

REVENGE TOURISM: ANALISIS MINAT WISATAWAN PASCA PANDEMI COVID-19

Annisa Aulya Sudjana¹, Siti Nur Aini², Hilman Khaerul Nizar³

Politeknik Negeri Bandung, Bandung, Indonesia^{1,2,3}

Email: annisa.aulya.upw18@polban.ac.id¹, siti.nur.upw19@polban.ac.id²,
hilman.khaerul.upw19@polban.ac.id³

Abstract

This study aims to determine the interest of tourists after the Covid-19 pandemic re-lated to the trend of "Revenge Tourism" or what is interpreted as revenge to travel after the Covid-19 pandemic. Apart from being able to know the interest of tourists from this research, it can also be known the type of tourism, budget, length of stay and other aspects of tourists that can be used as knowledge for tourism actors to make mitigation in tourist destinations to anticipate tourist surges and to help re-storing Indonesian tourism after the pandemic. The research method used is descriptive quantitative research, collecting data using a questionnaire consisting of 3 parts of questions, about tourist demographics, questions using the AIDA scale (Attention, Interest, Desire, and Action), the last part of the questionnaire includes budget, length of stay, and top 3 destinations. The test subjects are people who are scattered in various provinces in Indonesia, and are limited to collecting a sample of at least 100 respondents. The sampling technique used was random sampling technique and data processing was done quantitatively using the SPSS application. The data is presented in the form of a diagram that represents the presentation of processed data. The results obtained were that the 3 most wanted destinations to be visited after the pandemic were Yogyakarta, Labuan Bajo and Bali. And the types of marine tourism, mountain nature tourism and culinary tourism are the types of tourism that are most in demand by tourists. The budget prepared by tourists for post-pandemic travel is in the range of 1-3 million rupiah and the time for traveling is 3-4 days.

Keywords: Revenge Tourism, Travel Intention, Covid-19 Pandemic, AIDA Scale

PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor penghasil devisa tertinggi bagi Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata jumlah devisa pariwisata Indonesia pada tahun 2018 adalah sebesar \$19,29M. Selain itu

berdasarkan data dari *World Travel & Student Council*, Indonesia merupakan nomor satu di Asia Tenggara sebagai negara dengan pertumbuhan tercepat di sektor pariwisata. Kementerian Pariwisata memproyeksikan sektor pariwisata sebagai "core economy" dan

penyumbang terbesar devisa untuk 5 tahun kedepan. Namun pada tahun 2020 terjadi penyebaran virus Covid-19 yang berdampak besar terhadap pariwisata Indonesia maupun dunia,

menurut data Badan Pusat Statistik (2020) jumlah kedatangan mancanegara melalui jalur udara adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Jumlah Kunjungan Mancanegara Melalui Jalur Udara Tahun 2020

No	Pintu Masuk	Jumlah Kunjungan					
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
1	Soekarno-hatta	796934	558913	243751	755	489	1460
2	Ngurah Rai	526823	358254	155851	273	34	10
3	Juanda	173453	131032	52631	417	395	909
4	Kualanamu	17047	11700	5774	21	12	97
5	Husein Sastranegara	19327	14364	7375	10	1	95
6	Adi Sucipto	12035	12451	5784	0	-	0
7	Intl. Lombok	8371	7100	3162	0	-	7

(Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020)

Berdasarkan data di atas, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mengalami penurunan yang signifikan sejak bulan Februari hingga bulan Juni tahun 2020. Adanya pandemi mengharuskan orang-orang untuk mengurangi aktivitas di ruang publik guna mengurangi risiko terkena virus Covid-19. Hal ini kemudian menimbulkan kejenuhan yang dapat berujung pada stress dan depresi karena kondisi pandemi yang belum berakhir. Kejenuhan ini pada akhirnya membuat orang-orang kemudian melakukan balas dendam atau membuang kejenuhan dengan melakukan aktivitas-aktivitas yang disenangi atau yang diminati. Menurut Kertajaya (2020), perjalanan yang dilakukan oleh

wisatawan setelah berbulan-bulan berdiam diri di rumah karena pandemi Covid-19 disebut dengan Wisata Balas Dendam atau *Revenge Tourism*. Wisatawan melakukan perjalanan atau aktivitas wisata pada obyek wisata yang mereka minati.

Kata "minat" berasal dari Bahasa Inggris *interest* yang artinya perhatian, yaitu kecenderungan bertingkah laku yang terarah terhadap kegiatan objek kegiatan atau pengalaman tertentu (Echols & Shadily, 1987). Minat adalah kecenderungan dalam individu untuk tertarik pada sesuatu objek atau menyenangkan objek tersebut, hal ini berarti minat berkunjung adalah kecenderungan dalam individu untuk tertarik pada

suatu objek sehingga terdorong untuk berkunjung atau mendatangi objek tersebut (Suryabrata, 2006). Maka dari itu minat wisatawan adalah kecenderungan orang yang akan melakukan perjalanan wisata untuk tertarik terhadap suatu objek wisata sehingga terdorong untuk mengunjungi untuk tujuan rekreasi. Minat wisatawan juga dapat diketahui dari berbagai indikator yang berarti sesuatu hal yang dapat menjadi petunjuk atau keterangan terhadap minat wisatawan dalam melakukan perjalanan atau berkunjung ke suatu destinasi.

Pada penelitian ini, *AIDA Scale* digunakan untuk mengetahui pengambilan keputusan dan minat wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata pasca pandemi Covid-19. Skala AIDA merupakan singkatan dari *Attention, Interest, Desire, dan Action*. Konsep Skala AIDA menjelaskan tahapan proses respon konsumen dalam pengambilan keputusan (Moriarty et al., 2015).

METODE

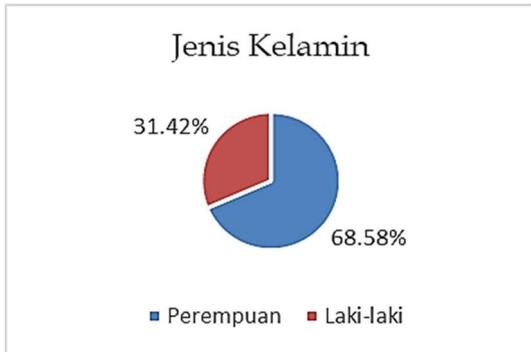
Jenis penelitian yang dipilih adalah penelitian kuantitatif, dengan hasil yang diolah secara matematis menggunakan aplikasi SPSS.

Penelitian ini lebih khusus menggunakan metode kuantitatif deskriptif, yaitu dengan menyajikan data secara apa adanya dan sebenarnya dari hasil perhitungan. Dari data yang telah diperoleh akan diolah dan ditarik kesimpulan terkait minat wisatawan pasca pandemi Covid-19 berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada kuesioner.

Pada penelitian ini disebar kuesioner kepada responden dengan menggunakan indikator skala AIDA untuk menilai minat wisatawan pasca pandemi Covid-19 yang terdiri atas 4 elemen, yaitu *Attitude (AT)*, *Interest (INT)*, *Desire (DI)* dan *Action (BI)*. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online agar lebih efektif dan efisien serta dapat diperoleh jangkauan data yang lebih luas dan bervariasi. Dengan jumlah target sampel minimal 100. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik random sampling dimana sampel dapat mewakili populasi yang ada.

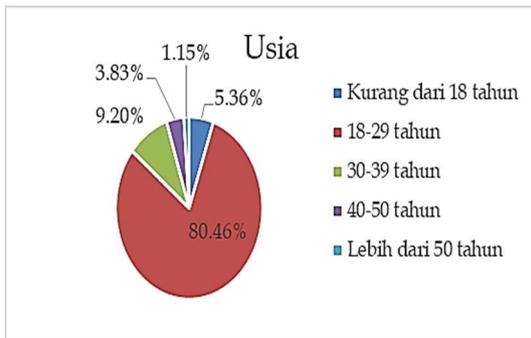
Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* dengan mencari fungsi deskripsi yang ada pada data yang telah didapatkan dari kuesioner. Terdapat pertanyaan kuesioner sebanyak 3 bagian yang terdiri dari pertanyaan di bagian 1 berupa demografi wisatawan (usia, pendidikan, domisili dan profesi), pada bagian 2 terdapat pertanyaan dengan skala jawaban 1-5 untuk pertanyaan tipe AIDA, dengan angka 1 mewakili jawaban sangat tidak setuju (STS) 2 setuju, 3 netral, 4 setuju dan skala 5 untuk jawaban sangat setuju. Pada bagian 3 diajukan pertanyaan terkait budget yang dipersiapkan untuk berwisata pasca pandemi, *length of stay* atau waktu tinggal untuk berwisata pasca pandemi, jenis wisata yang akan dipilih dan top 3 destinasi internasional dan nasional yang ingin dikunjungi pasca pandemi Covid-19.

HASIL DAN PEMBAHASAN
Demografi Wisatawan



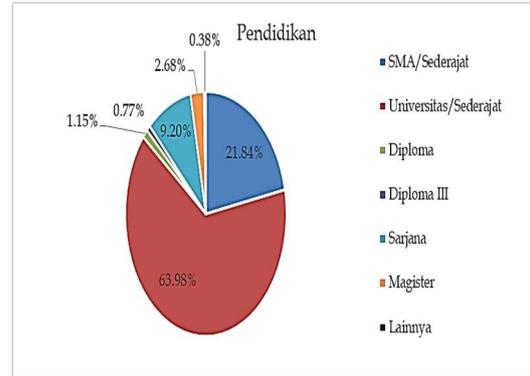
Gambar 1
Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
(Sumber: Data diolah, 2020)

Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui bahwa dari total 261 responden didominasi oleh perempuan sebanyak 68,58% dan laki-laki 31,42%.



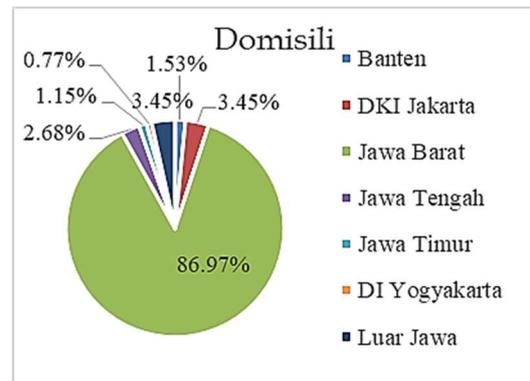
Gambar 2
Grafik Responden Berdasarkan Usia
(Sumber: Data diolah, 2020)

Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui bahwa dari total 261 responden terdapat 80,46% atau sebanyak 210 responden yang didominasi responden usia 19-29 tahun.



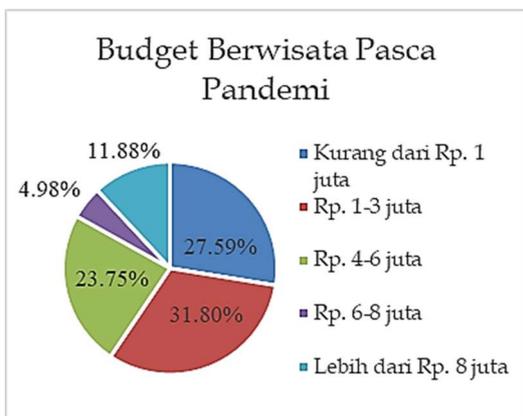
Gambar 3
Grafik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan
(Sumber: Data diolah, 2020)

Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui bahwa dari total 261 responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan jenjang pendidikan Universitas atau sederajat yaitu sebesar 63,98% atau sebanyak 167 responden.



Gambar 4
Grafik Domisili Responden
(Sumber: Data diolah, 2020)

Dari total responden, sebanyak 261 responden atau sebesar 86,97 responden, berdomisili di Jawa Barat merupakan yang terbanyak yaitu diikuti responden yang berdomisili di DKI Jakarta sebesar 3,45% atau sebanyak 9 responden.

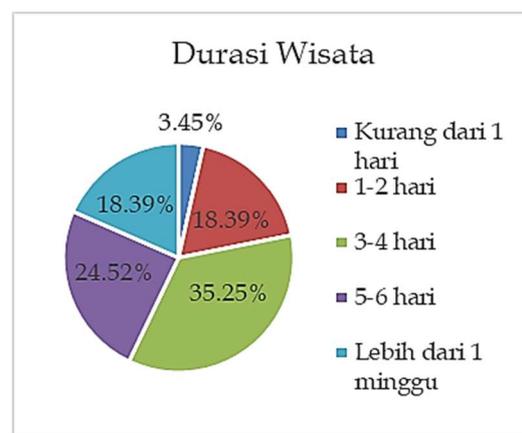


Gambar 5

Minat Berwisata Berdasarkan Budget Berwisata Pasca Pandemi
(Sumber: Data diolah, 2020)

Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui bahwa dari total 261 responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang hendak wisata dengan budget sebesar Rp. 1-3 juta yaitu sebanyak 83 responden atau sebesar 31,80%, diikuti dengan responden dengan budget wisata kurang dari Rp. 1 juta yaitu sebanyak 72 responden atau 27,59%.

Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui bahwa dari total 261 responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berencana mengunjungi destinasi wisata dalam negeri yaitu sebanyak 222 responden atau sebesar 85,06%. Sedangkan responden yang berencana mengunjungi destinasi wisata luar negeri ada sebanyak 37 responden atau sebesar 14,18%.



Gambar 7

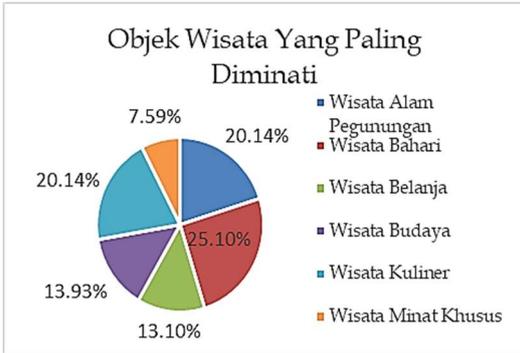
Minat Berwisata Berdasarkan Waktu Berwisata
(Sumber: Data diolah, 2020)

Dari grafik yang disajikan dapat diketahui bahwa dari total 261 responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang hendak wisata selama 3-4 hari yaitu sebanyak 92 responden atau sebesar 35,25%.



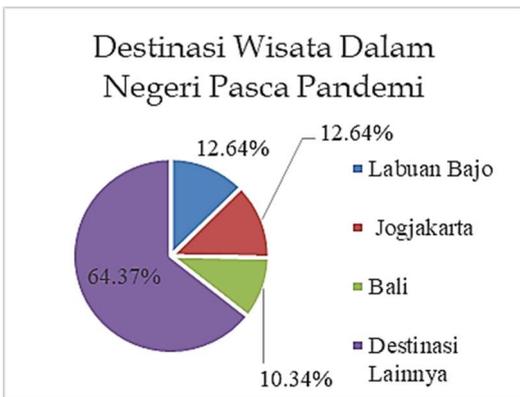
Gambar 6

Minat Berwisata Berdasarkan Pada Destinasi Wisata Yang Ingin Dikunjungi
(Sumber: Data diolah, 2020)



Gambar 8
Minat Berwisata Pada Objek Wisata Yang Paling Diminati
 (Sumber: Data diolah, 2020)

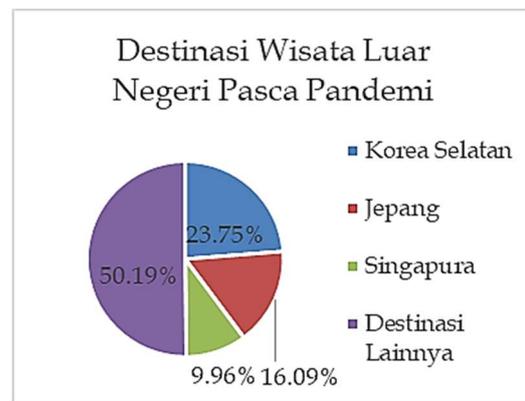
Dari hasil survei didapatkan data 3 jenis wisata yang paling diminati, bahwa Wisata Bahari merupakan yang paling diminati dengan persentase sebesar 25,10%, diikuti dengan Wisata Alam Pegunungan dan Wisata Kuliner dengan persentasi yang sama yaitu 20,14%.



Gambar 9
Minat Berwisata Pada Destinasi Wisata Dalam Negeri Pasca Pandemi
 (Sumber: Data diolah, 2020)

Dari hasil survei didapatkan bahwa terdapat 68 destinasi wisata berbeda yang menjadi pilihan responden untuk dikunjungi pasca pandemi namun penulis mencoba

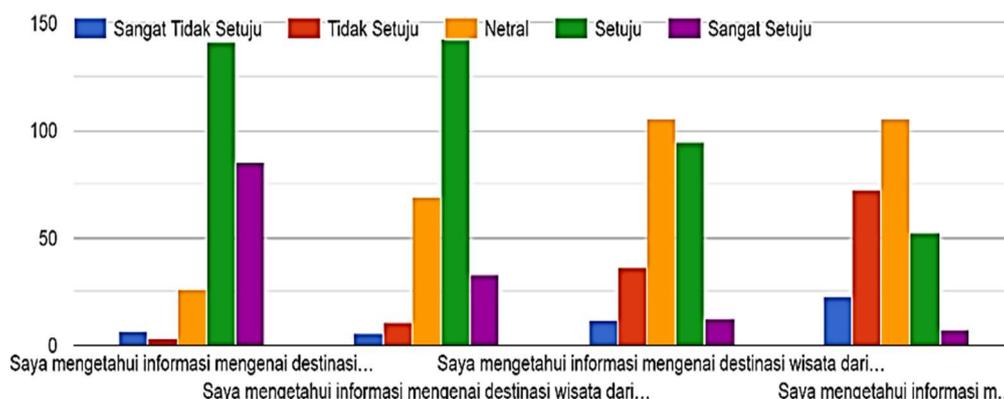
menentukan 3 destinasi dalam negeri yang paling ingin dikunjungi yaitu Labuan Bajo maupun DI Yogyakarta memiliki peminat yang sama sebesar 12,64%. Selain dua destinasi tersebut, Bali menjadi 3 destinasi dalam negeri yang paling ingin dikunjungi dengan persentase 10,34. Sisanya, sebesar 64,37% memilih destinasi lain yang tersebar menjadi 65 titik destinasi berbeda.



Gambar 10
Minat Berwisata Pada Destinasi Wisata Luar Negeri Pasca Pandemi
 (Sumber: Data diolah, 2020)

Dari hasil survei didapatkan bahwa terdapat 4 destinasi wisata berbeda yang menjadi pilihan responden untuk dikunjungi pasca pandemi namun penulis mencoba menentukan 3 destinasi luar negeri yang paling ingin dikunjungi yaitu negara Korea Selatan menjadi destinasi yang paling ingin dikunjungi dengan persentase 23,75, diikuti dengan negara Jepang dengan persentase sebesar 16,09%, dan terakhir yaitu negara Singapura dengan persentase 9,96%.

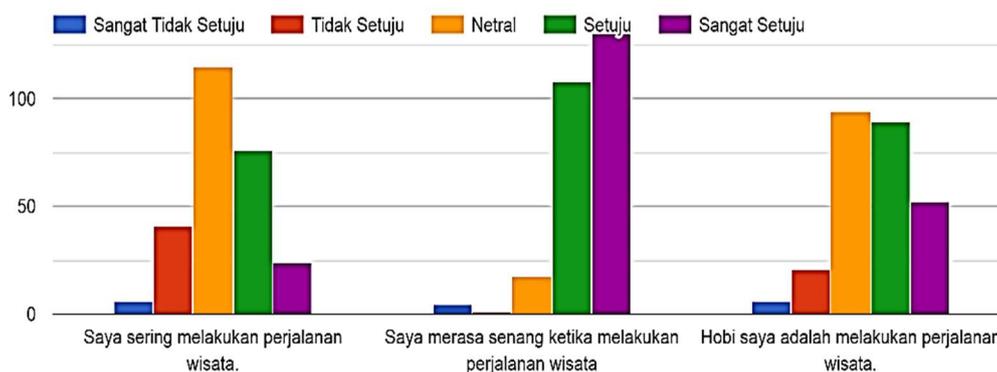
AIDA Scale
Attention



Gambar 11
Diagram Skala AIDA - Attention
(Sumber: Data diolah, 2020)

Diketahui dari data bahwa sebanyak 141 responden atau 53,81% memilih “setuju” mengetahui informasi tentang destinasi dari media sosial atau internet, pada pertanyaan kedua yaitu responden mengetahui informasi tentang destinasi wisata dari keluarga/teman responden memilih “setuju” adalah sebanyak 143

responden atau 54,58%. Pada pertanyaan ketiga yaitu responden mengetahui informasi destinasi dari tv/radio didominasi oleh jawaban “netral” sebanyak 106 responden atau 40,45%. Jumlah tersebut menghasilkan presentase yang sama untuk pertanyaan keempat tentang informasi destinasi.



Gambar 12
Diagram Skala AIDA - Interest
(Sumber: Data diolah, 2020)

Dapat diketahui dari data tentang aspek *Interest* dalam *AIDA Scale*, pada pertanyaan tentang frekuensi

melakukan perjalanan wisata, sebanyak 115 responden atau 43,89% memilih “netral”. Sedangkan untuk pertanyaan

kedua tentang responden senang untuk melakukan perjalanan wisata mendapatkan jawaban yang didominasi “sangat setuju” sebanyak 130 responden

atau 49,61%. Untuk pertanyaan ketiga tentang hobi melakukan perjalanan wisata, sebanyak 94 responden atau 35,87% memilih “netral”.



Gambar 13
Diagram Skala AIDA - Desire
 (Sumber: Data diolah, 2020)

Pada aspek *desire*, didapatkan data sebagai berikut: untuk pertanyaan tentang harapan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata pasca pandemi diperoleh hasil yang didominasi oleh jawaban “sangat setuju” yaitu sebanyak 128 responden atau 48.85% dan “setuju” sebanyak 92 orang atau 35,11%. Pada pertanyaan kedua tentang antusiasme wisatawan untuk melakukan perjalanan pasca

pandemi didapatkan hasil sebanyak 101 responden atau 38,54% memilih “setuju” dan 77 orang atau 29,38% memilih jawaban “sangat setuju”. Lalu pertanyaan terakhir tentang melakukan perjalanan wisata adalah hal yang wisatawan nantikan sebanyak 110 responden atau 41,98% memilih “sangat setuju” dan 94 responden atau 35,87% memilih “setuju”.



Gambar 14
Diagram Skala AIDA - Action
 (Sumber: Data diolah, 2020)

Pada aspek terakhir dari AIDA atau aspek *Action* diperoleh hasil sebagai berikut: sebanyak 118 responden atau 45,03% menjawab “setuju” berencana melakukan perjalanan wisata pasca pandemi Covid-19 dan 69 responden atau 26,33% memilih “sangat setuju”. Pertanyaan kedua yang memuat tentang persiapan budget untuk berwisata pasca pandemi Covid-19 sebanyak 118 orang atau 45,03% memilih jawaban “netral” dan 59 orang atau 22,51% memilih “setuju”. Pada pertanyaan selanjutnya yaitu tentang persiapan terkait *wishlist* destinasi yang akan dikunjungi pasca pandemi diperoleh hasil sebanyak 101 responden atau 38,54% memilih “setuju” sedangkan sebanyak 78 orang atau 29,77% menjawab “netral”.

KESIMPULAN

Penelitian *Revenge Tourism: Minat Wisatawan Pasca Pandemi Covid-19* dilakukan untuk mengetahui minat wisatawan untuk berwisata dalam segi destinasi, jenis wisata dan faktor lainnya sebagai sebuah sumber pengetahuan dan informasi yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku wisata di destinasi maupun pemerintah untuk membuat dan mengimplementasikan mitigasi untuk menghadapi lonjakan wisatawan yang melakukan perjalanan wisata pasca pandemi Covid-19.

Dari hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa minat wisatawan untuk berwisata pasca pandemi Covid-19 didominasi oleh tujuan destinasi dalam negeri seperti Labuan Bajo, DI Yogyakarta dan Bali sedangkan untuk jenis wisata yang paling diminati adalah

wisata bahari, wisata alam pegunungan dan wisata kuliner. Budget yang disiapkan oleh wisatawan cukup bervariasi dimulai dari 1-6 juta dan waktu tinggal untuk berwisata selama 3-4 hari. Wisatawan juga sangat menantikan untuk melakukan perjalanan pasca pandemi Covid-19.

Selain itu diketahui mitigasi yang harus dilakukan oleh destinasi yang banyak diminati oleh wisatawan diantaranya destinasi wisata bahari, wisata pegunungan dan wisata kuliner dalam negeri untuk bersiap mengantisipasi lonjakan wisatawan ketika kegiatan wisata pasca pandemi dilakukan. Selaras dengan Program Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia untuk memajukan wisata domestik Indonesia pasca pandemi melalui penerapan mitigasi berupa program CHSE (*Clean, Health, Safety, and Environment Sustainability*).

REKOMENDASI

Setelah melakukan penelitian tentang *Revenge Tourism* serta minat wisatawan pasca pandemi diperoleh rekomendasi sebagai berikut:

1. Pada sektor pemerintahan di tempat-tempat yang diketahui dari penelitian ini akan terjadi lonjakan wisatawan untuk segera memberikan perhatian terhadap destinasi wisata khususnya destinasi wisata bahari, destinasi wisata alam pegunungan dan destinasi kuliner untuk melakukan sertifikasi CHSE.
2. Untuk para pelaku wisata pada destinasi yang diketahui sangat

diminati untuk dikunjungi wisatawan pasca pandemi untuk bersiap dengan meningkatkan kualitas sarana dan prasarana yang ada di tempat wisata.

3. Bagi pelaku wisata dapat membuat produk wisata sesuai minat namun patuh terhadap CHSE.

DAFTAR PUSTAKA

- Echols, J. M., & Shadily, H. (1987). *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Kertajaya, H. (2020, April 07). *Webinar COVID-19 Crisis in Tourism: Threat and Opportunity*. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia.
- Lee, S., Song, H., Lee, C.-K., & Petrick, J. F. (2017). An Integrated Model of Pop Culture Fans' Travel Decision-Making Processes. *Journal of Travel Research*, 4.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Suryabrata. (2006). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafind.