

Analisa Persepsi Wisatawan Terhadap Faktor Pembentuk Niat Berwisata Alam Pasca Pandemi COVID-19

Tanti Anisa Putri¹, Lusianus Kusdibyo^{2*}, Wahyu Rafdinal³

¹Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Badung, Bandung 40012
E-mail : tanti.anisa.mpem417@polban.ac.id

^{2*}Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Badung, Bandung 40012
Email: lusianus.kusdibyo@polban.ac.id

³Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Badung, Bandung 40012
Email: wahyu.rafdinal@polban.ac.id

ABSTRAK

COVID-19 telah berdampak negatif pada hampir semua industri di dunia, termasuk industri pariwisata. Di Indonesia, khususnya di kota Bandung, pendapatan industri pariwisatanya telah mengalami penurunan yang cukup signifikan sebagai akibat dari menurunnya jumlah kunjungan wisatawan di masa COVID-19. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi wisatawan terhadap faktor yang dapat membangun niat kunjungan mereka ke wisata alam di Bandung pasca COVID-19. Data dikumpulkan melalui kuesioner mandiri dan berhasil didapat sebanyak 254 responden generasi Y berdomisili Jawa Barat dan pernah mengunjungi wisata alam di Bandung dalam kurun waktu lima tahun terakhir (terhitung dari tahun 2016 – 2020). Data yang berhasil dikumpulkan dianalisis menggunakan *descriptive analysis* pada perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisatawan generasi Y memiliki persepsi yang baik terhadap sikap, kondisi fasilitas, dan risiko fisik sebagai variabel pembangun niat berkunjung ke wisata alam di Bandung pasca COVID-19.

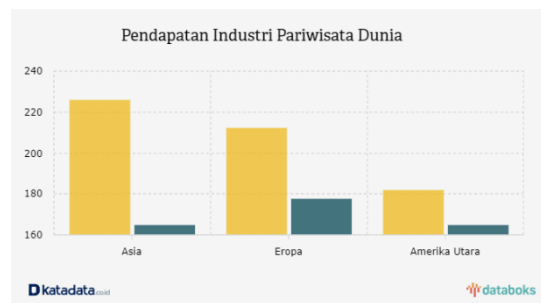
Kata Kunci

Wisata Alam, Persepsi, Niat Berkunjung, COVID-19

1. LATAR BELAKANG

Wisatawan global diprediksi United Nations World Tourism Organization (UNWTO) akan mengalami peningkatan sebesar 200% pada tahun 2020, dan prediksi ini telah tercapai pada tahun 2018 [1]. Hal ini memperlihatkan bahwa pertumbuhan yang pesat terjadi di industri pariwisata. Di Indonesia sendiri, pariwisata berkontribusi dalam peningkatan penerimaan devisa, pendapatan dan pembangunan daerah, penyerapan investasi, dan penyerapan tenaga kerja [2].

Ironisnya, menyimpang dari perkiraan UNWTO, pada awal 2020, pendapatan sektor pariwisata dunia mengalami penurunan drastis. Asia merupakan benua dengan penurunan pendapatan terbesar di antara benua lainnya. Dari US\$225.9 miliar pada 2019 menjadi US\$164.7 miliar pada 2020 [3]. Gambar 1 memperlihatkan penurunan pendapatan pariwisata dunia dari tiga benua, yaitu; Asia, Eropa, dan Amerika Utara.



Gambar 1 Penurunan pendapatan pariwisata dunia

Penurunan ini berdampak pada pertumbuhan ekonomi negara [4]. Hal ini terjadi sebagai dampak dari penurunan jumlah kunjungan wisatawan akibat merebaknya COVID-19 [5]. COVID-19 adalah patogen pernapasan yang disebabkan oleh virus corona, SARS-CoV-2, yang berpotensi menjadi penyakit serius. Virus ini dapat menyebar dengan cepat melalui air liur dan udara [6].

Di Indonesia, khususnya di Jawa Barat, pengunjung domestik pada tahun 2019 mencapai lebih dari enam puluh juta. Sementara itu, dari Januari hingga Juni 2020, jumlah wisatawan domestik hanya mencapai dua puluh ribu. Hal ini mengindikasikan penurunan drastis jumlah kunjungan wisatawan domestik di Jawa Barat [7].

Banyaknya sektor industri yang terkena dampak COVID-19 dan isu ketersediaan vaksin pada akhir tahun 2021 [8], mengharuskan industri pariwisata bersiap untuk mendatangkan kembali wisatawan. Belum banyak penelitian yang membahas topik ini. Namun, sudah banyak penelitian yang menjadikan niat berkunjung menjadi hal krusial yang harus dibangun dalam misi mendatangkan wisatawan [9].

Theory of Planned Behaviour (TPB) telah banyak diadopsi oleh peneliti dalam upaya memahami niat berkunjung wisatawan. Tujuan utama dari TPB adalah untuk memprediksi *behavioural intention* seseorang melalui *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioural control* dari orang yang bersangkutan [10]. Dash [9] dalam penelitiannya telah mengadopsi teori TPB yang diperpanjang untuk menjelajahi niat kunjungan ke India. Ia menggunakan *Perceived Risk dan Facilitating Condition* sebagai perpanjangan dari TPB. Di penelitian yang lain, Matiza [11] menemukan bahwa *Perceived Risk* dianggap sebagai variabel yang paling cocok untuk menjadi bahan pertimbangan wisatawan dalam mengunjungi objek wisata di masa post covid-19.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi wisatawan terhadap faktor yang dapat membangun niat kunjungan mereka ke wisata alam di Bandung pasca COVID-19 melalui variabel sikap, kondisi fasilitas, dan risiko fisik yang dirasakan wisatawan. Serta, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi oleh industri pariwisata khususnya wisata alam untuk mengembangkan niat berkunjung wisatawan.

Generasi Y dipilih menjadi responden dalam penelitian ini karena merujuk dari data Bappenas [12] memperlihatkan bahwa 33% penduduk Indonesia merupakan Generasi Y dan merujuk dari penelitian yang dilakukan UNWTO (2015) dikutip dalam penelitian Hakim [13] yang memperkirakan generasi Y pada tahun 2020 akan menjadi generasi yang paling banyak melakukan perjalanan wisata.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Wisata Alam dan Niat Berkunjung

Daya Tarik Alam diakui sebagai pertimbangan penting dalam memotivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat wisata [14]. Cara wisatawan menganggap rekreasi sebagai sarana relaksasi telah terdampak oleh adanya COVID-19. Gössling, Scott dan Hall [5] dalam penelitiannya, menemukan bahwa daya tarik alam berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan patogen. Oleh karena itu, penting bagi wisata alam untuk memperhatikan kinerjanya agar dapat mengurangi dampak negatif yang dapat ditimbulkan.

Dalam konteks pariwisata, niat berkunjung mengacu pada keadaan psikologis wisatawan yang muncul dari hasil penilaian sikap, norma subjektif, serta elemen

situasional yang mendukung dan berkembang saat wisatawan merencanakan perjalanannya [9]. Seow, Choong, Moorthy, dan Chan [15] menggunakan TPB sebagai alat yang ampuh untuk menjelaskan niat kunjungan wisatawan.

2.2 Theory of Planned Behavior (TPB)

TPB digunakan untuk memprediksi dan menggambarkan niat perilaku seseorang [10]. TPB memuat tiga variabel utama, yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan [16]. Model ini telah banyak diterapkan dalam berbagai konteks penelitian. Meng dan Cui [17] menerapkan TPB untuk membangun minat wisatawan ke tempat wisata rumahan.

2.2.1 Sikap

Choo, Ahn, dan Petrick [18] mengaitkan sikap sebagai evaluasi perilaku ketika seseorang memiliki sikap positif terhadap suatu tindakan, orang tersebut akan memiliki niat untuk lebih terlibat dalam tindakan tersebut. Sikap sangat penting dalam membangkitkan niat berkunjung wisatawan [19], dimana penelitian oleh T. H. J. L. s. Lee [20] menemukan bahwa sikap berpengaruh secara signifikan terhadap niat berkunjung wisatawan di masa yang akan datang. Dengan bukti yang kuat, maka dapat diperkirakan bahwa generasi Y memiliki persepsi yang baik terhadap variabel sikap dalam upaya membangun niat berkunjung wisatawan ke wisata alam di Bandung pasca COVID-19.

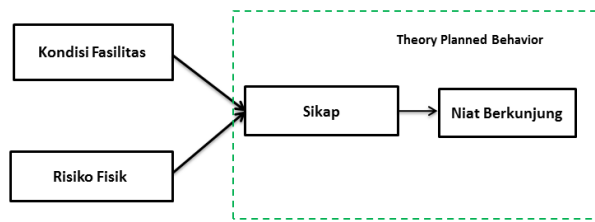
2.3 Kondisi Fasilitas

Kondisi fasilitas mengacu pada keadaan tempat wisata dan kondisi lingkungan yang dapat memudahkan wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata di sana [21]. Soliman [22] mengungkapkan bahwa ketersediaan fasilitas di suatu tempat wisata menunjukkan peran penting dalam mengembangkan sikap yang disukai wisatawan. Jadi, dapat diperkirakan bahwa generasi Y memiliki persepsi yang baik terhadap variabel kondisi fasilitas dalam membangun sikap wisatawan untuk berwisata ke wisata alam di Bandung pasca COVID-19.

2.4 Risiko Fisik

Risiko fisik mengacu pada kemungkinan kerugian fisik yang dapat dirasakan wisatawan, seperti cedera atau terpapar penyakit [23]. Liang, Choi, Joppe, dan Lee [24] menemukan bahwa wisatawan memikirkan risiko fisik yang dapat mereka alami sebelum berniat mengunjungi wisata kosmetik melalui sikap. Jadi, dapat diperkirakan bahwa generasi Y memiliki persepsi yang baik terhadap variabel risiko fisik dalam membangun sikap wisatawan untuk berwisata ke wisata alam di Bandung pasca COVID-19.

2.5 Model Penelitian



Gambar 2 Model penelitian

3. METODOLOGI PENELITIAN

Setiap variabel yang ada pada penelitian ini telah dirancang sesuai dengan penelitian terdahulu. Data didapat dari kuesioner online dan berhasil mengumpulkan 254 tanggapan yang berasal dari generasi Y berdomisili Jawa Barat dan pernah mengunjungi wisata alam di Bandung dalam kurun waktu lima tahun terakhir (terhitung dari tahun 2016 – 2020). Metode skala Likert (dari 1 sampai 5) digunakan untuk mengumpulkan tanggapan.

Pertanyaan-pertanyaan yang terkandung didalam kuesioner merupakan adaptasi dari penelitian sebelumnya dalam konteks pariwisata. Tiga pertanyaan terkait variabel niat berkunjung diadaptasi dari Han et al. [25], tiga pertanyaan dan empat pertanyaan untuk variabel sikap dan kondisi fasilitas telah diadaptasi dari penelitian Lee, Han, dan Lockyer [26], dan dua pertanyaan terkait variabel risiko fisik telah diadopsi dari penelitian Fuchs, Reichel, dan Uriely [27].

Data yang telah berhasil diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

4. HASIL PENELITIAN

4.1 Profil Responden

Tabel 1 Karakteristik Responden

Deskripsi	Frekuensi	%
Jumlah Responden	254	100
Jenis Kelamin		
Laki-laki	114	44.88
Perempuan	140	55.12
Usia (Tahun)		
19 – 25	168	66.14
26 – 32	46	18.11
33 – 39	40	15.75
Pendidikan Terakhir		
SMA/SMK/Sederajat	134	52.76
Diploma	47	18.50
Sarjana	67	26.38
Lainnya	6	2.36

Pekerjaan

Pelajar/Mahasiswa	120	47.24
PNS/Karyawan	64	25.20
Wiraswasta	41	16.14
Ibu Rumah Tangga	15	5.91
Lainnya	14	5.51
Penghasilan (Rp)		
≤ 2.000.000	131	51.57
2.000.001 – 5.000.000	62	24.41
> 5.000.001	61	24.02

Tabel 1 menjelaskan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan yang kebanyakan berada pada rentang usia 19 – 25 tahun dengan status pekerjaan sebagai mahasiswa dan didominasi oleh responden yang berpenghasilan ≤ 2.000.000.

4.2 Uji Analisis Deskriptif

Uji analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap variabel-variabel pembentuk niat berkunjung ke wisata alam di Bandung pada pasca COVID-19 dengan mengukur nilai rata-rata jawaban dan menghitung nilai standar deviasinya.

Tabel 2 Uji Analisis Deskriptif

Konstruk	Rata-rata	Std. Deviasi
Niat Berkunjung	4.2874	0.42546
Sikap	3.9921	0.32726
Kondisi Fasilitas	3.8701	0.41088
Risiko Fisik	3.9665	0.75565

Berdasarkan Tabel 2 diatas, dapat dilihat bahwa semua variabel yang terlibat memiliki nilai rata-rata diatas 3.5 dan nilai standar deviasi lebih besar dari 0.00. hal ini mengindikasikan bahwa variabel-variabel yang ada dianggap memiliki persepsi yang baik dimata generasi Y dalam menumbuhkan niat berkunjung ke wisata alam di Bandung pasca COVID-19. Meskipun tidak seluruhnya memiliki nilai rata-rata 4, namun seluruh nilai rata-rata variabel telah melampaui angka netral pada skala likert yaitu nilai 3. Niat berkunjung menjadi variabel dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4.2874, hal ini bisa terjadi karena tingginya atensi mereka terhadap perjalanan wisata.

5. PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi generasi Y terhadap variabel sikap, kondisi fasilitas, dan risiko fisik dalam membangun niat berkunjung wisatawan ke wisata alam di Bandung

pasca COVID-19. Hasil penelitian ini akan dibahas lebih dalam dan dikaitkan dengan penelitian dan teori sebelumnya.

Pertama, hasil penelitian ini membuktikan bahwa generasi Y memiliki persepsi yang baik terhadap variabel niat berkunjung, hal ini dapat dikaitkan dengan hasil penelitian UNWTO yang dikutip dalam penelitian Hakim [13] yang menyatakan bahwa generasi Y merupakan generasi yang akan paling banyak melakukan perjalanan wisata di sepanjang tahun 2020 sehingga persepsi mereka terhadap niat berkunjung memang baik.

Kedua, generasi Y memiliki persepsi yang baik terhadap variabel sikap dalam membangun niat berkunjung ke wisata alam di Bandung pasca COVID-19. Hal ini bisa terjadi karena mereka yakin bahwa berwisata di Bandung pasca COVID-19 akan sepadan dengan biaya yang dikeluarkan, juga didukung oleh keyakinan mereka bahwa fasilitas dan pelayanan yang baik akan mereka dapatkan. Sehingga, hal ini lah yang membentuk persepsi baik mereka terhadap variabel sikap. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh T. H. J. L. s. Lee [20] yang menyatakan bahwa niat berkunjung memang dapat dibangun dengan sikap yang positif/baik dari wisatawan.

Ketiga, kondisi fasilitas memiliki persepsi yang baik dimata generasi Y dalam membangun sikap mereka untuk berkunjung ke wisata alam di Bandung pasca COVID-19. Hasil ini mendukung temuan dari Dash [9] yang menyatakan bahwa wisatawan yang memiliki pandangan baik terhadap fasilitas yang tersedia di tempat wisata yang akan mereka kunjungi, cenderung memiliki pandangan yang baik pula terhadap sikap mereka untuk berkunjung ke tempat wisata yang bersangkutan. Keyakinan wisatawan terhadap ketersediaan fasilitas di tempat wisata telah menumbuhkan sikap positif mereka. Mereka percaya bahwa wisata alam di Bandung pada pasca COVID-19 mampu menyediakan informasi dan teknologi yang akan memudahkan kegiatan mereka selama berwisata disana. Mereka juga yakin bahwa komunikasi dengan pihak wisata alam di Bandung pasca COVID-19 akan dapat dilakukan dengan nyaman.

Terakhir, generasi Y memiliki persepsi yang baik terhadap variabel risiko fisik dalam menumbuhkan sikap positif untuk berwisata alam di Bandung pasca COVID-19. Sama halnya dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Liang, Choi, Joppe, dan Lee [24], bahwa wisatawan memikirkan resiko fisik terlebih dahulu sebelum akhirnya berniat untuk mengunjungi suatu tempat wisata melalui sikap yang dibangun. COVID-19 telah meresahkan masyarakat dunia, permasalahan utama dari pandemi ini adalah terganggunya kesehatan yang mana berakhir pada terganggunya aktivitas sosial dan perekonomian. Tak heran, risiko fisik menjadi hal yang diperhatikan oleh

masyarakat tak terkecuali dalam kegiatan berwisata. Wisatawan akan memikirkan resiko fisik yang akan menimpa mereka sebelum berniat mengunjungi suatu tempat wisata melalui sikap. Kekhawatiran terpapar virus korona selama berwisata menjadi hal yang ditakutkan oleh wisatawan, belum lagi risiko kejahatan yang dapat menimpa mereka. Generasi Y yakin bahwa tempat wisata mampu mengurangi risiko fisik yang mungkin akan mereka dapatkan selama perjalanan wisata, sehingga mereka memiliki sikap positif untuk berwisata ke wisata alam di Bandung pasca COVID-19.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa generasi Y berdomisili Jawa Barat memiliki persepsi yang baik terhadap variabel sikap, kondisi fasilitas, dan risiko fisik dalam membangun niat berkunjung mereka ke wisata alam di Bandung pasca COVID-19 yang didukung oleh hasil temuan peneliti sebelumnya. Oleh karena itu, penulis menyarankan kepada industri objek wisata di Bandung agar memperhatikan variabel-variabel yang diuji pada penelitian ini untuk dibuat strategi ataupun *guide line* dalam mengoperasikan kegiatan perusahaannya.

Kondisi fasilitas harus tersedia dengan baik dan mampu memenuhi kebutuhan wisatawan juga mampu mempermudah kegiatan berwisata mereka. Penerapan protokol kesehatan semaksimal mungkin, memperbanyak fasilitas umum, dan pemberian sanksi pada pelanggar aturan pencegahan penularan COVID-19 dapat dilakukan untuk mengurangi ketakutan atas risiko fisik yang dapat dialami wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. M. Khoiri, "UNWTO : Jumlah Turis Internasional Tumbuh Lebih Cepat Dari Target," in *detikcom*, 1 ed: detikcom, 2019, p. 1.
- [2] Kemenparegraf. (2013). *Kontribusi Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sumbang Pertumbuhan Perekonomian Nasional*. Available: <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/Menparekraf%3A-Kontribusi-Sektor-Pariwisata-dan-Ekonomi-Kreatif-Sumbang-Pertumbuhan-Perekonomian-Nasio>
- [3] Katadata, "Pandemi COVID-19 Memukul Industri Pariwisata Dunia," in *Databoks*, ed: Databoks, 2020.
- [4] D. A. D. Nasution, "DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA," *Benefita*, vol. 5, no. 2, pp. 212-224, 2020.
- [5] S. Gössling, D. Scott, and C. M. J. J. o. S. T. Hall, "Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19," vol. 29, no. 1, pp. 1-20, 2020.

- [6] WHO. (2020). *Coronavirus Diseases (COVID-19)*. Available: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19>
- [7] Disparbud. (2020). *Dinas Pariwisata Jabar Revisi Target Kunjungan 2020*. Available: <https://jabarprov.go.id/index.php/news/38474/2020/07/14/Dinas-Pariwisata-Jabar-Revisi-Target-Kunjungan-2020>
- [8] CNBCIndonesia, "Vaksin Ditemukan Diproduksi Ternyata Masalah Tak Selesai," in *CNBC Indonesia*, ed: CNBC Indonesia, 2020.
- [9] A. Dash, "Exploring visit intention to India for medical tourism using an extended theory of planned behaviour," 2020.
- [10] Ajzen, "The theory of planned behavior," vol. 50, no. 2, pp. 179-211, 1991.
- [11] T. Matiza, "Post-COVID-19 crisis travel behaviour: towards mitigating the effects of perceived risk," 2020.
- [12] (2013). *Proyeksi Penduduk Indonesia tahun 2010 - 2035*. Available: https://www.bappenas.go.id/files/5413/9148/4109/Proyeksi_Penduduk_Indonesia_2010-2035.pdf
- [13] I. N. Hakim, "Konten Iklan Yang Ramah Wisatawan Milenial," *Jurnal Pariwisata Pesona*, vol. 5, pp. 23-34, 2020, Art. no. 1.
- [14] D.-N. Lascu, L. A. Manrai, A. K. Manrai, and A. Gan, "A cluster analysis of tourist attractions in Spain," *European Journal of Management Business Economics*, 2018.
- [15] A. N. Seow, Y. O. Choong, K. Moorthy, and L. M. J. I. J. o. T. R. Chan, "Intention to visit Malaysia for medical tourism using the antecedents of Theory of Planned Behaviour: A predictive model," vol. 19, no. 3, pp. 383-393, 2017.
- [16] J. Wang, S. Wang, Y. Wang, J. Li, and D. J. I. J. o. C. H. M. Zhao, "Extending the theory of planned behavior to understand consumers' intentions to visit green hotels in the Chinese context," 2018.
- [17] B. Meng and M. Cui, "The role of co-creation experience in forming tourists' revisit intention to home-based accommodation: Extending the theory of planned behavior," *J Tourism Management Perspectives*, vol. 33, p. 100581, 2020.
- [18] H. Choo, K. Ahn, and J. F. Petrick, "An integrated model of festival revisit intentions," *International journal of contemporary hospitality management*, 2016.
- [19] L.-F. Huang, C.-C. Chiang, and H.-C. Chen, "Willingness to pay of visitors for the nature-based public park: An extension of theory of planning behavior (TPB)," *Journal of Information Optimization Sciences*, vol. 35, no. 5-6, pp. 405-429, 2014.
- [20] T. H. J. L. s. Lee, "A structural model to examine how destination image, attitude, and motivation affect the future behavior of tourists," vol. 31, no. 3, pp. 215-236, 2009.
- [21] M. J. Khan, S. Chelliah, and S. Ahmed, "Intention to visit India among potential travellers: Role of travel motivation, perceived travel risks, and travel constraints," *Tourism Hospitality Research*, vol. 19, no. 3, pp. 351-367, 2019.
- [22] M. Soliman, "Extending the theory of planned behavior to predict tourism destination revisit intention," *International Journal of Hospitality Tourism Administration*, pp. 1-26, 2019.
- [23] C. X. Qi, H. J. Gibson, and J. J. Zhang, "Perceptions of risk and travel intentions: The case of China and the Beijing Olympic Games," *Journal of Sport Tourism Hospitality Research*, vol. 14, no. 1, pp. 43-67, 2009.
- [24] L. J. Liang, H. C. Choi, M. Joppe, and W. Lee, "Examining medical tourists' intention to visit a tourist destination: Application of an extended MEDTOUR scale in a cosmetic tourism context," *International Journal of Tourism Research*, vol. 21, no. 6, pp. 772-784, 2019.
- [25] H. Han, A. Al-Ansi, B.-L. Chua, B. Tariq, A. Radic, and S.-h. Park, "The post-coronavirus world in the international tourism industry: Application of the theory of planned behavior to safer destination choices in the case of US outbound tourism," *International journal of environmental research public health*, vol. 17, no. 18, p. 6485, 2020.
- [26] M. Lee, H. Han, and Lockyer, "Medical tourism—attracting Japanese tourists for medical tourism experience," vol. 29, no. 1, pp. 69-86, 2012.
- [27] A. Reichel, G. Fuchs, and N. Uriely, "Perceived risk and the non-institutionalized tourist role: The case of Israeli student backpackers," *Journal of Travel Research*, vol. 46, no. 2, pp. 217-226, 2007.