

# Analisa Persepsi Risiko terhadap Niat Wisata dan Persyaratan Tes Covid-19 di Indonesia

Chelsia Pranindyasari<sup>1</sup>, Sari Winahjoe Siswomihardjo<sup>2</sup>, Adestya Ayu Armielia<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Politeknik Multimedia Nusantara, Tangerang, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

<sup>3</sup>Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang, Indonesia

## ARTICLE INFO

Article history:

Received 3 April 2023

Received in revised form

14 April 2023

Accepted 5 Juni 2023

Available online 1 August 2023

Kata Kunci:

Risiko berwisata, Niat

Berwisata, Tes Covid-19

## ABSTRAK

Pandemi Covid-19, berdampak pada keterbatasan mobilitas dan menyebabkan beberapa sektor industri mengalami krisis termasuk di Indonesia. Industri yang membutuhkan kontak langsung sangat terdampak, seperti pariwisata yang mengalami kerugian akibat penurunan wisatawan mancanegara. Kelemahan tersebut dapat diatasi dengan mengembangkan niat untuk mengunjungi wisatawan domestik. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kesediaan membayar persyaratan perjalanan di Indonesia dan dampak persepsi risiko perjalanan terhadap niat perjalanan menggunakan Theory Planned Behavior (TPB). Structural Equation Modeling (SEM) digunakan pada tujuh hipotesis yang diukur pada 246 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan niat berwisata dipengaruhi oleh kemauan membayar persyaratan perjalanan melalui tiga variabel yaitu persepsi risiko, sikap perjalanan positif dan persepsi kontrol perilaku. Studi ini menyarankan pemerintah untuk meningkatkan kesadaran kesehatan dan pentingnya tes Covid-19 untuk mengurangi penyebaran. Industri pariwisata dapat memberikan promosi dengan menunjukkan kepercayaan dan risiko rendah bahwa perjalanan akan menyenangkan, positif, dan dapat diakses.

## ABSTRACT

The global pandemic of Covid-19, including Indonesia, impacted limited mobility and caused several industrial sectors crises. Industries with direct contact have an enormous impact, such as tourism, which has suffered losses due to a decrease in foreign tourists. The disadvantages can be overcome by developing the intention to visit domestic tourists. This study was conducted to analyze the willingness to pay for travel requirements in Indonesia and the impact of the perceived risk of traveling on travel intentions used Theory Planned Behavior (TPB). Structural equation modeling was used on seven hypotheses measured by 246 respondents. The results of this study indicate that the intention to travel is influenced by the willingness to pay for travel requirements through three variables the perception of risk, positive travel attitudes and perceived behavioral control. This study advises the government to increase health consciousness and the importance of Covid-19 tests to reduce the spread. The tourism industry can provide promotions by showing trust and low risk that the trip will be fun, positive, and accessible

## Pendahuluan

Pandemi Covid-19 telah terjadi di seluruh dunia pada akhir tahun 2019 yang memberikan gejala infeksi saluran pernapasan. Menurut WHO, pasien Covid-19 mengalami gejala ringan hingga sedang dan dapat sembuh tanpa membutuhkan perawatan khusus. Namun, pada orang tua dan orang yang memiliki penyakit bawaan akan berisiko serius jika terinfeksi Covid-19. Pencegahan penyakit dapat dilakukan dengan kebersihan diri sendiri yaitu mencuci tangan atau menggunakan hand sanitizer dan tidak sering menyentuh wajah. Penyakit ini mudah menular melalui tetesan air liur orang yang terinfeksi. Maka dari itu, WHO menganjurkan memakai masker untuk tindakan pencegahan. Wabah Covid-19 pertama kali memasuki Indonesia pada 5 Maret 2020 dan terus meningkat sampai lebih dari 3,8 juta kasus pada awal Juli 2021 seperti pada gambar 1 (World Health Organization., 2021) (Gambar 1). Pemerintah Indonesia membatasi mobilitas warga dengan penutupan perbatasan antar kota dan menguji tes Covid-19 sebanyak

<sup>1</sup> Corresponding author.

E-mail : [chelsia.pranindyasari@mntp.ac.id](mailto:chelsia.pranindyasari@mntp.ac.id), [sariwinahjoe@ugm.ac.id](mailto:sariwinahjoe@ugm.ac.id), [adestya.ayu@umn.ac.id](mailto:adestya.ayu@umn.ac.id)

mungkin. Anjuran 3M juga diterapkan yaitu mencuci tangan, menjaga jarak dan memakai masker. Namun, hanya 31,5 persen masyarakat di 6 kota besar menerapkan seluruh anjuran 3M (KPCPEN, 2020).



keyakinan dan perasaan pribadi setiap individu terhadap perilaku (Ajzen & Fishbein, 1980). sikap merupakan cara seseorang berpikir, merasa dan bertindak terhadap beberapa aspek lingkungannya. Berdasarkan teori TPB, apabila seseorang bersikap positif terhadap perilaku maka mereka cenderung memiliki niat yang positif untuk terlibat dalam perilaku. Perceived Behavioral Control merupakan kesulitan yang dirasakan saat melakukan perilaku tertentu. PBC terdiri dari keterampilan dan kemauan yang dibutuhkan, ketersediaan waktu dan uang dan lain sebagainya (Ajzen, 1991). Kondisi seseorang yang tidak memiliki sumber daya atau kesempatan tidak akan memiliki niat perilaku yang kuat. Norma subyektif adalah tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang dimaksud (Ajzen, 1991). Orang lain yang dianggap penting biasanya disebut referensi seperti orang tua, teman, kolega dan guru.

Konsep risiko merupakan potensi kerugian subjektif yang berasal dari ketidakpastian dan dapat diatasi dengan kemungkinan kejadian yang dapat ditetapkan (Bruwer & Cohen, 2019; Quintal et al., 2010). Pada pariwisata, risiko merupakan situasi di mana seseorang memprediksi keputusan untuk menghindari perjalanan ke suatu destinasi. Kondisi pandemi Covid-19 menyebabkan adanya risiko penularan yang disebabkan kunjungan wisatawan. Berdasarkan penelitian sebelumnya, persepsi risiko juga dapat mengubah keputusan rasional yang berkaitan dengan pariwisata atau pilihan tujuan wisata (Sánchez-Cañizares et al., 2021).

Penelitian sebelumnya menganalisis kemauan wisatawan dalam membayar fasilitas kesehatan dan keamanan selama pandemi Covid-19. Niat berkunjung pada teori TPB dikembangkan dengan verifikasi perilaku kesediaan untuk membayar fasilitas kesehatan. Konsep ini merupakan sejumlah uang atau biaya yang akan dibayarkan seseorang untuk meningkatkan kualitas barang atau jasa (Ramdas & Mohamed, 2014). Kemauan membayar ini dapat menjadi pengukuran yang bermanfaat untuk menilai barang atau jasa yang tidak memiliki nilai komersial di pasar tertentu. Penelitian ini menganalisis kemauan wisatawan dalam membayar persyaratan tes covid-19 pada niat berwisata selama pandemi di Indonesia. Persyaratan yang dimaksud adalah hasil negatif tes covid-19 berupa PCR atau antigen.

Pada masa pandemi Covid-19, penting bagi wisatawan untuk mengetahui kondisi kesehatan selama perjalanan. Kesadaran kesehatan merupakan pengukuran sejauh mana masalah kesehatan diintegrasikan pada aktivitas sehari-hari seseorang (Jayanti & Burns, 1998). Konsumen yang memiliki kesadaran kesehatan akan cenderung khawatir tentang kesehatan mereka dan terlibat dalam perilaku yang sehat (Mai & Hoffmann, 2012). Hutchins & Greenhalgh (1995) menemukan bahwa seseorang memiliki kemauan membayar yang tinggi untuk makanan organik pada konsumen yang sadar akan kesehatan dan lingkungan. Pada masa pandemi penting bagi pemerintahan untuk mengelola kesehatan masyarakat serta ekonomi secara bersamaan. Pariwisata yang merupakan sumber ekonomi terbesar menjadi tantangan untuk segera pulih dan keputusan untuk berwisata berisiko tinggi membutuhkan biaya yang besar sehingga memiliki proses yang rumit dan patut dipelajari (Mothersbaugh & Hawkins, 2016). Harapan dari penelitian ini dapat berkontribusi pada tindakan yang efektif untuk memulihkan pariwisata dan pengembangan langkah-langkah keamanan dalam jasa pariwisata.

## Metode

---

Penelitian ini merupakan penelitian formal-deskriptif-cross sectional yang menguji hipotesis dan menggambarkan fenomena yang memengaruhi niat berkunjung wisatawan nusantara selama pandemi Covid-19. Data penelitian didapatkan pada satu kali waktu atau dilakukan dalam satu waktu yang disebut cross sectional (Cooper & Schindler, 2014). Penelitian ini membutuhkan data primer yaitu proses pengambilan keputusan untuk berwisata dan kemauan membayar persyaratan tes covid-19. Data tersebut diperoleh melalui survei dengan kuesioner yang disebar secara online dengan google form. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 4 bagian yaitu bagian screening kriteria responden, bagian pertanyaan karakteristik responden, pertanyaan inti dan penutup. Pertanyaan inti diukur menggunakan skala Likert, skala poin 1-5 dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Kuesioner disebar melalui poster yang berisi tautan di media sosial dengan cara promote sehingga dapat tersebar lebih luas sesuai dengan kriteria responden.

Target populasi penelitian ini adalah penduduk Indonesia yang telah berwisata dalam negeri selama pandemi Covid-19. Sampel penelitian ini adalah penduduk Indonesia berusia 18-50 tahun yang pernah berwisata dalam negeri selama pandemi Covid-19 menggunakan transportasi umum. Usia 18 tahun dipilih karena dianggap sudah bisa bertanggung jawab atas pendapatnya, sedangkan usia 50 tahun merupakan batas usia lanjut. Jumlah sampel yang digunakan mengikuti jumlah minimum analisis SEM yaitu 200 (Hair

et al., 2010). Penelitian ini menggunakan teknik sampling non-probability sampling, yang berupa online sampling. Teknik non-probability purposive sampling dipilih karena pengambilan sampel tidak menggunakan prosedur, bergantung pada penilaian pribadi (Cooper & Schindler, 2014).

Terdapat 7 variabel yang diukur dan 15 variabel indikator. Variabel dependen penelitian ini adalah niat berwisata selama pandemi Covid-19. Variabel independen adalah kemauan membayar persyaratan tes Covid-19, kesadaran Kesehatan, dan norma subyektif sedangkan persepsi risiko, PBC dan sikap menjadi variabel mediator pada niat berwisata (Gambar 3). Analisis Structural Equation Modelling (SEM) dilakukan untuk menguji ketergantungan antara konsep atau konstruksi yang diwakili oleh beberapa variabel yang diukur dan dimasukkan ke dalam model yang terintegrasi (Malhotra, 2019). Terdapat beberapa tahapan analisis SEM dalam menentukan model pengukuran yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas dan model struktural menggunakan software SPSS dan AMOS.

### **Pengembangan Hipotesis**

Kemauan membayar didefinisikan sebagai kesediaan wisatawan untuk membayar persyaratan tes covid-19 dalam berwisata selama pandemi. Persyaratan tes covid-19 dilakukan sebagai tindakan pencegahan penyebaran virus. Sehingga persyaratan tersebut mengurangi persepsi kemungkinan terpapar covid-19 saat bepergian. Pada penelitian sebelumnya juga menemukan bahwa kemauan membayar memiliki pengaruh negatif pada persepsi risiko perjalanan (Hultman et al., 2015).

#### **H1: kemauan membayar persyaratan tes covid-19 berpengaruh negatif pada persepsi risiko berwisata selama pandemi covid-19.**

Janssen & Hamm (2012) mengungkapkan bahwa konsumen yang memiliki kesadaran kesehatan bersedia membayar mahal untuk produk makanan organik. Pada masa pandemi Covid-19, penting bagi wisatawan untuk mengetahui kondisi kesehatan selama perjalanan. Kesadaran akan kesehatan sangat diperlukan untuk menghindari penyebaran penyakit Covid-19 saat berwisata. Salah satu bentuk kesadaran kesehatan adalah menjaga konsumsi vitamin dan makanan bergizi. Seseorang yang memiliki kesadaran akan melakukan tindakan preventif 3M (mencuci tangan, memakai masker dan menjaga jarak) dan dapat menurunkan risiko terpapar Covid-19

#### **H2: Kesadaran kesehatan berpengaruh negatif pada persepsi risiko berwisata selama pandemi covid-19.**

Penelitian sebelumnya mengatakan bahwa persepsi risiko juga dapat mengubah keputusan rasional yang berkaitan dengan pariwisata atau pilihan tujuan wisata (Sönmez & Graefe, 1998). risiko juga dapat memengaruhi perceived behavioural control (PBC) seseorang atas suatu tindakan. Hal ini dikarenakan semakin besar persepsi tentang kemungkinan konsekuensi negatif yang timbul dari niat untuk bepergian maka semakin rendah kontrol yang dapat dilakukan (Quintal et al., 2010). Semakin tinggi risiko covid-19 yang dirasakan individu maka semakin kecil faktor kontrol yang dimiliki seperti ketersediaan waktu, uang dan kemauan untuk berwisata.

#### **H3: persepsi risiko berwisata berpengaruh negatif pada perceived behavioural control (PBC) wisatawan**

Persepsi risiko dapat menunjukkan ekspektasi kerugian yang kemungkinan besar akan berdampak negatif pada sikap mereka terhadap perilaku tertentu. Penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pariwisata Lobb et al. (2007) atau Quintal et al. (2010) telah menemukan jenis hubungan negatif ini antara persepsi risiko pada sikap.

#### **H4: persepsi risiko berwisata berpengaruh negatif pada sikap berwisata**

Pada sektor pariwisata, TPB telah digunakan untuk menjelaskan proses pengambilan keputusan yang mengarah pada pemilihan destinasi wisata (Lam & Hsu, 2006). Penelitian sebelumnya juga menunjukkan dampak yang berbeda dari risiko dan ketidakpastian pengambilan keputusan tentang perjalanan (Quintal et al., 2010). Salah satu variabel pada Theory Planned Behaviour adalah sikap yang memiliki pengaruh positif pada perilaku yang diartikan niat berwisata.

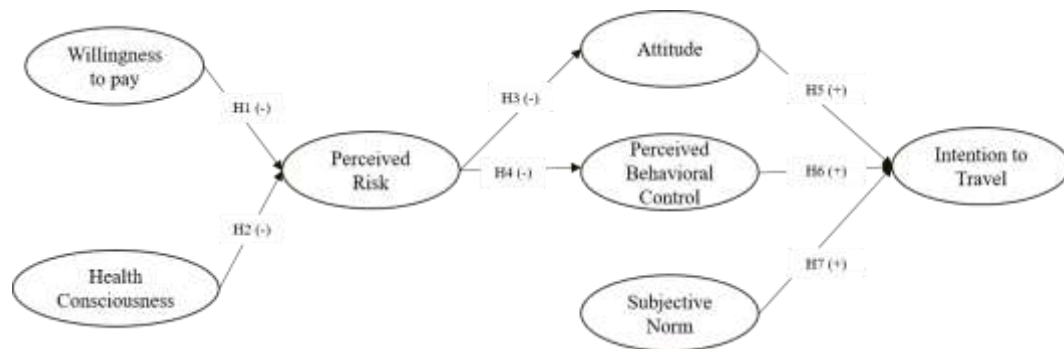
#### **H5: sikap wisatawan berpengaruh positif pada niat berwisata ulang**

Perceived behavioural control (PBC) yang dirasakan merupakan persepsi individu tentang kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku yang menarik (Ajzen, 1991). Seseorang yang percaya bahwa dia tidak memiliki sumber daya atau kesempatan untuk melakukan suatu perilaku tidak akan memiliki niat perilaku yang kuat walaupun sikap tersebut positif. Pada penelitian sebelumnya telah menemukan bahwa PBC wisatawan dapat memprediksi niat perilaku dan perilaku aktual mereka (Hu et al., 2018, 2019; Wang et al., 2019).

#### **H6: Perceived behavioral control (PBC) berpengaruh positif pada niat berwisata ulang**

Pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa norma subyektif secara positif memengaruhi niat perilaku dalam konteks yang berbeda (Hu et al., 2018, 2019; Wang et al., 2019). Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa jika wisatawan mengevaluasi bagaimana orang yang menjadi acuan ingin terlibat dalam perilaku berwisata selama pandemi, maka semakin besar kemungkinan perilaku tersebut akan diekspresikan (Wang et al., 2020).

#### H7: norma subjektif berpengaruh positif pada niat berwisata ulang



Gambar 3. Model Penelitian

## Hasil dan Pembahasan

### Profil Responden

Terdapat 246 responden yang berhasil mengisi kuesioner sampai akhir dan telah memenuhi jumlah minimum sampel. Responden penelitian ini didominasi oleh rentang usia 18-24 tahun yaitu 66,7 persen dan perempuan lebih banyak yaitu 58 persen. Jumlah responden laki-laki menunjukkan 41 persen atau 102 responden. Jenis pekerjaan paling banyak pada penelitian ini adalah pelajar atau mahasiswa sebanyak 116 atau 47 persen dan mayoritas bekerja sebagai karyawan yang terdiri dari PNS, karyawan BUMN atau karyawan swasta. Tingkat Pendidikan responden dibagi menjadi sekolah menengah, diploma, sarjana dan pascasarjana. Mayoritas responden telah meraih pendidikan tingkat sarjana yaitu sebanyak 172 orang atau 70 persen dengan Status pernikahan belum menikah sebanyak 84 persen. Rata-rata pendapatan per bulan responden dibagi menjadi lima rentang dari Rp 1.500.000 sampai di atas Rp 10.000.000. Sejumlah 28 persen atau 69 orang memiliki pendapatan per bulan kurang dari Rp 1.500.000. Hasil tersebut sesuai dengan usia mayoritas responden 18-24 tahun yang baru saja lulus sekolah atau melanjutkan kuliah.

Berdasarkan pertanyaan penggunaan selama berwisata menunjukkan Mayoritas responden lebih memilih berwisata dalam jangka waktu 1 hari sejumlah 32 persen dan berwisata bersama teman dengan jumlah 35 persen dibandingkan berwisata bersama keluarga yaitu 31 persen. Terdapat 67 persen responden melakukan tes covid menggunakan tes swab antigen. Ketika diberikan pertanyaan keterjangkauan tes covid-19 saat kuesioner dilakukan, 68 persen responden menjawab tidak terjangkau. Kuesioner diberikan pada bulan September 2021 dengan harga PCR Rp 900.000 dan swab antigen Rp 100.000. Menurut 48 responden rentang harga tes covid-19 yang terjangkau adalah Rp 30.000 sampai Rp 50.000.

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Terdapat 15 variabel indikator yang lolos kriteria minimum validitas dan reliabilitas. Hasil factor loadings seluruh variabel indikator menunjukkan angka lebih dari 0,5 yang berarti indikator dapat mengukur variabel laten lebih dari 50 persen. Nilai AVE seluruh variabel juga lebih dari 0,5 yang artinya semua indikator variabel dapat mewakili masing-masing variabel laten. Nilai composite reliability dan Cronbach's Alpha seluruh variabel menunjukkan lebih besar dari 0,7 yang artinya memiliki konsistensi dalam mengukur variabel latennya.



**Tabel 1.**  
Uji Validitas dan Reliabilitas

	<i>Factor Loading</i>	<i>AVE</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
<b>cut off value</b>	<b>0,50</b>	<b>0,60</b>	<b>0,70</b>	<b>0,70</b>
<b>Kemauan Membayar Persyaratan Tes Covid-19</b>		0,72	0,89	0,89
Kemauan membayar biaya tes kesehatan sebagai syarat perjalanan dan atau akomodasi selama pandemi Covid-19 (WTP1)	0,94			
Kemauan membayar pengeluaran ekstra untuk persyaratan perjalanan dan akomodasi (handsanitizer, disinfektan) (WTP2)	0,86			
<b>Kesadaran Kesehatan</b>		0,70	0,77	0,78
Saya menganggap diri saya sangat sadar kesehatan (HC1)	0,65			
Saya peduli dengan kondisi kesehatan saat bepergian (HC2)	0,70			
<b>Persepsi Risiko berwisata selama pandemi</b>		0,75	0,84	0,85
Pada situasi pandemi Covid-19, Wisatawan lebih memilih untuk menghindari berwisata (PR1)	0,78			
Pada situasi pandemi Covid-19, Wisatawan lebih memilih untuk mempersingkat durasi berwisata (PR2)	0,93			
<b>Sikap Berwisata</b>		0,64	0,85	0,84
Pada situasi pandemi Covid-19, berwisata dalam jangka pendek atau menengah merupakan hal yang baik (ATT1)	0,82			
Pada situasi pandemi Covid-19, akan menyenangkan untuk berwisata dalam jangka pendek atau menengah (ATT2)	0,77			
Pada situasi pandemi Covid-19, berwisata dalam jangka pendek atau menengah adalah hal yang positif (ATT3)	0,84			
<b>Perceived Behavioural Control (PBC)</b>		0,79	0,88	0,88
memiliki kendali dalam memutuskan untuk berwisata atau tidak selama pandemi Covid-19 (PBC1)	0,84			
memiliki sumber daya (uang, waktu dan tenaga) yang diperlukan untuk berwisata selama pandemi Covid-19 (PBC2)	0,94			
<b>Norma Subyektif</b>		0,91	0,92	0,95
Keputusan untuk berwisata selama pandemi akan dipengaruhi oleh pendapat keluarga (SN1)	1,12			
Keputusan untuk berwisata selama pandemi akan dipengaruhi oleh teman/rekan (SN2)	0,76			
<b>Travel Intention</b>		0,69	0,77	0,81
Jika mempunyai waktu luang, saya berniat berwisata dalam jangka pendek/menengah (INT2)	0,89			
Jika menginginkan liburan, akan niat berwisata dalam jangka pendek/menengah (INT3)	0,71			

### Analisis Structural Equation Modelling

Tahapan kedua setelah data lolos uji reliabilitas dan validitas maka dilakukan model structural untuk menganalisis hubungan antar konstruk laten. Uji goodness of fit perlu dilakukan untuk menentukan seberapa baik model yang direncanakan menghasilkan kovarians antara item indikator. menunjukkan hasil uji goodness of fit semua 12 indeks memenuhi kriteria. Hasil indeks GFI dan AGFI penelitian ini menunjukkan angka lebih besar dari angka minimum yaitu 0,9 yang artinya model sudah cocok dengan data sampel (Malhotra, 2019). Setelah model dinyatakan fit, maka uji hipotesis dapat dilakukan dengan analisis structural equation modelling pada aplikasi AMOS 22. Uji hipotesis dilakukan dengan batas p-value kurang dari 0,05 menunjukkan variabel memiliki hubungan signifikan dan didukung oleh teori.

**Tabel 2.**  
Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Pengaruh	Standardized coefficient	P-value		Hipotesis
H1	WTP → PR	-0,431	0,027	Signifikan	Didukung
H2	HC → PR	-0,211	0,049	Signifikan	Didukung
H3	PR → PBC	0,224	0,609	Tidak Signifikan	Tidak didukung
H4	PR → ATT	0,041	0,007	Signifikan	Tidak didukung
H5	ATT → INT	0,469	***	Signifikan	Didukung
H6	PBC → INT	0,151	0,047	Signifikan	Didukung
H7	SN → INT	0,068	0,214	Tidak Signifikan	Tidak didukung

Terdapat 4 hipotesis yang didukung dari 7 hipotesis yang diuji pada penelitian ini. Hasil uji hipotesis pertama yaitu pengaruh kemauan membayar persyaratan tes covid-19 pada persepsi risiko pada tabel 1 menunjukkan angka signifikansi 0,027 yang kurang dari 0,05 artinya hipotesis didukung. Nilai koefisien sebesar -0,431 menunjukkan semakin tinggi kemauan membayar persyaratan tes covid-19 dapat menurunkan persepsi risiko terpapar covid-19 selama perjalanan. Hipotesis kedua yaitu pengaruh kesadaran kesehatan pada persepsi risiko menunjukkan angka signifikansi 0,049 maka hipotesis didukung. Nilai koefisien sebesar -0,211 maka semakin tinggi tingkat kesadaran kesehatan wisatawan dapat menurunkan persepsi risiko terpapar covid-19. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian sebelumnya bahwa kemauan membayar fasilitas Kesehatan dapat mengurangi persepsi risiko berwisata selama pandemi (Sánchez-Cañizares et al., 2021). Semakin banyak yang melakukan tes Covid-19 sebelum bepergian maka memberikan jaminan bahwa seluruh wisatawan sehat dan mengurangi potensi terpapar penyakit. Wisatawan yang memiliki kesadaran Kesehatan juga memberikan proteksi untuk berwisata selama pandemi.

Hasil uji hipotesis ketiga yaitu pengaruh risiko berwisata selama pandemi pada perceived behavioural control pada tabel menunjukkan angka signifikansi 0,609 yang lebih besar dari 0,05 yang artinya hipotesis tidak dapat didukung. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa risiko berwisata yang dirasakan selama pandemi tidak berpengaruh pada perceived behavioural control atau pengendalian perilaku berwisata. Hasil penelitian menunjukkan pengendalian wisatawan Indonesia terletak pada diri mereka sendiri bukan dari risiko berwisata selama pandemi. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu Lee et al. (2012) bahwa persepsi risiko penyakit tidak berpengaruh pada keinginan dan niat berwisata karena telah memiliki perilaku adaptif. Karakteristik budaya Indonesia memiliki *uncertainty avoidance* yang rendah atau menyukai ketidakpastian sehinggalah yang tidak pasti menjadi menantang (Hofstede, 2021). Hipotesis keempat menyatakan bahwa risiko berwisata berpengaruh negatif tetapi hasil menunjukkan arah yang positif. Hal ini menunjukkan hipotesis keempat tidak didukung dan dapat disimpulkan risiko berwisata selama pandemi berpengaruh positif pada sikap berwisata dalam jangka waktu yang pendek. Hasil ini tidak selaras dengan penelitian sebelumnya bahwa risiko berwisata selama pandemic mempengaruhi sikap yang negatif (Sánchez-Cañizares et al., 2021). Hal ini dikarenakan mayoritas responden merupakan generasi Z yang memiliki risiko pandemi yang lebih rendah sehingga risiko berwisata tidak menjadi hambatan bepergian selama pandemi.

Hipotesis kelima menunjukkan signifikansi 0,001 yang artinya hipotesis didukung yaitu sikap berwisata berpengaruh positif pada niat berwisata ulang. Hasil uji hipotesis keenam seperti pada tabel menghasilkan nilai signifikansi 0,047. Maka dari itu, hipotesis keenam dapat didukung dan menunjukkan variabel perceived behavioural control berpengaruh positif signifikan pada niat berwisata ulang. Penelitian sebelumnya selaras dengan hasil penelitian ini bahwa sikap dan perceived behavioural control menjadi peran penting dalam menciptakan niat berwisata selama pandemi (Sánchez-Cañizares et al., 2021). Quintal et al. (2010) juga menemukan bahwa sikap positif berkunjung ke suatu negara dipengaruhi oleh pengalaman atau seberapa familiar destinasi tersebut. Keterdukungan hipotesis penelitian ini mungkin disebabkan rasa positif dan nyaman masyarakat Indonesia bepergian saat pandemi. Hasil uji signifikansi hipotesis ketujuh menghasilkan angka 0,214 yang lebih besar dari batas 0,05 yang artinya tidak didukung. Hal ini menunjukkan pengaruh norma subyektif tidak signifikan pada niat berwisata ulang. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya Sánchez-Cañizares et al. (2021) bahwa norma subyektif merupakan faktor niat berwisata yang paling rendah Hsu & Huang (2012). juga menyatakan negara yang sangat kolektivistis lebih mendengarkan orang yang dianggap penting dalam melakukan perilaku tertentu. Masyarakat Indonesia juga merupakan negara kolektivistis tetapi tidak sepenuhnya mendengarkan keluarga dan teman saat memutuskan untuk berwisata selama pandemic (Hofstede, 2021). Hal ini dikarenakan pengendalian berwisata selama pandemi terletak pada masing-masing individu bukan pada orang lain (Sánchez-Cañizares et al., 2021),

## Simpulan dan Saran

---

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa niat berwisata dipengaruhi oleh kemauan membayar persyaratan tes covid-19 dan kesadaran kesehatan melalui tiga variabel yaitu persepsi risiko, sikap dan perceived behavioural control. Mayoritas wisatawan yang merupakan generasi millennial juga memiliki tenaga, waktu dan uang yang cukup untuk berwisata karena memiliki pendapatan yang cukup dengan biaya

pengeluaran rendah. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kemauan membayar persyaratan tes covid-19 dapat meningkatkan niat berwisata selama pandemi.

Penelitian ini menguji tujuh hipotesis dengan hasil empat hipotesis didukung dan tiga hipotesis lainnya tidak didukung dengan kesimpulan:

1. Hasil penelitian menemukan kemauan membayar persyaratan tes Covid-19 berpengaruh negatif terhadap persepsi risiko. Hal ini dikarenakan semakin banyak yang melakukan tes dan terbukti negatif Covid-19 maka semakin kecil risiko terpapar penyakit.
2. Kesadaran Kesehatan berpengaruh negatif pada Persepsi risiko berwisata selama pandemi. Pengaruh negatif menunjukkan semakin tinggi kesadaran Kesehatan wisatawan maka semakin rendah persepsi risiko yang dirasakan. Hal ini dikarenakan kesadaran Kesehatan memberikan proteksi imun yang lebih kuat dan mengurangi risiko terpapar penyakit.
3. Persepsi risiko berwisata selama pandemi tidak berpengaruh pada perceived behavioral control. Wisatawan Indonesia tidak berpengaruh dengan risiko berwisata saat pandemi yaitu tertular penyakit atau membawa penyakit kepada orang lain. Hal ini dikarenakan Indonesia memiliki budaya penghindaran ketidakpastian yang rendah dapat diartikan lebih menyukai risiko tantangan berwisata selama pandemi.
4. Persepsi risiko berwisata berpengaruh positif pada sikap berwisata selama pandemi. Hasil ini disebabkan oleh mayoritas wisatawan yang menjadi responden berusia 18-24 tahun yang merupakan kelompok dengan risiko Covid-19 lebih rendah. Mereka dapat menyikapi risiko berwisata dengan melakukan perjalanan atau kunjungan dalam jangka waktu pendek.
5. Penelitian ini menemukan sikap berwisata berpengaruh positif pada niat berwisata ulang dikarenakan telah mempunyai pengalaman yang positif. Wisatawan Indonesia ramah dengan lingkungan destinasi wisata di sekitarnya sehingga menyebabkan niat berwisata di masa yang akan datang. Generasi milenial juga memiliki karakteristik menyukai berwisata paling tidak satu kali dalam satu tahun.
6. Perceived behavioural control berpengaruh positif pada niat berwisata ulang menunjukkan wisatawan dapat mengendalikan kondisi berwisata selama pandemi. Hal ini dikarenakan akses yang lebih mudah berwisata sejak peraturan pembatasan mulai dilonggarkan. Mayoritas wisatawan yang merupakan generasi millennial juga memiliki tenaga, waktu dan uang yang cukup untuk berwisata karena memiliki pendapatan yang cukup dengan biaya pengeluaran rendah.
7. Norma subyektif ditemukan tidak berpengaruh pada niat berwisata ulang dikarenakan keputusan berwisata tidak terletak pada kelompok referensi melainkan pada individu itu sendiri. Apabila seseorang bersikap positif berwisata selama pandemi dan memiliki kendali dan sumber daya maka mereka akan berwisata di masa yang akan datang.

Implikasi praktis bagi pelaku industri pariwisata yaitu penting memberikan kepercayaan bahwa perjalanan wisata selama pandemi akan menyenangkan dan positif. Informasi terkait perawatan kebersihan semua fasilitas perlu disampaikan dengan baik dan jelas untuk memberikan rasa aman kepada wisatawan. Program berwisata diluar ruangan seperti kebun binatang dan makan malam di taman perlu ditingkatkan frekuensinya karena memberikan kesan positif karena tingkat penularan yang lebih rendah.

Saran untuk penelitian selanjutnya dapat fokus pada responden dengan usia lebih dari 25 tahun yang telah memiliki pekerjaan tetap. Penyebaran kuesioner lebih baik dilakukan dengan perwakilan masing-masing kota. Sehingga data yang diperoleh lebih merata seluruh Indonesia. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan pertanyaan pra survey siapa yang menjadi penentu utama saat memutuskan berwisata. Penelitian tersebut dapat mejadi salam satu variabel pada key opinion leader yang mempengaruhi niat berwisata.

## Daftar Rujukan

---

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, N.J.
- Bruwer, J., & Cohen, J. (2019). Restaurants and wine by-the-glass consumption: Motivational process model of risk perception, involvement and information-related behaviour. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 270–280. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.07.006>



- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods 12 e.*. New York: McGraw-Hill.
- Hofstede. (2021). *Hofstede Indonesia Culture*. Hofstede Insights. <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/china,indonesia,japan,south-korea/>
- Hsu, C. H. C., & Huang, S. (Sam). (2012). An extension of the theory of planned behavior model for tourists. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 36(3), 390–417. <https://doi.org/10.1177/1096348010390817>
- Hu, H., Zhang, J., Chu, G., Yang, J., & Yu, P. (2018). Factors influencing tourists' litter management behavior in mountainous tourism areas in China. *Waste Management*, 79, 273–286. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2018.07.047>
- Hu, H., Zhang, J., Wang, C., Yu, P., & Chu, G. (2019). What influences tourists' intention to participate in the Zero Litter Initiative in mountainous tourism areas: A case study of Huangshan National Park, China. *Science of The Total Environment*, 657, 1127–1137. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2018.12.114>
- Hultman, M., Kazemina, A., & Ghasemi, V. (2015). Intention to visit and willingness to pay premium for ecotourism: The impact of attitude, materialism, and motivation. *Journal of Business Research*, 68(9), 1854–1861. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.01.013>
- Hutchins, R. K., & Greenhalgh, L. A. (1995). Organic confusion: sustaining competitive advantage. *Nutrition & Food Science*, 95(6), 11–14. <https://doi.org/10.1108/00346659510103584>
- Janssen, M., & Hamm, U. (2012). Product labelling in the market for organic food: Consumer preferences and willingness-to-pay for different organic certification logos. *Food Quality and Preference*, 25(1), 9–22. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2011.12.004>
- Jayanti, R. K., & Burns, A. C. (1998). The antecedents of preventive health care behavior: An empirical study. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26(1), 6–15. <https://doi.org/10.1177/0092070398261002>
- KPCPEN. (2020, November 4). *Memahami Perilaku dan Informasi Tepat untuk Mencegah Penularan COVID-19: Covid19 go id*. <https://covid19.go.id/p/berita/memahami-perilaku-dan-informasi-tepat-untuk-mencegah-penularan-covid-19>
- Lam, T., & Hsu, C. H. C. (2006). Predicting behavioral intention of choosing a travel destination. *Tourism Management*, 27(4), 589–599. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.02.003>
- Lath, V., Lee, T., Tan, K. T., & Wibowo, P. (2020, September 8). *With effort, Indonesia can emerge from the COVID-19 crisis stronger*. McKinsey Company. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/asia-pacific/with-effort-indonesia-can-emerge-from-the-covid-19-crisis-stronger>
- Lee, C.-K., Song, H.-J., Bendle, L. J., Kim, M.-J., & Han, H. (2012). The impact of non-pharmaceutical interventions for 2009 H1N1 influenza on travel intentions: A model of goal-directed behavior. *Tourism Management*, 33(1), 89–99. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.02.006>
- Lobb, A. E., Mazzocchi, M., & Traill, W. B. (2007). Modelling risk perception and trust in food safety information within the theory of planned behaviour. *Food Quality and Preference*, 18(2), 384–395. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2006.04.004>
- Mai, R., & Hoffmann, S. (2012). Taste lovers versus nutrition fact seekers: How health consciousness and self-efficacy determine the way consumers choose food products. *Journal of Consumer Behaviour*, 11(4), 316–328. <https://doi.org/10.1002/cb.1390>
- Malhotra, N. K. (2019). *Marketing research: An applied orientation* (7th ed.). Pearson/Prentice Hall.
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy* (13th ed.). McGraw-Hill Education.
- Quintal, V. A., Lee, J. A., & Soutar, G. N. (2010). Risk, uncertainty and the theory of planned behavior: A tourism example. *Tourism Management*, 31(6), 797–805. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.006>
- Ramdas, M., & Mohamed, B. (2014). Impacts of Tourism on Environmental Attributes, Environmental Literacy and Willingness to Pay: A conceptual and theoretical review. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 144, 378–391. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.307>
- Sánchez-Cañizares, S. M., Cabeza-Ramírez, L. J., Muñoz-Fernández, G., & Fuentes-García, F. J. (2021). Impact of the perceived risk from Covid-19 on intention to travel. *Current Issues in Tourism*, 24(7), 970–984. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1829571>
- Sönmez, S. F., & Graefe, A. R. (1998). Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety. *Journal of Travel Research*, 37(2), 171–177. <https://doi.org/10.1177/004728759803700209>
- Wang, C., Zhang, J., Cao, J., Hu, H., & Yu, P. (2019). The influence of environmental background on tourists' environmentally responsible behaviour. *Journal of Environmental Management*, 231, 804–810. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2018.10.089>

- Wang, C., Zhang, J., Xiao, X., Sun, F., Xiao, M., & Shi, Q. (2020). Examining the dimensions and mechanisms of tourists' environmental behavior: A theory of planned behavior approach. *Journal of Cleaner Production*, 273, 123007. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123007>
- World Bank. (2020). *Indonesia economic prospects towards a secure and fast recovery*.
- World Health Organization. (2021, May 4). *WHO coronavirus (covid-19) dashboard*. WHO. <https://covid19.who.int/>