

Border tourism behavior in increasing the number of tourist visits in Batam

Perilaku border tourism dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Batam

I Wayan Thariqy Kawakibi Pristiwasa*, Kanzila Eka Octavia

Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, Politeknik Pariwisata Batam, Indonesia

Jl. Gajah Mada, Tiban Lama, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau 29425, Indonesia

ARTICLE INFO

Keywords:

border tourism, motivation, tourist behavior

Katakunci:

Batam border tourism, motivasi, kualitas layanan, perilaku wisatawan, risiko persepsi, sikap

DOI:

<https://doi.org/10.26905/jpp.v10i1.14518>

Received **October 15, 2024**

Review **October 15, 2024**

Accepted **June 30, 2025**

Corresponding Author:

I Wayan Thariqy Kawakibi Pristiwasa
thariqy.kawakibi@yahoo.co.id

HOW TO CITE ITEM

Pristiwasa, I. W. T. K., & Octavia, K. E. (2025). Border tourism behavior in increasing the number of tourist visits in Batam. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 10(1). <https://doi.org/10.26905/jpp.v10i1.14518>

ABSTRACT

Batam City is one of Indonesia's border areas that has great potential as a cross-country tourist destination. This study aims to analyze the behavior of cross-border tourists visiting Batam City, Indonesia, primarily from Singapore and Malaysia. The research focuses on four main variables: motivation, perceived quality, perceived risk, and tourist attitudes. The study employed a quantitative method by distributing questionnaires to 250 respondents across five main entry points: Batam Center Port, Harbour Bay, Sekupang, Waterfront City, and Nongsapura. Data analysis was conducted using cross-tabulation and chi-square tests. The findings revealed that prestige motivation, perceived price quality, health risks, and responsible attitudes were the dominant factors influencing tourist behavior. The implications suggest that local governments and tourism stakeholders should improve service quality and tourism products to enhance Batam's competitiveness as a safe and attractive cross-border destination.

ABSTRAK

Kota Batam merupakan salah satu wilayah perbatasan Indonesia yang memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata lintas negara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku wisatawan lintas batas (*border tourism*) yang berkunjung ke Kota Batam, Indonesia, yang mayoritas berasal dari Singapura dan Malaysia. Fokus kajian mencakup empat variabel utama, yaitu motivasi, *perceived quality*, *perceived risk*, dan sikap wisatawan. Penelitian dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 250 responden di lima titik masuk utama Kota Batam: Pelabuhan Batam Center, Harbour Bay, Sekupang, Waterfront City, dan Nongsapura. Teknik analisis data menggunakan tabulasi silang dan uji chi-square. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi *prestige*, kualitas harga layanan, risiko kesehatan, serta sikap tanggung jawab menjadi faktor dominan dalam membentuk perilaku wisatawan. Implikasi dari hasil penelitian ini mengarah pada pentingnya peningkatan kualitas layanan dan produk wisata oleh pemerintah daerah dan pelaku industri pariwisata untuk meningkatkan daya saing Kota Batam sebagai destinasi wisata lintas batas yang kompetitif dan aman.

PENDAHULUAN

Kota Batam merupakan salah satu wilayah perbatasan Indonesia yang memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata lintas negara. Lokasi strategis yang berdekatan dengan Singapura dan Malaysia, Batam menawarkan beragam objek wisata yang sesuai dengan karakter wisata perbatasan. Misalnya saja belanja bebas bea yang menjadi salah satu daya tarik utama yang menarik wisatawan ke Batam dari Singapura dan Malaysia. Batam menjadi tujuan belanja populer karena harga barangnya yang lebih murah dibandingkan harga di negara

asal. Selain itu, Batam terkenal dengan keindahan alamnya, terutama pantai dan pulau-pulau kecil yang mengelilingi kota. Wisatawan dapat menikmati beragam aktivitas rekreasi seperti snorkling dan diving, serta wisata gastronomi khas yang tidak tersedia di negara asalnya.

Selain itu, Batam memiliki banyak pilihan hiburan seperti spa, lapangan golf, dan klub malam, sehingga menarik banyak wisatawan asal Singapura. Sebagai destinasi dekat Singapura, Batam sering dipilih oleh wisatawan yang ingin bersantai dan menikmati suasana berbeda dari kehidupan kota Singapura yang sibuk. Biaya wisata Batam yang terjangkau juga menjadi salah satu daya tarik utama bagi wisatawan lintas batas. Harga makanan, akomodasi, dan aktivitas rekreasi di Batam jauh lebih rendah dibandingkan di negara tetangga, khususnya Singapura.

Batam menjadi titik masuk utama bagi wisatawan mancanegara, terutama dari dua negara-negara seperti Singapura dan Malaysia. Daerah perbatasan menawarkan peluang ekonomi bagi penduduk di kedua sisi perbatasan (Kozak, & Buhalis, 2019; Shrestha et al., 2022). Wisata lintas negara dianggap sebagai salah satu faktor pendorong dalam meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di sekitar kawasan perbatasan (Gao, et al., 2019 Nuryati, 2020). Menurut Díaz-Sauceda et al. (2015), Dunets et al. (2019), Sergeyeva et al. (2022) dan Xu et al. (2022) pariwisata perbatasan memberikan peluang ekonomi yang signifikan bagi masyarakat di kedua sisi perbatasan, serta membantu meningkatkan hubungan sosial dan politik antar negara yang berbatasan. Dalam hal ini, Batam berperan sebagai penghubung penting dalam hubungan bilateral antara Indonesia dengan dua negara tersebut.

Kota Batam adalah salah satu destinasi wisata perbatasan populer karena lokasinya yang strategis di provinsi Kepulauan Riau, Indonesia. Batam sangat cocok untuk turis dari Singapura dan Malaysia karena dekat dengan mereka. Wisata Batam memiliki banyak daya tarik, termasuk pantai dan belanja bebas bea, serta berbagai jenis hiburan lainnya. Pantai di Batam menawarkan pemandangan indah dan berbagai aktivitas seperti snorkeling dan diving, sedangkan belanja bebas bea menarik wisatawan dari Singapura dan Malaysia yang ingin membeli barang dengan harga lebih murah di negara asalnya. Wisatawan yang ingin bersantai dan menikmati liburan juga mengunjungi pusat hiburan malam, resor, dan spa di Batam.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Batam, mayoritas wisatawan yang berkunjung ke Kota Batam berasal dari Singapura dan Malaysia. Pada tahun 2021, jumlah pengunjung wisatawan asal Singapura mencapai 149.138 orang dan Malaysia 34.956 orang. Angka-angka tersebut menunjukkan bagaimana pariwisata perbatasan memainkan peran utama dalam mendatangkan wisatawan ke Batam, dimana Singapura dan Malaysia merupakan pasar utamanya. Kedekatan geografis antara Batam dan kedua negara ini memungkinkan wisatawan untuk melakukan perjalanan dalam waktu singkat. Misalnya, naik kapal feri dari Singapura ke Batam hanya membutuhkan waktu sekitar 45 menit. Hal ini menjadikan Batam menjadi pilihan utama wisatawan yang mencari liburan relatif murah.

Wisatawan yang datang ke Batam memiliki berbagai motivasi, persepsi kualitas layanan, risiko yang dihadapi, serta sikap yang beragam, yang semuanya membentuk perilaku kunjungan mereka. Perilaku perjalanan merujuk pada cara wisatawan berperilaku sesuai dengan sikap mereka sebelum, selama, dan setelah bepergian (Vuuren & Slabbert, 2012). Peran Batam sebagai destinasi wisata lintas batas tidak hanya memberikan kontribusi terhadap sektor pariwisata dan ekonomi, tetapi juga dalam memperkuat hubungan diplomatik dengan negara tetangga.

Meski demikian, Kota Batam mempunyai peluang yang besar untuk menarik wisatawan lintas negara, namun pengelolaan pariwisata di Batam masih menghadapi berbagai kendala (Lolita, et al., 2024). Salah satunya adalah persaingan dengan destinasi lain di kawasan Asia Tenggara, terutama dalam hal kualitas layanan dan infrastruktur wisata (Sianturi, & Purwanti, 2021). Negara-negara seperti Singapura dan Malaysia memiliki standar pariwisata yang sangat tinggi baik dari segi infrastruktur, keamanan, dan kualitas layanan. Oleh karena itu, Kota Batam perlu terus meningkatkan kualitas produk dan layanan wisata yang diberikan untuk mempertahankan daya saing di pasar internasional.

Selain itu, tantangan lainnya adalah wisatawan menghadapi peningkatan risiko keselamatan dan kesehatan, terutama setelah pandemi COVID-19. Protokol keselamatan dan kesehatan menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk melakukan perjalanan lintas negara. Wisatawan cenderung menghindari destinasi yang mempunyai risiko tinggi terhadap kesehatan dan keselamatan. Oleh karena itu, penting bagi Batam untuk meningkatkan standar keamanan dan menerapkan protokol kesehatan untuk menarik wisatawan (Sari, et al., 2024). Pemerintah Kota Batam dan pemangku kepentingan industri pariwisata setempat harus bekerja sama untuk mempromosikan Batam sebagai tujuan wisata lintas batas yang menarik dan aman. Peran pemerintah dalam menyediakan infrastruktur yang memadai seperti jaringan transportasi, fasilitas kesehatan, dan infrastruktur komunikasi sangat penting dalam mendukung pengembangan pariwisata Batam. Selain itu, kolaborasi dengan pemangku kepentingan industri pariwisata seperti hotel, restoran, dan biro perjalanan juga diperlukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan pengalaman wisatawan saat berkunjung ke Batam. Wisata perbatasan di Batam juga dapat membawa manfaat sosial dan ekonomi bagi masyarakat lokal (Su, & Li, 2021; Su, 2024). Peningkatan kunjungan wisatawan akan menciptakan lapangan kerja di sektor pariwisata dan sektor terkait seperti perdagangan, transportasi dan jasa. Hal ini tentunya akan berdampak positif bagi

peningkatan kesejahteraan masyarakat Batam. Selain itu, wisata perbatasan juga dapat meningkatkan apresiasi budaya lokal bagi wisatawan yang berkunjung ke Batam dengan berinteraksi dengan masyarakat lokal dan mempelajari budaya dan tradisi kota tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan komprehensif dalam mengeksplorasi objek wisata di Batam, meliputi analisis motivasi wisatawan, persepsi kualitas pelayanan (*perceived quality*), dan persepsi risiko yang mungkin dihadapi selama perjalanan (*perceived risk*) pariwisata perbatasan. Sikap wisatawan terhadap kegiatan pariwisata di Batam. Keempat variabel tersebut dinilai sangat penting dalam memahami pola perilaku wisatawan lintas negara dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih Batam sebagai destinasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan strategi pariwisata yang efektif untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan lintas batas negara ke Batam. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku wisatawan, maka pemerintah Kota Batam dan pemangku kepentingan industri pariwisata dapat merancang program dan kebijakan yang tepat untuk meningkatkan daya tarik dan kualitas pariwisata di Batam. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan pariwisata lintas batas di wilayah lain di Indonesia yang mempunyai potensi besar untuk menarik wisatawan dari negara tetangga.

Dalam konteks hubungan ekonomi, budaya, dan internasional, pariwisata lintas batas, atau "pariwisata lintas batas", adalah fenomena yang sangat diperhatikan. Masyarakat di kedua sisi perbatasan dapat sangat dipengaruhi oleh wisata perbatasan. Díaz-Sauceda et al. (2015) dan Stoffelen et al. (2017) menyatakan bahwa pariwisata perbatasan meningkatkan hubungan sosial dan politik di antara negara perbatasan selain meningkatkan peluang ekonomi. Wisata perbatasan juga dapat memberikan manfaat sosial budaya, seperti pertukaran budaya, peningkatan kesadaran akan budaya lokal, dan penguatan identitas masyarakat lokal. Hubungan ini terbentuk melalui interaksi wisatawan dengan masyarakat lokal dan pada akhirnya dapat menumbuhkan rasa saling pengertian dan kerja sama antar bangsa.

Namun, pariwisata perbatasan (*border tourism*) di Batam belum dikelola dengan baik meskipun memiliki potensi besar. Pariwisata lintas batas Batam menghadapi banyak tantangan, Su & Li, (2021) mengemukakan tantangan-tantangan yang muncul adalah infrastruktur yang terbatas, layanan yang buruk, dan promosi yang kurang. Batam harus terus berubah untuk menjadi lebih kompetitif dibandingkan dengan tempat wisata lain, terutama Singapura dan Malaysia, yang memiliki infrastruktur dan pelayanan yang lebih baik. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kualitas pariwisata Batam dan menarik wisatawan lintas batas dan mempertahankan mereka, diperlukan upaya yang lebih sistematis dan terorganisir.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis perilaku wisatawan perbatasan di Batam, dengan fokus pada empat variabel utama, yaitu motivasi, kualitas yang dirasakan (*perceived quality*), risiko yang dirasakan (*perceived risk*), dan sikap wisatawan. Keempat variabel ini dianggap sangat penting dalam memahami pola perilaku wisatawan dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih Batam sebagai destinasi wisata.

Penelitian ini penting dilakukan untuk memahami faktor-faktor tersebut, sehingga dapat mendukung pengembangan strategi pariwisata yang tepat sasaran dan berkelanjutan. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat pendekatan perilaku wisatawan dalam konteks *border tourism* yang sebelumnya dibahas oleh Çelik & Dedeoğlu (2019), Kara & Mkwizu (2020), serta Hawkins et al. (2019). Studi ini juga mengisi kesenjangan empiris karena minimnya penelitian mengenai perilaku wisatawan perbatasan di Indonesia, khususnya di Batam. Sementara itu, secara praktis, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan oleh pemangku kepentingan pariwisata dalam meningkatkan daya saing dan pelayanan destinasi Batam.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif. Unit analisis adalah wisatawan lintas batas dari Singapura dan Malaysia yang memasuki Batam melalui lima *entry point* utama: Pelabuhan Batam Center, Harbour Bay, Sekupang, Waterfront City, dan Nongsapura. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh 250 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling dengan kriteria khusus.

Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur dengan skala Likert 5 poin. Variabel yang diukur mencakup motivasi, persepsi kualitas (*perceived quality*), risiko yang dirasakan (*perceived risk*), dan sikap. Data dianalisis secara deskriptif dan diuji hubungan antar variabel menggunakan tabulasi silang dan uji chi-square untuk melihat keterkaitan antar faktor perilaku wisatawan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku wisatawan perbatasan di Batam dipengaruhi oleh empat variabel utama, yaitu motivasi, *perceived quality*, *perceived risk*, dan sikap. Hasil analisis menunjukkan bahwa motivasi utama wisatawan adalah *prestige*, diikuti oleh keinginan untuk menikmati keindahan alam dan budaya yang unik. *Perceived quality* berperan penting dalam membentuk pengalaman wisatawan, di mana mereka menilai bahwa kualitas layanan pariwisata di Batam, termasuk fasilitas akomodasi, transportasi, dan harga, sesuai dengan

ekspektasi mereka. Namun, *perceived risk*, terutama pada risiko kesehatan, menjadi salah satu faktor yang masih menjadi perhatian utama bagi wisatawan, terutama dalam konteks pandemi COVID-19, yang mana pandemi Covid-19 telah memiliki dampak yang signifikan terhadap kedatangan wisatawan di Indonesia (Xu, et al., 2022; Salouw et al., 2023).

Motivasi Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa alasan utama para wisatawan dari negara lain untuk mengunjungi Batam adalah untuk memperoleh *prestige* (Suherlan, 2016). Meskipun jarak yang ditempuh relatif singkat, banyak wisatawan dari Singapura dan Malaysia senang dapat melakukan perjalanan ke luar negeri. Maslow dalam Syaiful et al. (2023) mengatakan bahwa memenuhi kebutuhan psikologi sebagai dasar dan aktualisasi sebagai pencapaian tertinggi, dalam hal ini pandangan bahwa mengunjungi Batam memberikan status sosial tertentu, terutama karena perjalanan internasional sering dikaitkan dengan kekayaan dan pengalaman berharga, mendorong motivasi prestise ini. Wisatawan dari kedua negara dapat merasakan perjalanan ke luar negeri dengan waktu dan biaya yang sedikit berkat Batam yang dekat dan murah. Menurut Kotler dan Keller dalam Bagus Arya Wijaya et al. (2024) menyatakan bahwa loyalitas dan rasa hormat sering kali memainkan peran penting dalam keputusan wisatawan untuk kembali, terutama dalam kasus di mana perjalanan memiliki potensi untuk meningkatkan status sosial mereka dan memberikan pengalaman yang tidak biasa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisatawan memiliki keinginan untuk melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari (*escape*), menemukan hal-hal baru, dan bersantai. Ini sejalan dengan pendapat Crompton dalam Afriesta (2020) yang menyatakan bahwa motivasi wisatawan dapat dibagi menjadi faktor pendorong dan faktor penarik. Faktor pendorong adalah keinginan psikologis untuk melepaskan diri dari rutinitas, sementara faktor penarik adalah hal-hal yang menarik di destinasi wisata, seperti keindahan alam atau daya tarik budaya (Purnawati, 2020; Maun et al., 2023). Bagi wisatawan yang mencari pengalaman yang berbeda dari kehidupan sehari-hari, Batam sangat ditarik oleh berbagai atraksi alamnya, seperti pantai dan pulau-pulau kecil yang indah, serta kesempatan untuk berbelanja bebas pajak.

Tabel 1. Presepsi responden terhadap motivasi *border country tourist* di kota Batam

Indikator Motivasi	Jumlah Dalam %							Rerata (Mean)	Apresiasi
	1	2	Tingkat Penilaian Responden			6	7		
<i>Escape</i>	0,14	0,14	0,84	3,62	24,72	41,78	28,76	5,74	86,15
<i>Relaxation</i>	0	0,43	0,21	9,08	20,92	45,53	23,83	5,64	80,57
<i>Family & Friend Togetherness</i>	0,07	0,44	1,1	12,64	21,68	44,53	19,54	5,44	77,77
<i>Natural & Man Made Environment</i>	0,15	0,46	3,21	14,68	25,23	38,07	18,2	5,23	74,74
<i>Prestige</i>	0	3,32	8	25,47	23	20,89	20,32	5,14	72,83
Rerata	0,047	0,96	2,67	13,9	23,11	38,16	22,13	5,44	78,41

Menurut responden, motivasi untuk mengunjungi negara tetangga memiliki rerata yang cenderung tinggi dengan sebesar 78,41%. Indikator tertinggi adalah dorongan untuk melarikan diri dengan sebesar 86,15%, diikuti oleh dorongan untuk melakukan relaksasi dengan sebesar 80,57%, dan dorongan untuk mengunjungi keluarga dan teman (keluarga dan teman bersama) dengan sebesar 77,77%. Di posisi keempat adalah dorongan untuk menikmati keindahan alam dan keindahan alam dengan sebesar 77,77%.

Perceived Quality

Persepsi wisatawan terhadap layanan Batam yang mereka terima juga memengaruhi perilaku mereka. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung memberikan ulasan yang positif tentang berbagai layanan yang tersedia di Batam, termasuk akomodasi, transportasi, dan atraksi wisata. Mereka juga menilai bahwa fasilitas yang tersedia di Batam secara umum sesuai dengan ekspektasi mereka, dan kualitas layanan dianggap memadai dalam hal ketersediaan dan kenyamanan (Aaker & Moorman, 2023). Mereka juga menilai bahwa harga yang ditawarkan di Batam sepadan dengan kualitas layanan yang mereka terima.

Sebagaimana dijelaskan oleh Çelik & Dedeoğlu (2019), kualitas yang dilihat konsumen adalah pandangan mereka tentang keunggulan atau superioritas suatu barang atau jasa. Dalam konteks pariwisata Batam, kualitas yang dilihat mencakup penilaian aspek seperti kenyamanan akomodasi, kemudahan transportasi, keramahan pelayanan, dan daya tarik atraksi wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan yang tinggi terhadap kualitas yang dilihat mendorong wisatawan untuk mempertimbangkan untuk kembali ke Batam dan merekomendasikan kota kepada orang lain. Oleh karena itu, peningkatan layanan dan fasilitas yang lebih baik sangat penting untuk mempertahankan loyalitas wisatawan dan menarik wisatawan baru.

Tabel 2. Persepsi terhadap *perceived quality border country tourist* di kota Batam

Indikator <i>Perceived Quality</i>	Jumlah Dalam % Tingkat Penilaian Responden							Rerata (Mean)	Apresiasi
	1	2	3	4	5	6	7		
Produk jasa	0	0	1,34	13,69	29,39	38,39	17,19	5,37	76,80
Kualitas layanan	0,14	0	0,87	11,01	28,24	30,85	28,89	5,52	78,91
Aksesibilitas	0	0,15	1,14	16,68	29,19	39,58	13,27	5,27	75,37
Kesesuaian harga	0	0	0,12	16,48	26,22	40,45	15,73	5,34	76,28
Kepuasan	0	0	0,88	11,14	30,43	39,59	17,96	5,45	77,94
Rerata	0,03	0,03	1,07	13,80	28,69	37,77	18,61	5,39	76,60

Persepsi responden terhadap kualitas wisatawan di negara perbatasan cenderung tinggi, dengan rerata 5,39 atau 76,6%. Indikator kualitas layanan yang dipersepsikan tinggi oleh wisatawan terletak pada dimensi kualitas layanan dengan rerata 5,52 atau 78,91%, diikuti oleh indikator kepuasan dengan rerata 77,94%, dan indikator produk layanan dengan rerata 76,8%. Di posisi ketiga, persepsi responden terhadap kualitas wisatawan di negara perbatasan cenderung lebih tinggi, dengan rerata 5,39 atau 76,6%.

Perceived Risk

Persepsi terhadap risiko (*perceived risk*) juga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi perilaku wisatawan dalam mengunjungi Batam (Vargas-Hernández & Cervantes-Guzmán, 2019). Hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko kesehatan merupakan salah satu perhatian utama wisatawan, terutama dalam konteks pasca-pandemi COVID-19. Wisatawan mengkhawatirkan tentang risiko penularan virus selama perjalanan, serta ketidakpastian terkait protokol kesehatan yang diterapkan di Batam. Ketidakpastian ini mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Batam, terutama mereka yang memiliki tingkat kehati-hatian dan kewaspadaan yang tinggi terhadap kesehatan.

Wisatawan juga memperhatikan risiko lain, seperti risiko keamanan dan finansial, selain risiko kesehatan. Risiko keamanan mencakup kekhawatiran tentang kejahatan atau kurangnya pengawasan di tempat wisata. Jika ada ketertiban umum dan aturan keselamatan yang ketat, wisatawan cenderung memilih lokasi yang memberikan rasa aman selama perjalanan (Jie et al., 2019). Namun, risiko keuangan terkait dengan biaya yang tidak pasti selama perjalanan, seperti kenaikan harga akomodasi atau biaya lainnya yang tidak terduga.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Astuti & Lemy (2022), salah satu faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata adalah persepsi risiko mereka. Wisatawan cenderung menghindari lokasi yang menimbulkan risiko yang signifikan bagi kesehatan, keamanan, atau keuangan mereka. Oleh karena itu, sangat penting bagi pemerintah daerah dan bisnis pariwisata untuk menerapkan protokol kesehatan dan keselamatan yang efektif untuk mencegah wisatawan merasa terancam selama perjalanan (Sukaatmadja et al., 2021). Peningkatan keamanan di tempat wisata, penegakan hukum, dan fasilitas kesehatan yang memadai adalah beberapa contoh dari upaya ini.

Tabel 3. Persepsi terhadap *perceived risk border country tourist* di kota Batam

Indikator <i>Perceived Risk</i>	Jumlah Dalam % Tingkat Penilaian Responden							Rerata (Mean)	Apresiasi
	1	2	3	4	5	6	7		
Sosial Politik	0,07	0,44	13,03	30,72	38,64	17,10	17,19	5,40	77,20
Psikologis	0,15	0,88	11,46	29,76	39,24	18,52	28,89	5,44	77,77
Kuangan	0,08	0,31	2,09	17,93	27,05	41,73	10,82	5,17	73,94
Kesehatan	0,30	1,57	11,99	29,99	44,08	12,07	15,73	5,33	76,22
Waktu	0	0	0,66	12,63	28,63	40,09	17,99	5,44	77,82
Rerata	0,12	0,64	7,85	24,20	35,53	25,90	18,12	5,36	76,59

Dibandingkan dengan indikator psikologis, yang memiliki rerata apresiasi sebesar 5,44, persepsi responden terhadap risiko turis negara perbatasan cenderung tinggi dengan 77,82%, sementara indikator waktu paling dominan dengan 76,59%. Faktor 117 resiko sosial politik berada di posisi ketiga, dengan tingkat persepsi 77,20 persen. Faktor kesehatan berada di posisi keempat, dengan 76,22%. Faktor keuangan berada di posisi kelima, dengan 73,94%. Wisatawan tidak mengambil risiko keuangan yang besar saat mengunjungi Batam karena mereka memiliki kekayaan yang cukup.

Sikap Wisatawan

Bagaimana wisatawan melihat kegiatan pariwisata Batam juga memengaruhi perilaku mereka. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan melihat pariwisata Batam dengan positif, yang tercermin dalam

keinginan mereka untuk mematuhi protokol kesehatan, menjaga kebersihan, dan menghormati aturan yang ditetapkan oleh pemerintah. Wisatawan dengan sikap positif ini cenderung lebih puas dengan perjalanan mereka di Batam.

Menurut Fishbein & Ajzen dalam Perez Benegas & Zanfardini (2023) sikap adalah evaluasi umum seseorang terhadap suatu objek, yang mencerminkan perasaan, keyakinan, dan kecenderungan perilaku mereka terhadap objek tersebut. Sikap wisatawan terhadap Batam mencakup bagaimana mereka menilai keamanan, kebersihan, keramahan penduduk lokal, serta daya tarik wisata yang ada. Sikap yang positif terhadap destinasi akan meningkatkan pengalaman wisatawan dan mendorong mereka untuk merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain. Dalam penelitian ini, sikap wisatawan juga terkait dengan kesadaran mereka akan pentingnya menjaga lingkungan dan berkontribusi terhadap keberlanjutan pariwisata di Batam (Suparman et al., 2023). Wisatawan yang memiliki sikap peduli terhadap lingkungan lebih cenderung menunjukkan perilaku yang bertanggung jawab selama berwisata, misalnya dengan tidak membuang sampah sembarangan atau menghormati kebudayaan lokal (Timothy & Gelbman, 2022).

Hasil dan pembahasan ini menunjukkan bahwa selain motivasi dan persepsi tentang kualitas layanan yang ditawarkan, perilaku wisatawan lintas batas di Batam dipengaruhi oleh persepsi risiko dan sikap mereka terhadap destinasi wisata tersebut. Oleh karena itu, untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan menjaga loyalitas wisatawan, pemerintah daerah Batam dan pelaku industri pariwisata harus berkonsentrasi pada peningkatan kualitas layanan yang ditawarkan kepada wisatawan, meningkatkan layanan (Perez Benegas, & Zanfardini, 2023).

Tabel 4. Persepsi terhadap sikap *border country tourist* di kota Batam

Indikator Motivasi	Jumlah Dalam %							Rerata (Mean)	Apresiasi
	Tingkat Penilaian Responden								
	1	2	3	4	5	6	7		
Daya tarik	0,07	0,14	0,42	9,63	20,89	42,07	26,77	5,65	80,68
Pengalaman	0,07	0,43	0,67	9,19	34,84	45,37	9,86	5,40	77,08
Ketertarikan	0,00	0,00	0,66	10,57	29,37	47,58	11,82	5,45	77,82
Bertanggungjawab	0,00	0,00	0,66	9,41	33,82	43,24	12,87	5,44	77,71
Nilai	0,00	0,00	0,22	9,63	30,63	47,26	12,25	5,48	78,34
Rerata	0,02	0,11	0,53	9,69	29,91	45,10	14,71	5,48	78,33

Persepsi responden terhadap sikap wisatawan dari negara tetangga memiliki rerata yang lebih tinggi, yaitu 5,65 atau 80,68 persen. Indikator sikap tertinggi adalah daya tarik kota Batam, dengan rerata 5,65 atau 80,68 persen, diikuti oleh nilai, dengan rerata 78,34 persen, dan ketertarikan, dengan rerata 77,82 persen. Indikator sikap keempat adalah rasa bertanggung jawab wisatawan, dengan rerata 77,71 persen.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku wisatawan lintas batas di Kota Batam dipengaruhi secara signifikan oleh empat variabel utama: motivasi (didorong oleh *prestige*), *perceived quality* (terutama dari sisi harga dan pelayanan), *perceived risk* (khususnya risiko kesehatan), dan sikap (berorientasi pada tanggung jawab). Implikasi teoritis dari hasil ini adalah memperkuat model perilaku wisatawan dalam konteks lintas batas yang dipengaruhi oleh interaksi antar variabel internal dan eksternal. Sementara itu, implikasi praktisnya adalah kebutuhan bagi pemerintah dan pelaku industri pariwisata untuk menyesuaikan produk wisata dengan motivasi wisatawan dan meningkatkan kualitas pelayanan, keamanan, dan promosi destinasi agar lebih kompetitif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Moorman, C. (2023). *Strategic Market Management* (12th ed.). John Wiley & Sons.
- Afriesta, C. L. B. (2020). Korelasi Antara Push dan Pull Factor Wisata Kawasan dan Bangunan Bersejarah. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jpt.46036>
- Astuti, R. D., & Lemy, D. M. (2022). Analisis Faktor Yang Memengaruhi Wisatawan Dalam Pemilihan Destinasi Wisata Semasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pariwisata*, 9(2), 118–128. <https://doi.org/10.31294/par.v9i2.12388>
- Bagus Arya Wijaya, Sang Ayu Nyoman Jesi Yanti, I Gusti Putu Agung Widya Goca, I Dewa Agung Ayu Eka Idayanti, & Tiarto. (2024). Anteseden Kepuasan Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi*, 29(2), 259–280. <https://doi.org/10.24912/je.v29i2.2211>
- Çelik, S., & Dedeoğlu, B. B. (2019). Psychological factors affecting the behavioral intention of the tourist visiting Southeastern Anatolia. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 2(4), 425–450.

<https://doi.org/10.1108/JHTI-01-2019-0005>

- Dunets, A. N., Ivanova, V. N., & Poltarykhin, A. L. (2019). Cross-border tourism cooperation as a basis for sustainable development: A case study. *Entrepreneurship and sustainability issues*, 6(4), 2207.
- Gao, J., Ryan, C., Cave, J., & Zhang, C. (2019). Tourism border-making: A political economy of China's border tourism. *Annals of Tourism Research*, 76, 1-13.
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Kleiser, S. B. (2019). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (14th ed.). McGraw-Hill Education.
- Jie, W., Bingjie Liu, L., Brent W, R., & Dong, Z. P. (2019). Risk reduction and adventure tourism safety: An extension of the risk perception attitude framework (RPAF). *Tourism Management*, 74(October), 247–257. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.03.012>
- Kara, N. S., & Mkwizu, K. H. (2020). Demographic factors and travel motivation among leisure tourists in Tanzania. *International Hospitality Review*, 34(1), 81–103. <https://doi.org/10.1108/ihr-01-2020-0002>
- Kozak, M., & Buhalis, D. (2019). Cross-border tourism destination marketing: Prerequisites and critical success factors. *Journal of Destination Marketing & Management*, 14, 100392.
- Lolita, C. H., Saputra, E., Amalia, E., & Mulyadi, T. (2024). ANALISIS FAKTOR WISATA DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE KOTA BATAM. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 7(3), 15-23.
- Maun, M. R. T., Widana, I. B. G. A., & Susianti, W. (2023). Faktor Pendorong dan Faktor Penarik Wisatawan Domestik Berkunjung ke Kawasan Taman Nasional Komodo di Era Normal Baru. *Journal of Applied Science in Tourism Destination*, 1(1), 11-22.
- Nuryati, M. S. D. (2020). Analisis Faktor Pendorong Peluang Partisipasi Perempuan Dalam Pengembangan Pariwisata Perbatasan di Entikong. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(2), 139. <https://doi.org/10.19184/jtc.v4i2.14882>
- Perez Benegas, J. Y., & Zanfardini, M. (2023). Customer engagement and loyalty: the moderating role of involvement. *European Journal of Management and Business Economics*, 34(3), 319–339. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-03-2022-0074>
- Purnawati, D. (2020). *Pengaruh Daya Tarik, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMP, 2020*. XI(2), 2012–2014.
- Salouw, E., Setiawan, B., & Sarwadi, A. (2023). Cross-border tourism in Indonesia: trends, opportunities, challenges, and research agenda. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 7(2), 129–139. <https://doi.org/10.31940/ijaste.v7i2.129-139>
- Sari, N., Fajri, C., Winiarti, S., Ahdiani, U., & Zulhuda, S. (2024). The Regulations of Protection Tourists in High-Risk Tourism Destination. *Journal of Human Rights, Culture and Legal System*, 4(3), 803-821.
- Sergeyeva, A., Abdullina, A., Nazarov, M., Turdimambetov, I., Maxmudov, M., & Yanchuk, S. (2022). Development of cross-border tourism in accordance with the principles of sustainable development on the Kazakhstan-Uzbekistan border. *Sustainability*, 14(19), 12734.
- Sianturi, G. H. D., & Purwanti, A. (2021). Citra Kota Batam Sebagai Kota Pariwisata Menurut Wisatawan Yang Berkunjung Ke Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(3).
- Shrestha, O., Forsyth, O., Sihotang, M., Sihotang, M. M., & Walsham, S. (2022). Assessing the Socio-Economic Impact of Infrastructure Development on Local Communities: A Mixed-Methods Approach. *Jurnal Sosial, Sains, Terapan Dan Riset (Sosateris)*, 11(1), 1–8. <https://doi.org/10.35335/3xahcj54>
- Stoffelen, A., Ioannides, D., & Vanneste, D. (2017). Obstacles to achieving cross-border tourism governance: A multi-scalar approach focusing on the German-Czech borderlands. *Annals of Tourism Research*, 64, 126-138.
- Su, X., & Li, C. (2021). Bordering dynamics and the geopolitics of cross-border tourism between China and Myanmar. *Political Geography*, 86, 102372.
- Su, X. (2024). Security, economy, and the touristification of borders. *Annals of Tourism Research*, 105, 103734.

- Suherlan. (2016). *Prilaku Konsumen*. CV. Alfabeta.
- Sukaatmadja, I. P. G., Yasa, N. N. K., Telagawathi, N. L. W. S., Winarsana, I. G. A. G., & Rahmayanti, P. L. D. (2021). Motivation versus risk. *Linguistics and Culture Review*, 6(December), 65–77. <https://doi.org/10.21744/lingcure.v6ns1.1910>
- Suparman, S., Tadulako, U., Muzakir, M., & Tadulako, U. (2023). *Potensi Pariwisata Budaya di Negeri* (A. Fitriyanti (ed.); 1st ed., Issue Desember). Edu Publisher. www.edupublisher.co.id
- Syaiful, H., Wibowo, A. E., & Mohamad Nur Afriliandi Nasution. (2023). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Mancanegara: Perspektif Faktor Penarik. *Jurnal Manajemen Kuliner*, 2(1), 54–72. <https://doi.org/10.59193/jmn.v2i1.136>
- Timothy, D. J., & Gelbman, A. (2022). Routledge handbook of borders and tourism. In *Routledge Handbook of Borders and Tourism*. <https://doi.org/10.4324/9781003038993>
- Vargas-Hernández, J. G., & Cervantes-Guzmán, J. N. (2019). *Consumer Behavior*. Pearson eLibrary. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-9562-5.ch008>
- Vuuren, C. Van, & Slabbert, E. (2012). Travel Motivation and Behaviour of Tourists to a South African Resort. *International Conference on Tourism and Management Studies - Algarve 2011*, 1(September), 295–304. <http://tmstudies.net/index.php/ectms/article/view/196>
- Xu, S., Zuo, Y., Law, R., & Zhang, M. (2022). Impact of farmers' participation in tourism on sustainable livelihood outcomes in border tourism areas. *International Sociology*, 37(1), 50-77.