

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WISATAWAN DALAM PEMILIHAN DESTINASI WISATA SEMASA PANDEMI COVID-19

Ratih Dwi Astuti¹, Diena M. Lemy²

¹Universitas Pelita Harapan, ratihdwi.astuti22@yahoo.com

²Universitas Pelita Harapan, diena.lemly@uph.edu

ABSTRAK

Penelitian mengenai perilaku wisatawan dalam memilih destinasi pariwisata di masa pandemi Covid-19, masih sangat jarang dilakukan. Hal ini penting, agar wisatawan tetap dapat melakukan kegiatan wisata dengan aman dan nyaman di masa pandemi Covid-19 dan memilih destinasi wisata yang sesuai dengan perilakunya. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis faktor kepribadian wisatawan, sikap wisatawan, kondisi sosial-ekonomi wisatawan, citra destinasi, fasilitas destinasi dan risiko kesehatan destinasi yang memengaruhi perilaku wisatawan JABODETABEK terhadap pemilihan destinasi wisata di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan teknik survei dengan sampel yang digunakan adalah masyarakat JABODETABEK yang pernah melakukan perjalanan wisata di masa pandemi Covid-19. Uji analisis pada penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Dari hasil penelitian diketahui terdapat tiga faktor yang memengaruhi pemilihan destinasi wisata di masa pandemi Covid-19 yaitu faktor kepribadian wisatawan, sikap wisatawan, dan citra destinasi.

Kata Kunci : Perilaku wisatawan; Pemilihan Destinasi; Pandemi Covid-19

ABSTRACT

The research of tourists behaviour in the selection of tourism destination during pandemic Covid-19 is still very rarely done. This is important, so that tourists can still carry out tourist activities safely and comfortably during the Covid-19 pandemic and choose tourist destinations that are in accordance with their behavior. This research aims to study and analyze of tourist personality factors, tourist attitude factors, tourist socio-economic factors, destination image factors, destination facility factors, and destination health risk factors that influencing JABODETABEK tourists behaviour in the selection of tourism destination during Covid-19 pandemic. This is a survey research with a sample of JABODETABEK tourists who have traveled during Covid-19 pandemic. The analysis test in this study used SEM-PLS with a total of 100 respondents. In the results, there are three factors that influence the choice of tourist destinations during Covid-19 pandemic, namely the personality of tourists, tourist attitudes and the image of the destination.

Keywords: *Tourists Behavior; Destination Choice; Pandemic Covid-19*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor penggerak ekonomi yang utama dan penyumbang devisa terbesar di Indonesia. Pariwisata Indonesia pada tahun 2015 hingga 2019, mampu

menyumbang devisa hingga 20 miliar dolar AS (Sofia, 2019). Hal ini disebabkan oleh adanya peran dari wisatawan yang melakukan perjalanan wisata. Jumlah wisatawan nusantara pada tahun 2015 hingga 2019 dapat mencapai

hingga 300 juta pengunjung pertahunnya. Namu, hal itu berubah saat memasuki tahun 2020.

Seperti yang diketahui, pada awal Maret tahun 2020, Indonesia digemparkan dengan masuknya pandemi Covid-19. Hal ini berdampak pada penurunan kondisi ekonomi sektor pariwisata. Terjadinya penurunan jumlah wisatawan akibat adanya pandemi Covid-19 sangat mempengaruhi kondisi pariwisata. Penurunan jumlah wisatawan tak hanya dikarenakan oleh adanya 3 peraturan pemerintah tentang adanya pembatasan mobilitas sosial, tetapi juga disebabkan karena adanya perubahan perilaku dalam masyarakat yang lebih memperhatikan kondisi kesehatan dalam melakukan aktifitas. Perubahan perilaku masyarakat tersebut kemudian dirasa memberikan pengaruh terhadap perilaku wisatawan dalam melakukan pemilihan destinasi wisata (Rezkiyari, 2020).

Penelitian mengenai perilaku wisatawan masih sangat jarang dilakukan, terlebih perihal perilaku wisatawan semasa pandemi Covid-19. Penelitian ini akan menekankan pada perilaku wisatawan dalam memilih destinasi wisata semasa pandemi Covid-19. Penelitian ini penting dilakukan agar wisatawan tetap dapat melakukan kegiatan wisata dengan aman dan nyaman di masa pandemi Covid-19 dan memilih destinasi wisata yang sesuai dengan perilakunya. Sedang untuk para pelaku usaha industri pariwisata dan para pemangku kepentingan dalam sektor pariwisata dapat mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh wisatawan, serta mempersiapkan dan membuat strategi kebijakan yang tepat, guna menarik wisatawan dan memulihkan kondisi ekonomi pariwisata. Untuk itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Wisatawan JABODETABEK dalam Pemilihan Destinasi Wisata di Masa Pandemi Covid-19”.

KAJIAN LITERATUR

Pemilihan Destinasi Wisata

Pemilihan destinasi wisata, merupakan hasil dari proses keputusan perjalanan wisata. Keputusan perjalanan merupakan sebuah tindakan yang dilakukan oleh wisatawan ketika akan melakukan sebuah perjalanan wisata. Dalam melakukan pemilihan destinasi wisata, terdapat beberapa proses keputusan perjalanan dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi diantaranya kepribadian, sikap, kondisi sosial-ekonomi, citra destinasi, fasilitas destinasi, dan risiko kesehatan destinasi.

Kepribadian

Kepribadian merupakan pola khas seseorang dalam berpikir, merasakan, dan berperilaku positif yang relative stabil dan dapat diperkirakan (Dorland, 2019). Menurut Gibran dalam Amri (2019), “Kepribadian adalah himpunan karakteristik, kecenderungan dan temperamen yang relatif stabil yang dibentuk secara nyata oleh faktor keturunan dan faktor sosial, budaya, dan lingkungan serta menentukan sifat umum dan perbedaan dalam pribadi seseorang”. Dalam pariwisata, kepribadian dapat menjadi penentu untuk membentuk perilaku wisatawan dalam pemilihan produk (destinasi wisata) (Swarbrooke & Horner, 2004: 2014).

Sikap

Sikap merupakan kecenderungan untuk bertindak atas perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu objek psikologis (Ajzen & Fishbein, 2000: 2014). Menurut Newholm & Shawn (2007), “Sikap adalah pusat teori pengambilan keputusan wisatawan (2014). Sikap menentukan perilaku seseorang dalam hubungannya dengan stimulus manusia atau kejadian-kejadian tertentu (Darmawan & Fadjarajani, 2016)”.

Kondisi Sosial-Ekonomi

Sosial-ekonomi menurut Gunawan, et all (2016) adalah: “Segala sesuatu yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat, antara lain sandang, pangan, perumahan, pendidikan, kesehatan, dan lain-lain. Pemenuhan kebutuhan tersebut berkaitan dengan penghasilan”. Dalam faktor

sosial-ekonomi, kelompok referensi, keluarga, peran sosial dan status ekonomi, dinilai mampu mempengaruhi perilaku pembelian (Ferinia et al, 2021).

Citra Destinasi Wisata

Citra destinasi wisata adalah gambaran yang diberikan oleh tempat wisata yang dapat memberikan dampak bagi minat wisatawan untuk kembali berkunjung ke objek wisata tersebut (Listyawati, 2019; Qu et al, 2011). Menurut Coban (2012), citra destinasi didapatkan dari hasil penilaian rasional atau citra kognitif (*cognitive image*) dan penilaian emosional atau citra afektif (*affective image*) dari destinasi itu sendiri (Hanif, Kusumawati, & Mawardi, 2016).

Fasilitas Destinasi

Fasilitas adalah segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen dengan tujuan untuk memberikan tingkat kepuasan yang maksimal (Kotler 2019). Menurut Spillane (1994), fasilitas wisata merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan (Marhanah & Wahadi, 2016).

Risiko Kesehatan Destinasi

Faktor risiko menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku wisatawan dalam membuat keputusan perjalanan wisata. Dalam penelitian Yousaf, dkk (2018), terdapat lima faktor risiko dalam perjalanan wisata, yaitu risiko peperangan dan politik, risiko serangan politik, risiko kriminal, risiko bencana alam, dan risiko terhadap kesehatan (Yousaf et al., 2018). Risiko-risiko tersebut tentu menjadi ancaman yang akan merugikan wisatawan. Menurut Rittichainuwat & Chakraborty (2009), persepsi risiko dapat saja berbeda antar wisatawan dengan negara asal yang berbeda, tujuan akhir, usia, jenis kelamin dan tipologi perjalanan (Sigala, 2020). Namun, risiko-risiko itu tentu akan dihindari oleh setiap wisatawan ketika melakukan kegiatan wisata. Wisatawan akan memilih produk-produk wisata yang memiliki tingkat risiko paling rendah (Chebli & Foued, 2020). Seperti

yang terjadi pada saat ini, yaitu pandemi Covid-19.

Pandemi Covid-19 merupakan sebuah faktor risiko kesehatan yang dapat mempengaruhi perilaku wisatawan. Pandemi Covid-19 telah memberikan pengaruh terhadap perubahan perilaku individu, seperti penggunaan masker ketika beraktivitas di luar rumah, menjaga jarak antar individu, menghindari kerumunan atau tempat ramai, rajin mencuci tangan dengan sabun, dan sebagainya. Perubahan perilaku tersebut akan berpengaruh pula terhadap perilaku wisatawan dalam pemilihan destinasi wisata.

Definisi Wisatawan

Wisatawan menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 memiliki arti kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi, dalam waktu sementara (DPR RI, 2009). Sedangkan dalam WTO (1999), "*Tourist (or overnight visitor): A visitor (domestic, inbound or outbound) is classified as a tourist (or overnight visitor), if his/her trip includes an overnight stay, or as a same-day visitor (or excursionist) otherwise*", yang memiliki arti turis (atau pengunjung semalam) adalah seorang pengunjung (baik domestik, dalam negeri atau mancanegara) yang jika perjalanannya termasuk untuk menginap semalam (UNWTO, 2010).

Wisatawan dibagi menjadi dua kelompok besar, yaitu wisatawan nusantara/domestik (*domestic tourists*) dan wisatawan mancanegara (*international tourists*). Wisatawan nusantara adalah seseorang yang melakukan perjalanan di wilayah teritori suatu negara, dalam hal ini Indonesia, dengan lama perjalanan kurang dari 6 bulan dan bukan bertujuan untuk memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi serta bukan merupakan perjalanan rutin, untuk mengunjungi obyek wisata komersial, dan atau

menginap di akomodasi komersial, dan atau jarak perjalanan lebih besar atau sama dengan 100 (serratus) kilometer pergi-pulang (Kementerian Pariwisata, 2017)".

Sedangkan wisatawan internasional adalah setiap orang yang melakukan perjalanan ke negara selain dari tempat tinggalnya yang biasa tetapi di luar lingkungan biasanya untuk jangka waktu tidak lebih dari 12 bulan dan tujuan utama kunjungannya adalah selain untuk melaksanakan suatu kegiatan yang diberi imbalan dari negara yang dikunjungi, dan yang menginap setidaknya satu malam di akomodasi kolektif atau pribadi di negara yang dikunjungi (UNWTO, 2006).

Perilaku Wisatawan

Beberapa pendapat ahli mengenai pengertian dari perilaku wisatawan Menurut Kotler dan Keller (2009), *tourist behaviour is study of how individuals, groups and organizations select, buy, use, and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants*" (Suryadana, 2013). Sedangkan menurut Ali Hasan (2008), "perilaku wisatawan adalah respon psikologis yang kompleks yang muncul dalam bentuk perilaku atau tindakan yang khas secara perseorangan yang langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan produk serta menentukan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian produk termasuk dalam melakukan pembelian ulang" (Suryadana, 2013).

Dampak Pandemi Covid-19 Pada Pariwisata

Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak yang sangat besar kepada banyak sektor. Sektor pariwisata menjadi salah satu yang mengalami dampak kerugian sangat besar akibat dari pandemi ini. Seperti yang diketahui, sektor pariwisata merupakan salah satu penggerak ekonomi utama dan penyumbang devisa negara terbesar di Indonesia (Sofia, 2019). Namun, akibat terjadinya pandemi Covid-19, kondisi ekonomi pada sektor pariwisata mengalami penurunan.

Penurunan kondisi ekonomi tersebut membuat sistem ekonomi pada sektor pariwisata ikut berubah. Hal itu dilakukan seiring dengan pembaruan strategi dan kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah, lembaga, pebisnis, dan sebagainya (Sigala, 2020). Pembaruan strategi dilakukan untuk membangkitkan kembali kondisi ekonomi. Pembaruan dan kebijakan tersebut antara lain penetapan kebijakan untuk melakukan gerakan 3M yaitu memakai masker, mencuci tangan dengan sabun, menjaga jarak. Ada pula kebijakan dan pembaruan strategi penetapan standarisasi kesehatan pada destinasi dan atraksi wisata, seperti membuat batasan jumlah pengunjung, mendaftar dan membuat sertifikasi kebersihan dan kesehatan (CHSE) yang terakreditasi (Sigala, 2020).

Selain pembaruan kebijakan di atas, adapula pembaruan mengenai sistem pelayanan. Perkembangan teknologi pada pariwisata berkembang melalui bentuk digitalisasi visual dan pembuatan aplikasi. Digitalisasi visual dalam industri pariwisata berkembang semenjak terjadinya karantina wilayah (*lockdown*). Adapun program digitalisasi visual salah satunya yaitu wisata virtual, sebuah program wisata yang dilakukan secara daring (*online*) dengan menggunakan video (Indrajaya, 2020). Selain wisata virtual, perkembangan teknologi dalam sektor pariwisata adalah dengan membuat program aplikasi. Aplikasi akan digunakan untuk melakukan *self check-in/out*, melihat menu restoran, melakukan pemesanan dan pembelian tiket, dan sebagainya.

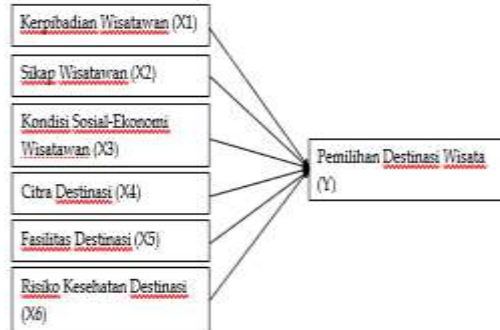
Penelitian Relevan

Penelitian yang relevan mengenai analisis perilaku wisatawan sebenarnya sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti. Namun, penelitian relevan yang mendasari penelitian perilaku wisatawan sebagai dampak dari pandemi Covid-19 adalah Suprihatin (2020) dengan judul "Analisis Perilaku Konsumen Wisatawan Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pariwisata di Nusa Tenggara Barat). Penelitian lain dilakukan oleh Sigala

(2020) dengan judul “*Tourism and COVID-19: Impacts and Implications for Advancing and Resetting Industry and Research*”.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori yang telah diuraikan dapat dibentuk kerangka pemikiran sebagai berikut:



Sumber : Pribadi (2022)

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Gambar di atas digunakan sebagai dasar hipotesis bahwa faktor-faktor tersebut diduga memengaruhi perilaku wisatawan dalam pemilihan destinasi wisata di masa pandemi Covid-19. Hipotesis pada penelitian ini yaitu:

H1 : Kepribadian wisatawan berpengaruh terhadap perilaku wisatawan dalam pemilihan destinasi wisata.

H2 : Sikap wisatawan berpengaruh terhadap perilaku wisatawan dalam pemilihan destinasi wisata

H3 : Kondisi sosial-ekonomi wisatawan berpengaruh terhadap perilaku wisatawan dalam pemilihan destinasi wisata

H4 : Citra destinasi berpengaruh terhadap perilaku wisatawan dalam pemilihan destinasi wisata

H5 : Fasilitas destinasi berpengaruh terhadap perilaku wisatawan dalam pemilihan destinasi wisata

H6 : Risiko kesehatan destinasi berpengaruh terhadap perilaku wisatawan dalam pemilihan destinasi wisata.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan masalah yang akan diteliti, penelitian ini merupakan penelitian survei. Survei biasa digunakan untuk meneliti tentang pembuatan

keputusan konsumen, ketertarikan pelanggan, ketertarikan dalam sebuah pekerjaan, penggunaan dalam fasilitas kesehatan, manajemen sistem informasi dan sebagainya (Sekaran & Bougie, 2016). Survei mencakup penelitian-penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi faktual guna mendeskripsikan fenomena yang ada (Suwartono, 2014).

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel data dengan sumber tertentu (Helaludin & Wijaya, 2019). Dalam penelitian ini sumber tertentu yang dimaksud yaitu wisatawan yang berdomisili di JABODETABEK dan pernah melakukan perjalanan wisata di masa pandemic Covid-19. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan nusantara. Sedangkan sampel yang akan diteliti adalah wisatawan nusantara yang berada di sekitar wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (JABODETABEK), dengan kriteria responden yang akan diteliti adalah wisatawan yang melakukan perjalanan wisata pada masa pandemi.

Jenis data pada penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang langsung diperoleh dari subjek yang diteliti dan kemudian diolah (Rukajat, 2018). Pengumpulan data ini menggunakan kuesioner yang langsung diberikan kepada subjek penelitian melalui link *google form*. Dalam penelitian ini, metode analisis data yang dilakukan yaitu *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan aplikasi *SmartPLS*. PLS adalah metode analisis yang bersifat soft modelling karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu, dengan begitu jumlah sampel yang dibutuhkan dapat kecil (dibawah 100 sampel) (Ningsi, 2018).

Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas ini dilakukan dengan merancang model pengukuran atau outer model yaitu: a. Validitas Konvergen Menurut Chin (1998; 2015), validitas konvergen ditinjau dari nilai *outer loadings* dan *Average Variance*

Extracted (AVE) dimana nilai cut off value pada masing-masing nilai disyaratkan adalah 0,70, tetapi untuk tahap awal nilai 0,50- 0,70 masih dinyatakan lolos uji validitas konvergen.

Tabel 1
Hasil Perhitungan AVE

Variabel	AVE	Nilai Kritis	Keterangan
Kepribadian Wisatawan (X1)	0.635	> 0,5	Valid
Sikap Wisatawan (X2)	0.642	> 0,5	Valid
Kondisi Sosial - Ekonomi Wisatawan (X3)	0.609	> 0,5	Valid
Citra Destinasi (X4)	0.629	> 0,5	Valid
Fasilitas Destinasi (X5)	0.652	> 0,5	Valid
Risiko Kesehatan Destinasi (X6)	0.607	> 0,5	Valid
Pemilihan Destinasi Wisata (Y)	0.655	> 0,5	Valid

Sumber: Pribadi (2022)

Berdasarkan hasil perhitungan *outer loadings* dan *Average Variance Extracted*, diketahui jika seluruh items yang diuji dalam penelitian ini adalah valid karena menghasilkan nilai AVE > 0,5.

Setelah mendapatkan data hasil uji validitas, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas dengan melihat nilai dari *Alpha Cronbach*. Variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach* > 0,7. Berikut adalah hasil perhitungan nilai *Alpha Cronbach*:

Tabel 2
Hasil Perhitungan Alpha Chronbach

	Cronbach's Alpha	Rule of Thumb	Result
Kepribadian Wisatawan (X1)	0.936	>0,7	Reliabel
Sikap Wisatawan (X2)	0.937	>0,7	Reliabel
Kondisi Sosial - Ekonomi Wisatawan (X3)	0.928	>0,7	Reliabel
Citra Destinasi (X4)	0.935	>0,7	Reliabel
Fasilitas Destinasi (X5)	0.941	>0,7	Reliabel
Risiko Kesehatan Destinasi (X6)	0.928	>0,7	Reliabel
Pemilihan Destinasi Wisata (Y)	0.912	>0,7	Reliabel

Sumber: Pribadi (2022)

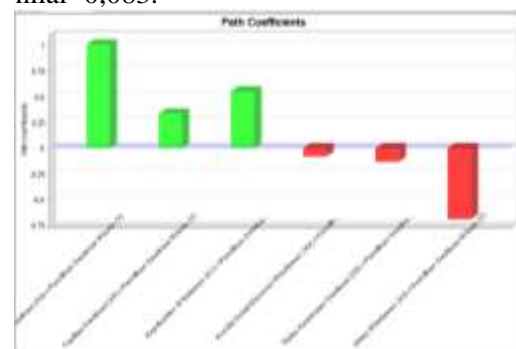
Dari tabel di atas, diketahui jika semua variabel dikatakan reliabel karena memiliki nilai *Alpha Cronbach* > 0,7.

PEMBAHASAN

Hasil Uji Path Coefficient

Berdasarkan hasil analisis, nilai *Path Coefficients* menunjukkan bahwa: 1) Variabel citra destinasi (X4) memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap

pemilihan destinasi wisata (Y), dengan nilai sebesar 1,000; 2) Variabel kepribadian wisatawan (X1) memiliki pengaruh terhadap pemilihan destinasi wisata (Y), dengan nilai sebesar 0,553; 3) Variabel fasilitas destinasi (X5) cukup berpengaruh terhadap pemilihan destinasi wisata (Y), yaitu dengan nilai sebesar 0,337; 4) Variabel sikap wisatawan (X2) memiliki pengaruh yang kecil terhadap pemilihan destinasi wisata (Y), dengan nilai -0,692; 5) Variabel risiko kesehatan destinasi (X6) memiliki pengaruh yang cukup kecil terhadap pemilihan destinasi wisata (Y), dengan nilai -0,135; 6) Variabel kondisi sosial-ekonomi wisatawan (X3) memiliki pengaruh yang sangat kecil terhadap pemilihan destinasi wisata (Y) dengan nilai -0,083.



Sumber: SmartPLS Pribadi (2022)

Gambar 2. Hasil Perhitungan Path Coefficients

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesa dilakukan dengan melihat nilai probabilitas dan statistik. Kriteria penerimaan hipotesa adalah ketika T-statistik > T-tabel dengan P-value = > 0,05. Berikut adalah hasil dari uji hipotesis berdasarkan *bootstrapping*.

Berdasarkan kriteria dalam uji signifikansi (probabilitas), jika nilai probabilitas lebih besar dari tingkat signifikansi 5% (>0,05), maka tidak terjadi pengaruh antara variabel independent terhadap variable dependen, atau H0 diterima dan Ha ditolak. Namun jika nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi 5% (<0,05), maka terjadi pengaruh antara variabel independent terhadap variable dependen, atau H0 ditolak dan Ha diterima.

Tabel 3
Hasil Uji Hipotesis

Kode	Hipotesis	Original Statistic	T- statistics	P-value	Kesimpulan
H1	Kepribadian Wisatawan -> Pemilihan Destinasi Wisata	0,553	2,634	0,009	Diterima
H2	Sikap Wisatawan -> Pemilihan Destinasi Wisata	-0,692	3,772	0,000	Diterima
H3	Kondisi Sosial-Ekonomi Wisatawan -> Pemilihan Destinasi Wisata	-0,083	0,747	0,456	Ditolak
H4	Citra Destinasi -> Pemilihan Destinasi Wisata	1,000	13,108	0,000	Diterima
H5	Fasilitas Destinasi -> Pemilihan Destinasi Wisata	0,337	1,367	0,172	Ditolak
H6	Risiko Kesehatan Destinasi -> Pemilihan Destinasi Wisata	-0,135	1,104	0,270	Ditolak

Sumber: Pribadi (2022)

Berdasarkan hasil pada tabel 3, maka dapat disimpulkan bahwa hanya tiga faktor yang berhasil memengaruhi perilaku wisatawan dalam memilih destinasi di masa pandemi Covid-19, yaitu faktor kepribadian wisatawan, faktor sikap wisatawan, dan faktor citra destinasi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chebli dkk (2020) yang menyatakan bahwa faktor kepribadian wisatawan, sikap wisatawan, dan citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku wisatawan dalam memilih destinasi wisata.

Uraian Pembahasan

Terdapat Pengaruh Kepribadian Wisatawan Terhadap Pemilihan Destinasi Wisata

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini, kepribadian wisatawan memiliki pengaruh yang positif terhadap pemilihan destinasi wisata. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lubis dan Kartikasari (2019). Kepribadian wisatawan sangat berpengaruh terhadap pemilihan destinasi wisata dikarenakan, menurut Cooper (2010) kepribadian merupakan salah satu faktor penentu keputusan perjalanan. Proses keputusan perjalanan akan menghasilkan pemilihan destinasi wisata.

Dalam pemilihan destinasi wisata, para responden menyatakan setuju pada pernyataan semasa pandemi lebih memilih wisata di dalam negeri dan memilih tempat dengan alam terbuka. Semasa pandemi, pemerintah telah membatasi mobilitas sosial sehingga kegiatan berwisata sangat terbatas. Pemilihan ruang terbuka juga menjadi pilihan responden karena untuk mencegah penularan Covid-19. Ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chebli, *et all* (2020). Dalam penelitiannya didapatkan hasil bahwa, wisatawan di masa pandemi sangat memperhatikan lingkungan, sehingga jenis wisata seperti *ecotourism* dan aktivitas luar ruangan akan banyak berkembang. Hal ini menunjukkan bagaimana kepribadian wisatawan dapat memengaruhi pemilihan destinasi wisata dimasa pandemi Covid-19.

Terdapat Pengaruh Sikap Wisatawan Terhadap Pemilihan Destinasi Wisata

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini, sikap wisatawan memiliki pengaruh yang positif terhadap pemilihan destinasi wisata. Sikap wisatawan sangat berpengaruh terhadap pemilihan destinasi wisata dikarenakan, menurut Cooper (2010) sikap merupakan salah satu faktor penentu keputusan perjalanan. Proses keputusan perjalanan akan menghasilkan pemilihan destinasi wisata.

Jika melihat dari hasil penelitian, rata-rata responden setuju untuk lebih memilih berwisata ke tempat yang tidak diminati banyak orang. Seperti yang diketahui, dimasa pandemi Covid-19 masyarakat dilarang untuk berkerumun atau harus menjaga jarak antar individu. Hal ini dilakukan guna mencegah penyebaran penyakit Covid-19 dan demi keamanan dan kenyamanan bersama. Itu yang menyebabkan responden setuju pada pernyataan tersebut. Pernyataan itu juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chebli, *et all* (2020). Dalam penelitiannya dikatakan bahwa, berwisata ke tempat yang lebih tidak dikenal atau tidak diminati banyak orang telah menjadi trend baru di masa pandemi.

Tidak Terdapat Pengaruh Kondisi Sosial-Ekonomi Wisatawan Terhadap Pemilihan Destinasi Wisata

Berdasarkan hasil penelitian di atas, kondisi sosial-ekonomi tidak berpengaruh terhadap pemilihan destinasi wisata. Jumlah responden yang menyatakan tidak setuju mengenai pekerjaan responden yang menjadi hambatan untuk berwisata ke luar kota ataupun luar negeri di masa pandemi bernilai lebih besar dari 50%. Masih banyak responden dengan pekerjaannya yang ternyata tidak menjadi penghambat untuk dapat berwisata ke luar kota ataupun luar negeri. Adapula para responden yang tetap melakukan kegiatan wisata ke luar kota atau luar negeri walaupun pekerjaannya melarang.

Pada pernyataan yang menyatakan bahwa responden lebih memilih tempat wisata yang murah saat pandemi, dalam penelitian yang dilakukan oleh Chebli, *et all* (2020), responden menyatakan akan mengurangi biaya untuk kegiatan wisata dikarenakan daya beli yang menurun. Chebli dkk., juga mengatakan bahwa perilaku konsumen dalam waktu kedepan akan lebih memperhatikan kondisi keuangan seperti menabung, cara baru menghabiskan uang dan lain sebagainya. Namun, hal ini tidak berpengaruh terhadap wisatawan di JABODETABEK. Tidak hanya pada saat pandemi, saat kondisi normal pun responden akan memilih tempat atau destinasi wisata yang murah.

Terdapat Pengaruh Citra Destinasi terhadap Pemilihan Destinasi Wisata

Berdasarkan hasil penelitian di atas, citra destinasi berpengaruh terhadap pemilihan destinasi wisata. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chebli, *et all* (2020), yang menurutnya semasa pandemi Covid-19 wisatawan akan memperhatikan citra destinasi dalam melakukan perjalanan wisata. Menurut Cooper (2010), citra destinasi juga menjadi salah satu faktor keputusan perjalanan. Wisatawan yang akan melakukan perjalanan wisata, biasanya akan menimbang beberapa hal seperti salah satunya adalah citra destinasi baru

kemudian melakukan keputusan perjalanan.

Dalam salah satu pernyataan yang diberikan pada penelitian ini, responden setuju untuk lebih memilih tempat wisata yang dapat ditempuh dengan kendaraan umum tanpa harus berganti lebih dari 2x. Ini dilakukan untuk menghindari kontak dengan orang yang berbeda-beda dan juga menghindari berada pada ruang tertutup dalam waktu yang cukup lama. Hal itu sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chebli, *et all* (2020) yang menyatakan bahwa, wisatawan dimasa pandemi takut untuk berada dalam ruang yang sempit seperti dalam bus, perahu dan lain-lain yang mana tidak ada jarak.

Tidak Terdapat Pengaruh Fasilitas Destinasi Terhadap Pemilihan Destinasi Wisata

Berdasarkan hasil penelitian, fasilitas destinasi tidak berpengaruh terhadap pemilihan destinasi wisata. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Chebli, *et all* (2020). Dalam penelitiannya dikatakan bahwa fasilitas destinasi berpengaruh terhadap pemilihan destinasi wisata terutama pada masa pandemi Covid-19. Destinasi wisata yang memiliki fasilitas yang sesuai dengan standar dimasa pandemi Covid-19, akan lebih dipilih wisatawan daripada destinasi wisata yang tidak memiliki fasilitas yang memadai.

Adapun hal yang membuat fasilitas tidak memengaruhi pemilihan destinasi wisata adalah karena terjadinya ketidaksesuaian antara keinginan dan realita pada lapangan. Responden lebih memilih destinasi wisata yang selalu mengingatkan dan menerapkan protokol kesehatan. Akan tetapi, dalam pelaksanaannya, masih banyak responden yang juga sering mengabaikan protokol kesehatan dan marah atau merasa tidak nyaman ketika ditegur mengenai pelaksanaan protokol kesehatannya. Pernyataan lainnya, yaitu responden memilih penginapan yang baik dan memiliki standard kebersihan. Hal ini tidak hanya dipilih oleh responden pada saat pandemi saja, tapi juga pada saat hari normal lainnya.

Pentingnya penginapan yang baik dan memiliki standard kebersihan dapat membuat pengunjungnya jauh dari penularan penyakit seperti penyakit kulit, ataupun penyakit menular lainnya. Itu sebabnya variabel ini tidak memiliki pengaruh terhadap pemilihan destinasi wisata di masa pandemi Covid-19.

Tidak Terdapat Pengaruh Risiko Kesehatan Destinasi Terhadap Pemilihan Destinasi Wisata

Mengetahui hasil penelitian di atas, risiko kesehatan destinasi tidak berpengaruh terhadap pemilihan destinasi wisata. Hal ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chebli, *et all* (2020). Chebli dkk., mengatakan bahwa, risiko kesehatan destinasi mempengaruhi wisatawan dalam memilih destinasi wisata dimasa pandemi Covid-19. Risiko kesehatan destinasi ternyata bukan menjadi faktor penting bagi wisatawan JABODETABEK dalam melakukan keputusan perjalanan.

Pernyataan yang mendukung alasan risiko kesehatan destinasi tidak memengaruhi pemilihan destinasi wisata adalah reponden memilih destinasi wisata yang memberikan jaminan asuransi kesehatan dari tertularnya Covid-19. Hal ini tentu diinginkan oleh responden atau wisatawan guna mendapat pengalaman liburan yang aman, nyaman dan menyenangkan. Pada hasil penelitian banyak responden yang menyetujui pernyataan ini, namun dalam penerapannya masih banyak destinasi wisata yang tidak dapat memberikan asuransi kesehatan terkait penularan Covid-19. Jikapun ada, pelaku usaha wisata telah menaikkan harga jualnya dan belum tentu responden atau wisatawan menginginkan atau memerlukannya. Sehingga variabel ini masih belum sesuai untuk memengaruhi pemilihan destinasi wisata bagi wisatawan.

PENUTUP Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka didapatkanlah hasil

sebagai berikut: (1) Diketahui bahwa hasil kepribadian wisatawan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pemilihan destinasi wisata di masa pandemi Covid-19; (2) Diketahui bahwa sikap wisatawan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pemilihan destinasi wisata di masa pandemi Covid-19; (3) Hasil pengujian mengatakan bawah kondisi sosial-ekonomi wisatawan tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pemilihan destinasi wisata di masa pandemi Covid-19; (4) Hasil pengujian mengatakan bahwa citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan destinasi wisata di masa pandemi Covid-19; (5) Hasil analisis menyatakan bahwa fasilitas destinasi tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap pemilihan destinasi wisata di masa pandemi Covid-19; (6) Hasil analisis menyatakan bahwa risiko kesehatan destinasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan destinasi wisata di masa pandemi Covid-19.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran dari peneliti sebagai berikut: (1) Kepribadian wisatawan berpengaruh terhadap pemilihan destinasi wisata di masa panndemi Covid-19, oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha wisata dapat memahami bagaimana kepribadian wisatawan pada saat pandemi. Hal ini juga berlaku untuk pemangku kepentingan dalam menetapkan kebijakan guna menarik wisatawan dan membangkitkan kembali sektor ekonomi pariwisata di Indonesia; (2) Sikap wisatawan berpengaruh terhadap pemilihan destinasi wisata di masa pandemi Covid-19, saran dari peneliti adalah pelaku usaha pariwisata dapat memperkenalkan destinasi atau atraksi wisata baru yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan di masa pandemi. Untuk pemangku kepentingan, dapat menetapkan peraturan yang bijak agar kehidupan pariwisata di Indonesia dapat tetap berjalan; (3) Citra destinasi berpengaruh terhadap pemilihan

destinasi wisata di masa pandemi Covid-19, hal ini tentu penting bagi pelaku usaha wisata untuk dapat menjaga dan meningkatkan citra destinasi dan juga membangun kepercayaan wisatawan agar dapat menarik wisatawan datang berkunjung. Untuk pemangku kepentingan, agar dapat menetapkan peraturan dan tata kelola yang bijak guna menghidupkan kembali perekonomian pariwisata di Indonesia.

REFERENSI

- Chebli, A., & Ben Said, F. (2020). The Impact of Covid-19 on Tourist Consumption Behaviour: A Perspective Article. *Journal of Tourism Management Research*, 7(2), 196–207. Diambil dari <https://doi.org/10.18488/journal.31.2020.72.196.207>
- Chebli, A., & Foued, B. S. (2020). The Impact of Covid-19 on Tourist Consumption Behaviour: A Perspective Article. *Journal of Tourism Management Research*, 7(2), 196–207. Diambil dari <https://doi.org/10.18488/journal.31.2020.72.196.207>
- DPR RI, P. R. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009* (Vol. 2009). Diambil dari https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU_2009_10.pdf
- Helaludin, & Wijaya, H. (2019). ANALISIS DATA KUALITATIF (SEBUAH TINJAUAN TEORI & PRAKTIK). Diambil dari https://www.google.co.id/books/edition/Analisis_Data_Kualitatif_Sebuah_Tinjauan/lf7ADwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=teknik+purposive+sampling&pg=PA64&printsec=frontcover
- Indrajaya, D. W. (2020). Peran Teknologi dalam Menghidupkan Kembali Pariwisata di Indonesia. Diambil 10 April 2021, dari <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/11/13/menghidupkan-pariwisata-di-indonesia-dengan-teknologi>
- Ismayanti. (2010). *Pengantar pariwisata*. Jakarta: Grasindo. Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=Kzxaq1D5-RcC&pg=PA19&dq=pariwisata+adalah&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjVndGS5PTuAhWN7XMBHdeeAtkQ6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=pariwisata+adalah&f=false>
- Kementerian Pariwisata. (2017). Kajian Data Pasar Wisatawan Nusantara, 53(9), 1689–1699. Diambil dari https://www.kemendparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/pdf/media_1553500574_Publikasi_Kajian_Data_Pasar_Wisnus_2017.pdf
- Lubis, M. R. R., & Kartikasari, D. (2019). Analisis Perilaku Konsumen Yang Mempengaruhi Pemilihan Tempat Wisata Pantai Dendang Melayu Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 3(1), 22–28. Diambil dari <https://doi.org/10.30871/jaba.v3i1.1286>
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Elsevier*, (January), 312–321. Diambil dari www.elsevier.com/locate/jbusres%0ATourism
- Sofia, H. (2019). Lima Tahun Mengantarkan Pariwisata Indonesia Jadi Sektor Utama Ekonomi. *Antarnews.com*. Diambil dari <https://www.antarnews.com/berita/1123250/lima-tahun-mengantarkan-pariwisata-indonesia-jadi-sektor-utama>
- Suprihatin, W. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Wisatawan Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pariwisata di Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Bestari*, 19, 56–66.

UNWTO. (2006). OECD Glossary of Statistical Terms - International tourist Definition. Diambil 16 Maret 2021, dari <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=6185>

UNWTO. (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. Diambil 13 Maret 2021 dari https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/SeriesM_83rev1e.pdf#page=21

Yousaf et al. (2018). Tourists' motivations to travel: A theoretical perspective on the existing literature. *Tourism and Hospitality Management*, 24(1), 197–211. Diambil dari <https://doi.org/10.20867/thm.24.1.8>

BIODATA PENULIS

Ratih Dwi Astuti, S.Pd., M.Par, lahir di Jakarta pada tanggal 22 Mei 1996. Ratih memiliki latar pendidikan terakhir S2 Magister Pariwisata di Universitas Pelita Harapan. Sebelumnya, Ratih menempuh pendidikan S1 Pendidikan Tata Boga di

Universitas Negeri Jakarta. Saat ini, Ratih bekerja di Universitas Pertiwi sebagai Dosen Tetap Fakultas Pariwisata dan Budaya.

Prof. Dr. Diena M. Lemy, A.Par., M.M., CHE adalah seorang akademisi aktif di bidang Kepariwisata. Dia telah mengabdikan dirinya untuk pendidikan tinggi pariwisata dengan menjadi dosen di Universitas Pelita Harapan (UPH) sejak tahun 1997. Dia ditunjuk untuk menjadi Dekan pada Fakultas Pariwisata sejak 2012. Prof. Diena juga aktif terlibat dalam berbagai program Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI seperti: Destination Management Organization (DMO), Indonesia Sustainable Tourism Council (ISTC), Sustainable Tourism Certification, dan juga Pengembangan Kemitraan antara Usaha Besar dengan UMKM di lima Destinasi Super Prioritas (DSP). Prof. Diena adalah Guru Besar bidang Manajemen Jasa Kepariwisata di UPH dan merupakan Guru Besar Bidang Pariwisata ke-3 di Indonesia, dimana saat ini baru terdapat 3 orang Guru Besar pada bidang ini.