tersebut dapat dilakukan dengan peningkatan informasi pada *platform e-tourism* maupun dengan pengembangan destinasi.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pernyataan informasi di internet dapat memberikan efek yang lebih baik pada pembentukan citra menurut Frias dkk (2008) benar adanya. Dimana dalam penelitian ini internet khususnya website dan aplikasi wisata yang disediakan Pemerintah Kabupaten Sleman telah dapat menyampaikan citra yang ingin mereka bentuk kepada wisatawan, khususnya citra yang merepresentasikan *living culture* serta citra destinasi yang dapat menimbulkan keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali dan mengajak orang lain untuk datang. Di sisi lain *platform e-tourism* yang dapat menciptakan citra destinasi yang berbeda pada wisatawan dan pengelola seperti pada penelitian Grosspietsch (2006) juga terjadi dalam penelitian ini dimana Kabupaten Sleman yang sebelumnya telah dikenal sebagai Kota 1000 Candi pada penelitian ini wisatawan justru lebih berpendapat bahwa Kabupaten Sleman yang memiliki pemandangan pegunungan yang indah adalah citra yang paling melekat pada kabupaten ini.

## **5.2. Rekomendasi**

Berdasarkan tabel gap analisis citra destinasi yang diinginkan Pemerintah Kabupaten Sleman dengan yang terbentuk melalui *e-tourism* menurut persepsi wisatawan terdapat beberapa citra yang masih perlu ditingkatkan, yakni beberapa citra representasi dari Kabupaten Sleman yang dapat menyediakan segala kebutuhan wisatawan (akses yang mudah untuk ke destinasi, keamanan individu dalam melakukan wisata, berbagai fasilitas perbelanjaan, kualitas dan variasi restoran yang beragam, serta harga tiket masuk dan produk lokal yang wajar). Peningkatan citra destinasi tersebut dapat

dilakukan dengan pengembangan destinasi dan peningkatan *e-tourism*. Rekomendasi pada masing-masing citra tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Akses untuk ke destinasi

**Pengembangan destinasi:** Mengatasi 5 titik lokasi yang rawan terjadi kemacetan, seperti Yogyakarta-Tempel, Ringroad Barat, Yogyakarta-Wates, Ringroad Utara, dan Yogyakarta-Prambanan dapat dilakukan dengan pembukaan jalan alternatif yang menghindari titik lokasi tersebut dan untuk mengurangi antrian belok kanan dapat diterapkan jalur satu arah, pemberian peringatan maupun denda pada kendaraan yang parkir tidak pada tempatnya (khususnya di depan hotel dan mall) di sepanjang jalan Kabupaten Sleman. Selain itu, untuk mengurangi kemacetan juga dapat dilakukan dengan penyediaan transportasi wisata yang dapat memanfaatkan atau bekerja sama dengan masyarakat Sleman yang memiliki angkutan agar biaya pengadaan transportasi wisata lebih terjangkau.

**Peningkatan *e-tourism*:** Memasang cctv online yang dapat dipantau oleh masyarakat umum sehingga wisatawan yang akan berkunjung dapat mengetahui kondisi terkini jalan di Kabupaten Sleman (khususnya di titik rawan kemacetan) dan dapat menghindari jalan tersebut apabila terjadi kemacetan yang tidak diinginkan.

2. Keamanan individu dalam melakukan wisata

**Pengembangan destinasi:** Memberikan rasa aman kepada wisatawan dapat dilakukan dengan pengadaan patroli di sepanjang jalan Kabupaten Sleman untuk mengantisipasi kejadian *klitih* (penyerangan tanpa tujuan atau dengan tujuan seperti perampokan oleh sekelompok orang di jalanan). Selain itu juga dapat dilakukan dengan penetapan jam kunjungan maksimal pada destinasi yang aksesnya tidak ramai penduduk, hal ini bertujuan untuk mengurangi bahaya wisatawan di perjalanan.

**Peningkatan *e-tourism*:** Sedangkan untuk keamanan individu dari bahaya Gunung Merapi, Pemerintah Kabupaten Sleman dapat membuat sistem peringatan melalui informasi pada Website Wisata Sleman dan Aplikasi Amazing Sleman sehingga wisatawan dapat mengetahui kondisi terkini Gunung Merapi. Untuk mengurangi bahaya penyebaran wabah seperti kondisi covid-19 saat ini, Pemerintah Kabupaten Sleman dapat mengadakan perjalanan wisata secara virtual, baik berupa *virtual tour* maupun video yang dapat menggambarkan perjalanan dari masuk ke lokasi hingga sejarah dan deskripsi lokasi secara lengkap. Sehingga dengan hal tersebut wisatawan tidak harus berkunjung ke destinasi secara langsung namun bisa mendapatkan pengalaman berwisata di Kabupaten Sleman.

2. Kelengkapan fasilitas perbelanjaan dan harga produk lokal/oleh-oleh khas

**Peningkatan *e-tourism*:** Penambahan dan pembaharuan informasi secara berkala mengenai lokasi, deksripsi singkat, jenis barang yang dijual, dan kisaran harga barang toko oleh-oleh,

souvenir, atau galeri kerajinan pada website Wisata Sleman dan Aplikasi Amazing Sleman. Penambahan fitur belanja *online* dimana dengan fitur tersebut wisatawan dapat mengetahui barang dan harga yang dijual oleh suatu toko. Selain itu, mereka juga tidak harus mengunjungi toko secara langsung untuk melihat atau membeli barang. Hal ini dapat dilakukan dengan menambahkan fitur pada *platform* yang sudah ada (Website Wisata Sleman dan Aplikasi Amazing Sleman) atau melakukan kerja sama dengan *platform* belanja online milik swasta.

### 3. Kualitas restoran dan variasi restoran

**Peningkatan *e-tourism*:** Penambahan dan pembaharuan informasi Website Wisata Sleman dan Aplikasi Amazing Sleman secara berkala mengenai harga sajian yang ditawarkan serta meningkatkan minat pengguna *e-tourism* untuk mengisi penilaian restoran/tempat makan. Meningkatkan minat tersebut dapat dengan memberikan imbalan atau hadiah seperti diskon harga di pembelian selanjutnya. Karena untuk saat ini informasi penilaian restoran/tempat makan dari wisatawan pada Aplikasi Amazing Sleman masih jarang ditemukan.

### 4. Harga tiket masuk hiburan, atraksi dan kegiatan lain

**Pengembangan destinasi:** Penetapan retribusi destinasi dengan pemberdayaan masyarakat agar tidak melakukan pungutan liar khususnya pada destinasi wisata di Kawasan Wisata Kaliadem. Bentuk pemberdayaan dapat berupa pendampingan pembuatan peraturan desa dalam pengelolaan jasa wisata.

**Peningkatan *e-tourism*:** Apabila retribusi telah diputuskan dan ditetapkan sebaiknya informasi tersebut dapat diunggah pada *e-tourism* Kabupaten Sleman sehingga wisatawan dapat mengetahui dengan pasti besaran biaya yang akan diminta saat memasuki suatu destinasi yang diinginkannya. Rekomendasi-rekomendasi tersebut diharapkan dapat membantu Pemerintah Kabupaten Sleman dalam mewujudkan citra destinasi sesuai dengan apa yang mereka inginkan pada persepsi wisatawan.

Penelitian ini menggunakan kuesioner pertanyaan tertutup dalam pengumpulan data mengenai citra destinasi yang terbentuk menurut persepsi wisatawan. Dimana pengambilan data tersebut akan lebih baik jika dilakukan dengan menggunakan kuesioner pertanyaan semi terbuka atau terbuka agar responden dapat menjawab citra destinasi menurut pandangan mereka pribadi sehingga benar-benar merepresentasikan apa yang mereka pikirkan mengenai destinasi tersebut. Pembahasan dalam penelitian ini juga dapat dilengkapi dengan penelitian lain mengenai citra destinasi Kabupaten Sleman yang terbentuk melalui *platform e-tourism* media sosial. Meskipun media sosial belum memenuhi seluruh kriteria *e-tourism* menurut Pan (2015) namun media sosial merupakan *platform e-tourism* yang menyediakan lebih banyak ruang antara wisatawan, pengelola destinasi, dan pemerintah untuk berkomunikasi. Selain itu, saat ini media sosial juga merupakan *platform* yang digemari oleh masyarakat, sehingga pertukaran informasi pada media sosial juga akan lebih banyak ditemukan.