

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian SEM (*Structural Equational Modelling*) dengan menggunakan SmartPLS dan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya pada bab IV mengenai pengaruh *Severity*, *Vulnerability*, *Rrsponse Efficacy*, *Self Efficacy* dan *Behavioral Intention* terhadap *Protective Behavior* wisatawan pada masa pandemi COVID-19 maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Severity* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *Behavioral Intention* wisatawan pada masa pandemi COVID-19. Hal ini berarti semakin tinggi *Severity* atau walaupun wisatawan memandang efek yang memiliki konsekuensi negatif yang serius secara keseluruhan tidak akan mempengaruhi niat berperilaku protektif atau *Behavioral Intention* wisatawan pada masa pandemi COVID-19.
2. *Vulnerability* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Behavioral Intention* wisatawan pada masa pandemi COVID-19. Hal ini berarti semakin tinggi *Vulnerability* atau semakin tinggi persepsi wisatawan tentang tertular COVID-19 secara keseluruhan tidak akan mempengaruhi niat berperilaku

protektif atau *Behavioral Intention* wisatawan pada masa pandemi COVID-19.

3. *Response Efficacy* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *Behavioral Intention* wisatawan pada masa pandemi COVID-19. Hal ini berarti semakin tinggi *Response Efficacy* atau semakin tinggi efektifitas yang dirasakan dari rekomendasi perilaku yang disarankan secara keseluruhan tidak akan mempengaruhi niat berperilaku protektif atau *Behavioral Intention* wisatawan pada masa pandemi COVID-19.
4. *Self Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* wisatawan pada masa pandemi COVID-19. Hal ini berarti semakin tinggi *Self Efficacy* atau keyakinan wisatawan bahwa ia dapat mematuhi perilaku pencegahan yang direkomendasikan maka semakin tinggi *Behavioral Intention* atau niat berperilaku protektif wisatawan pada masa pandemi COVID-19.
5. *Severity* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Protective Behavior* wisatawan pada masa pandemi COVID-19. Hal ini berarti tinggi rendahnya *Severity* atau penilaian terhadap keparahan tidak akan mempengaruhi *Protective Behavior* atau perilaku perlindungan diri wisatawan pada masa pandemi COVID-19.
6. *Vulnerability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Protective Behavior* wisatawan pada masa pandemi COVID-19. Hal ini berarti semakin tinggi *Vulnerability* atau persepsi kerentanan akan mempengaruhi *Protective*

*Behavior* atau perilaku perlindungan diri wisatawan pada masa pandemi COVID-19.

7. *Response Efficacy* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *Protective Behavior* wisatawan pada masa pandemi COVID-19. Hal ini berarti semakin tinggi *Response Efficacy* atau kemanjuran perilaku responsive secara keseluruhan tidak akan mempengaruhi *Protective Behavior* atau perilaku perlindungan diri wisatawan pada masa pandemi COVID-19.
8. *Self Efficacy* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *Protective Behavior* wisatawan pada masa pandemi COVID-19. Hal ini berarti semakin tinggi *Self Efficacy* keyakinan efektivitas terhadap kemampuan diri untuk melakukan Perilaku Perlindungan secara keseluruhan tidak akan mempengaruhi *Protective Behavior* atau perilaku perlindungan diri wisatawan pada masa pandemi COVID-19. *Response Efficacy* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *Protective Behavior* wisatawan pada masa pandemi COVID-19.
9. *Behavioral Intention* berpengaruh positif terhadap *Protective Behavior* wisatawan pada masa pandemi COVID-19. Hal ini berarti semakin tinggi *Behavioral Intention* atau niat keyakinan berperilaku maka semakin tinggi *Protective Behavior* atau perilaku perlindungan diri wisatawan pada masa pandemi COVID-19.

## 5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Hasil pada penelitian ini memiliki implikasi yang penting bagi wisatawan dan praktisi pariwisata ataupun pemerintah selaku pihak yang memiliki wewenang terhadap kebijakan kesehatan pada masa pandemi COVID-19.

Penelitian ini menegaskan hipotesis dengan menyimpulkan bahwa baik keparahan dan kerentanan (ancaman) serta respon efikasi tidak dapat mempengaruhi niat berperilaku dan keparahan, serta respon efikasi *self-efficacy* tidak dapat mempengaruhi perilaku protektif wisatawan secara aktual untuk melindungi diri mereka, dan berperilaku sesuai saat bepergian pada masa pandemi COVID-19. Temuan ini tidak hanya menekankan pentingnya memahami perencanaan risiko individu dan perilaku, tetapi juga menunjukkan pentingnya mengubah niat menjadi tindakan.

Sementara itu, studi ini juga menemukan COVID-19 merupakan ancaman kesehatan bagi wisatawan merupakan indikator terkuat dalam persepsi keparahan (*Severity*). Saya memiliki risiko tertular COVID-19 saat berwisata sebagai indikator terkuat dalam persepsi kerentanan (*Vulnerability*). Menurut saya mematuhi protokol kesehatan dapat mencegah saya dari ancaman terinfeksi COVID-19 indikator terkuat dalam kemanjuran perilaku yang disarankan (*Response Efficacy*). Saya memiliki pemahaman dan pengetahuan tentang tindakan pencegahan COVID-19 (seperti mencuci tangan, Memakai masker, Menjaga jarak) sebagai indikator terkuat dalam efikasi diri (*Self Efficacy*). Saya akan melindungi diri saya agar tidak terinfeksi

COVID-19 saat bepergian sebagai indikator terkuat dalam niat berperilaku (*Behavioral Intention*). Saya berkonsentrasi pada upaya melindungi diri dari situasi COVID-19 sebagai indikator terkuat dalam perilaku aktual (*Protective Behavior*).

*Self Efficacy* memiliki pengaruh terhadap niat berperilaku wisatawan tetapi tidak dengan respon efikasi sehingga diperlukan banyak perhatian yang harus diarahkan ke bidang respon efikasi atau tindakan responsive yang disarankan yang paling efektif kepada mereka untuk mempengaruhi *Behavioral Intention* wisatawan. Selain itu *Response Efficacy* dan *Self Efficacy* tidak mempengaruhi perilaku perlindungan secara aktual sehingga diperlukan upaya dimasa depan yang lebih kuat dalam meningkatkan kemanjuran respon maupun keamanan diri untuk mempengaruhi perilaku perlindungan diri aktual wisatawan seperti.

Hasil yang diperoleh di sini meresahkan karena ada perbedaan antara apa yang orang percaya dan bagaimana mereka berperilaku, di mana pada indikator *Severity*, banyak wisatawan setuju bahwa COVID-19 menimbulkan ancaman bagi kesehatan wisatawan adalah kriteria tertinggi untuk variabel deskriptif. Sedangkan hasil pengujian hipotesis keparahan tidak berpengaruh terhadap *Protective Behavior* diri wisatawan secara aktual. Secara praktis, ini berarti bahwa strategi komunikasi yang paling efektif harus didasarkan pada persepsi wisatawan tentang tingkat keparahan ancaman COVID-19 saat bepergian. Pihak berwenang kemudian lebih fokus mengembangkan seruan emosional kepada masyarakat untuk memikirkan kembali COVID-19 secara positif agar meningkatkan penerimaan publik terhadap realitas

COVID-19. Tujuannya adalah untuk mendidik wisatawan dan meningkatkan rasa kontrol mereka. Program pendidikan publik yang kuat dan kampanye media diperlukan untuk mendidik publik dan mengubah atau mengoreksi kesalahpahaman potensial. Dalam jangka panjang, hal ini dapat mengurangi bahkan menghindari efek kesehatan negatif yang terkait dengan perjalanan selama pandemi COVID-19.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan pengalaman peneliti selama penelitian ini, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna dan memiliki banyak keterbatasan yang mempengaruhi hasil yang diharapkan. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan dan kekurangan. Keterbatasan dan kekurangan penelitian ini dapat menjadi sumber untuk penelitian selanjutnya.

1. Objek penelitian terbatas pada wisatawan yang secara acak mengisi kuesioner saat bepergian selama pandemi COVID-19.
2. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner online yang ditujukan hanya untuk orang-orang dengan akses Internet. Hal ini dapat mendistorsi hasil penelitian. Selain itu, penyebaran kuesioner secara online atau melalui Internet tidak dapat menjamin bahwa responden akan menjawab dengan jawaban yang orisinal.
3. Meskipun penelitian ini mengkaji persepsi ancaman dan pencegahan wisatawan, karena penyebaran kuesioner online, ada informasi terbatas yang

hanya mencerminkan persepsi umum mereka, tanpa informasi spesifik yang lebih rinci tentang persepsi mereka.

4. Jumlah sampel yang diolah dalam penelitian ini adalah 210 responden, sehingga tidak dapat mewakili total populasi wisatawan Indonesia.
5. Lebih dari 50% responden berasal dari daerah Sumatera Barat ,d imana Indonesia terdiri dari 34 provinsi, artinya sampel dalam penelitian ini tidak mewakili populasi wisatawan Indonesia secara merata.
6. Penelitian yang menggunakan *Purposive Sampling*, meskipun penting untuk penelitian, dapat menimbulkan beberapa kekhawatiran tentang generalisasi dan dapat mempertanyakan validitas eksternal dari hasil.
7. Waktu yang digunakan untuk mengumpulkan dan mengolah data penelitian terbatas.

#### **5.4 Saran**

Berikut adalah saran dari penelitian ini dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnyaserta bagi pihak yang berkepentingan dibidang pariwisata :

1. Disarankan agar penelitian lebih lanjut memperluas informasi tentang perilaku bela diri wisatawan dalam arti yang lebih luas.
2. Wisatawan lebih memperhatikan kesehatan saat berwisata, terutama di tengah pandemi COVID-19.

3. Praktisi pariwisata atau pemerintah memberikan perhatian lebih terkait protection Motivation Theory (PMT) yang lebih berpengaruh sehingga wisatawan lebih protektif terhadap kesehatan mereka saat berwisata.
4. Pemerintah dapat meningkatkan program edukasi publik dan media kampanye yang lebih gencar untuk mengedukasi wisatawan tentang perilaku kesehatan selama perjalanan terutama di tengah pandemi COVID-19.
5. Pembuat kebijakan dan praktisi perlu menemukan strategi yang lebih spesifik, tepat dan praktis untuk memerangi COVID-19 dan menemukan strategi yang tidak hanya efektif menurut mereka, tetapi juga bagi masyarakat luas yang akan menerapkannya.
6. Otoritas pemerintah memberikan informasi tambahan tentang bagaimana merencanakan dan menerapkan langkah-langkah untuk mencegah COVID-19 di industri pariwisata

