

LATAR BELAKANG & METODOLOGI PENELITIAN

ABSTRAK

Pembangunan pariwisata yang berkelanjutan bergantung pada faktor ketidakpastian, konsekuensi, dan hubungan emosional dari destinasi tersebut. Tujuan penelitian ini memprediksi dan menjelaskan determinan dan intensi perilaku wisatawan relawan berdasarkan model teori terintegrasi dari *Theory of Planned Behavior* yang penuh pertimbangan rasional, bersama dengan *Norm Activation Theory* yang sarat pertimbangan moral. Data penelitian ini dianalisis menggunakan LISREL. Studi ini didasarkan pada sampel 658 turis di Indonesia yang pernah menjalani setidaknya satu kegiatan bersifat *volunteering* saat mereka bepergian. Hasil penelitian menunjukkan norma pribadi, kesadaran akan konsekuensi, anggapan tanggung jawab, dan norma subyektif berpengaruh langsung secara signifikan terhadap sikap (*attitude*). Selain itu, norma subyektif, sikap, efikasi, kelekatan tujuan, dan persepsi risiko semuanya memiliki hubungan positif dengan niat mengikuti *volunteer tourism* yang berpengaruh langsung signifikan terhadap perilaku. Temuan studi ini juga menunjukkan efikasi adalah prediktor perilaku yang lebih kuat jika dimediasi oleh niat.

LATAR BELAKANG

- Menjadi sukarelawan adalah beramal dan tanpa pamrih menyediakan waktu dan dedikasi untuk sesuatu; sedangkan pariwisata terkait kesenangan, waktu luang dan relaksasi.
- Turis sukarelawan secara terorganisir melakukan liburan sambil membantu dan mengentaskan kemiskinan, pemulihan lingkungan.
- Voluntourism (VT), segmen industri pariwisata global bernilai miliaran dolar yang tumbuh cepat, didorong oleh wisatawan yang ingin memberi kembali saat bepergian dan terhubung dengan komunitas lokal.
- Fenomena VT bernilai lebih dari USD1,7 miliar, mencerminkan peningkatan jumlah orang yang ingin berlibur sambil membuat perbedaan. Setiap tahun, 1,6 juta orang berpartisipasi, sekarang menjadi 10 juta.
- Pasarnya sebagian besar kaum muda (20-25 tahun), perempuan, dan generasi baby boomers. AS dan Eropa Barat memiliki jumlah organisasi pengirim terbesar, dengan pengeluaran rata-rata USD2.800/ perjalanan.

RUMUSAN MASALAH

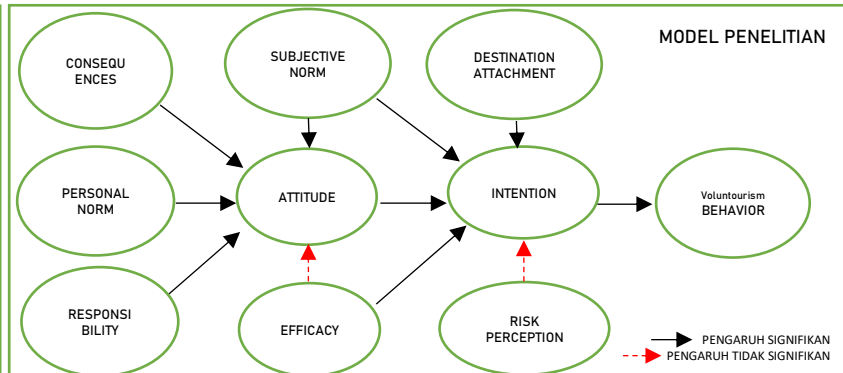
1. Sebagai diskusi lanjutan *altruism vs. egoism*, prinsip mendasar **Theory of Planned Behavior/TPB**; individu cenderung membuat pilihan **rasional** dan memilih alternatif bermanfaat tertinggi dan **terekonomis** (Ajzen, 1991).
2. Peningkatan **perilaku pro-lingkungan 17% menggabungkan TPB dan Norm Activation Theory/NAT** (Onwezen et al., 2013).
3. Pendekatan **moralis** dari **NAT**; bentuk khusus perilaku prososial; perhatian **normatif** dan **moral** penting mendorong perilaku tersebut (Gao et al., 2017).
4. Meskipun **TPB** berdampak pada disiplin pariwisata, disarankan **elemen tambahan** untuk model dasar untuk lebih memahami perilaku yang kompleks (Li & Wu, 2019).
5. Penelitian masih terbatas menentukan pengaruh risiko dihadapi wisatawan ke tempat-tempat yang mereka kunjungi (**risk perception**) pada perilaku mereka (Polas et al., 2019).
6. Penelitian tentang kelekatan destinasi (**destination attachment**) masih sedikit fokus pada ikatan sosial (Qu et al., 2019; Yuksel et al., 2010).

HASIL PENELITIAN

PROFIL RESPONDEN - Gender: wanita 398 responden (60.49%); pria 247 (37.54%); 13 tidak jawab (1.98%). **Usia:** <25 tahun 473 (71.88%); 59 "25-34 tahun" (8.97%); 50 "45-54 tahun" (7.60%); 40 "35-44 tahun" (6.08%); 26 "55-64 tahun" (3.95%); 10 "di atas 64 tahun" (1.52%). **Profesi:** pelajar/mahasiswa 396 (60.18%); pegawai swasta 104 (15.81%); wiraswasta 60 (9.12%); ibu rumah tangga 37 (5.62%); pegawai negeri 31 (4.71%); organisasi nirlaba 12 (1.82%); pensiunan 10 (1.52%); rohaniawan dan dokter 3 (0.46%); dosen 2 (0.30%). **Pulau & Provinsi:** Jawa 308 (46.81%), 137 DKI Jakarta; Bali 203 (30.85%); Sumatra 98 (14.89%), Sumatra Barat 58 (8.81%), Sulawesi 22 (3.34%), Sulawesi Utara (9; 1.37%); Nusa Tenggara 6 (0.91%), Nusa Tenggara Barat 5 (0.76%); luar negeri 4 (0.61%), Malaysia 3 (0.46%) & Australia 1 (0.15%); Papua Barat 3 (0.46%); Maluku 1 (0.15%). **Pariwisata Sosial yang pernah Dilakukan:** mengajar penduduk lokal 17,42%; pertunjukan seni/budaya 15,37%; acara festival/olah raga 13,85%; pertanian/bercocok tanam 9,80%; pengembangan bisnis 8,77%; konservasi/pengelolaan tumbuhan 7,86%; riset/penelitian 7,08%; bantuan kesehatan/medis 6,23%; membangun fasilitas umum 5,87%; perawatan/pengasuhan anak 4,54%; konservasi/pengelolaan satwa liar 3,21%.

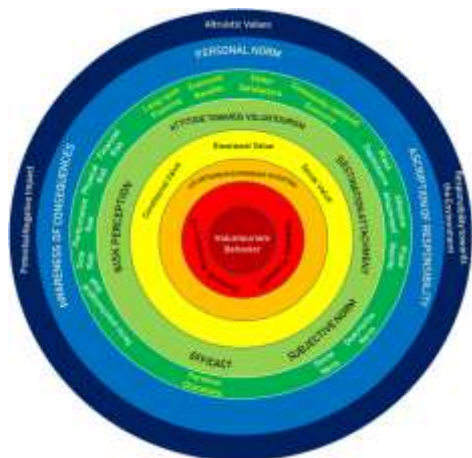
ANALISIS MODEL PENGUKURAN

HUBUNGAN antar VARIABEL	t-Value	Beta	KESIMPULAN
Consequences -> Attitude	6.69	0.31	Signifikan positif
Personal Norm -> Attitude	3.48	0.13	Signifikan positif
Responsibility -> Attitude	6.78	0.42	Signifikan positif
Subjective Norm -> Attitude	3.14	0.15	Signifikan positif
Efficacy -> Attitude	1.41	0.09	Signifikan positif
Attitude -> Intention	4.55	0.33	Signifikan positif
Subjective Norm -> Intention	2.64	0.16	Signifikan positif
Efficacy -> Intention	2.38	0.18	Signifikan positif
Destination Attachment -> Intention	4.12	0.18	Signifikan positif
Risk Perception -> Intention	-1.16	-0.05	Signifikan positif
Intention -> Voluntourism Behavior	19.44	0.93	Signifikan positif



IMPLIKASI DAN USULAN PEMECAHAN MASALAH

MODEL VOLUNTOURISM BEHAVIOR



Implikasi Teoretis: Penggabungan dua teori (TPB & NAT) menjadi satu kerangka teori yang komprehensif dalam konteks Volunteer Tourism, serta memperluas pengetahuan terkini tentang perilaku wisatawan karena ini merupakan salah satu upaya pertama untuk mengembangkan kerangka kerja terintegrasi yang mencakup kelekatan tempat dan penerapannya pada konteks volunteer tourism di Indonesia. **Implikasi Praktis (Manajerial):** 1. Meningkatkan kualitas program VT harus dianggap sebagai cara baik membangun kepercayaan sehingga membentuk sikap dan memotivasi wisatawan muda, 2. Sertifikasi untuk lebih meningkatkan persepsi melalui pengalaman bahwa "Saya telah berkontribusi bagi lingkungan." 3. Memberikan informasi manfaat positif VT dari yang telah mengikuti program supaya menghasilkan peningkatan perekrutan. Pendekatan melalui organisasi relawan yang memanfaatkan pengaruh norma subjektif melalui iklan di media sosial, iklan cetak, dan *word-of-mouth*. 4. Merancang tur relawan yang menekankan kontribusi mereka kepada komunitas tuan rumah akan bermanfaat bagi yang membutuhkan. 5. Memberikan pengalaman yang tak terduga (*surprising experience*) bagi pengunjung berulang.



PROF. DR. ADLER HAYMANS MANURUNG, ME, MCOM
DR. IR. HARDIJANTO SAROSO, MMT, MM
TOTO RUSMANTO, MCOMM, PHD
CHRISTIAN HAPOSAN PANGARIBUAN



#PROMOTOR
#CO-PROMOTOR
#CO-PROMOTOR
#PROMOVENDUS (2040002386)

