

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Pendahuluan

Munculnya virus baru yaitu corona telah menggemparkan dunia. Pandemi Covid-19 adalah penyakit yang baru ditemukan. Ilmuwan atau otoritas kesehatan belum dapat menemukan vaksin untuk mengobati penyakit ini. Organisasi Kesehatan Dunia menetapkan keadaan darurat global untuk wabah virus corona. Seluruh dunia sadar akan merebaknya virus ini. Tidak hanya harus mewaspadaai penyebaran penyakit, tetapi juga kemungkinan dampaknya terhadap perekonomian dunia. Menurut Managing Director IMF Kristalina Georgieva perekonomian global dalam jangka pendek akan melambat (katadata.co.id, 5 Februari 2020). Pada tahun 2019 jumlah wisman yang masuk ke Indonesia mencapai 16,11 juta atau meningkat 1,88% dibandingkan jumlah wisman pada periode yang sama. Mayoritas kunjungan wisatawan ke Indonesia pada tahun 2019 berasal dari Malaysia mencapai 2,98 juta (18,51%), disusul China yang telah mencapai 2,07 juta (12,86%). Sejumlah besar penerbangan yang dibatalkan dan berkurangnya pemesanan telah sangat mengurangi kedatangan wisatawan internasional. Karena pandemi Covid-19, orang-orang menyerukan kebijakan isolasi fisik dan penguncian atau pembatasan akses ke daerah tertentu.

Kekhawatiran dan kekhawatiran wisatawan tentang penyebaran virus korona telah membentuk persepsi dan sikap mereka saat memutuskan niat/rencana perjalanan mereka. Saat ini, risiko kesehatan yang dinilai sangat rapuh, terutama dalam penyebaran virus corona menyebabkan wisatawan untuk menunda/membatalkan rencana perjalanan. Dengan banyaknya permintaan pengembalian dana, masalah baru muncul. Melalui berbagai media sosial, beberapa konsumen mengeluhkan biro perjalanan dan agen penerbangan yang membutuhkan waktu lebih lama untuk menyelesaikan sistem refund. Karena tidak ada transaksi yang terjadi selama pandemi, permintaan pengembalian dana tinggi yang menyulitkan agen perjalanan untuk menerapkan rencana yang sama. Selain itu, Sekretaris Jenderal Asosiasi Travel Agent Indonesia

(Astindo) Pauline Suharto mengatakan, pandemi ini membuat banyak pekerja pariwisata seperti pemandu wisata dan sopir angkutan wisata banyak telah menganggur.

Di saat yang sama, insentif pemerintah untuk menggairahkan pariwisata domestik sepertinya belum banyak dihantam oleh begitu banyak pemberitaan tentang virus Covid-19, sehingga situasi semakin tidak menentu. Industri pariwisata yang seharusnya melonjak tahun ini menjadi tidak stabil dan terus mengalami penurunan tajam. Tentu saja kebijakan pembebasan pajak ini tidak akan banyak membantu, namun nyatanya tidak akan banyak membantu, sehingga dapat sedikit meningkatkan nilai jual berbagai produk yang disediakan oleh biro perjalanan, karena penjualannya hampir tidak ada saat ini. Oleh karena itu, kepercayaan pelanggan merupakan faktor nyata yang perlu dipertimbangkan oleh departemen biro perjalanan. Pembahasan dalam penelitian ini menggunakan *Theory of Reasoned Action* (TRA) dari Ajzen dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen.

Berdasarkan uraian di atas. Melalui penelitian ini, saya ingin meneliti pengaruh kepercayaan dan persepsi terhadap niat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa *Travel Agent* di Tangerang Selatan. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut untuk memahami bagaimana pelanggan mempercayai jasa *Travel Agent* di Tangerang Selatan, memahami bagaimana menggunakan kembali jasa *Travel Agent* Tangerang Selatan, dan untuk memahami apakah kepercayaan akan mempengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa *Travel Agent* di Tangerang Selatan.