

PENGARUH MOTIVASI DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI KE EKOWISATA TAMAN HUTAN RAYA NGURAH RAI PADA MASA PANDEMI COVID-19

Winda Leonita¹, I Wayan Suardana², Yohanes Kristianto³

Email: windaleonita817@gmail.com¹, suar.dana@yahoo.co.id², yohanes_ipw@unud.ac.id³

^{1,2,3}Program Studi Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

Abstract: Travel is inseparable from the motivation that drives an individual/group to travel. In addition to motivation, there are also other factors that influence tourist decisions, namely the image of the destination that later formed perceptions. Among the various kinds of influential tourist perceptions, there is perception of risk which is one of the key determinants in tourists' decision-making process. This study was conducted with the aim to know how to influence of motivation and perceived-risk on tourist interest in making return visits to the Ngurah Rai Grand Forest Park (TAHURA) tourist attraction during the Covid-19 pandemic. In this study, a purposive sampling technique was used by distributing questionnaires via google form to 100 tourists who had visited TAHURA Ngurah Rai at least once. The data obtained from the questionnaire was then processed quantitatively with likert sale, then validity and reliability test were carried out with the outer loadings limit of 0,5. The data analysis technique used in this research is SEM-PLS analysis with the help of SmartPLS version 3.3.5 program. Based on the results of the data analysis, it is known that there is a positive and significant influence between motivation and revisiting intention, while there is a positive but insignificant influence between perceived risk and revisiting intention.

Abstrak: Perjalanan wisata tidak terlepas dari adanya motivasi yang mendorong suatu individu/kelompok untuk melakukan perjalanan. Selain motivasi, ada pula faktor lain yang mempengaruhi keputusan wisatawan yaitu citra destinasi yang membentuk persepsi. Di antara berbagai macam persepsi wisatawan yang berpengaruh, terdapat persepsi risiko yang menjadi salah satu kunci penentu wisatawan mengambil keputusan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui bagaimana pengaruh motivasi dan persepsi risiko terhadap minat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali ke daya tarik wisata Taman Hutan Raya (TAHURA) Ngurah Rai pada masa pandemic Covid-19. Dalam penelitian ini digunakan teknik penentuan sampel *purposive sampling* dengan penyebaran kuesioner melalui *google form* pada 100 orang wisatawan yang sudah pernah mengunjungi TAHURA Ngurah Rai setidaknya satu kali. Data yang diperoleh dari kuesioner kemudian diolah secara kuantitatif dengan skala likert, serta dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas dengan ketentuan batasan *outer loadings* 0,5. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SEM-PLS dengan bantuan program SmartPLS versi 3.3.5 Berdasarkan hasil analisis data tersebut, diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara motivasi terhadap minat berkunjung kembali, sedangkan terdapat pengaruh positif tapi tidak signifikan antara persepsi risiko terhadap minat berkunjung kembali.

Keywords: motivation, perceived risk, revisiting intention.

PENDAHULUAN

Sebuah perjalanan wisata tidak dapat terlepas dari adanya motivasi untuk melakukannya, baik itu berasal dari dalam maupun luar diri wisatawan. Motivasi wisatawan ini berupa faktor pendorong dan penarik yang membuat wisatawan mengambil keputusan dalam melakukan perjalanan

wisatawan, Kedua faktor ini bersifat saling melengkapi dan membentuk motivasi gabungan antara motivasi internal (*push factor*) dan motivasi eksternal (*pull factor*) yang merupakan faktor dari atribut-atribut pada sebuah destinasi wisata. Akan tetapi oleh Hidayah (2019) dijelaskan bahwa dalam berkunjung ke sebuah destinasi niat wisatawan

tidak hanya dipengaruhi oleh motivasi perjalanan namun juga oleh citra destinasi.

Tidak jarang bahwa citra membentuk persepsi bagi wisatawan sebelum mengunjungi sebuah destinasi dan menjadi salah satu alasan pengambilan keputusannya. Secara spesifik adapun persepsi risiko yang menjadi salah satu faktor kunci wisatawan dalam mengambil keputusan. Karena dalam setiap perjalanan wisata selalu terdapat kemungkinan risiko yang dijumpai dapat berasal dari destinasi wisata maupun dari diri wisatawan. Sebuah destinasi pada hakikatnya merupakan suatu tempat atau kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrative yang memiliki unsur daya tarik, fasilitas, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait untuk mewujudkan kegiatan kepariwisataan. Unsur-unsur yang terdapat dalam sebuah daya tarik wisata ini kemudian membentuk persepsi serta motivasi bagi wisatawan untuk berkunjung.

Sebagai salah satu provinsi di Indonesia yang wilayahnya terdiri atas satu pulau, Bali terkenal akan keunggulannya sebagai daerah tujuan wisata. Tersebar di delapan kabupatennya, Bali memiliki kekayaan alam yang indah dan objek wisata beragam dari wisata alam, wisata budaya dan wisata bahari. Wisata alam Bali menjadi daya tarik utama sebagian besar wisatawan karena keanekaragaman objek wisata seperti pantai, sungai, gunung, bukit, laut, sawah, hutan lindung dan lain sebagainya.

Akan tetapi terjadinya pandemi Covid-19 sejak awal tahun 2020 mengakibatkan adanya pembatasan serius pada penggunaan moda transportasi pada bandar udara, pelabuhan, stasiun dan terminal. Bahkan fasilitas publik dan tempat keramaian yang menjadi lokasi aktivitas masyarakat umum seperti perkantoran, pusat perbelanjaan, dan sekolah juga harus ditutup sementara. Hal itu pun mempengaruhi berjalannya berbagai sektor perekonomian di Indonesia, salah satunya kegiatan kepariwisataan. Jumlah kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara di Bali juga mengalami penurunan sangat drastis sebagai salah satu akibatnya.

Pandemi Covid-19 yang masih berlangsung hingga saat ini, maka tidak heran bahwa wisatawan masih memiliki persepsi tertentu mengenai risiko dan masalah keamanan pada suatu daerah tujuan. Menanggapi hal itu, maka Kementerian

Pariwisata dan Industri Kreatif menyusun dan membelakakan program adaptasi CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, Environment*) yang khusus untuk sektor pariwisata dengan tujuan mengurangi tingkat penyebaran Covid-19 dan memastikan keamanan wisatawan. Pada siaran pers 19 Juni 2021, oleh Kemenparekraf RI dinyatakan bahwa kedisiplinan penerapan protokol kesehatan CHSE diharapkan dapat mengembalikan citra pariwisata Bali, sekaligus menjadikannya contoh bagi provinsi lain dalam memulihkan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Adapun di Bali sendiri sudah terdapat total 1.006 usaha yang telah tersertifikasi CHSE yang tersebar di Kabupaten Badung, Bangli, Buleleng, Gianyar, Jembrana, Karangasem, Klungkung, Tabanan, dan Kota Denpasar, yang mana 830 di antaranya berupa usaha pariwisata.

Taman Hutan Raya (TAHURA) Ngurah Rai merupakan hutan *mangrove* yang termasuk salah satu daerah dengan potensi sebagai ekowisata hutan. Berlokasi di kawasan Suwung Kauh, Denpasar, Bali, TAHURA Ngurah Rai mempunyai luas sebesar 1.373 Ha dengan keanekaragaman hayati, yakni hutan *mangrove*, hewan darat, dan hewan air. Adapun penyelenggaraan tugas pembantuan pengelolaan Taman Hutan Raya telah diamanatkan dalam Keputusan Menteri Kehutanan No.107/Kpts-II/2003 yang meliputi pembangunan, pemeliharaan, pemanfaatan dan pengembangannya dilaksanakan oleh Gubernur. Dari itu maka dapat dilihat bahwa daerah ini merupakan daerah konservasi alam yang dikembangkan sebagai kawasan objek wisata alam. Oleh karena itu TAHURA Ngurah Rai mempunyai potensi untuk dikembangkan sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan ke objek tersebut. Akan tetapi, diketahui dari *website* Kemenparekraf bahwa daya tarik wisata TAHURA Ngurah Rai sendiri belum memiliki sertifikasi CHSE. Meski demikian kegiatan wisata pada objek tersebut telah kembali beroperasi dan menerima pengunjung lagi.

Hal itu menarik perhatian peneliti untuk melihat bahwa apakah minat berkunjung kembali ke TAHURA Ngurah Rai di masa pandemi ini dipengaruhi oleh persepsi risiko atau tidak. Dikutip dari Hawkins dan Lonney dalam Candrianto (2021) bahwa faktor yang mempengaruhi kesediaan berkunjung kembali meliputi kepuasan terhadap layanan yang diberikan, nilai dan manfaat yang diperoleh

serta fasilitas penunjang yang memadai. Minat kunjungan ulang timbul karena adanya keinginan untuk menikmati kembali produk berupa jasa yang ditawarkan, di mana hal ini akan mendatangkan profit jika dilakukan terus menerus.

METODE

Penelitian ini dilakukan pada Taman Hutan Raya (TAHURA) Ngurah Rai, Pemogan, Kecamatan Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi dan persepsi risiko terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke daya tarik wisata TAHURA Ngurah Rai selama pandemic secara parsial maupun simultan.

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah motivasi dan persepsi risiko. Sedangkan, variabel dependen yang digunakan adalah minat berkunjung kembali. Variabel motivasi terdiri dari lima buah indikator, yakni *physiological needs* (kebutuhan fisik), *safety needs* (keamanan), *love needs* (cinta), *esteem needs* (penghargaan), dan *need for self-actualization* (aktualisasi diri) (Teori Maslow dalam Nasrullah dkk, 2020). Variabel persepsi risiko terdiri dari tiga buah indikator, yaitu *travel risk* (risiko perjalanan), *destination risk* (risiko destinasi) dan *hospitality risk* (risiko pelayanan) (Pappas, 2021). Kemudian variabel minat berkunjung kembali terdiri pula dari empat indikator, di antara lain minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif (Ferdinand, 2002 dalam Kurniawati, 2009).

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara dokumentasi, observasi, wawancara, kuesioner, dan kepustakaan. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui *google form* dan dibagikan dengan teknik *purposive sampling*. Adapun penentuan jumlah sampel menggunakan metode *quota sampling* dengan patokan sampel 100 orang. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis skala likert, analisis deskriptif, dan analisis data SEM-PLS dengan bantuan *software* SmartPLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Taman Hutan Raya Ngurah Rai pada mulanya disebut sebagai Kawasan Hutan

Prapat Benoa (RTK.10) dengan luas 1.373,50 Ha. Pada tahun 1985 dilakukan pengukuran batas tata guna fungsi yang terbagi menjadi Hutan Lindung, Hutan Produksi Tetap dan Taman Wisata. Selanjutnya, pada tahun 1993 dengan Surat Keputusan Menteri Kehutanan No. 554/Kpts-II/1993 Kawasan Hutan Prapat Benoa (RTK.10) ditetapkan sebagai Taman Hutan Raya Ngurah Rai. Pada tahun 1992, terjalin kerja sama untuk mengawali rehabilitasi kawasan TAHURA Ngurah Rai antara Pemerintah Republik Indonesia dengan Jepang, yakni lembaga JICA (*Japan International Cooperation Agency*). Kontribusi dari Jepang berupa rehabilitasi kawasan, gedung dan fasilitas, dan peningkatan SDM dalam bentuk pembinaan. Akan tetapi, kontrak dengan proyek tersebut berakhir pada tahun 2010 dan diserahkan kembali pada UPT (Unit Pelaksana Teknis) TAHURA Ngurah Rai. Adapun daya tarik wisata yang terdapat pada TAHURA Ngurah Rai di antara lain pemandangan alam berupa hutan *mangrove* lebat; kegiatan memancing; *trekking*; pemantauan burung; bermain perahu; budidaya *mangrove*; dan museum *mangrove*.

Karakteristik Wisatawan

Wisatawan yang berkunjung ke TAHURA Ngurah Rai didominasi oleh wisatawan berusia 17-26 tahun dengan persentase 72%. Kebanyakan wisatawan yang berkunjung berasal dari Bali (26%), Jawa (23%) dan NTT (24%) karena berupa pengunjung yang menetap/tinggal di Bali untuk kuliah dan atau bekerja. Lebih dari setengah wisatawan yang berkunjung adalah wanita dengan persentase 58%. Berdasarkan pekerjaan, wisatawan yang mendominasi adalah pelajar (32%) dan pegawai swasta (44%), maka dari itu pendidikan terakhirnya juga kebanyakan adalah SMA (34%) dan S1 (40%). Wisatawan yang berkunjung juga sebagian besar belum menikah, sebanyak 72%.

Kebanyakan wisatawan mengajak 2-3 orang selama berlibur dengan persentase 35%. Mereka memilih teman (44%) sebagai teman perjalanan di TAHURA Ngurah Rai. Frekuensi kunjungan wisatawan didominasi yang baru pertama kali berkunjung sebanyak 60%. Wisatawan mayoritas tinggal selama 1-2 jam dengan persentase 51%. Adapun lebih dari setengahnya, yaitu 58% wisatawan memiliki akomodasi yang jauh dari daya tarik wisata.

Sebanyak 85% wisatawan juga merencanakan perjalanannya sendiri dengan sumber informasinya mengenai daya tarik wisata didominasi yang berasal dari teman/keluarga dengan persentase 49%. Kemudian adapun 72% dari wisatawan menyatakan puas pada kunjungan ke TAHURA Ngurah Rai.

Analisis Deskriptif

Hasil analisis data deskriptif menunjukkan bahwa variabel motivasi (X1) memperoleh nilai rata-rata likert sebesar 3,28 yang menyatakan netral. Adapun indikator yang mendapatkan skor tertinggi adalah pemilihan daya tarik wisata TAHURA Ngurah Rai berdasarkan keinginan memenuhi kepuasan batin dengan nilai rata-rata likert 3,64 yang berarti setuju. Sementara yang mendapat skor terendah adalah indikator berdasarkan alasan kesehatan yang bernilai rata-rata likert sebesar 2,51, berarti tidak setuju. Variabel persepsi risiko (X2) memperoleh nilai rata-rata likert 3,27 yang menyatakan netral juga. Kemudian indikator yang mendapatkan skor tertinggi yaitu daya tarik wisata TAHURA Ngurah Rai adalah pilihan destinasi yang aman dari risiko virus Covid-19 dengan nilai rata-rata likert 3,56 yang berarti setuju. Sedangkan indikator dengan skor terendah adalah mengenai memilih tinggal di rumah teman/keluarga selama berwisata karena terdapat risiko virus Covid-19 di akomodasi umum yang mendapat nilai rata-rata likert 2,59, berarti tidak setuju. Selanjutnya, variabel minat berkunjung kembali (Y) memperoleh nilai rata-rata likert sebesar 3,42 yang menyatakan setuju. Indikator pada variabel ini yang mendapat skor tertinggi adalah mempunyai minat berkunjung kembali ke TAHURA Ngurah Rai karena ingin mengajak teman/keluarga, nilai rata-rata likertnya sebesar 3,88 yang berarti setuju. Akan tetapi indikator dengan skor terendah adalah mempunyai minat berkunjung kembali karena mendapat informasi baru tentang objek wisata, memperoleh nilai rata-rata likert 3,11 dengan arti netral.

Analisis SEM-PLS

Convergent Validity

Uji validitas konvergen dievaluasi berdasarkan *outer loadings* dan nilai AVE. Dalam penelitian ini digunakan batas bawah nilai *outer loadings* sebesar 0,50. Menurut Hair et al. (2011), indikator dengan nilai amat rendah

yakni di bawah 0,40 harus dihapus dari konstruk. Maka indikator-indikator yang tersisa menunjukkan bahwa semuanya telah bernilai lebih besar dari 0,50 sehingga dapat dinyatakan valid.

Tabel 1. *Average Variance Extracted (AVE)*

	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
X1	0,767	0,456
X2	0,792	0,436
Y	0,763	0,447

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Umumnya nilai AVE harus bernilai lebih dari 0,50 namun nilai 0,40 dapat diterima jika nilai *composite reliability* sebesar 0,60 ke atas karena validitas konvergen dari konstruk tersebut masih memenuhi syarat (Huang et al., 2013). Demikian disimpulkan bahwa penelitian ini valid sesuai persyaratan validitas konvergen berdasarkan nilai *outer loadings* dan AVE.

Discriminant Validity

Uji validitas diskriminan menunjukkan sebuah konstruk lain dari yang lainnya sehingga tidak bisa digantikan atau diwakili. Validitas diskriminan dievaluasi berdasarkan *Fornell-Larcker Criterion* dan *cross loadings*. Korelasi variabel motivasi dan motivasi sendiri bernilai 0,675 yang lebih tinggi dari korelasinya dengan variabel lain. Kemudian korelasi variabel persepsi risiko dan persepsi risiko sendiri bernilai 0,661. Begitu pula dengan korelasi variabel minat berkunjung kembali dengan minat berkunjung kembali bernilai 0,669.

Adapun *cross loadings* menunjukkan bahwa korelasi indikator pada variabel motivasi mempunyai nilai lebih besar dari korelasinya dengan variabel laten lainnya. Begitu pula dengan indikator pada variabel persepsi risiko dan minat berkunjung kembali. Demikian dapat disimpulkan bahwa penelitian ini valid sesuai persyaratan validitas diskriminan berdasarkan *Fornell-Larcker Criterion* dan *cross loadings*.

Tabel 2. *Cross Loadings*

	X1	X2	Y
M1	0,810	0,338	0,397
M2	0,649	0,118	0,241
M7	0,649	0,309	0,405
M8	0,572	0,074	0,257
PR1	0,231	0,754	0,123
PR2	0,085	0,614	0,049
PR3	0,354	0,748	0,145
PR5	0,119	0,570	0,102
PR6	0,238	0,595	0,120
MBK1	0,279	0,010	0,648
MBK2	0,334	0,080	0,616
MBK3	0,278	0,079	0,711
MBK4	0,413	0,246	0,695

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Composite Reliability

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat seberapa keandalan model konstruk, apakah pengukurannya stabil dan konsisten yang dievaluasi dengan melihat nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. *Composite reliability* memiliki ketentuan harus bernilai lebih besar dari 0,70. Nilai pada ketiga variabel yakni variabel motivasi, persepsi risiko, dan minat berkunjung masing-masing sebesar 0,767; 0,792; dan 0,763 sehingga konstruk dinyatakan reliabel. *Cronbach's alpha* juga mempunyai syarat bernilai lebih besar dari 0,70. Namun nilai ketiga variabel masing-masing adalah 0,607; 0,682; dan 0,596. Jika indikator pada setiap variabel laten berjumlah sedikit (sekitar 3 indikator), maka nilai *cronbach's alpha* akan menjadi rendah sehingga evaluasi dapat dilanjutkan tanpa harus menghapus indikator (Bimo, 2013).

Path Coefficients

Uji koefisien jalur mengukur kuat pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Evaluasi *path coefficients* dilihat berdasarkan nilai *T-Statistics* dan *P-Values*. *T-Statistics* harus bernilai di atas 1,96 untuk dinyatakan signifikan. *Probability values* atau *P-Values* mempunyai syarat bernilai di bawah 0,05.

Berdasarkan Tabel 3 dapat disimpulkan mengenai pengaruh variabel motivasi (X1) terhadap minat berkunjung kembali (Y), yaitu:

1. *T-Statistics* bernilai 5,953 > 1,96 sehingga terdapat pengaruh dari motivasi terhadap minat berkunjung kembali.
2. *P-Values* bernilai 0,000 < 0,05 sehingga terdapat pengaruh dari motivasi terhadap minat berkunjung kembali.

Adapun berdasarkan Tabel 3 juga dapat disimpulkan mengenai pengaruh variabel persepsi risiko (X2) terhadap minat berkunjung kembali (Y), yaitu:

1. *T-Statistics* bernilai 0,021 < 1,96 sehingga tidak terdapat pengaruh dari persepsi risiko terhadap minat berkunjung kembali.
2. *P-Values* bernilai 0,983 > 0,05 sehingga tidak terdapat pengaruh dari persepsi risiko terhadap minat berkunjung kembali.

Tabel 3. *Path Coefficients*

	<i>T-Statistics</i>	<i>P-Values</i>
X1 → Y	5,953	0,000
X2 → Y	0,021	0,983

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

R-Square

Nilai *R-Square* merupakan nilai yang hanya dimiliki oleh variabel endogen dan berasal dari variabel eksogen yang mempengaruhinya. Kriteria *R-Square* dapat dilihat dari *R-Square Adjusted* dengan nilai 0,75 (model kuat); 0,50 (model sedang); dan 0,25 (model buruk/lemah) (Juliandi, 2018).

Tabel 4. *R-Square*

	R-Square	R-Square Adjusted
Y	0,252	0,237

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Nilai *R-Square Adjusted* pada variabel endogen Y (minat berkunjung kembali) adalah sebesar 0,237 yang berarti model konstruk dalam penelitian ini tergolong lemah. Sementara nilai *R-Square* adalah sebesar 0,252 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi (X1) dan persepsi risiko (X2) hanya mempengaruhi minat berkunjung kembali (Y) sebesar 25,2%.

Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel motivasi terhadap minat berkunjung

kembali memiliki nilai *t-statistics* sebesar 5,953 dan *p-values* sebesar 0,000 sehingga motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke daya tarik wisata TAHURA Ngurah Rai pada masa pandemi Covid-19. Menurut jawaban responden pada kuesioner penelitian dapat dilihat bahwa rata-rata pernyataan pada variabel motivasi ditandai setuju oleh wisatawan. Di antaranya yang mendapat skor tertinggi adalah indikator motivasi aktualisasi diri, berbunyi pemilihan daya tarik wisata TAHURA Ngurah Rai berdasarkan keinginan memenuhi kepuasan batin dengan nilai rerata likert 3,64. Hal itu didasari oleh jenis kegiatan pada daya tarik wisata ini yang cenderung mengarah ke hobi khusus seperti trekking, memancing, memantau burung, menikmati pemandangan alam hingga budidaya mangrove, dan sebagainya. Kemudian indikator dengan skor kedua tertinggi adalah *esteem needs* atau penghargaan yang berupa pemilihan daya tarik wisata TAHURA Ngurah Rai berdasarkan alasan gengsi/status dengan nilai rerata likert 3,59. Berdasarkan observasi di lapangan, kebanyakan kelompok pengunjung datang bersama teman (44% dari total responden) dan menghabiskan waktu untuk berfoto-foto pada aspek menarik di daya tarik wisata dan diunggah ke akun media sosial.

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Berkunjung Kembali

Dapat diketahui dari hasil analisis data bahwa variabel persepsi risiko terhadap minat berkunjung kembali memiliki nilai *t-statistics* sebesar 0,021 dan *p-values* sebesar 0,983 sehingga persepsi risiko berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke daya tarik wisata TAHURA Ngurah Rai pada masa pandemi Covid-19. Menurut jawaban responden pada kuesioner penelitian dapat dilihat bahwa dari tujuh indikator pada variabel persepsi risiko, lima di antaranya mendapat jawaban setuju. Indikator yang mendapat skor tertinggi adalah indikator risiko destinasi, yaitu pernyataan bahwa daya tarik wisata TAHURA Ngurah Rai adalah pilihan destinasi yang aman dari risiko virus Covid-19 dengan nilai rerata likert 3,56. Itu menunjukkan intensi berkunjung sebagian besar wisatawan tidak dipengaruhi oleh risiko pada daya tarik wisata. Usia wisatawan yang didominasi 17-26 tahun (72%) berarti umur

yang cenderung masih muda mengakibatkan mereka tidak terlalu khawatir akan risiko virus Covid-19 selama telah mematuhi protokol kesehatan yang ada.

Pengaruh Motivasi dan Persepsi Risiko terhadap Minat Berkunjung Kembali

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa variabel motivasi dan persepsi risiko memiliki nilai *R-Square* sebesar 25,2% sehingga motivasi dan persepsi risiko mempunyai pengaruh positif, tetapi secara parsial motivasi berpengaruh signifikan dan persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke TAHURA Ngurah Rai pada masa pandemi Covid-19. Ini berarti meski telah mengetahui tingginya risiko yang ada pada daya tarik wisata, wisatawan tetap mempunyai minat untuk melakukan kunjungan ke TAHURA Ngurah Rai. Oleh karena motivasi dan persepsi risiko hanya mempengaruhi minat berkunjung kembali sebesar 25,2% maka besar kemungkinan bahwa 74,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain, misalnya fasilitas, lokasi dan kepuasan wisatawan (Fajrin dkk, 2021). Menurut jawaban responden pada kuesioner penelitian dapat dilihat bahwa indikator pada variabel minat berkunjung kembali yang mendapat skor tertinggi adalah indikator minat referensial, yaitu mempunyai minat berkunjung kembali ke daya tarik wisata TAHURA Ngurah Rai karena ingin mengajak teman/keluarga dengan nilai rerata likert sebesar 3,88.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Variabel motivasi mempunyai nilai *t-statistics* sebesar 5,953 ($5,953 > 1,96$) dan *p-values* sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) sehingga terdapat pengaruh dari motivasi terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke TAHURA Ngurah Rai pada masa pandemi Covid-19.

Variabel persepsi risiko mempunyai nilai *t-statistics* sebesar 0,021 ($0,021 < 1,96$) dan *p-values* sebesar 0,983 ($0,983 > 0,05$) sehingga tidak terdapat pengaruh dari persepsi risiko terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke TAHURA Ngurah Rai pada masa pandemi Covid-19.

Variabel motivasi dan persepsi risiko mempunyai nilai *R-Square* sebesar 0,252

sehingga motivasi dan persepsi risiko hanya mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan ke TAHURA Ngurah Rai pada masa pandemi Covid-19 sebesar 25,2% yang tergolong rendah.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan penulis pada pihak pengelola TAHURA Ngurah Rai berdasarkan hasil penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami motivasi berkunjung wisatawan guna meningkatkan minat wisatawan yang berkunjung. TAHURA Ngurah Rai juga diharapkan untuk memperoleh sertifikasi CHSE agar dapat mengurangi persepsi risiko wisatawan yang akan berkunjung. Kemudian pihak pengelola juga hendaknya tetap menjaga dan memelihara sumber daya alam dan fasilitas pada TAHURA Ngurah Rai, serta meningkatkan strategi pemasaran sehingga dapat menarik minat lebih banyak pengunjung.

Bagi penelitian selanjutnya terdapat pula saran untuk mempertimbangkan berbagai variabel lainnya yang belum sempat diteliti dalam penelitian ini. Selain itu, pengambilan sampel penelitian dapat diperluas dengan melakukan penyebaran kuesioner pada wisatawan domestik serta mancanegara agar hasil penelitian dapat lebih menyeluruh.

Kepustakaan

- Bimo, S. 2013. Uji Outer Model Pada PLS-Path Modeling. (Online). (<http://www.statistikolahdata.com/2013/07/uji-outer-model-pada-pls-path-modeling.html>, Diakses 10 Januari 2021).
- Candrianto. 2021. *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*. Malang: Literasi Nusantara.
- Fajrin, A. R. Wijayanto, G. Kornita, S. E. 2021. 'Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Kota Kampar Kabupaten Kampar'. *Jurnal Ekonomi Kiat*. Vol. 32. No. 1. hh. 40-47.
- Hair, J. F. Ringle, C. M. Sarstedt, M. 2011. 'PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet'. *Journal of Marketing Theory and Practice*. Vol. 19. No. 2. hh. 139-151.
- Hidayah, N. 2019. *Pemasaran Destinasi Pariwisata (1st Ed.)*. Bandung: Alfabeta.
- Huang, Chun-Che. Wang, Yu-Min. Wu, Tsin-Wei & Wang, Pei-An. 2013. 'An Empirical Analysis of the Antecedents and Performance Consequences of Using the Moodle Platform'. *International Journal of Information and Education Technology*. Vol. 3. No. 2. hh. 217-221.
- Juliandi, A. 2018. 'Structural Equation Model Based Partial Least Square (SEMPLS) Menggunakan SmartPLS'. *Pelatihan SEM-PLS Program Pascasarjana Universitas Batam Menggunakan SmartPLS*. Universitas Batam.
- Kurniawati, D. 2009. 'Studi Tentang Sikap Terhadap Merek dan Implikasinya Pada Minat Beli Ulang (Kasus pada Produk Mi Instan Indomie di Kota Semarang)'. *Tesis Magister*. S-2 Magister Manajemen: Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Nasrullah, dkk. 2020. *Pemasaran Pariwisata: Konsep, Perencanaan & Implementasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Pappas, N. 2021. 'COVID19: Holiday Intentions During a Pandemic'. *Journal Tourism Management*. Vol. 84. 2021. Article 104287.