

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor yang telah menghasilkan kontribusi yang besar di Indonesia, seperti dalam meningkatkan devisa dan lapangan kerja. Selain itu Pariwisata memberikan dampak pada sector sosial,ekonomi serta dalam pelestarian dan pengelolaan lingkungan, sumber daya alam dan budaya yang semakin arif dan bijaksana. Kegiatan pariwisata juga berperan penting dalam pengembangan dan pembangunan daerah-daerah tertentu yang mempunyai potensi wisata. Peran nyata pariwisata di Indonesia telah memberikan kontribusi dan dampak sudah memberikan hasil terhadap sector sosial, budaya serta ekonomi.

Tahun 2020 silam menjadi awal datangnya wabah baru yang kita kenal dengan virus covid – 19 atau covid Dan fenomena tersebut mengejutkan hampir di seluruh dunia. Alexander (2020) menjelaskan bahwa Covid-19 ini disebabkan karena terdapat virus varian baru, yang disebut SARS Cov-2. Beberapa lama berita menginformasikan bahwa, pada bulan Desember 2019 wabah ini pertama kali terdeteksi di kota Wuhan, Provinsi Hubei di negara China. Organisasi Kesehatan Dunia atau WHO menetapkan wabah covid-19 sebagai pandemic pada tanggal 11 Maret 2020. Pandemi covid-19 dapat diartikan sebagai fenomena penyebaran virus corona-19 ke seluruh dunia. Di Indonesia sendiri, virus ini terdeteksi dan mulai tercatat kasusnya pada bulan maret. Dengan adanya *pandemic covid-19* ini, hampir seluruh sektor dirugikan, tidak terkecuali sektor pariwisata. Sejak adanya virus ini, pemerintah memutuskan untuk membuat kebijakan agar menutup semua sektor yang di anggap dapat memicu atau

menularkan virus ini, karena virus covid-19 akan menular lewat *droplet* atau cipratan liur yang dikeluarkan manusia dari bagian tubuh yang rentan pada cairan seperti mulut maupun hidung pada saat bersin, batuk dan berbicara. Oleh sebab itu masyarakat dilarang keras untuk berkumpul karena akan memicu penularan.

Selain itu pemerintah juga menutup beberapa rute penerbangan, agar tidak ada aktifitas perjalanan. Hal ini membuat sector pariwisata lesuh dan beberapa kota destinasi wisata sangat terdampak. Salah satunya adalah Pulau Bali. Bali merupakan destinasi pariwisata yang tingkat kunjungannya paling banyak ditiap tahunnya, dan memberikan kontribusi devisa terbesar di Indonesia. Bali merupakan provinsi di Indonesia secara geografis Pulau Bali berada di antara pulau Lombok dan Jawa Di berbagai negara Bali dikenal sebagai daerah tujuan pariwisata dengan keunikan berbagai hasil seni dan budaya. Selain itu Bali memiliki berbagai objek wisata yang terkenal antara lain, Pantai Kuta, Ubud, Nusa Dua Bali, Patung Garuda Wisnu Kencana, Gunung Agung dan lain-lain.

Selama pandemic berbagai usaha pariwisata di Indonesia merugi, hingga ada yang tutup total karena tidak adanya wisatawan atau pemasukan. Seperti halnya yang terjadi di Bali. Saat pandemi keadaan Bali sangat terpuruk, hampir semua usaha pariwisata tutup total seperti perhotelan, usaha perjalanan, objek wisata dan juga fasilitas lainnya. Dikutip dari beberapa informasi laman berita menuliskan bahwa pariwisata di Bali sangat merugi pada saat pandemi ini. Dinas pariwisata Bali mencatat kerugian sebesar Rp 9,7 triliun tiap bulannya. Berbagai upayapun yang dilakukan oleh Kementrian Pariwisata agar Bali pulih kembali, termasuk membuka secara perlahan kunjungan wisatawan ke Bali.

Pada bulan Juli 2020, Bali mulai dibuka kembali namun harus dengan protocol kesehatan yang sangat ketat dan sesuai anjuran dari Kementrian Pariwisata. Protokol kesehatan ini berlaku untuk semua usaha-usaha termasuk usaha pariwisata yang ada di Bali. Para wisatawan pun yang akan berkunjung harus melakukan Swab Pcr atau Rapid Antigen. Dibukanya kembali Bali, disambut dengan baik oleh para wisatawan Indonesia. Jika dilihat dari jumlah kunjungan melalui bandara gusti ngururai yang dilansir oleh travel kompas.com bahwa jumlah kunjungan dibali pada saat bulan Juli 2020 sampai awal Oktober yaitu sebanyak 3.000 – 3.500 pengunjung tiap harinya, lalu meningkat pada awal oktober – November 2020 dengan rata-rata jumlah kunjungan 5.000 pengunjung per harinya. Jumlah tersebut sangat jauh dari jumlah kunjungan wisatawan ke Bali tiap hari di tahun 2019 yaitu sekitar 13.000 – 15.000 per hari.

Kebijakan dibukanya kembali penerbangan ke Bali pada bulan Juli, bukan berarti pandemic telah berakhir. Data pada per bulan Juni 2020 menunjukkan bahwa angkaa kasus terkonfirmasi positif di provinsi Bali sebanyak 695 kasus, lalu jumlah total kasus di Indonesia per Juni 2020 yaitu 56.385 kasus, hingga 31 Desember 2020 total jumlah kasus covid-19 di Provinsi Bali sebanyak 8.074 kasus dan menempati urutan ke 10 kasus covid di Indonesia, artinya tiap bulan kasus di Bali meningkat tiap bulanya pada tahun 2020. Kebijakan yang telah diterapkan oleh pemerintah merupakan salah satu strategi untuk membangkitkan kembali perekonomian dan pariwisata di Bali.

Keindahan serta daya tarik wisata yang diseguhkan pulau Bali memang sangat menarik perhatian para wisatawan untuk menghabiskan waktu berlibur di Bali. Pada saat pandemic ini, masyarakat memang sudah sangat jenuh dengan keadaan tidak pasti

kapan akan berakhirnya *pandemic* ini, rasa ingin berliburpun selalu menjadi impian para calon wisatawan. Karena tidak kepastian tersebut beberapa orang tetap melakukan liburan ke Bali walaupun pada masa *pandemic*, namun dengan ketentuan mengikuti protokol kesehatan yang diterapkan. Selain itu para wisatawan juga mempunyai beberapa alasan dalam melakukan perjalanan di masa *pandemic* ini. Berikut jumlah kunjungan wisatawan domestic ke Bali di 3 tahun terakhir :

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan Domestik ke Bali

Bulan	2018	2019	2020
Januari	743.456	793.527	879.702
Februari	655.719	692.113	721.105
Maret	762.622	787.616	567.452
April	777.287	795.997	175.120
Mei	682.521	656.082	101.948
Juni	1.156.151	1.287.877	137.395
Juli	906.347	935.930	229.112
Agustus	770.364	925.360	355.732
September	774.144	812.003	283.349
Oktober	762.124	853.007	337.304
November	806.397	852.626	425.097
Desember	960.859	1.152.901	400.000
Total	9.757.991	10.545.039	4.613.316

Sumber : Dinas Pariwisata Bali

Dalam table diatas menyatakan bahwa tiap tahunnya jumlah kunjungan wisatawan ke Bali mengalami peningkatan. Namun dapat dilihat di tahun 2020 terjadi penurunan yang cukup drastis, disebabkan oleh *pandemic* covid-19 . Namun apabila dilihat di tiap bulanya pada tahun 2020, jumlah wisatawan terdapat peningkatan tapi tidak signifikan. Sepertinya yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa pada bulan Juni hingga Desember

2020, jumlah kasus di Bali terus meningkat tiap bulanya, namun berdasarkan tabel 1.1 jumlah wisatawan berkunjung ke Bali terus berdatangan dalam situasi pandemic covid-19.

Pada pra penelitian penulis melakukan wawancara kepada wisatawan yang melakukan kunjungan wisata ke Bali pada saat pandemic pada tahun 2020. Tiko wisatawan asal Jakarta mengatakan bahwa tidak merasa terganggu dengan protocol kesehatan yang ada dan ia merasa lebih nyaman berwisata saat pandemic ini. Lalu salah satu alasan melakukan kunjungan ke Bali karena merasa bosan dengan kesibukan work from home selama pandemic. Berbeda dengan Rizqa yang mengatakan bahwa kurang nyaman dan takut untuk berwisata saat pandemic. Namun sudah sangat membutuhkan liburan sehingga mempertimbangkan ketakutannya tersebut. Bali merupakan pilihannya yang tepat baginya untuk berwisata ke Bali karena tempat wisata yang menarik dan berdasarkan rekomendasi temannya yang sudah dahulu berlibur ke Bali pada masa pandemic.

Dalam wawancara pra penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan persepsi atau pendapat serta dorongan yang dimiliki wisatawan yang berkunjung ke Bali. Hal ini menarik untuk digali lebih dalam ke beberapa orang yang akan menjadi responden penulis nantinya.

Setiap wisatawan mempunyai persepsi yang berbeda-beda saat berwisata ke Bali dengan kebiasaan baru ini. Persepsi menurut Walgito (2003) merupakan sebuah tahap penyusunan dan penjelasan kepada stimulus yang diterima oleh individu, sehingga menjadikan sesuatu yang bermakna dan merupakan kegiatan yang terintegrasi dalam

diri individu. Pada pembentukan suatu persepsi, semua potensi yang terdapat dalam diri seseorang terlibat secara aktif baik yang berupa penciuman, pendengaran, penglihatan, perasaan, pengalaman, pola pikir, kerangka acuan, preferensi, sikap, dan lain sebagainya.

Di era pandemic ini wisatawan akan berwisata dengan kebiasaan baru. Saat berkunjung ke Bali, wisatawan harus mematuhi protocol kesehatan yang diterapkan oleh pemerintah. Adapun kebiasaan baru serta protocol kesehatan yaitu penerapan *social distancing*, yang dimana menjaga jarak antara satu sama lainnya seperti pada saat mengantri, duduk di transportasi umum dan mengantri tiket masuk tempat wisata. Wisatawan juga dihimbau untuk selalu mencuci tangan dan menggunakan masker. Kemudian tempat hiburan yang dibatasi kapasitas pengunjung serta jam operasionalnya. Hal ini akan memberikan pengalaman baru bagi wisatawan yang berwisata ke Bali di era *pandemic*.

Kemudian menurut Pitana (2005), Wisatawan yang akan melakukan perjalanan wisata atau menentukan objek wisata yang dikunjungi, akan dipengaruhi berbagai factor, baik itu secara internal ataupun eksternal. Adapun factor-faktor yang mempengaruhi tahap pengambilan keputusan wisatawan yaitu, karakteristik wisatawan yang meliputi Pendidikan, umur, pendapatan, pengalaman, ekonomi dan sosial, maupun karakteristik wisatawan seperti perilaku, motivasi, penilaian, kemudian adanya pengetahuan berupa *benefit* perjalanan, informasi terhadap destinasi wisata yang akan dikunjungi, gambaran perjalanan atau persepsi yang berupa waktu tinggal, jarak tempuh, tujuan wisata, biaya, resiko-resiko, tingkat kepercayaan kepada agen tour dan

lain lain. Wisatawan yang akan melakukan perjalanan wisata akan mendapatkan pengalaman baru yang mereka belum pernah dapatkan sebelumnya.

Motivasi merupakan salah satu factor yang penting bagi wisatawan dalam perencanaan perjalanan wisatanya ke destinasi yang akan didatangi. Industri pariwisata harus mempertimbangkan, salah satu faktor wisatawan dalam melakukan kunjungan dalam meningkatkan kunjungan yaitu Motivasi. Mengetahui motivasi wisatawan merupakan hal yang penting karena setiap wisatawan yang akan berkunjung ke suatu destinasi memiliki motivasi yang berbeda-beda. Oleh sebab itu, sebagai pengelola destinasi diharapkan dapat memahami apa yang menjadi motivasi wisatawan. Hal ini berguna untuk meningkatkan industri itu sendiri dan dapat menarik wisatawan untuk melakukan keputusan pembelian atau keputusan berkunjung ke destinasi tersebut.

Kemudian Baker dan Crompton dalam Chung-Hslen Lin (2012) mengungkapkan bahwa kunjungan kembali yaitu adalah suatu aktifitas wisatawan yang mengulangi perjalanannya atau berkunjung ulang ke suatu destinasi pariwisata yang telah mereka kunjungi sebelumnya. Huang dan Cathy (2009) dalam jurnalnya Pengaruh motivasi perjalanan, pengalaman, *perceived constraint* dan perilaku terhadap kunjungan kembali, menjelaskan ada 4 (empat) factor yang akan ditimbulkan oleh kunjungan kembali yaitu motivasi perjalanan, pengalaman yang didapatkan, *perceived constraint* dan perilaku. Pelanggan atau wisatawan yang mendapatkan kepuasan akan melakukan kunjungan kembali pada waktu berikutnya dan akan memberikan informasi kepada orang-orang atas apa yang telah ia dapatkan dan rasakan (Fornell :1992).

Pada penelitian yang dilakukan Baiquni dan Dilla (2013) yang mengenai hubungan persepsi dan motivasi terhadap minat kunjunga kembali di salah satu kota wisata di Malang yaitu Batu. Terdapat penemuan hubungan secara positif dan signifikan antara persepsi wisatawan dan motivasi terhadap kunjungan kembali ke Kota Wisata Batu, temuan ini membuktikan bahwa semakin tingginya motivasi dan persepsi suatu daya tarik wisata, maka menghasilkan keuntungan bagi pihak pengelola, yang berdampak pada niat kujungan kembali wisatawan ke objek wisata tersebut, serta meningkatkan pendapatan daerah setempat.

Lalu pada penemuan dalam penelitian Favian (2017) yang membawakan hasil bahwa terdapat adanya hubungan positif dan signifikan antara motivasi dan kunjungan kembali wisatawan ke Goa Pindul. Selain itu, terdapat juga bahwa *experience* positif yang diberikan oleh wisatawan dan kecocokan motivasi mampu mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata tersebut.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Holil dan Putu (2020) tentang Anteseden minat berkunjung kembali wisatawan spiritual di Bali. Hasil penelitian tersebut bahwa, motivasi, customer experience dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kunjungan kembali. Temuan ini memberikan bukti bahwa semakin tinggi dorongan wisatawan dalam melakukan kunjungan, maka semakin akan semakin meningkat semakin meningkat niat kunjungan kembali.

Kemudian penelitian yang dilakukan Yurendra (2020) tentang pengaruh persepsi dan sikap terhadap motivasi serta dampaknya pada keputusan pembelian di masa pademi. Dengan hasil bahwa persepsi berpengaruh dan sikap berpengaruh signifikan

terhadap motivasi. Dan motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online di era *pandemic*.

Suprihatin (2020) tentang analisis perilaku konsumen wisatawan di era *pandemic*. Penelitian ini membuktikan bahwa perilaku wisatawan terbentuk dari motivasi atas kebutuhan yang belum diketahui. Selain itu dengan adanya pemahaman protocol kesehatan yang diterapkan pemerintah akan menghasilkan pemahaman dan memotivasi wisatawan untuk melakukan keputusan pembelian atau berkunjung ke suatu destinasi. Pada Jurnal internasional milik Liu, Shi dan Asad mengemukakan bahwa persepsi wisatawan mengenai covid-19 di China, mempunyai pengaruh terhadap niat berkunjung wisatawan untuk keluar negeri, hal ini disebabkan bahwa terdapat mediasi hubungan antara persepsi covid-19 dan niat kunjungan keluar negeri.

Seperti yang dijelaskan diatas bahwa variabel yang akan peneliti yang gunakan sudah banyak dilakukan namun tetap perbedaan seperti penelitian terdahulu diatas dan penelitian ini yaitu adanya masa pandemi. Meskipun sudah ada beberapa tentang penelitian *pandemic*, namun menurut penulis terdapat perbedaan dalam sampel dan juga teknik analisis nantinya. Situasi *pandemic* akan membuat hasil yang berbeda pada setiap variable. Meskipun sudah ada beberapa tentang penelitian *pandemic*, namun menurut penulis terdapat perbedaan dalam sampel dan juga teknik analisis nantinya. Misalnya, motivasi seperti apakah yang menjadi dorongan wisatawan dalam berkunjung ke Bali pada masa pandemi. Lalu bagaimana persepsi wisatawan terhadap kebiasaan-kebiasan baru yang telah diterapkan oleh pemerintah setempat. Kemudian factor apa yang paling kuat yang mendorong wisatawan dalam melakukan kunjungan

kembali ke Bali pada masa pandemic. Semua hal tersebut akan diuji pada penelitian ini.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis akan menguji variable tersebut pada wisatawan yang telah berkunjung ke Bali pada saat pandemic Covid-19. Dengan konsep dan data yang ada, maka penulis ingin melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Persepsi Terhadap Motivasi dan Kunjungan Kembali ke Bali Pada Masa Pandemi”**.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah dipaparkan atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh persepsi terhadap motivasi wisatawan ke Bali pada saat pandemic covid-19?
2. Bagaimana pengaruh motivasi terhadap kunjungan kembali wisatawan ke Bali pada saat pandemic covid-19?
3. Bagaimana pengaruh persepsi terhadap kunjungan kembali wisatawan ke Bali pada saat pandemic covid-19?
4. Bagaimana pengaruh persepsi terhadap motivasi dan kunjungan kembali ke Bali pada saat pandemic covid-19?

1.3.Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk meneliti persepsi wisatawan ke Bali pada masa pandemic covid-19

2. Untuk meneliti motivasi wisatawan dalam berkunjung ke Bali pada saat pandemi covid-19
3. Untuk meneliti kunjungan kembali wisatawan ke Bali pada masa pandemic covid-19
4. Untuk meneliti pengaruh persepsi terhadap motivasi dan kunjungan kembali ke Bali saat pandemi, secara parsial dan simultan.

1.4. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini gar tidak meluas dan menyimpang dari masalah yang dianut, maka peneliti membuat batasan-batasan masalah sebagai berikut :

1. Dalam penelitian hanya membahas keadaan pandemic Covid-19 di Indonesia di tahun 2020.
2. Variable motivasi sebagai variable Y1 dalam penelitian ini akan menggunakan konsep dari Pitana dan Gayatri (2005) menjelaskan faktor-faktor yang mendorong serta menarik wisatawan dalam berkunjung ke suatu destinasi yaitu faktor pendorong berupa *escape, relaxtion, play, self fulfilment, wish-fulfilment* dan faktor penarik berupa *strengthening family bonds, prestige, social interaction, romance* dan *educational opportunity*. Namun yang digunakan dalam penelitian ini adalah *relaxation, get away from stress, escape, cultural, challenge dan prestige*
3. Kunjungan kembali merupakan variable Y2 dalam penelitian ini. Dan Baker dan Crompton dalam Chung-Hslen Lin (2012) yang menyebutkan terdapat 2 dimensi dalam kunjungan kembali yaitu keinginan untuk merekomendasikan kepada orang dan keinginan untuk kembali berkunjung. Dan indicator pengukuran adalah

Intention to revisit, Plan to Revisit, Recommendation Intention dan Promotion Intention

4. Variable persepsi sebagai variable X dengan menggunakan konsep Bimo Walgito dalam Fentri (2017) sebagaimana dikemukakan bahwa persepsi adalah proses pengorganisasian dan penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh kelompok atau individu sehingga menciptakan suatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang terintegrasi dalam diri individu. Adapun aspek-aspek persepsi yaitu aspek kognitif, aspek afektif dan aspek konatif. Dari aspek tersebut memiliki indicator-indikator yang dijadikan pengukuran variable persepsi yaitu pandangan, pengetahuan, emosi, penilaian, alasan dan keinginan.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu:

1. Secara teori penelitian tentang persepsi, motivasi dan kunjungan kembali, akan membantu peneliti dalam memperluas pemahaman teori persepsi, motivasi dan kunjungan kembali.
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk berbagai bahan pertimbangan bagi pemerintah dan pihak-pihak terkait dalam menyusun strategi pengembangan daya tarik suatu daerah pada masa pandemic covid-19. Dan dapat mengetahui persepsi wisatawan dan motivasinya dalam melakukan kunjungan kembali atau keputusan berkunjung.

3. Sebagai referensi dan tambahan informasi bacaan bagi seluruh kalangan yang membutuhkan penelitian yang relevan mengenai ilmu pariwisata, serta masalah-masalah yang sama namun memiliki lokasi yang berbeda yang ingin diteliti.

