

KOMPARASI FAKTOR DOMINAN MEMPENGARUHI PERILAKU PEMBELIAN TIKET WISATAWAN NUSANTARA KE BALI (SEBELUM PANDEMI – ERA PANDEMI)

NGAS. Dewi

Email: susrami_ipw@unud.ac.id

Program Studi Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

Abstract: This article discusses the comparison of the dominant factors in the behavior of nusantara tourists in purchasing plane tickets to the island of Bali Island, before and during the Covid-19 pandemic outbreak. The study is viewed from secondary data with data taken from two studies that have been conducted related to the behavioral factors of buying tickets for domestic tourists to Bali. The findings in this study explain that the dominant factor in the behavior of domestic tourists buying airline tickets to Bali before the pandemic is psychological factors, namely (1) family factors, (2) self-desire factors, (3) security factors, (4) factors on timeliness, (5) the image of the airline, (6) the travel experience factor, (7) the knowledge factor of the airline, (8) the friendliness of airline services, (9) the availability of additional facilities, (10) the boarding service factor, and (11) baggage drop-off speed factor. Meanwhile, the dominant factors in the behavior of domestic tourists buying tickets to Bali during the Covid-19 pandemic are (1) the influence factor from the closest people (other than family); (2) social strata factor; (3) the influence of the family; (4) the factor of family loyalty to this airline; (5) social status factor; (6) the family's trust factor in this airline; (7) social role factors; (8) the factor of feeling proud to have used this airline; (9) airline image factor. This study implies that the behavior of domestic tourists tends to change due to the increase in prestige/social status gained by domestic tourists because not everyone can travel during the economic recession. It is hoped that airline companies will be able to optimize better service to prospective passengers who have social class (prestige) levels.

Abstrak: Artikel ini membahas mengenai komparasi faktor dominan perilaku wisatawan nusantara dalam melakukan pembelian tiket pesawat ke Pulau Bali sebelum dan pada saat wabah pandemi Covid-19 melanda. Studi ditinjau dari data sekunder dengan data diambil dari dua studi yang pernah dilakukan terkait dengan faktor perilaku pembelian tiket wisatawan nusantara ke Bali. Temuan dalam studi ini menjelaskan bahwa faktor dominan dalam berperilaku wisatawan nusantara membeli tiket maskapai penerbangan menuju ke Bali sebelum pandemi adalah faktor psikologis yaitu (1) faktor keluarga, (2) faktor keinginan dalam diri, (3) faktor akan keamanan, (4) faktor akan ketepatan waktu, (5) faktor citra dari maskapai, (6) faktor pengalaman perjalanan, (7) faktor pengetahuan terhadap maskapai, (8) keramahan pelayanan maskapai, (9) faktor tersedianya fasilitas tambahan, (10) faktor layanan *boarding*, dan (11) faktor kecepatan pengantaran bagasi. Sedangkan, faktor dominan perilaku wisatawan nusantara melakukan pembelian tiket ke Bali saat pandemi Covid-19 adalah (1) faktor pengaruh dari orang terdekat (selain keluarga); (2) faktor strata sosial; (3) faktor pengaruh dari keluarga; (4) faktor loyalitas keluarga terhadap maskapai ini; (5) faktor status sosial; (6) faktor kepercayaan keluarga terhadap maskapai ini; (7) faktor peran sosial; (8) faktor merasa bangga telah menggunakan maskapai ini; (9) faktor citra maskapai. Implikasi dari studi ini menunjukkan bahwa perilaku wisatawan nusantara cenderung berubah karena adanya peningkatan *prestige*/status sosial yang didapat oleh wisatawan nusantara, karena tidak semua orang mampu berwisata saat resesi ekonomi berlangsung. Diharapkan perusahaan maskapai penerbangan mampu mengoptimalkan pelayanan lebih baik kepada calon penumpang yang memiliki tingkatan kelas sosial (*prestige*).

Keywords: bali, dominant factors, purchase, flight, nusantara tourists.

PENDAHULUAN

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan nusantara ke Pulau Bali tidak terlepas dengan tingkat aksesibilitas yang dimiliki oleh Bali kemudian hal ini didukung dengan berbagai perkembangan industri maskapai penerbangan di Pulau Bali tentunya semakin memperketat persaingan bisnis di antara perusahaan maskapai penerbangan yang bertujuan untuk meraih banyaknya pelanggan. Berbagai cara maupun upaya dalam menentukan strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh industri maskapai penerbangan guna menarik banyak pelanggan serta sanggup menjadikan loyalitas konsumen sebagai upaya yang dilakukan perusahaan maskapai penerbangan dengan menjual tiket yang dikemas dengan harga murah (*low cost carrier*) oleh berbagai perusahaan penerbangan di Indonesia seperti perusahaan *LionAir*, *AirAsia* serta *Citilink*, terbentuknya penjualan tiket murah tersebut, perusahaan sanggup menggeser citra dari pesawat udara sebagai transportasi bagi masyarakat kelas menengah ke atas saat ini mampu dijangkau oleh masyarakat golongan menengah ke dasar (Dewi, 2020)

Transportasi pesawat dinilai sebagai transportasi yang sangat aman dibandingkan dengan transportasi darat maupun laut, namun tidak luput transportasi pesawat sering mengalami kasus kecelakaan serta keterlambatan keberangkatan (*delay*) yang menjadikan menyusutnya *image* industri penerbangan di Indonesia. Menurut Dew (2020) dalam studinya mengatakan bahwa dalam satu dekade terakhir banyak terjadi kecelakaan pesawat yang merupakan bagian dari perusahaan maskapai di Indonesia seperti insiden kecelakaan pesawat yang pernah terjadi di salah satu maskapai Lion Air pada 13 April 2013, pesawat AirAsia pada 28 Desember 2014 dan kecelakaan pesawat Lion Air pada tanggal 29 Oktober 2018. Selain itu, keterlambatan keberangkatan (*delay*) saat ini sering terjadi menjadikan catatan penting untuk melakukan perbaikan layanan maskapai penerbangan. Gambaran dari fenomena kecelakaan dan keterlambatan keberangkatan pesawat udara untuk menggunakan transportasi pesawat sebagai akses menuju Pulau Bali tentunya memiliki dampak terhadap keputusan masyarakat dalam memilih moda transportasi maskapai sehingga peran faktor keamanan dan kenyamanan yang ditawarkan oleh perusahaan

maskapai menentukan keputusan pembelian produk maskapai tersebut.

Namun sejak pandemi Covid-19 melanda seluruh negara di dunia, mengakibatkan sebagian besar sektor transportasi khususnya penerbangan mengalami penurunan jumlah penumpang. Menurut data Bandara I Gusti Ngurah Rai (Bali *Airport*), kedatangan penumpang domestik pada tahun 2019 (sebelum pandemi Covid-19) sebanyak 19.263 dan pada tahun 2020 (Januari – Juni) selama pandemi sebanyak 10.647. Sedangkan kedatangan pesawat rute internasional pada tahun 2019 sebanyak 17.886 dan 2020 sebanyak 7.985. Hal ini juga mengakibatkan jumlah kunjungan Wisatawan nusantara menurun sebesar 90,48%, sedangkan wisatawan mancanegara menurun sebesar 81,24% (Dinas Pariwisata Bali, 2020). Hal ini dikarenakan efek pandemi Covid-19 yang membuat beberapa maskapai berhenti beroperasi dalam kurun waktu tertentu sehingga kunjungan wisatawan ke Bali mengalami penurunan yang signifikan (Legget, 2020)

Studi ini akan mengidentifikasi komparasi dari faktor dominan pada perilaku pembelian tiket pesawat oleh wisatawan nusantara ketika berkunjung ke Pulau Bali serta mengidentifikasi pangsa pasar potensial melalui hasil studi yang telah dikaji terkait pengguna maskapai penerbangan di era sebelum pandemi serta ketika pandemi Covid-19 melalui metode *confirmatory analysis* sehingga hasil studi ini diharapkan mampu meningkatkan pendapatan dan mampu bangkit kembali dari kondisi diversifikasi (bertahan) dengan adanya insentif yang diberikan oleh pemerintah Republik Indonesia.

METODE

Lokasi studi dilakukan di beberapa daya tarik wisata di Bali dan tidak jauh dari Bandara I Gusti Ngurah Rai, antara lain: Kabupaten Badung yakni di kawasan wisata Kuta (Pantai Kuta Badung dan Pusat Oleh-oleh Krisna Tuban), kawasan Sanur (Pantai Sanur) dan Jimbaran. Studi ini menggunakan *mix methods* dengan kombinasi metode penelitian kualitatif dan kuantitatif sebagai desain penelitian (Sugiyono, 2016). Studi ini akan membahas komparasi dari analisis faktor perilaku

pembelian tiket pesawat ke Pulau Bali oleh wisatawan nusantara sebelum pandemi dan pada saat pandemi untuk mengidentifikasi pasar potensial pengguna maskapai penerbangan pada era sebelum pandemi dan saat pandemi Covid-19. Data dikumpulkan menggunakan data sekunder dengan data utama dari dua studi yang pernah dilakukan terkait dengan faktor perilaku pembelian tiket wisatawan nusantara ke Bali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Wisatawan Nusantara Sebelum Pandemi Covid-19

Studi mengenai karakteristik wisatawan nusantara dalam melakukan pembelian tiket pesawat ke Bali sebelum pandemi Covid-19 dapat dijelaskan bahwa umur wisatawan nusantara dalam studi ini mendapatkan hasil bahwa sebagian besar berumur 22 tahun hingga 26 tahun dan 27 tahun hingga 31 tahun dengan jumlah responden masing-masing sebanyak 34 responden dan persentase masing-masing sebesar 34%. Hasil studi mengenai karakteristik wisatawan berdasarkan umur menunjukkan bahwa wisatawan nusantara ataupun domestik yang melakukan pembelian tiket penerbangan ke Bali di dominasi oleh umur yang masih produktif yaitu usia yang memiliki tingkat finansial yang cukup untuk melakukan perjalanan wisata ke Bali.

Karakteristik wisatawan nusantara berdasarkan daerah asal, didominasi oleh responden yang berasal dari Ibu Kota Jakarta dengan jumlah responden 25 orang dan persentase sebesar 25%. Hasil studi mengenai karakteristik wisatawan menurut daerah asal menunjukkan bahwa wisatawan nusantara yang ketika membeli tiket pesawat menuju Pulau Bali dilatarbelakangi oleh kebutuhan akan berwisata yang besar akibat kegiatan yang sibuk di wilayah perkotaan, membuat sebagian besar wisatawan yang berasal dari Ibu Kota Jakarta termotivasi untuk berwisata ke Pulau Bali.

Karakteristik wisatawan berdasarkan jenis kelamin yang paling dominan dalam studi ini adalah wisatawan dengan jenis kelamin wanita dengan jumlah responden 57 orang dan persentase sebesar 57%. Hasil studi mengenai karakteristik wisatawan berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa wanita paling banyak ditemui selama studi ini dilakukan maka wanita menjadi responden paling banyak dalam pembelian tiket pesawat ke Bali.

Karakteristik wisatawan nusantara berdasarkan status perkawinan dalam melakukan pembelian tiket pesawat ke Pulau Bali sebelum pandemi adalah didominasi oleh wisatawan dengan status belum kawin dengan jumlah responden 55 orang dan persentase sebesar 55%. Hasil studi mengenai karakteristik wisatawan berdasarkan status perkawinan menunjukkan bahwa pada usia ini adalah usia yang masih dengan status pekerjaan sebagai pelajar ataupun dalam tahap mengejar karir mereka.

Karakteristik wisatawan nusantara berdasarkan pendidikan terakhir adalah tingkat pendidikan SMA atau SMK dengan jumlah responden 35 orang dan persentase sebesar 35%. Hasil studi mengenai karakteristik wisatawan berdasarkan pendidikan dipengaruhi oleh umur wisatawan antara 21 tahun hingga 31 tahun dan rentang umur tersebut saat ini dapat dikatakan bahwa wisatawan sedang menempuh studi pada jenjang perkuliahan ataupun baru lulus SMA sehingga tingkat pendidikan terakhir mereka didominasi oleh SMA

Karakteristik berdasarkan pekerjaan, wisatawan nusantara yang paling banyak dalam pembelian tiket pesawat ke Bali sebelum pandemi adalah bekerja sebagai pengusaha atau wiraswasta dengan jumlah responden 30 orang dan persentase sebesar 30%. Studi mengenai karakteristik wisatawan dengan profil pekerjaannya dipengaruhi oleh tingkat pendidikan yang di dominasi oleh pendidikan SMA atau SMK hingga Sarjana (S1) dan hal tersebut mampu menjadi faktor yang mempengaruhi sebagian besar responden memiliki pekerjaan yang secara garis besar sebagai pengusaha atau wiraswasta dan pelajar

Karakteristik berdasarkan pendapatan wisatawan nusantara bahwa pada saat sebelum pandemi sebagian besar mereka memiliki pendapatan sebesar lebih dari Rp. 3.000.000 (Tiga Juta Rupiah) dengan jumlah responden 45 orang dan persentase sebesar 45%. Hasil studi mengenai karakteristik wisatawan berdasarkan pendapatan menunjukkan bahwa wisatawan nusantara yang membeli tiket pesawat rute Denpasar (DPS) sebagian besar berasal dari Ibukota Jakarta yang memiliki pendapatan dengan kategori yang cukup besar.

Karakteristik berdasarkan teman perjalanan sebagian besar perjalanan dilakukan bersama teman dengan jumlah responden 43 orang dan persentase sebesar 43%. Hasil studi

mengenai karakteristik wisatawan berdasarkan teman perjalanan menunjukkan bahwa wisatawan nusantara yang berusia produktif dan usia muda yang mendominasi, di mana usia tersebut lebih dekat dengan teman sepekerjaan atau teman seangkatan dalam pendidikan.

Karakteristik berdasarkan frekuensi kunjungan wisatawan nusantara ke Bali sebelum pandemi yaitu mendapatkan hasil bahwa kunjungan ketiga kali/lebih, dengan jumlah responden 51 orang dan persentase sebesar 51%. Hasil studi mengenai karakteristik wisatawan berdasarkan frekuensi kunjungan menunjukkan bahwa Bali mudah diakses sehingga wisatawan nusantara lebih dominan berwisata ke Bali lebih dari 1 kali, dan penerbangan dari CGK – DPS yang memiliki frekuensi yang tinggi dalam sehari.

Karakteristik wisatawan berdasarkan lama tinggal wisatawan nusantara di Bali sebelum pandemi Covid-19 mendapatkan hasil bahwa selama > 4 hari dengan jumlah responden 46 orang dan persentase sebesar 46%. Hasil studi mengenai karakteristik wisatawan berdasarkan lama tinggal wisatawan menunjukkan bahwa banyak dari wisatawan nusantara sebagai responden dalam studi ini, banyak menghabiskan waktu libur nasional untuk berwisata, dan saat ini di Bali sendiri semakin banyak tempat wisata baru yang menarik.

Karakteristik wisatawan berdasarkan pengatur perjalanan wisatawan nusantara selama di Bali sebelum Pandemi Covid-19, mendapatkan hasil sebagian besar menjawab melakukan perjalanan seorang diri dengan jumlah responden 55 orang dan persentase sebesar 55%. Hasil studi mengenai karakteristik wisatawan berdasarkan pengatur perjalanan wisatawan menunjukkan bahwa wisatawan nusantara yang berkunjung ke Bali lebih didominasi oleh wisatawan repeater, sehingga yang melakukan mengatur perjalanan mereka mendominasi oleh pengatur perjalanan sendiri.

Karakteristik Wisatawan Nusantara pada Era Pandemi Covid-19

Berdasarkan studi mengenai karakteristik wisatawan nusantara dalam pembelian tiket pesawat ke Bali di Era Pandemi mendapatkan hasil bahwa karakteristik berdasarkan usia wisatawan yang paling dominan adalah 25 – 29 tahun sebanyak 49 orang wisatawan nusantara

atau sebesar 49%. Hasil studi mengenai karakteristik wisatawan nusantara pada era pandemi Covid-19 menyatakan bahwa Statistik Pendidikan Tinggi Indonesia (2018), rata-rata Angka Partisipasi Kasar (APK) mahasiswa Perguruan Tinggi (PT) di Indonesia 19 – 23 dan lulusan sarjana rata-rata berada diatas kelompok usia tersebut. Sehingga, kelompok usia 25 – 29 tahun didominasi sejalan dengan pendidikan terakhir wisatawan nusantara ke Bali.

Karakteristik wisatawan daerah asal wisatawan yang paling dominan pada saat pandemi Covid-19 adalah berasal dari Jakarta sebanyak 52 orang wisatawan nusantara atau sebesar 52%. Menurut Dewi (2020) menyatakan bahwa tingginya tingkat jenuh dari lingkungan di Ibukota Jakarta mampu membangun keinginan warga Ibukota untuk memutuskan untuk melakukan perjalanan wisata sehingga hasil studi ini mengkonfirmasi bahwa daerah asal wisatawan yang mendominasi dari Jakarta.

Karakteristik wisatawan nusantara jenis kelamin pada era pandemi Covid-19 mendapatkan hasil bahwa wisatawan yang paling dominan adalah wanita sebanyak 55 orang wisatawan nusantara atau sebesar 55%. Menurut Dewi (2020) dalam studinya bahwa perbandingan jenis kelamin di DKI Jakarta adalah 102 pria berbanding dengan 100 wanita atau perempuan, maka dapat dikatakan bahwa jumlah jenis kelamin pria lebih banyak dibandingkan dengan kelamin wanita di DKI Jakarta, hal ini dapat dikatakan bahwa jenis kelamin perempuan yang mendominasi seiring dengan data rasio jenis kelamin di Indonesia

Karakteristik wisatawan nusantara berdasarkan status perkawinan hasil studi bahwa pada saat pandemi Covid-19, wisatawan yang paling dominan adalah belum kawin sebanyak 74 orang wisatawan nusantara atau sebesar 74%. Hasil studi mengenai karakteristik wisatawan nusantara berkunjung ke Bali berdasarkan status perkawinan pada era pandemi Covid-19 bahwa menurut Pew Research Center (2020) dalam Dewi (2020) terdapat 26 persen generasi usia muda yang menunda pernikahan. Menurut studi tersebut, sekitar hampir 70 persen generasi milenial masih lajang dan masih belum mementingkan hal yang berkaitan dengan percintaan di kehidupannya. Melainkan pada usia generasi tersebut lebih mengutamakan pencarian jati diri

mereka sehingga mereka memilih berwisata sebagai kebutuhan mencari jati diri.

Karakteristik wisatawan nusantara berdasarkan pendidikan terakhir mendapatkan hasil studi bahwa wisatawan yang paling dominan pada era pandemi Covid-19 adalah sarjana sebanyak 71 orang wisatawan nusantara atau sebesar 71%. Hasil studi ini didukung oleh sumber data Statistik Pendidikan Tinggi Indonesia (2018) yang menyatakan bahwa jumlah rata-rata Angka Partisipasi Kasar pada lulusan Perguruan Tinggi (PT) di Indonesia lebih dari 22 tahun sehingga hal ini mengakibatkan tingkat pendidikan sarjana secara menyeluruh mewakili jawaban dalam studi ini.

Karakteristik wisatawan nusantara berdasarkan pekerjaan mendapatkan hasil bahwa pada era pandemi Covid-19, wisatawan yang paling dominan adalah swasta sebanyak 64 orang wisatawan nusantara atau sebesar 64%. Hasil studi mengenai karakteristik wisatawan nusantara berkunjung ke Bali berdasarkan pekerjaan pada era pandemi Covid-19 bahwa menurut Dewi (2020) dalam studinya mengatakan bahwa jumlah pekerja swasta pada tahun 2019 di DKI Jakarta menyebutkan bahwa lebih dari 34% dari 4 juta penduduk DKI Jakarta berkarir di sektor swasta hal ini berdasarkan data Survei Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS).

Karakteristik wisatawan nusantara berdasarkan pendapatan mendapatkan hasil bahwa pada era pandemi Covid-19 wisatawan yang paling dominan adalah lebih dari Rp. 3.000.001 per bulan sebanyak 90 orang wisatawan nusantara atau sebesar 90%. Hasil studi mengenai karakteristik wisatawan nusantara berkunjung ke Bali berdasarkan tingkat pendapatan pada era pandemi Covid-19 bahwa data UMP DKI Jakarta 2021 sebesar Rp 4.416.186 sehingga, pendapatan perbulan wisatawan nusantara lebih dari Rp. 3.000.000 hal ini sangat masuk akal, karena jauh dibawah upah minimum di daerah asal wisatawan yang mendominasi.

Karakteristik wisatawan nusantara berdasarkan teman perjalanannya ke Bali pada saat pandemi Covid-19 mendapatkan hasil bahwa wisatawan yang paling dominan adalah teman sebanyak 38 orang wisatawan nusantara atau sebesar 38%. Hasil studi mengenai karakteristik wisatawan nusantara berkunjung ke Bali berdasarkan teman perjalanan pada era

pandemi Covid-19 bahwa tujuan wisatawan berkunjung ke Bali adalah untuk liburan dan perjalanan diatur sendiri oleh wisatawan nusantara. Wisatawan cenderung mengatur perjalanannya sendiri juga dikarenakan untuk meminimalisir biaya perjalanan menuju Bali, mengingat pada era Pandemi Covid-19 sebagian besar masyarakat menekan biaya pengeluaran untuk kebutuhannya sehingga, dapat dikatakan bahwa sebagian besar wisatawan nusantara yang berkunjung ke Bali melakukan perjalanan wisata bersama teman untuk meminimalisir biaya akomodasi yang mereka gunakan.

Karakteristik wisatawan nusantara berdasarkan frekuensi kunjungannya ke Bali pada era pandemi mendapatkan hasil bahwa wisatawan yang paling dominan adalah pertama kali sebanyak 52 orang wisatawan nusantara atau sebesar 52%. Hasil studi mengenai karakteristik wisatawan nusantara berkunjung ke Bali berdasarkan frekuensi kunjungan pada era pandemi Covid-19 bahwa adanya penentuan target pasar wisatawan ke Bali oleh Pemerintah Provinsi Bali dan *stakeholder* pariwisata di Bali untuk menentukan pasar domestik selama era pandemi Covid-19 sehingga, banyak wisatawan yang belum pernah ke Bali tertarik untuk berkunjung. Selain itu, adanya perubahan daya tarik wisata Bali yang disesuaikan dengan protokol kesehatan selama pandemi Covid-19 dan menjadikan wisatawan domestik sebagai standar acuan dalam penerapan protokol tersebut. Banyak *influencer* membantu mempromosikan Bali sebagai daerah tujuan wisata yang aman selama era pandemic. *Influencer* pada era pandemi Covid-19 mulai menjadi salah satu aktor yang berperan dalam membangkitkan sektor pariwisata di Pulau Bali.

Karakteristik wisatawan nusantara jika ditinjau dari pengatur perjalanan wisatawan di Bali pada saat era pandemi Covid-19 yang paling dominan adalah seorang diri sebanyak 70 orang wisatawan nusantara atau sebesar 70%. Menurut www.karirkawanlama.com (2018) menyatakan bahwa pengatur perjalanan wisatawan pada era pandemi Covid-19 sebagian besar dikategorikan dengan ciri-ciri dari generasi yang berusia 21 tahun – 31 tahun yang lebih menyukai mengatur perjalanan sendiri dan berpergian bersama teman dibandingkan dengan penggunaan pihak ketiga seperti biro perjalanan wisata maupun menggunakan agen perjalanan wisata.

Analisis Faktor Dominan Perilaku Pembelian Wisatawan Nusantara Sebelum Pandemi

Berikut pada Tabel 1, merupakan hasil analisis faktor perilaku wisatawan nusantara ke Bali sebelum Pandemi Covid-19

Tabel 1. Analisis Faktor Mempengaruhi Perilaku Tiket Wisatawan Nusantara ke Bali Sebelum Pandemi

Nama Faktor	Nama Variabel	Eigenvalue
Faktor Psikologis	1. Keluarga	14.135
	2. Keinginan dalam diri	
	3. Keamanan	
	4. Ketepatan waktu	
	5. Citra Maskapai	
	6. Pengalaman Perjalanan	
	7. Pengetahuan terhadap Maskapai	
	8. Keramahan pelayanan maskapai	
	9. Tersedianya fasilitas tambahan	
	10. Layanan Boarding	
	11. Kecepatan Pengantaran Bagasi	

Sumber: Hasil Penelitian, 2020.

Hasil analisis pada Tabel 1 dapat dijelaskan bahwa faktor paling dominan perilaku wisatawan nusantara dalam melakukan pembelian tiket pesawat ke Bali yaitu faktor psikologis, faktor ini terdiri dari sebelas indikator pembentuk yaitu: (1) faktor keluarga, (2) faktor keinginan dalam diri, (3) faktor akan keamanan, (4) faktor akan ketepatan waktu, (5) faktor citra dari maskapai, (6) faktor pengalaman perjalanan, (7) faktor pengetahuan terhadap maskapai, (8) keramahan pelayanan maskapai, (9) faktor tersedianya fasilitas tambahan , (10) faktor layanan

boarding, dan (11) faktor kecepatan pengantaran bagasi. Dewi (2019) menyebutkan bahwa faktor psikologis menjadi faktor sebagai faktor yang paling dominan dengan nilai *variance* yaitu 42.832% dan nilai *eigenvalue* sebesar 14.135.

Analisis Faktor Dominan Perilaku Pembelian Wisatawan Nusantara Era Pandemi

Berikut pada Tabel 2, merupakan hasil analisis faktor perilaku wisatawan nusantara ke Bali pada Pandemi Covid-19.

Tabel 2. Analisis Faktor Mempengaruhi Perilaku Tiket Wisatawan Nusantara ke Bali Era Pandemi

Nama Faktor	Nama Variabel	Eigenvalue
Faktor Sosial Budaya	1. Pengaruh dari orang terdekat	14,012
	2. Strata sosial	
	3. Pengaruh dari keluarga	
	4. Loyalitas keluarga terhadap maskapai ini	
	5. Status sosial	
	6. Kepercayaan keluarga terhadap maskapai ini	
	7. Peran sosial	
	8. Merasa bangga telah menggunakan maskapai ini	
	9. Citra maskapai	
	10. Pengaruh dari orang terdekat (selain keluarga)	
	11. Strata sosial	

Sumber: Hasil Penelitian, 2020.

Berdasarkan hasil studi mengenai faktor dominan perilaku dalam pembelian tiket pesawat ke Bali oleh wisatawan nusantara pada era pandemi Covid-19 dapat dilihat melalui nilai *eigenvalue* terbesar, yaitu faktor pertama dengan nilai *eigenvalue* sebesar 14.012. Hasil studi menunjukkan faktor paling dominan yaitu faktor sosial budaya, faktor ini terdiri dari sembilan indikator pembentuk faktor yaitu: terdiri dari atas (1) Faktor Pengaruh dari orang terdekat (selain keluarga); (2) Faktor Strata sosial; (3) Faktor Pengaruh dari keluarga; (4) Faktor Loyalitas keluarga terhadap maskapai ini; (5) Status sosial; (6) Faktor Kepercayaan keluarga terhadap maskapai ini; (7) Faktor Peran sosial; (8) Faktor Merasa bangga telah menggunakan maskapai ini; (9) Faktor Citra maskapai (Dewi, 2020). Faktor sosial budaya, mengungguli faktor lain dengan *persentase variance* sebesar 42.450% dari total *persentase variance* sebesar 69,862% (Dewi, 2020).

Pembahasan

Hasil studi ini menunjukkan bahwa faktor psikologis merupakan faktor dominan wisatawan nusantara dalam melakukan pembelian tiket pesawat ke Pulau Bali sebelum pandemi Covid-19. Menurut Dewi (2019), secara empiris dari studi ini bahwa fenomena yang terjadi di lapangan, dalam studi yang dilakukan pada tahun 2020 atau sebelum pandemi Covid-19, maskapai yang lebih mendominasi dari berbagai maskapai yang ada di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai adalah maskapai AirAsia yang saat ini menjadi perusahaan yang paling diminati oleh wisatawan nusantara karena dalam produknya juga menawarkan fasilitas bagasi yang tidak dipungut biaya (gratis) untuk penerbangan rute domestik. Dewi (2019) juga menambahkan bahwa, faktor ini juga dipengaruhi oleh *image* dari perusahaan maskapai yang melayani rute penerbangan menuju Denpasar (DPS) sehingga hal ini mengakibatkan sebagian besar jawaban menunjukkan keputusan pembelian wisatawan nusantara dalam membeli tiket pesawat ke Bali dipengaruhi oleh faktor dalam dirinya (psikologis).

Sedangkan faktor sosial budaya merupakan faktor dominan dalam melakukan pembelian tiket pesawat ke Pulau Bali pada era pandemic Covid-19 yaitu berkaitan dengan dengan faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang signifikan dan mendalam

terhadap perilaku konsumen, kemudian faktor sosial sangat mempengaruhi perilaku seorang konsumen dalam melakukan pembelian (Dewi, 2020). Secara empiris dari fenomena yang terjadi di lapangan bahwa faktor sosial budaya yang diberikan oleh maskapai dalam pembelian tiket pesawat ke Bali di era pandemi cukup beragam dan tergantung dari maskapai yang digunakan oleh wisatawan. Dalam studi ini maskapai Garuda Indonesia menjadi maskapai yang mendominasi dan merupakan satu-satunya maskapai yang terus beroperasi selama pandemi Covid-19, terusnya beroperasi Garuda Indonesia karena maskapai ini dimiliki oleh negara dan segala kerugian ditanggung oleh Negara Republik Indonesia. Menurut Leggett (2020) mengatakan bahwa saat ini *industri penerbangan kini dalam posisi bertahan*, seperti perusahaan maskapai, bandara, dan perusahaan jasa layanan penerbangan yang bertujuan untuk menghemat aset perusahaan mereka akibat dampak pandemi Covid-19 di Indonesia. Hal ini menyebabkan penurunan jumlah penerbangan hingga menyentuh angka 80% pada awal tahun 2020, dan di beberapa daerah menghentikan operasional penerbangan.

Dari hasil studi komparasi terdapat perbedaan antara hasil temuan dalam studi ini. Pada faktor perilaku wisatawan nusantara pembelian tiket pesawat ke Bali sebelum pandemi Covid-19 diketahui faktor psikologis menjadi faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi perilaku wisatawan nusantara melakukan pembelian tiket pesawat ke Bali. Sedangkan faktor perilaku wisatawan nusantara dalam melakukan pembelian tiket pesawat ke Bali sebelum pandemi Covid-19 diketahui faktor sosial-budaya menjadi faktor dominan dalam studi ini.

Studi ini dapat memberikan hasil bahwa perbedaan yang mendasar dari faktor perilaku pembelian tiket pesawat ke Bali oleh wisatawan nusantara sebelum pandemi Covid-19 dan sesudah pandemi Covid-19 melanda di Indonesia dapat dijelaskan bahwa pada saat sebelum pandemi Covid-19 melanda di Indonesia, wisatawan nusantara akan mempertimbangkan maskapai penerbangan yang sesuai dengan pengalaman mereka maupun *image* dari perusahaan penerbangan yang memberikan pelayanan yang cenderung baik saat wisatawan menggunakan layanan maskapai tersebut. Hal ini dapat dilihat dari hasil studi menyatakan bahwa maskapai

AirAsia menjadi pilihan paling diminati oleh wisatawan nusantara ketika berkunjung ke Bali, dikarenakan maskapai AirAsia memiliki fasilitas yang cukup memberikan kemudahan bagi wisatawan nusantara serta maskapai AirAsia merupakan maskapai yang memiliki *image* perusahaan maupun layanan yang baik di antara perusahaan maskapai lainnya. Sedangkan pada saat pandemi Covid-19 melanda di Indonesia, di mana pada saat itu merupakan salah satu fase yang cukup berat bagi perusahaan penerbangan di Indonesia dikarenakan berbagai perusahaan penerbangan melakukan strategi bertahan di tengah kondisi pandemi Covid-19. Pada saat era pandemi Covid-19, wisatawan cenderung hanya dapat memilih opsi maskapai penerbangan yang masih beroperasi saat pandemi Covid-19 sehingga wisatawan nusantara akan mempertimbangkan perilaku pembelian tiket pesawat menuju ke Bali melalui faktor-faktor sosial-budaya. Faktor sosial budaya dapat dipengaruhi oleh faktor orang terdekat (keluarga) maupun orang di luar keluarga dapat berupa pengalaman maupun hasil testimoni dari kolega hingga keluarga yang telah menggunakan produk salah satu maskapai penerbangan pada saat pandemi Covid-19.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil studi yang telah dijabarkan dalam studi ini, maka dapat disimpulkan bahwa faktor dominan yang mempengaruhi perilaku wisatawan nusantara dalam pembelian tiket ke Bali sebelum pandemi adalah faktor psikologis dengan indikator pembentuk faktor yaitu (1) faktor keluarga, (2) faktor keinginan dalam diri, (3) faktor akan keamanan, (4) faktor akan ketepatan waktu, (5) faktor citra dari maskapai, (6) faktor pengalaman perjalanan, (7) faktor pengetahuan terhadap maskapai, (8) keramahan pelayanan maskapai, (9) faktor tersedianya fasilitas tambahan, (10) faktor layanan *boarding*, dan (11) faktor kecepatan pengantaran bagasi. Sedangkan, faktor dominan yang mempengaruhi perilaku wisatawan nusantara dalam pembelian tiket ke Bali saat pandemi adalah (1) Pengaruh dari orang terdekat (selain keluarga); (2) Strata sosial; (3) Pengaruh dari keluarga; (4) Loyalitas keluarga terhadap maskapai ini; (5) Status

sosial; (6) Kepercayaan keluarga terhadap maskapai ini; (7) Peran sosial; (8) Merasa bangga telah menggunakan maskapai ini dan (9) Citra maskapai.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dalam studi ini yaitu sebagai berikut : Pertama, perusahaan maskapai yang melayani penerbangan rute Denpasar hendaknya mempertahankan *image* dari perusahaan maskapai dengan mempublikasi prestasi yang pernah diterima oleh perusahaan maskapai sehingga hal ini dapat membangun *brand image* kepada calon konsumen. Kedua, kepada pihak maskapai agar lebih memperhatikan kelompok sosial sebagai sarana promosi maskapai, dengan cara bersosialisasi dalam kegiatan promosi yang dilakukan oleh *influencer*. Ketiga, Kepada pihak maskapai *full service airline* lainnya, agar lebih memperhatikan ketersediaan makanan dan hiburan agar lebih menarik minat calon penumpang untuk melakukan pembelian.

Faktor keamanan bagi penumpang menjadi tolak ukur yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan maskapai dengan cara memberikan informasi mengenai standar operasional prosedur (SOP) bagi penumpang dan menjamin asuransi bagi penumpang. Selain itu setiap perusahaan maskapai hendaknya perlu memfasilitasi tiap pesawat dengan perlengkapan keamanan yang memadai dan mampu difungsikan dengan baik sehingga hal ini akan membentuk persepsi akan aman dan nyaman dari wisatawan dan dapat mempengaruhi loyalitas mereka untuk membeli tiket pada maskapai tersebut. Serta terakhir kelima, faktor ketepatan waktu menjadi hal yang harus diperhatikan selain dari faktor keamanan. Ketepatan waktu atau *On Time Performance* (OTP) dapat mempengaruhi psikologis wisatawan untuk membeli tiket pada suatu maskapai tertentu karena melalui *image* pelayanan dari setiap maskapai dapat membentuk loyalitas pada diri wisatawan terhadap suatu perusahaan maskapai yang akan diingat dalam diri wisatawan.

Kepustakaan

- Anonim. 2018. *Statistik Pendidikan Tinggi*. Pusat Data dan Informasi Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi. Jakarta: Kemenristdikti Republik Indonesia.
- _____. 2020. Rilis Data Kunjungan Resmi Wisatawan Mancanegara ke Bali, <https://dispar.da.baliprov.go.id/category/data-statistik/> diakses 27 November 2020 (13:00)
- Chakraborty, Pallabi 2017, *7 Important Factors That Influence The Buying Decision Of A Consumer*, <https://www.linkedin.com/pulse/7-important-factors-influence-buying-decision-pallabi-chakraborty/>, diakses 27 November 2020 (13:00).
- Dewi, N.G. Ayu. Susrami 2020, Analisis Faktor Wisatawan Nusantara Membeli Tiket Pesawat ke Bali, *Jurnal IPTA*, Vol. 8. No. 1. Hh. 38.
- Dewi, N.G. Ayu Susrami. 2020. Analisis Faktor Perilaku Wisatawan Nusantara terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat ke Bali di Era Pandemi. Universitas Udayana : Denpasar.
- Fadliansyah, Muchammad Egi 2020, Dorong Pariwisata. Pemerintah Bakal Beri Diskon Tiket Pesawat & Hotel, <https://katadata.co.id/agustiyanti/berita/5f1d75665e2cc/dorong-pariwisata-pemerintah-bakal-beri-diskon-tiket-pesawat-hotel> diakses 19 November 2020 (07:30).
- Ghozali, Imam 2005, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Giao, Ha Nam. Khanh 2018, *Decision To Purchase Online Airline Tickets Of Ho Chi Minh City Customers*, *SSRN Electronic Journal*, Vol. 4. No. 9. Hh. 459.
- Ita, 2020, Mampukah Pariwisata Bali Bertahan di Tengah Badai Corona? <https://news.detik.com/dw/d-5166120/mampukah-pariwisata-bali-bertahan-di-tengah-badai-corona> diakses 19 November 2020 (07:10).
- Kecelakaan pesawat di Indonesia <http://wartakota.tribunnews.com/2018/10/29/ini-daftar-kecelakaan-pesawat-di-indonesia-sejak-tahun-2000-yang-merenggut-korban-jiwadiunduh> pada Minggu, 3 februari 2019, pk. 12.23).
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller.2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Legget, Theo. 2020. Dampak Virus Corona pada Industri Penerbangan : Kapankah, ‘pusat saraf bisnis dan wisata internasional’ akan kembali beroperasi sediakala?, <https://www.bbc.com/indonesia/dunia-52577423>, diakses 27 November 2020 (13:00).
- Moleong, Lexy J. 2002. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Qazzafi, Sheikh 2020, *Factor Affecting Consumer Buying Behavior: A Conceptual Study*, *IJSRD - International Journal for Scientific Research & Development*, Vol. 8, No. 1. Hh. 1205.
- Simarmata, Juliater., Keke, Yulianti., dan Panjaitan, Ferry 2019, *The Airline Customer’s Buying Decision Through Online Travel Agent: A Case Study Of The Passengers Of Scheduled Domestic Airlines In Indonesia*, *International Journal of Economics, Commerce and Management*, Vol. 4. No. 3. Hh. 335.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thaichon, Park., Poddar, Divya., Balaraj, Abhijan., dan Jaiswal, Ashwin 2016, *To Fly Or Not To Fly–Factors Influencing Customer Purchase Intention And Switching Intention In The Airline Industry*, *Journal of Hospitality Application & Research*, Vol. 11. No.1. Hh. 44.
- Wardhana, Aditya., Syahputra., Kartawinata, Budi. R. 2017, *Determinant Factors of Consumer Preferences in Indonesia Airlines Industry*, *Jurnal Bisnis & Manajemen*, Vol. 18. No. 1. Hh. 11002E.