

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO BENCANA TSUNAMI DAN
CITRA DESTINASI TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI
WISATAWAN KE PANTAI ANYER BANTEN
(THE EFFECT OF RISK PERCEPTION AND DESTINATION IMAGE
ON TOURIST'S RETURN INTENTION TO ANYER BEACH BANTEN)**

Muhammad Nur Ali Darajat¹

Program Studi Manajemen Resort dan Leisure, Universitas Pendidikan Indonesia
mnuralid@gmail.com

Fitri Rahmafitria²

Manajemen Resort dan Leisure, UPI
Perencanaan Wilayah dan Kota, ITB
rahmafitria@upi.edu

Reiza Miftah Wirakusuma³

Program Studi Manajemen Resort dan Leisure, Universitas Pendidikan Indonesia
reizamiftah@upi.edu

ABSTRACT

This study aims to explore the effect of tsunami risk perception and destination image on the intention of returning tourists. The data collection technique used purposive sampling which was distributed to 171 tourists who had visited Anyer Beach. Hypothesis testing was carried out using multiple linear regression through the SPSS 26 for windows program. The results showed that the perception of tsunami risk and the image of the destination in Anyer Beach had a negative effect on the intention to return to Anyer Beach. Although there is no direct influence of perception of tsunami risk on intention to revisit, this study found that the image of the destination was able to reduce the level of tourists' perception of tsunami risk, so that they were willing to revisit disaster-prone destinations.

Keywords: *Tsunami Risk Perception, Destination Image, Revisit Intentions, Destination Management*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh persepsi risiko bencana tsunami dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali wisatawan. Teknik pengambilan data menggunakan purposive sampling yang disebarkan kepada 171 wisatawan yang pernah mengunjungi Pantai Anyer. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan regresi linier berganda melalui program SPSS 26 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko tsunami dan citra destinasi di Pantai Anyer berpengaruh negatif terhadap niat untuk berkunjung kembali ke Pantai Anyer. Meskipun tidak terdapat pengaruh langsung dari persepsi risiko bencana tsunami terhadap niat untuk berkunjung kembali, tetapi penelitian ini menemukan bahwa citra destinasi mampu

mengurangi tingkat persepsi wisatawan terhadap risiko tsunami, sehingga mereka mau berkunjung kembali ke destinasi yang rawan bencana.

Kata Kunci: Persepsi Risiko Tsunami, Citra Destinasi, Niat Berkunjung Kembali, Manajemen Destinasi

Received: February 16, 2021/ Reviewed: March 5, 2021/ Published: July 25, 2021

PENDAHULUAN

Salah satu sektor penting yang dapat mendorong pembangunan ekonomi adalah pariwisata. Rahmafritria, Purboyo & Rosyidie (2019), mengungkapkan bahwa banyak masyarakat bergantung pada pariwisata sebagai sektor penyokong terhadap ekonomi lokal. Dalam mempertahankan ekonomi yang didasarkan pada pariwisata, mereka cenderung berusaha keras untuk menarik lebih banyak pengunjung berulang. Sementara itu menurut Reid & Reid (1993), pengunjung berulang merupakan target pasar yang rasional dikarenakan secara tidak langsung mereka dapat menjadi media promosi bagi keluarga dan teman-temannya.

Di sisi lain sektor pariwisata memiliki kerentanan terhadap risiko dan ancaman, khususnya bencana alam (Poon & Adams, 2000; Rahmafritria & Misran, 2018). Peristiwa bencana alam dapat memperburuk tingkat risiko perjalanan dan menghambat kunjungan wisatawan destinasi alam (Lehto et al., 2008). Salah satu risiko yang dapat dirasakan adalah risiko fisik kawasan yang disebabkan oleh kerusakan akibat bencana alam. Dalam menilai risiko setiap wisatawan memiliki persepsi yang berbeda. Persepsi risiko didefinisikan sebagai pandangan atau perasaan wisatawan mengenai kemungkinan terburuk yang akan terjadi (Mowen & Minor, 1998 dalam Fuchs & Reichel, 2006). Penelitian sebelumnya menemukan bahwa persepsi risiko wisatawan dapat memengaruhi niat berkunjung kembali ke destinasi wisata yang berisiko (Qi et al., 2009; Chew & Jahari, 2014). Hal tersebut dikarenakan wisatawan cenderung mengambil keputusan perjalanan berdasarkan pada persepsi risiko mereka daripada kenyataan (Rahmafritria & Misran, 2018).

Beberapa penelitian terdahulu menyatakan bahwa wisatawan cenderung untuk menghindari bahaya dan menjauhi destinasi wisata yang berisiko (Floyd et al., 2003; Sönmez & Graefe, 1998b). Namun, beberapa penelitian menemukan bahwa wisatawan yang pernah berkunjung ke suatu destinasi yang berisiko cenderung lebih dapat menerima risiko sehingga kemungkinan niat wisatawan untuk berkunjung kembali lebih tinggi (Fuchs & Reichel, 2011; Rahmafritria & Misran, 2018).

Di sisi lain persepsi dan citra destinasi dapat memengaruhi niat wisatawan untuk berkunjung kembali ke sebuah destinasi. Hal ini berkaitan dengan kemampuan destinasi dalam memberikan pengalaman yang baik dan tidak terlupakan selama berwisata (Khairani, 2009). Kozak et al. (2007) mengemukakan bahwa persepsi wisatawan mengenai risiko fisik bencana dan citra destinasi sangat mungkin memainkan peran penting dalam memengaruhi niat wisatawan untuk berkunjung kembali. Hal tersebut didukung oleh Lepp et al., (2011) dengan memadukan risiko dan citra untuk memahami proses kognitif dan afektif yang dialami individu ketika mereka merasa terancam (Sönmez & Graefe, 1998b). Sönmez & Graefe (1998b) juga mengungkapkan bahwa persepsi risiko harus dipelajari bersama dengan citra destinasi karena hal tersebut penting bagi pengelola untuk mengubah persepsi negatif dan memperkuat persepsi positif.

Pada Desember 2018 terjadi peristiwa tsunami dari letusan Anak Krakatau di Selat Sunda. Dampak dari peristiwa tersebut membuat pariwisata di Pantai Anyer terganggu yang ditandai oleh penurunan jumlah kunjungan wisatawan sebesar 50% (Liputan 6, 2019). Namun, pemerintah pusat melakukan tindakan perbaikan fasilitas dan infrastruktur dalam jangka waktu yang singkat (Detik Travel, 2019) yang dapat menjadi salah satu cara untuk membuat citra destinasi Pantai Anyer pulih kembali.

Berdasarkan uraian tersebut penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko bencana tsunami dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali. Secara khusus, penelitian ini meneliti persepsi risiko fisik dari destinasi alam pantai yang memiliki risiko tsunami sebagai objek penelitiannya.

Persepsi Risiko Fisik Bencana Alam

Persepsi risiko didefinisikan sebagai persepsi wisatawan mengenai kemungkinan bahwa suatu tindakan dapat membuat mereka terancam bahaya sehingga memengaruhi keputusan perjalanannya, terutama jika bahaya yang dirasakan dianggap melampaui kemampuan mereka (Mansfeld, 2006; Reichel et al., 2007). Persepsi risiko sangat penting dalam proses pengambilan keputusan wisatawan karena dapat mengubah pengambilan keputusan dalam memilih destinasi (Sönmez & Graefe, 1998a). Ketika persepsi risiko menjadi tinggi, terdapat kecenderungan untuk menghindari pembelian atau penggunaan. Namun, hal tersebut dapat diminimalisir dengan cara mencari dan mengevaluasi alternatif lain dalam tahap pengambilan keputusan.

Pada dasarnya bencana merupakan suatu gangguan serius terhadap keberfungsian suatu daerah yang menyebabkan kerugian materi, ekonomi, sosial, dan lingkungan (*International Strategy for Disaster Reduction*, 2004). Pada penelitian ini fokus bencana yang diteliti merupakan bencana yang disebabkan oleh kondisi alam yang berubah dengan dampak merusak. Daerah dengan tingkat kerawanan bencana alam yang tinggi akan memengaruhi persepsi risiko individu terhadap daerah tersebut.

Salah satu persepsi risiko perjalanan yang dapat timbul dari potensi kerugian akibat bencana alam adalah risiko fisik (Mansfeld, 2006). Persepsi risiko fisik diukur berdasarkan skala risiko yang dikembangkan dari Chew & Jahari (2014). Persepsi risiko fisik diaptasi untuk merefleksikan kasus bencana alam seperti pandangan terhadap kerawanan bencana dan dampak dari bencana baik dampak secara keseluruhan, dampak pada kondisi alam, dan dampak pada kualitas infrastruktur atau bangunan di kawasan. Selanjutnya, pandangan mengenai pengendalian risiko seperti pandangan terhadap penanganan khusus dari pemerintah dan pengetahuan masyarakat mengenai mitigasi bencana dan efek risiko bencana seperti pandangan mengenai keselamatan saat berkunjung ke kawasan.

Citra Destinasi

Citra destinasi dianggap sebagai kesan wisatawan secara umum terhadap suatu destinasi wisata (Coshall, 2000). Coban (2012) menjelaskan bahwa pengembangan citra destinasi didasarkan pada rasionalitas dan emosionalitas wisatawan, serta sebagai hasil dari kombinasi dua komponen berikut: (1) citra kognitif yang berhubungan dengan pengetahuan dan keyakinan individu mengenai objek (evaluasi dari berbagai atribut pada objek) dan (2) citra afektif yang berhubungan dengan perasaan individu terhadap objek. Berikut merupakan penjelasan dari dimensi dari citra destinasi.

Citra kognitif berhubungan dengan keyakinan dan pengetahuan mengenai gambaran atribut pada destinasi (Coban, 2012). Menurut Baloglu & McCleary (1999),

citra kognitif terdiri dari komponen kualitas pengalaman yang didapat oleh para wisatawan seperti kualitas dari infrastruktur dan bangunan, keamanan diri, cuaca, *good value for money*, dan kuliner yang terdapat pada kawasan tersebut.

Citra afektif berhubungan dengan perasaan atau emosi wisatawan mengenai suatu destinasi (Artuğer et al., 2013). Komponen afektif mengacu pada apa yang dirasakan wisatawan pada sebuah destinasi (Ahmad, 2015). Komponen afektif mengacu pada aspek yang tidak dapat diobservasi secara langsung seperti kenyamanan, keamanan, dan kebahagiaan (Echtner dan Ritchie, 2003).

Niat Berkunjung Kembali

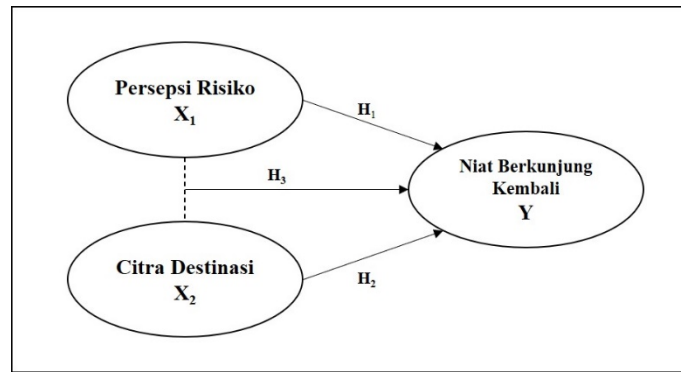
Niat berkunjung kembali diartikan sebagai perilaku wisatawan untuk mengulangi kunjungan ke sebuah destinasi (Chen dan Tsai 2007). Niat berkunjung kembali merupakan bagian dari loyalitas wisatawan dan keinginan untuk mengunjungi kembali sebuah destinasi di masa depan (Oppermann, 2000; Rahmafritria, Nurazizah & Riswandi, 2016). Menurut Petrick & Backman (2002) keinginan untuk berkunjung kembali di masa depan dapat dipengaruhi oleh sikap wisatawan terhadap pengalaman pada masa lalu.

Niat berkunjung kembali merupakan niat dari pengunjung untuk mengunjungi kembali suatu destinasi dalam periode tertentu dan niat untuk sering berkunjung ke destinasi tersebut (Baker dan Crompton, 2000 dalam Bintarti dan Kurniawan, 2017). Faktor lain yang terlibat dalam pengukuran niat berkunjung kembali termasuk keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain melalui *word-of mouth* yang positif (Bigne et al., 2001 dalam Bintarti dan Kurniawan, 2017).

Beberapa penelitian sebelumnya menemukan bahwa terdapat pengaruh antara persepsi risiko wisatawan terhadap niat mereka untuk mengunjungi kembali sebuah destinasi (Mansfeld & Pizam, 2006; Scott et al., 2013). Terdapat kecenderungan bahwa wisatawan membuat keputusan berdasarkan persepsi risiko dari sebuah destinasi (Lepp et al., 2011; George, 2010) baik dalam merencanakan perjalanan wisata mereka atau hanya berkunjung ke sebuah destinasi. Selain itu, Chen dan Tsai (2007) mempelajari tentang pengaruh citra destinasi kepada niat perilaku untuk berkunjung kembali. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin positif perasaan wisatawan terhadap citra destinasi maka semakin positif juga niat untuk berkunjung kembali ke destinasi tersebut. Menurut Woodside et al. (1989) dan Hall et al. (2003) baik persepsi risiko dan citra destinasi memiliki kecenderungan untuk dipertimbangkan dalam proses keputusan pengunjung untuk memilih destinasi yang akan dituju dan niat mereka untuk kembali berkunjung ke destinasi tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut maka kerangka pemikiran pada penelitian ini tergambar ke dalam sebuah bagan dengan hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

- H1: Persepsi risiko bencana tsunami berpengaruh negatif terhadap niat berkunjung kembali wisatawan
- H2: Citra destinasi berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali ke suatu destinasi
- H3: Persepsi risiko bencana tsunami dan citra destinasi secara simultan berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali ke suatu destinasi
- H4: Citra destinasi menjadi mediator antara persepsi risiko alam dan niat untuk berkunjung kembali.



Sumber: Diolah Peneliti (2020)

Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini data dikumpulkan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penentuan ukuran sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Hair et al. (2010) dengan perhitungan jumlah sampel sama dengan jumlah indikator yang digunakan dikalikan dengan 5-10. Pada penelitian ini jumlah indikator yang digunakan adalah 18 butir pernyataan sehingga jumlah sampel yang digunakan adalah 90 – 180 responden. Sementara, teknik dalam pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive sampling* dengan ketentuan sampel merupakan wisatawan yang pernah mengunjungi Pantai Anyer minimal sebanyak 1 kali sebelum peristiwa bencana tsunami terjadi pada tahun 2018. Pengumpulan data dilakukan selama bulan Desember 2019 – Februari 2020.

Instrumen yang digunakan merupakan kuesioner yang bersifat tertutup karena terdapat alternatif jawaban pada setiap pernyataan untuk memudahkan responden dalam menentukan jawaban yang sesuai dengan pendapat atau pilihannya yang diukur menggunakan Skala Likert (Riduwan & Kuncoro, 2007).

Kuesioner terbagi menjadi empat bagian. Pertama, meliputi pertanyaan-pertanyaan untuk mengidentifikasi karakteristik personal dari responden, seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan frekuensi kunjungan. Kedua, berisi pernyataan mengenai persepsi risiko tsunami. Ketiga, berisi pernyataan mengenai citra destinasi Pantai Anyer baik kognitif maupun afektif. Keempat, berisi tentang pernyataan mengenai niat berkunjung kembali.

Data yang telah terkumpul selanjutnya akan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan dari program SPSS versi 26. Dalam menguji hipotesis dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai t_{hitung} yang dibandingkan dengan nilai t_{tabel} (1.96). Apabila nilai lebih t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} dengan nilai sig. kurang dari 0.05 maka hipotesis yang diajukan dianggap dapat diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari 171 responden diketahui bahwa pengunjung Pantai Anyer didominasi oleh 57% perempuan. Kemudian, rata-rata wisatawan Pantai Anyer merupakan wisatawan remaja dewasa yang berusia 17 sampai dengan 25 tahun. Selanjutnya, wisatawan Pantai Anyer didominasi oleh wisatawan yang memiliki latar belakang pendidikan perguruan tinggi atau sederajat sebesar 54% dan memiliki penghasilan <Rp1.000.000 per bulan.

Rata-rata Wisatawan Pantai Anyer merupakan oleh wisatawan yang telah melakukan kunjungan sebanyak 2 sampai dengan 3 kali (*repeat visitor*).

Hasil analisis juga menjelaskan pengaruh anatar variabel dependen terhadap independen. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel, yaitu variabel persepsi risiko tsunami (X1), variabel citra destinasi (X2), dan niat berkunjung kembali (Y). Berikut merupakan hasil analisis deskriptif dari masing-masing variabel yang digunakan pada penelitian ini.

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif

Variabel/ Variable	Persentase/ Percentage	Kategori/ Category
Persepsi Risiko tsunami	26,23%	Tinggi
Citra Destinasi	30,93%	Tinggi
Niat Berkunjung Kembali	7,22%	Tinggi

Sumber: Diolah Peneliti (2020)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa tanggapan dari responden menyatakan bahwa persepsi risiko yang terbentuk dari peristiwa bencana alam yang melanda Pantai Anyer termasuk dalam kategori tinggi. Selanjutnya, diketahui bahwa persentase rata-rata dari tanggapan responden mengenai citra destinasi di Anyer berada pada kategori tinggi. Berikutnya, diketahui bahwa tanggapan dari responden menyatakan bahwa niat mereka untuk mengunjungi kembali pantai di Anyer dalam kategori tinggi.

Penelitian yang dilakukan Cronin dan Taylor (1992) menyatakan bahwa niat pembelian ulang secara positif mendukung hubungan antara citra dan kepuasan dengan perilaku niat membeli kembali. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa citra yang dibentuk oleh Pantai Anyer sudah baik karena hal tersebut berdampak kepada niat untuk berkunjung kembali walaupun terdapat risiko yang dirasakan.

Pengujian hipotesis pertama dan kedua dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari Persepsi Risiko tsunami (X1) dan Citra Destinasi (X2) terhadap Niat Berkunjung Kembali (Y) secara parsial. Dalam menguji hipotesis kedua dan ketiga dilakukan analisis regresi linear berganda. Adapun hasil olahan data dapat dilihat pada Tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear (Model 2)

Variabel	T _{value}	B	Beta	Sig.
Constant	1.016	0.849		0.311
Persepsi Risiko	-0.903	-0.020	-0.055	0.368
Citra Destinasi	10.257	0.209	0.626	0.000

Dependent Variable: Niat Berkunjung Kembali

Sumber: Diolah Peneliti (2020)

Dapat diketahui bahwa nilai T_{hitung} dari variabel citra destinasi itu lebih besar daripada nilai T_{tabel} ($10.257 > 1.96$), maka dapat diketahui bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau citra destinasi berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali ke suatu destinasi.

Selanjutnya, dapat diketahui bahwa nilai T_{hitung} dari variabel persepsi risiko tsunami lebih kecil daripada nilai T_{tabel} ($0.903 < 1.96$), maka dapat diketahui bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak atau persepsi risiko tsunami tidak berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali ke suatu destinasi.

Hipotesis yang akan diuji adalah pengaruh persepsi risiko tsunami dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali. Untuk menguji signifikansi dari variabel persepsi risiko fisik dan citra destinasi, maka dilakukan pengujian uji F. Adapun hasil olahan data dapat dilihat pada Tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3. Hasil Uji Signifikansi (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	220.853	2	110.426	58.622	.000 ^b
Residual	316.463	168	1.884		
Total	537.315	170			

Sumber: Diolah Peneliti (2020)

Berdasarkan Tabel 3 mengenai uji hipotesis secara simultan dapat diketahui bahwa F_{hitung} pada penelitian ini adalah 58.622. Pengujian signifikansi dapat dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} (3,050). Dengan demikian, dapat diketahui bahwa $58.622 > 3,050$ sehingga dapat dipastikan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau persepsi risiko dan citra destinasi secara bersama berpengaruh terhadap niat untuk berkunjung kembali.

Pada penelitian ini ditemukan bahwa terdapat hubungan signifikan antar citra destinasi terhadap keputusan berkunjung. Namun persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang datang ke Pantai Anyer tidak dipengaruhi oleh bencana tsunami 2018 silam, dan menganggap citra Pantai Anyer pasca bencana tsunami 2018 tetap baik dimata wisatawan.

Adanya pengaruh dari citra destinasi terhadap keputusan berkunjung, dan tidak signifikannya pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan berkunjung dalam penelitian ini dapat dilihat dari faktor personal (usia) dan faktor stimulus (pengalaman perjalanan sebelumnya) yang dapat memengaruhi persepsi risiko (Beerli & Martin, 2004; Fuchs & Reichel, 2011) dan pembentukan citra destinasi (Baloglu, 2000; Baloglu & McCleary, 1999; Beerli & Martin, 2004). Dalam penelitian ini, mayoritas responden merupakan wisatawan muda yang melakukan kunjungan sebanyak 2 sampai 3 kali. Walaupun citra destinasi Pantai Anyer dalam kategori tinggi khususnya bagi wisatawan berulang, tetapi terjadinya bencana tsunami pada tahun 2018 dapat membuat kekhawatiran wisatawan mengenai citra Pantai Anyer pasca bencana yang dibuktikan dari tanggapan responden mengenai persepsi risiko tsunami yang juga dalam kategori tinggi.

Berdasarkan hasil analisis data di atas ditemukan bahwa citra destinasi Pantai Anyer dalam pandangan wisatawan sudah dalam keadaan baik. Pandangan baik wisatawan mengenai citra destinasi Pantai Anyer berpengaruh secara positif terhadap niat mereka untuk melakukan kunjungan kembali. Hasil tersebut konsisten dengan temuan-temuan sebelumnya (Beerli & Martin, 2004; Martins, 2015) yang mengungkapkan bahwa citra destinasi memengaruhi pengambilan keputusan perjalanan wisatawan dan perilaku mereka terhadap destinasi tersebut.

Namun, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil temuan Bigne et al. (2009), yang menjelaskan bahwa citra destinasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat untuk berkunjung kembali. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meningkatkan citra destinasi merupakan salah satu cara untuk menarik wisatawan untuk berkunjung kembali bahkan jika wisatawan tidak puas atau mengalami pengalaman buruk pada destinasi. Oleh karena itu, upaya membangun atau meningkatkan citra destinasi dapat membantu pengembangan destinasi dengan cara membuat wisatawan berniat untuk berkunjung kembali.

Persepsi risiko wisatawan yang terbentuk dari peristiwa tsunami yang melanda Pantai Anyer adalah persepsi yang kurang baik. Hal tersebut dilihat dari kekhawatiran wisatawan akan dampak pasca bencana tersebut pada kawasan Pantai Anyer. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan menyadari adanya ancaman saat mengunjungi destinasi wisata Pantai Anyer.

Walaupun para responden menyadari adanya risiko tsunami di Pantai Anyer yang terlintas dalam persepsi risiko mereka, tetapi hal tersebut tidak mengurangi niat mereka untuk berkunjung kembali ke Pantai Anyer. Beberapa orang menganggap bahwa bencana dapat terjadi dimana saja bukan hanya saat berwisata di tempat yang memiliki potensi bencana. Hal tersebut merupakan pemikiran menyepelkan adanya risiko bencana yang dimiliki suatu destinasi pariwisata yang sudah pernah terkena bencana alam (Rittichainuwat, Nelson, dan Rahmafritria, 2018).

Pada penelitian ini persepsi risiko wisatawan yang berkunjung pada Pantai Anyer termasuk dalam kategori kurang baik yang dapat dilihat dari kekhawatiran wisatawan akan dampak pasca bencana pada kawasan Pantai Anyer. Hal tersebut sejalan dengan temuan Rittichainuwat, Nelson, dan Rahmafritria (2018) yang menunjukkan bahwa persepsi risiko wisatawan Indonesia dipengaruhi oleh probabilitas, frekuensi, dan tingkat keparahan risiko tsunami sehingga menyebabkan persepsi mereka menjadi tinggi terhadap bencana alam yang terjadi. Sementara, persepsi risiko wisatawan di Jepang hanya dipengaruhi oleh probabilitas tsunami sehingga menyebabkan persepsi mereka lebih rendah jika dibandingkan dengan persepsi wisatawan Indonesia.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko tsunami tidak berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali ke suatu destinasi sehingga persepsi risiko tsunami di Pantai Anyer tidak menjadi alasan untuk wisatawan mengurangi niat mereka untuk berkunjung kembali ke Pantai Anyer. Rendahnya persepsi risiko wisatawan merupakan hal yang harus diwaspadai karena adanya kemungkinan mereka abai terhadap keselamatannya.

Namun penelitian ini menunjukkan bahwa peran citra cukup tinggi terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Sehingga tingginya risiko kebencanaan dapat diperbaiki melalui kesiapan dan mitigasi bencana, yang memperbaiki citra Pantai Anyer di mata wisatawan.

Penelitian ini diharapkan memberikan beberapa kontribusi bagi manajemen destinasi pantai yang rawan tsunami, dimana beberapa destinasi pantai di Indonesia memiliki kondisi yang serupa.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pihak pengelola maupun pemerintah daerah harus mempersiapkan strategi promosi yang tepat untuk mendukung pemulihan kepercayaan wisatawan terhadap kawasan wisata pantai yang rawan tsunami. Promosi yang diberikan harus mengangkat citra daerah yang mampu membangun sistem mitigasi yang efektif, sehingga mengurangi resiko bencana jika tsunami terjadi. Selain itu promosi yang paralel dengan upaya mitigasi yang efektif, dapat mengedukasi wisatawan untuk lebih peduli terhadap keselamatan dan keamanan berwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. (2015). Persepsi Wisatawan Pada Citra Kota Makassar Sebagai Destinasi Wisata. [Skripsi]. Politeknik Pariwisata Makassar.
- Baker, D., & Crompton, J. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.

- Baloglu, S. (2000). A path analytic model of visitation intention involving information sources, socio psychological motivations, and destination image. *Journal of Travel & Tourism Marketing*.
- Baloglu, S., & McCleary, K. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*.
- Beerli, A., & Martin, C. (2004). Factor in influencing destination image. *Annals of tourism image research*.
- Bigne, J., Sanchez, M., & Sanchez, J. (2001). Tourism image, evaluation, variables, and after purchase behavior: Interrelationship. *Tourism Management*.
- Bintarti, S., & Kurniawan, E. (2017). A Study of Revisit Intention: Experiential Quality and Image of Muara Beting Tourism Site in Bekasi District. *European Research Studies Journal*.
- Chen, C., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism management*.
- Chew, E., & Jahari, S. (2014). Destination image as a mediator between perceived risks and revisit intention: A case of post-disaster Japan. *Tourism Management*.
- Coban, S. (2012). The Effects of the Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty: The Case of Cappadocia. *European Journal of Social Sciences*.
- Coshall, J. (2000). Measurement of tourists' images: the repertory grid approach. *Journal Travel Research*.
- Cronin, J., & Taylor, S. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*.
- Detik Travel. (2019). Setahun Usai Tsunami, Wisata Pantai Anyer Nasibmu Kini. Retrieved from Detik Travel News: <https://travel.detik.com/travel-news/d-4832216/setahun-usai-tsunami-wisata-pantai-anyer-nasibmu-kini>
- Echtner, C., & Ritchie, J. (2003). The Meaning and Measurement of Tourism Destination Image. *The Journal of Tourism Studies*. Retrieved from <https://www.researchgate.net/>
- Floyd, M., Gibson, H., Pennington-Gray, L., & Thapa, B. (2003). The effect of risk perceptions on intentions to travel in the aftermath of September 11, 2001. *Journal of Travel & Tourism Marketing*.
- Fuchs, G., & Reichel, A. (2006). Tourist destination risk perception: the case of Israel. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*.
- Fuchs, G., & Reichel, A. (2011). An exploratory inquiry into destination risk perceptions and risk reduction strategies of first time vs. repeat visitors to a highly volatile destination. *Tourism Management*.
- George, R. (2010). Visitor perceptions of crime-safety and attitudes towards risk: The case of Table Mountain National Park, Cape Town. *Tourism Management*.
- Hair, Jr et.al. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed)*. United States: Pearson.
- Hall, C., Timothy, D., & Duval, D. (2003). Safety and Security in Tourism: Relationships. *Management, and Marketing Haworth Hospitality Press*.
- International Strategy for Disaster Reduction. (2004). Living with Risk: A global review of disaster reduction initiatives. Geneva: United Nations publication.
- Kabar Banten. (2019). Kunjungan Wisatawan Lampau Target, Anyer-Cinangka Kembali Pulih. Retrieved from Kabar Banten: <https://www.kabar-banten.com/kunjungan-wisatawan-lampau-target-anyer-cinangka-kembali-pulih/>

- Khairani. (2009). Analisis Variabel Yang Berpengaruh Terhadap Pembentukan Citra Daerah Tujuan Wisata: Studi Kasus Wisatawan Nusantara Yang Berwisata Ke Yogyakarta Periode 2007-2009. [Skripsi]. Universitas Indonesia.
- Kozak, M., Crotts, C., & Law, R. (2007). The impact of the perception of risk on international travellers. *International Journal of Tourism Research*.
- Lehto, X., Douglas, A., & Park, J. (2008). Mediating the effect of natural disasters on travel intention. *Journal of Travel & Tourism Marketing*.
- Lepp, A., Gibson, H., & Lane, C. (2011). Image and perceived risk: A study of Uganda and its official tourism website. *Tourism management*.
- Liputan 6. (2019). Pasca-Tsunami, Jumlah Wisatawan Libur Lebaran di Anyer Turun. Retrieved from Liputan 6: <https://www.liputan6.com/news/read/3985308/pasca-tsunami-jumlah-wisatawan-libur-lebaran-di-anyer-turun>
- Mansfeld, Y. (2006). The role of security information in tourism crisis management: the missing link. *Tourism security & safety: From theory to practice*.
- Mansfeld, Y., & Pizam, A. (2006). *Tourism, security & safety: From theory to practice*. Burlington, MA: Butterworth-Heinemann.
- Martins, M. (2015). The tourist Imagery, the Destination Image and the Brand Image. *Journal of Tourism and Hospitality Management*.
- Mowen, J., & Minor, M. (1998). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Oppermann, M. (2000). Tourism destination loyalty. *Journal of Travel Research*.
- Petrack, J., & Backman. (2002). An examination of the construct of perceived value for the prediction of golf travelers' intentions to revisit. *Journal of Travel Research*.
- Poon, A., & Adams, E. (2000). *How the British will travel 2005*. Germany: International Bielefeld.
- Rahmafritria & Misran (2018). Disaster risk and travel decision of Middle Eastern tourists to natural destination in Indonesia. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (Vol. 179, No. 1, p. 012006). IOP Publishing.
- Rahmafritria, F., Nurazizah, G. R., & Riswandi, A. (2016). Attraction and destination readiness towards tourists' intention to visit solar eclipse phenomenon in Indonesia. *Heritage, Culture and Society: Research agenda and best practices in the hospitality and tourism industry*, 299.
- Rahmafritria, F., Purboyo, H., & Rosyidie, A. (2019). Agglomeration in Tourism: The Case of SEZs in Regional Development Goals. *MIMBAR: Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 35(2), 342-351.
- Reichel, A., Fuchs, G., & Uriely, N. (2007). Perceived risk and the non-institutionalized tourist role: the case of Israeli student ex-backpackers. *Journal of Travel Research*.
- Rittichainuwat, B., Nelson, R., & Rahmafritria, F. (2018). Applying the perceived probability of risk and bias toward optimism: Implications for travel decisions in the face of natural disasters. *Tourism Management*.
- Scott, N., Laws, E., & Prideaux, B. (2013). *Safety and security in tourism: Recovery marketing after crises*. Routledge.
- Sönmez, F., & Graefe, R. (1998a). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research*.
- Sönmez, S., & Graefe, A. (1998b). Determining Future Travel Behavior from Past Travel Experience and Perceptions of Risk and Safety. *Journal of Travel Research*.
- Woodside, A., & Lysonski, S. (1989). A general model of traveler destination choice. *Journal of Travel Research*.