

Preferensi Pemilihan Daerah Tujuan Wisata oleh Wisatawan Masa Pandemi Covid-19 di Jawa Barat

Hendra Gunawan¹ dan Sugiarti Rachim^{*2}

¹Organisasi Riset Hayati dan Lingkungan, Badan Riset dan Inovasi Nasional; Cibinong Science Center, Cibinong, Bogor, Jawa Barat 16911, Indonesia

²Biro Komunikasi Publik, Umum dan Kesekretariat, Badan Riset dan Inovasi Nasional, Gedung Kusnoto
Email: ugiarachim@gmail.com

Abstract

The Coronavirus disease-19 pandemic since the beginning of 2020 has had a negative impact on the tourism sector, not only reducing the number of visits but also changing the trend of choice of tourist destinations. This study aims to assess people's preferences towards tourist destinations during the pandemic. A survey using a questionnaire was conducted on 90 visitors to the National Flower and Animal Love Day exhibition at the Bogor Botanical Garden. The results of the study found that natural tourism became a trend during the pandemic, reaching 48.9% with the main objective of enjoying a pristine environment, a quiet and calm atmosphere, and cool and fresh air. Botanical gardens have the highest selection index for residents over the age of 50, while zoos, safari parks, national parks and natural parks have the highest selection index for the age group of adolescents to 20 years. Zoos and safari parks were favored by informants from the city, botanical gardens were favored by informants from the village, while national parks and natural parks were favored by both. Extreme tourism activities are preferred by the 31-40-year age group, moderate activities are preferred by the 41-50-year age group, while special interest tourism is preferred by the age group of 50 years and over. There is a trend of male informants liking natural tourism and modern tourism, while female informants like cultural, culinary and religious tourism. Due to changes in preferences for selecting tourist destinations and types of tourist activities, tourism managers are advised to carry out various product innovations or tour packages, visitor services, promotion/marketing, improve visitor facilities adapted to new normal conditions, and continue to implement health protocols.

Keywords: Botanical Gardens; Pandemic; Preferences; National Parks; Tourism.

Abstrak

Pandemi Coronavirus disease-19 sejak awal tahun 2020 memberikan dampak negatif pada sektor pariwisata, bukan hanya menurunkan jumlah kunjungan namun juga mengubah trend pilihan daerah tujuan wisata (DTW). Penelitian ini bertujuan menilai preferensi masyarakat terhadap daerah tujuan wisata selama masa pandemi. Sebuah survei menggunakan kuesioner dilakukan pada 90 orang pengunjung pameran Hari Cinta Puspa dan Satwa Nasional di Kebun Raya Bogor. Hasil penelitian menemukan bahwa wisata alam menjadi trend di masa pandemi, yaitu mencapai 48,9% dengan tujuan utama menikmati lingkungan yang masih alami, suasana hening dan tenang, serta udara sejuk dan segar. Kebun raya memiliki indeks seleksi tertinggi bagi responden berumur di atas 50 tahun, sedangkan kebun binatang, taman safari, taman nasional dan taman wisata alam memiliki indeks seleksi tertinggi bagi kelompok umur remaja sampai 20 tahun. Kebun binatang dan taman safari disukai oleh informan dari kota, kebun raya disukai informan dari desa, sedangkan taman nasional dan taman wisata alam disukai oleh keduanya. Aktivitas wisata ekstrim disukai oleh kelompok umur 31-40 tahun, aktivitas moderat disukai oleh kelompok umur 41-50 tahun, sedangkan wisata minat khusus disukai kelompok umur 50 tahun ke atas. Ada trend informan laki-laki menyukai wisata alam dan wisata modern, sedangkan informan perempuan menyukai wisata budaya, kuliner dan religi. Dengan berubahnya preferensi pemilihan daerah tujuan wisata dan jenis kegiatan wisata, pengelola wisata disarankan melakukan berbagai inovasi produk atau paket wisata, pelayanan pengunjung, promosi/pemasaran, peningkatan sarana fasilitas pengunjung yang disesuaikan dengan kondisi new normal, serta tetap menerapkan protokol kesehatan.

Kata kunci: Kebun Raya, Pandemi, Preferensi, Taman Nasional, Wisata.

A. PENDAHULUAN

Pada bulan Desember 2019, wabah pneumonia yang disebabkan oleh virus corona terjadi di Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok. Wabah ini kemudian diberi nama *Coronavirus Disease* atau Covid-19 (WHO, 2020). Penyebaran Covid-19 di Indonesia dikonfirmasi resmi pada tanggal 2 maret 2020 (Sukur et al., 2020) dan kini telah menyebar di 34 provinsi. Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak negatif pada tatanan sosial, ekonomi dan akhirnya tekanan pada lingkungan. Pandemi Covid 19 merupakan wabah yang mengubah tatanan kehidupan masyarakat diseluruh dunia atau disebut dengan *new normal* (Paramita & Putra, 2020). Tatanan sosial kehidupan masyarakat banyak berubah secara drastis, misalnya dalam berinteraksi dan berkomunikasi serta beraktivitas sosial. Interaksi sosial banyak dilakukan secara *virtual* dan berbagai aktivitas dilakukan secara terbatas yang pada akhirnya berdampak pada aspek perekonomian.

Covid-19 berdampak sangat berat bagi perekonomian terutama yang mengandalkan perekonomian dalam sektor pariwisata (Paramita & Putra, 2020; Purwahita et al., 2021). Hal ini terlihat pada penurunan yang besar dari kedatangan wisatawan mancanegara. Penurunan juga terjadi karena perlambatan perjalanan domestik, karena keengganan masyarakat melakukan perjalanan karena khawatir dengan dampak Covid-19. Dampak pada sektor pariwisata dan perjalanan berlanjut pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), dan terganggunya lapangan kerja. Padahal pariwisata menyerap lebih dari 13 juta pekerja, belum termasuk dampak turunan atau *multiplier effect* yang mengikuti termasuk industri turunannya (Sugihamretha, 2020).

Fakta menunjukkan pariwisata merupakan salah satu sektor yang terdampak oleh pandemi Covid-19, bukan hanya menurunkan jumlah kunjungan namun juga hilangnya banyak lapangan kerja. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia secara kumulatif selama periode Januari-November 2020 hanya mencapai 3,89 juta kunjungan, lebih rendah dari periode yang sama di tahun sebelumnya yaitu sebesar 14,73 juta wisatawan mancanegara atau mengalami penurunan tajam sebesar 73,60 persen. Terdapat 10.946 usaha pariwisata yang terdampak dan 30.421 tenaga kerja wisata kehilangan pekerjaan (Utami & Kafabih, 2021).

Pandemi covid-19 juga mengubah cara dan pola dalam berwisata. Pada masa pandemi Covid-19, wisatawan akan mengutamakan kesehatan dan keselamatan dengan tetap melaksanakan protokol kesehatan. Perubahan yang sangat besar terlihat dari kelompok wisatawan dalam berwisata. Jika dahulu mereka berada dalam kelompok yang besar karena akan menghemat *budget*, tetapi demi keamanan dan kenyamanan maka mereka akan ada dalam kelompok kecil. Penggunaan *individual transportation* akan lebih tinggi dibandingkan *mass transport* karena *physical distancing*. *Wellness tour* ini seperti spa, yoga, meditasi, melukat (pembersihan diri ke sumber mata air yang disucikan), merasakan kuliner sehat dan paket wisata spiritual diperkirakan akan berkembang. Demikian juga dengan *virtual tour*, diperkirakan akan semakin berkembang (Paramita & Putra, 2020).

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mencatat perubahan pola berwisata di masa pandemi Covid-19. Saat ini masyarakat lebih suka ke lokasi pariwisata yang tidak jauh dari rumah, jangkauannya bisa dicapai dengan mobil pribadi, karena banyak masyarakat yang cemas untuk berpergian melalui jalur udara. Di sisi lain, lokasi yang didatangi juga merupakan lokasi yang bisa mengakomodir wisata keluarga. Selain itu, tren yang juga muncul adalah wisata *outdoor* karena banyak masyarakat yang merasa lebih aman melakukan wisata secara *outdoor*. Meskipun demikian, wisata di *outdoor* saat pandemi, berbeda dengan era sebelum pandemi yang banyak dilakukan dalam kelompok besar (Safitri., 2021).

Trend wisata *back to nature* banyak kembali diminati di masa pandemi, karena orang merasa lebih nyaman dan aman di udara terbuka daripada di dalam ruangan. Masyarakat kini menyukai

tempat-tempat wisata yang menerapkan standar CHSE atau *Cleanliness* (Kebersihan), *Health* (Kesehatan), *Safety* (Keamanan), dan *Environment Sustainability* (Kelestarian Lingkungan). Wisata *back to nature* yang berkelanjutan inilah yang sangat digemari (Safitri., 2021). Sementara menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *trend* wisata *new normal* saat pandemi masih melanda ada lima yaitu *staycation*, *volunterism*, *virtual tourism*, wisata alam, dan *road trip* (Kemenparekraf/Baparekraf, 2020).

Paradigma *culture of sharing* menjadi *culture of distancing* membuat para wisatawan cenderung lebih memilih berlibur di tempat yang menyediakan pengalaman "berjarak", dan jauh dari keramaian. Dahulu pariwisata mengejar *number oriented*, sekarang fokus ke *quality* dan *sustainability* (Natalia, 2021). Perubahan *trend* Daerah Tujuan Wisata (DTW) dan aktivitas berwisata selama masa pandemi Covid-19, merupakan fenomena baru sebagai upaya adaptasi masyarakat terhadap kondisi *new normal*. Di sisi lain, fenomena baru ini belum banyak diteliti sehingga ada kesenjangan (*gap*) informasi dan data yang dapat digunakan sebagai acuan bagi para pengelola DTW dalam mengantisipasi naiknya jumlah pengunjung dan menyediakan sarana dan fasilitas wisata serta paket-paket wisata yang dapat dijual.

Kebutuhan akan data dan informasi tentang preferensi masyarakat terhadap DTW di masa pandemi serta faktor-faktor yang mempengaruhinya, telah memotivasi dilakukan sebuah penelitian. Penelitian ini bertujuan menggali preferensi pemilihan DTW dan aktivitas wisata yang dilakukan wisatawan di DTW pada masa pandemi Covid-19 serta hubungannya dengan umur dan asal wisatawan. Hasil penelitian ini merupakan temuan baru yang dapat dijadikan acuan bagi pengelola wisata dalam menyediakan sarana, fasilitas dan paket-paket wisata yang diminasti pengunjung serta merancang promosi berbagai aktivitas wisata *outdoor* di masa pandemi.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2020 di arena pameran Hari Cinta Puspa dan Satwa Nasional (HCPSN) yang berlokasi di Kebun Raya Bogor. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data utama, karena kuesioner memungkinkan data kuantitatif dikumpulkan dengan cara yang terstandarisasi sehingga secara internal konsisten dan koheren untuk dianalisis. Kuesioner berisi daftar pertanyaan yang diisi oleh informan untuk memberikan pendapatnya (WHO, 2001). Kuesioner dibuat sesuai dengan tujuan dari penelitian ini. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner terstruktur, dimana pertanyaan dan jawaban sudah disediakan sehingga komentar dalam kata-kata informan diminimalkan. Pertanyaan-pertanyaan sudah pasti, konkrit dan sudah ditentukan sebelumnya. Pertanyaan-pertanyaan yang sama diberikan kepada semua informan (Roopa & Rani, 2012). Jumlah pengunjung pameran HCPSN yang menjadi informan adalah 90 orang yang secara random mengisi kuesioner yang disediakan di meja resepsionis selama pameran berlangsung.

Hipotesis penelitian yang ingin dibuktikan adalah bahwa pada masa pandemic Covid-19 terjadi perubahan preferensi masyarakat dalam memilih daerah tujuan wisata. Untuk mengukur preferensi informan, kami mengadopsi sebuah rumus indeks seleksi yang diperkenalkan oleh (Neu et al, 1974). Rumus ini banyak digunakan dalam studi preferensi satwa dalam memilih habitatnya, hal ini dapat dianalogikan dengan preferensi pengunjung dalam memilih daerah tujuan wisata. Jika dalam studi satwa, indeks pemilihan habitat dihitung berdasarkan penggunaan habitat sebagai rasio antara habitat di mana suatu spesies tercatat dibandingkan dengan proporsi setiap habitat dalam wilayah studi (Manly, et al., 2017), maka dalam penelitian ini kami menghitung indeks seleksi preferensi berdasarkan ratio dari proporsi informan dengan proporsi daerah tujuan wisata atau aktivitas wisata terpilih. Indeks seleksi preferensi dihitung dengan rumus:

$$\text{Selection index } w = r / a,$$

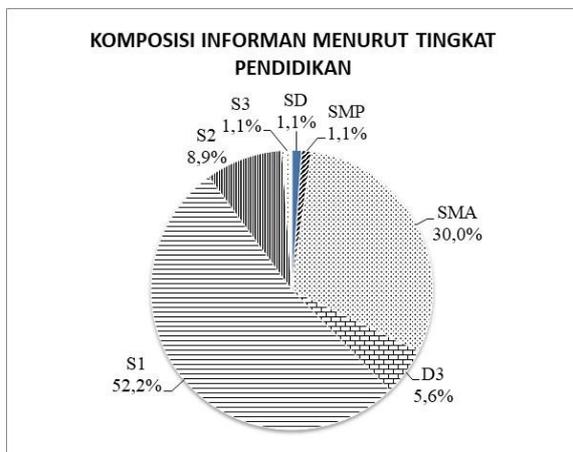
Dimana r adalah proporsi daerah tujuan wisata atau aktivitas wisata terpilih adalah proporsi informan menurut kategori kelas umur, *gender* atau lingkungan asal. Jika indeks seleksi lebih dari 1, maka daerah tujuan wisata atau aktivitas wisata tersebut disukai.

C. HASIL DAN ANALISIS

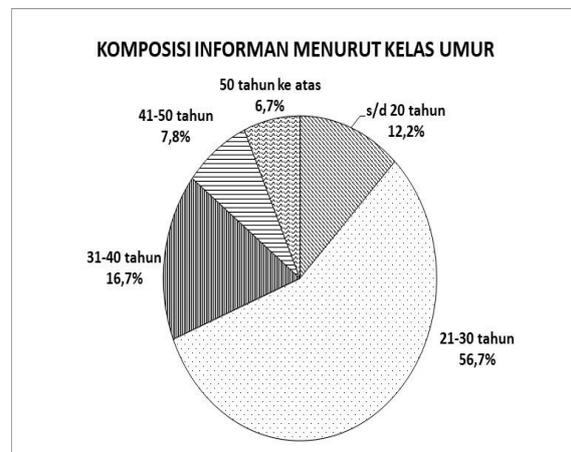
Karakteristik Informan

Selama dua hari pameran HCPSN, diperoleh 90 informan yang secara sukarela bersedia mengisi kuesioner yang disediakan di meja resepsionis. Sebanyak 51% informan perempuan dan 49% informan laki-laki. Sebanyak 52,2% informan berpendidikan sarjana atau sedang kuliah strata-1, kemudian di posisi kedua adalah pelajar SMA 30,0%. Pameran merupakan media komunikasi untuk mensosialisasikan program yang dikemas dalam konsep populer namun tetap dalam suasana dan penyajian materi secara ilmiah. Oleh karena itu, pameran ini banyak menarik kalangan mahasiswa dan pelajar yang umumnya haus akan informasi dan pengetahuan baru.

Pengunjung dengan kelas umur 21-30 tahun mendominasi pameran dengan persentase mencapai 56,7%. Hal ini diperkirakan karena tema dan topik yang diangkat relevan dengan informan pada kelompok usia tersebut. Tema yang diangkat dalam peringatan HCPSN tahun 2020 adalah *Puspa dan Satwa Harapan untuk ketahanan Pangan dan Kesehatan* dengan tujuan mengingatkan masyarakat tentang perlunya perlindungan puspa dan satwa Indonesia, terutama yang ada di lingkungan terdekat, sebagai sumber ketahanan pangan, demi terwujudnya pembangunan berkelanjutan di tengah pandemi Covid-19 (KLHK, 2020). Tema tersebut dikemas dalam pameran ini dengan bentuk pameran fotografi flora dan fauna.



Gambar 1. Komposisi informan menurut tingkat pendidikannya



Gambar 2. Komposisi informan menurut kelas umur

Berdasarkan rekapitulasi dari seluruh kelas umur, tingkat pendidikan, *gender* dan lingkungan asalnya, pengunjung pameran HCPSN hampir proporsional memilih ketiga kelompok daerah tujuan wisata yang ada di wilayah Jawa Barat dan DKI Jakarta (Gambar 3). Meskipun demikian taman nasional dan taman wisata relatif dipilih oleh lebih banyak informan. Perbedaan mencolok justru ketika informan diminta memilih jenis aktivitas yang disukainya di tempat wisata, lebih setengah (53,3%) dari mereka memilih aktivitas wisata yang moderat (Gambar 3). Pemilihan aktivitas ekstrim juga cukup banyak, lebih dari sepertiga. Sementara wisata dengan minat khusus hanya disukai oleh sebagian kecil wisatawan (Gambar 4). Kategori wisata alam seperti wisata di

taman nasional dan taman wisata alam, banyak dipilih untuk berwisata di masa pandemi, yaitu mencapai 48,9% (Gambar 5).

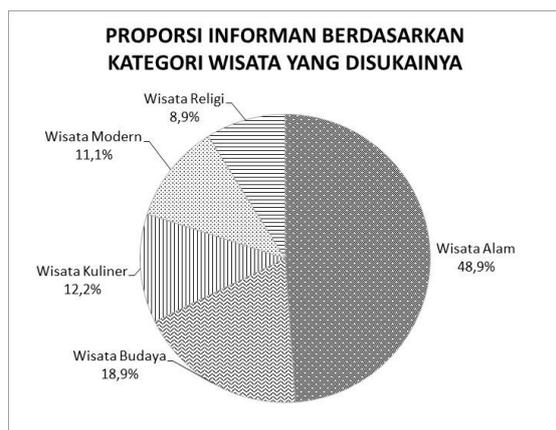


Gambar 3. Proporsi informan berdasarkan daerah tujuan wisata yang disukainya

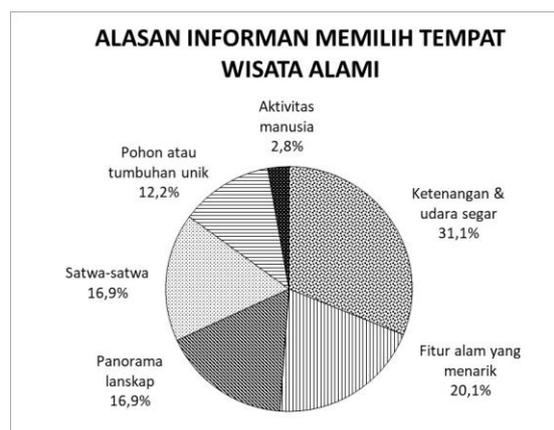


Gambar 4. Proporsi informan berdasarkan jenis aktivitas wisata yang disukainya

Di masa pandemi, wisatawan memilih berwisata ke taman nasional atau taman wisata alam dengan alasan utama menikmati lingkungan yang masih alami, suasana hening dan tenang, serta udara yang sejuk dan segar (Gambar 6). Di tempat-tempat alami, wisatawan juga berharap dapat menikmati kondisi fisik wilayah yang indah dan menarik, seperti sungai yang jernih, air terjun yang unik, formasi batu-batu dan tebing atau ngarai yang khas, kabut dan awan yang indah, serta panorama lanskap yang menjadi *landmark*. Wisatawan juga berharap dapat bertemu satwa-satwa unik, lucu atau indah, melihat pohon atau tanaman yang unik, indah atau langka. Aktivitas keseharian masyarakat lokal yang masih tradisional dan dekat dengan alam juga menjadi daya tarik tempat-tempat wisata alami yang dinikmati oleh wisatawan. Dalam sub bab berikutnya akan dijelaskan preferensi wisatawan terhadap daerah tujuan wisata, jenis aktivitas wisata dan kategori wisata.



Gambar 5. Proporsi informan berdasarkan kategori wisata yang disukainya



Gambar 6. Alasan informan memilih tempat wisata alami

Preferensi Daerah Tujuan Wisata

Preferensi konsumen adalah sikap pilihan suka atau tidak suka seseorang terhadap produk (barang atau jasa) dari berbagai pilihan produk yang ada (Kotler & Keller, 2012). Preferensi adalah suatu proses membuat rangking seluruh hal yang dapat dikonsumsi dengan tujuan memperoleh preferensi atas suatu produk maupun jasa (Frank, 2011). Terdapat enam langkah ketika seorang konsumen memutuskan untuk membeli suatu barang dan jasa, yang disebut sebagai model *hierarchy of effect*, yaitu: (1) *awareness* atau kesadaran, (2) *knowledge* atau pengetahuan, (3) *liking* atau kesukaan, (4) *preference* atau kelebihsukaan, (5) *conviction* atau keyakinan, (6) *purchase* atau pembelian. Dari model ini terlihat jelas bahwa konsumen melewati tahap belajar (kognitif), merasakan (afektif) dan bertindak (*behavior*) (Kotler & Keller, 2012). Preferensi konsumen muncul dalam tahap evaluasi, dimana konsumen menentukan peringkat merek dan membentuk niat pembelian (Kotler & Armstrong, 2010).

Setiap manusia memiliki preferensi atau tingkat kesukaan terhadap sesuatu, demikian juga dalam hal berwisata. Setiap orang cenderung memilih daerah tujuan wisata tertentu sesuai dengan preferensinya setelah melalui berbagai pertimbangan. Suatu daerah tujuan wisata bisa saja disukai oleh kelompok umur tertentu tetapi belum tentu disukai oleh kelompok umur yang lain. Demikian juga dengan kelompok *gender*, tentu saja memiliki preferensi terhadap kategori wisata tertentu. Latar belakang lingkungan tempat tinggal diduga juga mempengaruhi preferensi seseorang dalam memilih daerah tujuan wisatanya. Berikut ini akan disampaikan beberapa temuan terkait dengan preferensi informan terhadap daerah tujuan wisata dan aktivitas wisata, di Jawa Barat.

Preferensi terhadap daerah tujuan wisata menurut kelas umur wisatawan

Dalam Tabel 1 tampak bahwa daerah tujuan wisata Kebun Raya Bogor menjadi favorit dari kelompok umur 50 tahun ke atas sebagai tujuan wisata di masa pandemi. Kelompok umur 21-40 tahun dan 41-50 tahun juga masih memiliki preferensi mengunjungi Kebun Raya Bogor untuk wisata di masa pandemi. Kebun Binatang dan Taman Safari menjadi favorit informan remaja berumur sampai 20 tahun dan kelompok dewasa berumur 21-30 tahun. Sementara wisata alam di taman nasional atau taman wisata alam menjadi pilihan wisatawan kelompok umur remaja sampai umur 20 tahun dan hingga kelompok umur 21-30 tahun dan 31-40 tahun. Daerah tujuan wisata alam yang diminati wisatawan antara lain Taman Nasional (TN) Gunung Gede-Pangrango, TN Gunung Halimun-Salak, TN Gunung Ciremai, TN Ujung Kulon, Geopark Ciletuh dan Geopark Pongkor.

Tabel 1. Indeks seleksi preferensi menurut kelas umur wisatawan terhadap daerah tujuan wisata

Umur	Informan		Kebun Raya		Kebun Binatang, Taman Safari		Taman Nasional, Taman Wisata Alam	
	Jumlah	Proporsi	Proporsi terpilih	Indeks seleksi	Proporsi terpilih	Indeks seleksi	Proporsi terpilih	Indeks seleksi
s/d 20 tahun	11	0,12222	0,06897	0,56426	0,14286	1,16883	0,15625	1,27841
21-30 tahun	51	0,56667	0,48276	0,85193	0,64286	1,13445	0,59375	1,04779
31-40 tahun	15	0,16667	0,17241	1,03448	0,14286	0,85714	0,18750	1,12500
41-50 tahun	7	0,07778	0,10345	1,33005	0,07143	0,91837	0,06250	0,80357
50 tahun up	6	0,06667	0,17241	2,58621	0,00000	0,00000	0,03125	0,00521
Jumlah	90	1	1	6,36693	1	4,07880	1	4,25998

Preferensi terhadap daerah tujuan wisata menurut lingkungan asal wisatawan

Lingkungan tempat tinggal wisatawan, yaitu di perdesaan atau perkotaan diduga mempengaruhi preferensi dalam memilih daerah tujuan wisata. Wisatawan yang biasa tinggal di lingkungan perdesaan lebih memilih wisata ke Kebun Raya, sedangkan yang biasa tinggal di lingkungan perkotaan lebih memilih wisata ke kebun binatang atau taman safari. Sementara itu, taman nasional dan taman wisata alam sama-sama menjadi pilihan wisatawan dari lingkungan perdesaan maupun perkotaan. Fenomena ini diduga dipengaruhi oleh faktor *ingin melihat hal yang berbeda dengan yang biasa dilihat di lingkungan tempat tinggalnya*. Oleh karena itu, taman nasional dan taman wisata alam diminati oleh wisatawan dari kota maupun dari desa, hal ini diduga karena mereka belum pernah berwisata ke tempat tersebut yang umumnya berada di pelosok dan masih dalam kondisi alami, sehingga berbeda dengan kondisi tempat tinggalnya yang relatif sudah lebih modern.

Tabel 2. Indeks seleksi preferensi menurut lingkungan asal wisatawan terhadap daerah tujuan wisata

Informan	Kebun Raya		Kebun Binatang, Taman Safari		Taman Nasional, Taman Wisata Alam			
	Jumlah*	Proporsi	Proporsi	Indeks	Proporsi	Indeks		
Lingkungan Asal	Jumlah*	Proporsi	Proporsi terpilih	Indeks seleksi	Proporsi terpilih	Indeks seleksi		
Kota	55	0,62500	0,55556	0,88889	0,68966	1,10345	0,62500	1,00000
Desa	33	0,37500	0,44444	1,18519	0,31034	0,82759	0,37500	1,00000
Jumlah	88	1	1	2,074074	1	1,9310345	1	2

*) dua orang tidak mengisi lingkungan asal

Preferensi wisatawan terhadap macam aktivitas di lokasi wisata

Tidak hanya daerah tujuan wisata yang dipertimbangkan, tampaknya wisatawan juga memiliki preferensi terhadap aktivitas tertentu selama berada di tempat wisata. Aktivitas tersebut dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori yaitu (1) aktivitas wisata ekstrim, (2) aktivitas wisata moderat, serta (3) aktivitas wisata minat khusus. Aktivitas wisata ekstrim adalah aktivitas wisata yang menantang bahaya (Pujaastawa & Ariana, 2015). Dalam penelitian ini yang digolongkan dalam wisata ekstrim adalah arung jeram dan mendaki gunung. Aktivitas wisata moderat dalam penelitian ini merupakan sekumpulan aktivitas wisata alam yang tidak menantang bahaya, seperti berkemah (*camping*), lintas alam (*hiking*), *gathering*, jalan-jalan, menikmati pemandangan, berswafoto. Wisata minat khusus (*special interest tourism*) merupakan perjalanan wisata, dimana wisatawan mengunjungi suatu tempat karena memiliki minat khusus terhadap objek atau kegiatan di daerah tujuan wisata (Weiler & Hall, 1992). Dalam penelitian ini yang dimaksudkan dengan wisata minat khusus adalah *birdwatching*. *Birdwatching* adalah wisata dengan bentuk aktivitas mengamati burung di alam bebas, baik melalui mata telanjang, maupun menggunakan alat bantu, atau sekadar mendengarkan suara kicauan burung (Oddie, 1980; Dunne, 2003).

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa aktivitas wisata ekstrim diminati oleh kelompok umur remaja sampai 20 tahun dan kelompok umur 31-40 tahun. Aktivitas wisata yang moderat disukai oleh kelompok umur remaja sampai 20 tahun serta kelompok umur 41-50 tahun dan 50 tahun ke atas. Wisata minat khusus dalam penelitian ini disukai oleh kelompok umur 21-30 tahun dan 50 tahun ke atas (Tabel 3). Aktivitas di lokasi wisata tampaknya ada kaitannya dengan kondisi fisik wisatawan. Hal ini terlihat bahwa untuk aktivitas yang relatif aman lebih banyak disukai oleh

kelompok umur yang relatif lebih tua. Dengan perkataan lain, kelompok umur tua lebih memilih aktivitas yang relatif aman dan tidak banyak mengurus tenaga dan memiliki risiko rendah, seperti berkemah, *gathering*, jalan-jalan, menikmati pemandangan dan *birdwatching*.

Tabel 3. Indeks seleksi preferensi menurut kelas umur wisatawan terhadap jenis aktivitas wisata

Informan	Kelas Umur	Jumlah*	Proporsi	Aktivitas ekstrim*		Aktivitas Moderate**		Wisata Khusus***		Minat
				Proporsi terpilih	Indeks seleksi	Proporsi terpilih	Indeks seleksi	Proporsi terpilih	Indeks seleksi	
s/d 20 tahun	11	0,12222	0,13514	1,10565	0,12500	1,02273	0	0		
21-30 tahun	51	0,56667	0,51351	0,90620	0,54167	0,95588	0,75000	1,32353		
31-40 tahun	15	0,16667	0,24324	1,45946	0,10417	0,62500	0,12500	0,75000		
41-50 tahun	7	0,07778	0,02703	0,34749	0,12500	1,60714	0	0		
50 tahun keatas	6	0,06667	0	0	0,10417	1,56250	0,12500	1,87500		
Jumlah	90	1	1	3,81880	1	5,77325	1	3,94853		

*) arung jeram, mendaki gunung

**) berkemah, jalan-jalan, *gathering*, menikmati pemandangan

***) *birdwatching*

Preferensi terhadap kategori wisata

Berbagai kategori wisata yang ditawarkan dapat dikelompokkan menjadi lima yaitu wisata alam, wisata budaya, wisata kuliner, wisata modern dan wisata religi. Wisata alam mencakup aktivitas wisata di alam bebas dan mengandalkan daya tarik obyek-obyek alami. Dalam konteks ini wisata alam mencerminkan keinginan manusia untuk menikmati keindahan alam (Paul, 2018). Urbanisasi, pertumbuhan ekonomi, peningkatan pendapatan, dan jam kerja yang fleksibel semuanya menyebabkan orang menghabiskan lebih banyak waktu dan uang untuk pengalaman berbasis alam (Øian et al., 2018).

Wisata budaya adalah jenis kegiatan pariwisata di mana motivasi penting pengunjung adalah mempelajari, menemukan, mengalami, dan mengonsumsi budaya berwujud dan tidak berwujud atraksi/produk di suatu daerah tujuan pariwisata (UNWTO, 2017). Wisata budaya menjadikan budaya sebagai daya tarik utama. Wisatawan diajak mengenali sekaligus memahami budaya dan kearifan komunitas lokal dengan pemandangan, tempat bersejarah, museum, nilai dan sistem hidup masyarakat lokal, seni, serta kuliner khas masyarakat lokal (Nafila, 2013). Daya tarik wisata buatan manusia merupakan kreasi artifisial (*artificially created*) di luar ranah wisata alam dan wisata budaya, yang meliputi fasilitas rekreasi dan hiburan, fasilitas peristirahatan terpadu (*integrated resort*) dan komponen pendukungnya serta fasilitas rekreasi dan olahraga (Pujaastawa & Ariana, 2015).

Dalam arti luas, wisata religi adalah setiap perjalanan yang dimotivasi, baik secara eksklusif atau sebagian, oleh alasan religi (Rinschede, 1992). Wisata religi merupakan salah satu tipologi pariwisata tertua di dunia, yang mencakup perjalanan untuk alasan spiritual dan agama (Abad-

galzacorta et al., 2016). Wisata religi dapat meningkatkan spiritualitas, yaitu meningkatnya iman kepada Allah sebagai landasan terbentuknya prinsip dasar kehidupan lebih baik, sehingga diperolehnya ketenangan jiwa (Sari et al., 2018). Daerah tujuan wisata religi memberikan dampak positif pada sektor-sektor lainnya, seperti peningkatan pengetahuan dan pengalaman keagamaan, peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat, peningkatan kesempatan kerja dan pendapatan masyarakat (Chotib, 2015).

Dalam penelitian ini, yang dikelompokkan ke dalam wisata modern adalah wisata buatan manusia, yaitu atraksi wisata yang dibuat sebagai alternatif pilihan wisata selain wisata berbasis alam (Budiani et al., 2018). Daya tarik wisata buatan manusia merupakan kreasi artifisial (*artificially created*) di luar ranah wisata alam dan wisata budaya, yang meliputi fasilitas rekreasi dan hiburan, fasilitas peristirahatan terpadu (*integrated resort*) dan komponen pendukungnya serta fasilitas rekreasi dan olahraga (Pujaastawa & Ariana, 2015). Selain fasilitas olah raga dan wahana rekreasi, yang potensial termasuk dalam wisata modern adalah pusat perbelanjaan (Anvari & Mokhtari, 2015).

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa wisata alam dan wisata modern lebih disukai oleh wisatawan laki-laki, sementara wisatawan perempuan lebih menyukai wisata budaya, kuliner dan religi. Fenomena ini tidak dapat dijelaskan tanpa penelitian lebih lanjut. Meskipun demikian, wisata alam yang penuh tantangan memang lazimnya lebih disukai oleh kaum laki-laki. Sementara itu, ada kecenderungan kaum perempuan lebih memilih wisata budaya, kuliner dan religi. Bahkan wisata religi memiliki indeks seleksi tertinggi bagi wisatawan perempuan. Sementara itu, mengapa wisata modern lebih disukai oleh kaum laki-laki tidak dapat dijelaskan tanpa ada penelitian lebih lanjut. Bisa jadi fenomena ini tidak berlaku umum, namun hanya berlaku bagi informan pada penelitian ini.

Motivasi dan Pertimbangan

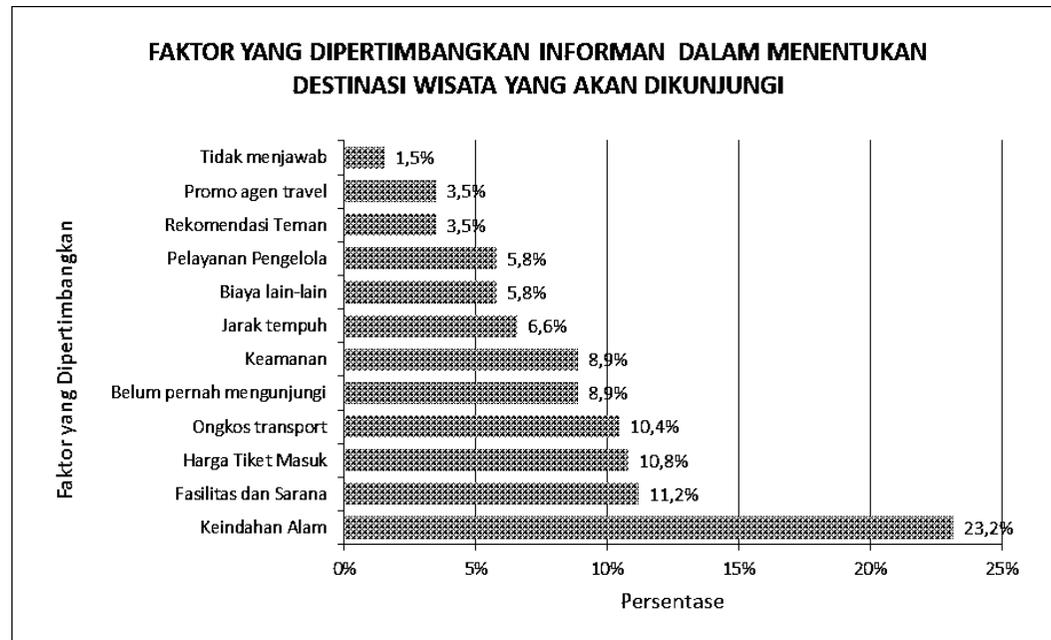
Ada 11 faktor yang dipertimbangkan oleh wisatawan ketika akan memilih daerah tujuan wisata untuk dikunjungi (Gambar 7). Faktor paling banyak dipertimbangkan atau yang paling menentukan adalah keindahan alam yang dimiliki oleh daerah tujuan wisata tersebut. Fasilitas dan sarana yang memadai, harga tiket yang wajar dan biaya perjalanan yang terjangkau juga menjadi pertimbangan yang penting. Faktor belum pernah mengunjungi dan keamanan di lokasi wisata memegang peran yang penting, suatu desinasi wisata akan dikunjungi atau tidak. Sementara itu, promosi dari agensi perjalanan atau rekomendasi teman hanya berpengaruh kecil dalam memilih daerah tujuan wisata. Pelayanan pihak pengelola wisata, biaya yang dihabiskan selama wisata dan jarak tempuh dari rumah juga menjadi pertimbangan, meskipun tidak terlalu besar persentasenya.

Implikasi Pengelolaan

Pandemi Covid-19 sejak awal tahun 2020 memberikan dampak negatif sektor pariwisata, antara lain menurunkan jumlah kunjungan dan mengubah preferensi dalam memilih daerah tujuan wisata, aktivitas wisata dan kategori wisata. Daerah tujuan wisata yang masih memiliki lingkungan dan suasana alami menjadi pilihan untuk dikunjungi di masa pandemi. Daerah tujuan wisata seperti taman nasional, taman wisata alam, kebun raya, taman safari dan kebun binatang menjadi favorit untuk dikunjungi. Aktivitas wisata di ruang terbuka (*outdoor*) juga banyak disukai di masa pandemi ini, mulai dari aktivitas yang ekstrim, moderat hingga aktivitas minat khusus. Disamping kategori wisata alam yang paling difavoritkan, wisata budaya, wisata kuliner, wisata religi dan wisata modern juga tetap ada penggemarnya.

Informan Gender	Jumlah	Proporsi	Wisata Alam		Wisata Budaya		Wisata Kuliner		Wisata Modern		Wisata Religi	
			Proporsi	Indeks seleksi	Proporsi	Indeks seleksi	Proporsi	Indeks seleksi	Proporsi	Indeks seleksi	Proporsi	Indeks seleksi
Laki-laki	44	0,48889	0,56818	1,16219	0,47059	0,96257	0,36364	0,74380	0,50000	1,02273	0,25000	0,51136
Perempuan	46	0,51111	0,43182	0,84486	0,52941	1,03581	0,63636	1,24506	0,50000	0,97826	0,75000	1,46739
Jumlah	90	1	1	2,00705	1	1,99837	1	1,98886		2,00099	1	1,97875

Tabel 4. Indeks seleksi preferensi menurut gender terhadap kategori wisata



Gambar 7. Faktor yang dipertimbangkan dalam menentukan daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi

Dari penelitian ini dapat diketahui preferensi informan dari berbagai kelompok umur, *gender* dan lingkungan asalnya terhadap daerah tujuan wisata, kategori wisata dan jenis aktivitas di lokasi wisata. Pengetahuan ini berguna bagi para pengelola obyek wisata untuk menggiatkan promosinya, meningkatkan pelayanan dan menyiapkan segala sarana dan prasarana yang diperlukan untuk menerima wisatawan sesuai dengan karakteristiknya. Sebagai contoh, kebun raya disukai informan dari lingkungan perdesaan dan kelompok umur 31 tahun ke atas. Sementara taman safari dan kebun binatang disukai informan dari lingkungan perkotaan. Sedangkan taman nasional dan taman wisata alam menjadi favorit informan dari perdesaan dan perkotaan. Karakteristik tersebut bisa menjadi pertimbangan dalam membuat desain promosi, produk wisata atau layanan pengunjung.

Wisata budaya, kuliner, dan religi disukai oleh perempuan, sedangkan wisata alam dan wisata modern lebih disukai laki-laki. Pengetahuan ini dapat membantu pengelola wisata untuk menysasar targetnya dalam promosi dan menyiapkan bentuk-bentuk produk wisata sesuai dengan karakter pengunjung. Pengetahuan preferensi aktivitas wisata ekstrim, moderat atau minat khusus dipadu dengan pengetahuan preferensi kelompok umur terhadap daerah tujuan wisata dapat menjadi dasar pengelola tempat wisata untuk menciptakan produk-produk wisata baru. Misalnya di kebun raya yang disukai oleh kelompok umur tua, dan ternyata kelompok umur tua memiliki preferensi terhadap wisata minat khusus, maka informasi ini bisa menjadi dasar pengelola kebun raya menciptakan produk wisata minat khusus. Sementara itu, kelompok umur muda memiliki preferensi terhadap aktivitas wisata ekstrim di taman nasional dan taman wisata alam perlu diakomodir oleh pengelola dengan menciptakan produk wisata baru, berupa wisata petualangan penuh tantangan dan pengalaman yang sedang menjadi trend.

Data dan informasi bahwa alasan utama wisatawan memilih tempat-tempat alami sebagai daerah tujuan wisata adalah keheningan, ketenangan, udara segar dan sejuk. Hal ini harus menjadi pertimbangan pengelola untuk menjaga kealamian tempat wisatanya. Modernisasi tempat wisata alami, misalnya dengan mengubah tampilan, suasana dan produk wisatanya, dikawatirkan akan menyebabkan ditinggalkan oleh pengunjung setianya. Tiga pertimbangan utama dalam memilih daerah tujuan wisata juga perlu mendapat perhatian pengelola tempat wisata yaitu keindahan alam, fasilitas dan sarana pengunjung yang memadai, serta harga tiket masuk yang wajar. Masa pandemi, dimana perekonomian sedang terpuruk serta daya beli masyarakat yang menurun, maka perlu ada insentif untuk meningkatkan jumlah pengunjung, misalnya promo harga tiket, dan peningkatan pelayanan dengan menerapkan protokol kesehatan yang dapat memberikan rasa aman bagi pengunjung.

D. SIMPULAN

Ada perubahan preferensi dalam pemilihan daerah tujuan wisata pada masa pandemi Covid-19. Perubahan preferensi ini merupakan upaya adaptasi masyarakat terhadap kondisi *new normal* selama masa pandemic. Secara umum, wisatawan lebih memilih daerah tujuan wisata terbuka (*outdoor*). Perubahan preferensi juga terjadi pada pemilihan aktivitas di tempat wisata. Aktivitas yang dilakukan sendiri atau kelompok dalam jumlah kecil lebih dipilih oleh para wisatawan. Hal ini karena adanya himbuan menjaga jarak dan menghindari kerumunan untuk mencegah penularan covid-19. Perubahan preferensi tersebut perlu direspon oleh para pengelola tempat wisata. Pengelola wisata disarankan melakukan berbagai inovasi dalam hal produk atau paket wisata, pelayanan pengunjung, promosi/pemasaran, peningkatan sarana fasilitas pengunjung yang disesuaikan dengan kondisi *new normal*, serta tetap menerapkan protokol kesehatan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Kepala Taman Nasional Gunung Halimun Salak (Ahmad Munawir) dan Kepala Pusat Konservasi Tumbuhan, Kebun Raya (Hendrian), selaku penyelenggara Pameran HCPSN tahun 2020 di Kebun Raya Bogor. Terima kasih juga disampaikan kepada Manajemen Kebun Raya Bogor (Zaenal Arifin), Koordinator Humas BRIN Kawasan Bogor (Ayi Doni Darussalam) dan Pengumpul kuesioner (Mochamad Erlan).

DAFTAR REFERENSI

- Abad-galzacorta, M. (2016). *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage Pilgrimage As Tourism Experience: The Case Of The Ignatian Way Pilgrimage As Tourism Experience: The Case Of The Ignatian Way*. 4(4).
- Anvari, M. R., & Mokhtari, B. (2015). *Determination and Analysis of Manmade Attraction Infrastructure Using Centrality Index Model (A Case Study of Chababar Free Zone)*. 418–423.
- Budiani, S.R., Wahdaningrum, W., Yosky, D., Kensari, E., Pratama, H.S., Mulandari, H., Iskandar, H.T.N., Alphabettika, M., Maharani, N., Febriani, R.F. & Kusmiati, Y. (2018). Deteksi Perubahan Luasan Mangrove Teluk Youtefa Kota Jayapura Menggunakan Citra Landsat Multitemporal. *Majalah Geografi Indonesia*, 32(2), 115. <https://doi.org/10.22146/mgi.33755>
- Chotib, M. (2015). Wisata religi di kabupaten jember. *Fenomena*, 14(10), 407–428.
- Dunne, P. (2003). *Pete Dunne on Bird Watching*. Houghton Mifflin.
- Frank, R. H. (2011). *Microeconomics and Behavior* (8th ed.). Mc.Graw. Hill International Edition.
- Kememparekraf/Baparekraf. (2020). *3-tren-wisata-yang-muncul-pascapandemi*. Kememparekraf/Baparekraf RI at August 3, 2020. <https://pedulicovid19.kememparekraf.go.id/3-tren-wisata-yang-muncul-pascapandemi/>
- KLHK, P. (2020). *Puspa Dan Satwa Harapan Untuk Ketahanan Pangan Dan Kesehatan*. PPID-KLHK. http://ppid.menlhk.go.id/siaran_pers/browse/2726
- Kotler, P. & Keller, K. (2012). *Marketing Management*. Prentice Hall Boston. <https://doi.org/10.1017/cbo9781139174749.022>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*. Pearson Global Edition.
- Manly, B.F.L., McDonald, L., Thomas, D.L., McDonald, T.L. & Erickson, W. P. (2017). *Resource selection by animals: statistical design and analysis for field studies*. Springer Science & Business Media.
- Nafila, O. (2013). Peran Komunitas Kreatif dalam Pengembangan Pariwisata Budaya di Situs Megalitikum Gunung Padang. *Journal of Regional and City Planning*, 24(1), 65. <https://doi.org/10.5614/jpwk.2013.24.1.5>
- Natalia, M. (2021). *Sandiaga Uno Beberkan Tren Pariwisata Pasca-Pandemi Covid-19*. Jum'at 26 Februari 2021 17:59 WIB. <https://economy.okezone.com/read/2021/02/26/320/2369009/sandiaga-uno-beberkan-tren-pariwisata-pasca-pandemi-covid-19?page=2>
- Neu, C.W., Byers, C.R. & Peek, J. M. (1974). A technique for analysis of utilizationavailability data. *Journal of Wildlife Management*, 38(3), 541–545.
- Oddie, B. (1980). *Bill Oddie's Little Black Bird Book*. Butler & Tanner Ltd.
- Øian, H., Fredman, P., Sandell, K., Sæþórsdóttir, A. D., Tyrväinen, L., & Søndergaard Jensen, F. (2018). *Tourism, nature and sustainability: A review of policy instruments in the Nordic countries*. <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:norden:org:diva-5254>
- Paramita, I. &, & Putra, I. G. (2020). New Normal Bagi Pariwisata Bali Di Masa PandemiCovid-19. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*, EISSN 2614, ISSN 2527-9734.

- <https://doi.org/10.36275/mws>
- Paul, K. B. (2018). The Nature of “Nature Tourism”: Exploring the role of images and imagination in ecotourism. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 26(1), 299–316. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.14716.44162>
- Pujaastawa, I. B. G., & Ariana, N. (2015). *Pedoman Identifikasi Potensi Daya Tarik Wisata*. 76.
- Purwahita, A. A. A. R. M., Putu Bagus Wisnu Wardhana, I Ketut Ardiasa, & I Made Winia. (2021). Dampak Covid-19 terhadap Pariwisata Bali Ditinjau dari Sektor Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 1(2), 68–80. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v1i2.29>
- Rinschede, G. (1992). Forms of Religious Tourism. *Annals of Tourism Research*, 19, 51–67.
- Roopa, S., & Rani, M. (2012). Questionnaire Designing for a Survey. *Journal of Indian Orthodontic Society*, 46(4_suppl1), 273–277. <https://doi.org/10.1177/0974909820120509s>
- Safitri, K. (2021). *Di Masa Pandemi Covid-19, Bagaimana Tren Wisata yang Digemari?* Kompas.Com - 10/06/2021, 19:52 WIB. <https://money.kompas.com/read/2021/06/10/195219026/di-masa-pandemi-covid-19-bagaimana-tren-wisata-yang-digemari>
- Sari, N. I., Wajdi, F., & Narulita, S. (2018). Peningkatan Spiritualitas melalui Wisata Religi di Makam Keramat Kwitang Jakarta. *Jurnal Online Studi Al-Qur’an*, 14(1), 44–58. <https://doi.org/10.21009/jsq.014.1.04>
- Sugihamretha, I. D. G. (2020). Respon Kebijakan: Mitigasi Dampak Wabah Covid-19 Pada Sektor Pariwisata. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 4(2), 191–206. <https://doi.org/10.36574/jpp.v4i2.113>
- Sukur, moch halim, Kurniadi, B., Haris, & N Faradillahisari, R. (2020). Penanganan Pelayanan Kesehatan Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Hukum Kesehatan. *Journal Inicio Legis*, 1(1), 1–17. <https://journal.trunojoyo.ac.id/iniciolegis/article/download/8822/4912>
- UNWTO. (2017). *Definitions Committee on Tourism and Competitiveness (CTC)*. <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/ctcdefinitionsweb.pdf>
- Utami, B. &, & Kafabih, A. (2021). Sektor Pariwisata Indonesia Di Tengah Pandemi Covid 19. *Jdep*, 4(1), 383–389. <http://jdep.upnjatim.ac.id/index.php/jdep/article/view/198>
- Weiler, B. & Hall, M. C. (1992). *Special interest tourism*. Belhaven Press.
- WHO. (2001). *Health Research Methodology A Guide for Training in Research Methods*.
- WHO. (2020). *Transmisi SARS-CoV-2: implikasi terhadap kewaspadaan pencegahan infeksi*. 1–10.