

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Industri pariwisata Indonesia semakin diminati oleh investor asing. Berdasarkan artikel yang ditulis oleh Siti dalam portal berita Merdeka.com tahun 2018, Para investor pariwisata atau *Regional Invenstmen Forum 2018* (RIF) melakukan pertemuan di Yogyakarta. Dalam forum tersebut dilaporkan bahwa banyak investor asing yang tertarik menanamkan modalnya di sektor pariwisata Indonesia yaitu, Timur Tengah, Korea Selatan, AS, Jepang, Singapura, Taiwan, Malaysia, Australia, Tiongkok, Inggris, India, dan Rusia.(Azzura, 2018).

Menurut data BKPM, Investasi di sektor pariwisata rata-rata mengalami pertumbuhan hingga 20 persen per tahun, dan pada 2017 tercatat mencapai 31 persen atau Rp1,7 miliar dolar AS.

Kementerian Pariwisata berupaya mengembangkan investasi pariwisata dengan menerapkan sejumlah strategi di antaranya memberikan insentif, kemudahan, serta melakukan promosi investasi. Agar dapat tercipta destinasi yang aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, berwawasan lingkungan, serta mampu meningkatkan pendapatan nasional, daerah, dan masyarakat.

Sebagai penarik wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia, pengembangan atraksi wisata dilakukan meliputi daya tarik wisata alam, budaya, serta buatan. Sementara itu, untuk mempermudah pergerakan wisatawan menuju destinasi pariwisata dilakukan peningkatan aksesibilitas berupa prasarana transportasi, sarana transportasi, dan sistem transportasi.

Banyak destinasi wisata terbaik di Indonesia. Salah satu destinasi yang membuat investor tertarik untuk menginvestasikan uang mereka ialah cagar budaya Candi Borobudur yang terdaftar di UNESCO yang terletak di Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Magelang merupakan salah satu kota yang mempunyai daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Magelang menjadi salah satu tujuan wisata yang paling dikenal oleh wisatawan domestik dan mancanegara.

Kabupaten Magelang berada di cekungan sejumlah rangkaian pegunungan. Di bagian timur (perbatasan dengan Kabupaten Boyolali) terdapat Gunung Merbabu (3.141 meter dpl) dan Gunung Merapi (2.911 m dpl). Di bagian barat (perbatasan dengan Kabupaten Temanggung dan Kabupaten Wonosobo) terdapat Gunung Sumbing (3.371 m dpl). Di bagian barat daya terdapat rangkaian Pegunungan Menoreh. Pada bagian tengah mengalir Kali Progo beserta anak-anak sungainya menuju selatan. Di Kabupaten Magelang juga terdapat Kali Elo yang membelah dua wilayah ini.

Pariwisata di Indonesia terus berkembang dan bisa menjadi pengungkit perekonomian masyarakat lokal. Karena itu, Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) mendukung pengembangan kawasan-kawasan wisata di Indonesia menjadi lebih tertata rapi dan membangun berbagai fasilitas pendukung bagi kenyamanan wisatawan.(Sari, 2018)

Secara letak geografis kota Magelang berada di tengah-tengah Pulau Jawa. Magelang memiliki lokasi yang sangat strategis, karena berada di jalur utama transportasi. Magelang berada di 75 km sebelah selatan Semarang dan 43 km sebelah utara Yogyakarta. Kota Magelang juga memiliki beberapa tempat wisata.(Wulandari, 2015)

Kota Magelang merupakan kota tertua kedua di Indonesia. Kota ini memang cukup populer dengan berbagai macam tempat wisata yang menarik. Kota Magelang telah menjadi sebuah kota yang sangat terkenal di dunia dengan wisata Candi Borobudur. Candi yang termasuk salah satu keajaiban dunia, ini berada di daerah kabupaten Magelang. Biasanya wisata ke Borobudur di jadikan satu paket dengan wisata Jogja, dikarenakan lokasi tempat yang tidak terlalu jauh.(Santoso, 2013)

Pemerintah bertekad mewujudkan 10 destinasi pariwisata utama Indonesia yang layak dikunjungi wisatawan mancanegara, seperti halnya Bali. Salah satu destinasi yang dinilai layak itu adalah Candi Borobudur di Magelang, Jawa Tengah.(Fitriana, 2015)

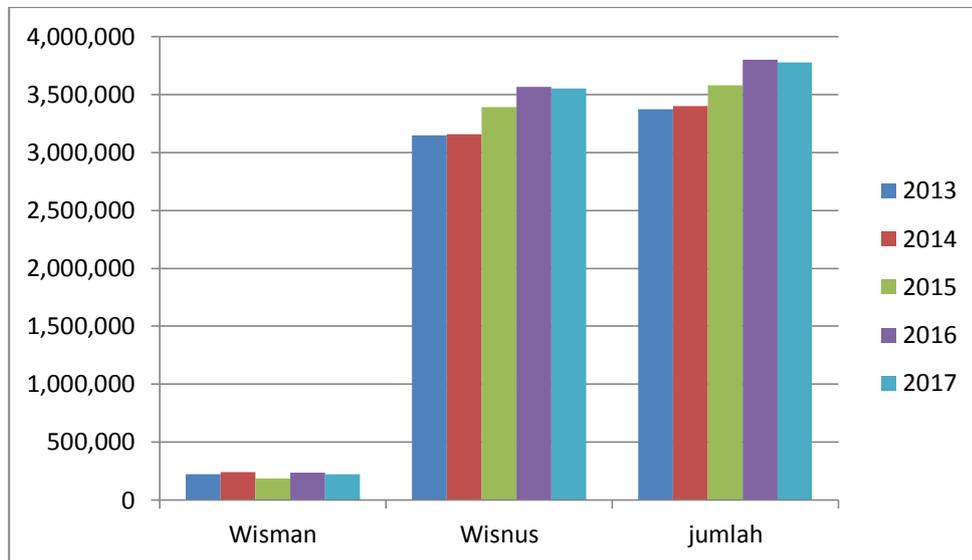
Candi Borobudur merupakan tujuan tempat wisata favorit di Jawa Tengah. Tidak hanya sebagai tempat wisata, peninggalan bersejarah ini juga berfungsi kembali menjadi salah satu tempat keagamaan dan ziarah agama Budha di Indonesia. Bahkan Richard Gere, pemain film Hollywood ternama, pernah mengunjungi tempat tersebut untuk beribadah di hari Waisak yang selalu diadakan setiap tahun. Oleh sebab itu, obyek ini memang dikenal sebagai pusat beribadah bagi seluruh umat Budha di dunia.(Priyono, 2016)

Chattra atau bagian paling atas stupa Candi Borobudur mengalami keretakan akibat gempa yang terjadi di wilayah Yogyakarta pada tahun 2006 dengan skala 5,9 SR. Rencana pemasangan atas permintaan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan. Namun, pemasangan ditunda karena memunculkan penolakan sebagian besar arkeolog mengingat masih diperlukan kajian lebih mendalam. Kini, Chattra pun kembali disimpan di halaman Museum Karmawibhangga.

Candi Borobudur merupakan model alam semesta dan dibangun sebagai tempat suci untuk memuliakan Buddha sekaligus berfungsi sebagai tempat ziarah untuk menuntun umat manusia beralih dari alam nafsu duniawi menuju pencerahan dan kebijaksanaan sesuai ajaran Buddha.

Untuk mengetahui perkembangan pariwisata salah satunya dapat diketahui melalui jumlah pengunjung wisatawan. Berikut tabel I.1 merupakan data yang menunjukkan presentasi wisatawan asing dan wisatawan dalam negeri yang melakukan kunjungan di Candi Borobudur.

**Gambar I. 1 Data Jumlah Pengunjung wisatawan Candi Borobudur  
Tahun 2013- 2017**



*Sumber : Badan Pusat Statistik Pariwisata Kota Magelang tahun 2018*

Berdasarkan dengan Tabel yang ditegaskan oleh Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah pengunjung wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik Candi Borobudur memiliki total jumlah pengunjung tertinggi sebesar 3.800.000 terjadi pada tahun 2016, sedangkan jumlah pengunjung terendah terjadi pada tahun 2013 sebesar 3.371.451. Kunjungan wisatawan mancanegara ke Candi Borobudur, di Kabupaten Magelang, Jawa Tengah, meningkat 100%. Hal tersebut karena saat ini berbarengan dengan musim liburan.(Hazliansyah, 2017)

Menurut Prasetyo, candi Borobudur meraih indeks destinasi tertinggi pertama di Indonesia tahun 2016. Posisinya mengalahkan 10 destinasi prioritas atau unggulan lain dari berbagai daerah di Indonesia. Dari 10 destinasi prioritas kepariwisataan Indonesia antara lain, Danau Toba di Sumatra, Tanjung Kalayang di Bangka Belitung, Kepulauan Seribu di

Jakarta, Tanjung Lesung di Banten dan Candi Borobudur di Magelang. (huda, 2016).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali ke Candi Borobudur. Untuk mengetahui faktor tersebut peneliti melakukan *review literature* dan observasi langsung ke Candi Borobudur.

Menurut penelitian terdahulu, niat berkunjung kembali dipengaruhi secara langsung dan positif oleh variabel citra destinasi (*destination image*) dan kepuasan wisatawan (*Tourist satisfaction*). Sedangkan kepuasan pengunjung dipengaruhi secara langsung dan positif oleh variabel *Revisit Intention dan Word of Mouth*.

Banyak permasalahan yang dialami oleh destinasi wisata Candi Borobudur. Permasalahan pertama yaitu banyaknya coretan yang ditemukan di dinding Candi Borobudur. Hal ini membuat Citra Destinasi Candi Borobudur menjadi buruk.

Menurut hasil observasi peneliti, peneliti menemukan beberapa masalah di Candi Borobudur. Contoh, banyaknya coretan yang ditemukan di dinding Candi Borobudur. Hal ini membuat Citra Destinasi Candi Borobudur menjadi buruk.

Permasalahan diatas sesuai dengan penelitian (Herstanti, Suhud, & Wibowo, 2014) namun diduga bahwa citra destinasi (*destination image*)

Candi Borobudur dapat berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali (*revisit intention*) pada Candi Borobudur.

Permasalahan kedua yang terjadi adalah kesurupan masal puluhan siswa SMAN di Kabupaten Tangerang Banten akibat bertindak jahil saat *study tour* ke Yogyakarta. Mereka kesurupan karena telah menggeser salah satu batu atau patung yang ada di kawasan Candi Borobudur, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Siswa yang diduga melakukan tindakan tidak terpuji terpaksa malam itu dibawa kembali Candi Borobudur Magelang. Setelah situasi tenang dan ditenangkan oleh para relawan, para siswa kemudian dikumpulkan serta diberikan pengarahan/bimbingan oleh guru dan ustad yang turut membantu (Kurniawan, 2016). Namun permasalahan diatas dapat diduga bahwa citra destinasi Candi Borobudur dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan.

Permasalahan diatas sesuai dengan penelitian (Wibowo, Sazali, & Kresnamurti, 2016) namun diduga citra destinasi Candi Borobudur akan mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan Candi Borobudur.

Menurut hasil observasi peneliti, peneliti menemukan beberapa masalah di Candi Borobudur. Contoh, banyaknya sampah yang berserakan di Candi Borobudur. Hal ini membuat Citra Destinasi Candi Borobudur menjadi buruk.

Permasalahan diatas sesuai dengan penelitian Papadimitriou, Kaplanidou, and Apostolopoulou (2018) namun diduga bahwa citra destinasi

(*destination image*) Candi Borobudur dapat berpengaruh terhadap WOM (*Word of Mouth*) pada Candi Borobudur.

Menurut Balai Konservasi Borobudur (BKB) langsung mengambil tindakan terkait aksi nekat seorang pengunjung yang berphoto dengan memanjat stupa Candi Borobudur. Aksi tersebut sempat diabadikan seorang pengguna Facebook yang langsung diunggah ke salah satu grup.(Pertwi, 2017).

Permasalahan keempat yang terjadi di Candi Borobudur yaitu kelalaian petugas candi terhadap wisatawan yang sedang berkunjung. Sebenarnya sudah sering menegur para pengunjung yang melakukan aksi serupa, bahkan akhir pekan kemarin pihak BKB baru saja mengadakan rapat koordinasi pengamanan dengan berbagai pihak untuk mengantisipasi pelaku-pelaku yang hendak melakukan pelanggaran. Papan informasi berisi larangan juga sudah terpasang di beberapa titik.

Marsis Sutopo mengatakan, mungkin penambahan petugas bisa jadi salah satu alternatif, karena jumlahnya tidak sebanding dengan banyaknya pengunjung dan luas wilayah yang harus diawasi, kami akan lakukan pembenahan. Namun permasalahan diatas dapat diduga bahwa kepuasan wisatawan Candi Borobudur dapat mempengaruhi niat berkunjung kembali ke Candi Borobudur.

Permasalahan diatas sesuai dengan penelitian (Herstanti et al., 2014; Wibowo et al., 2016) yang menduga bahwa tingkat kepuasan wisatawan

(*tourist satisfaction*) dapat berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali (*revisit intention*) pada Candi Borobudur.

Pada portal berita bahwa, Group band Korea mengunjungi Candi Borobudur. Salah satu personil ingin membeli sebuah topi, tetapi penjual topi tersebut memberikan harga yang sangat mahal. Sehingga personil tersebut mengurungkan niat untuk membeli topi tersebut. Namun permasalahan diatas dapat diduga bahwa kepuasan wisatawan Candi Borobudur dapat mempengaruhi *Word of Mouth* di Candi Borobudur.

Permasalahan diatas sesuai dengan penelitian B. Meng and Han (2018) yang membuktikan bahwa kepuasan wisatawan dapat berpengaruh terhadap *Word of Mouth* ke Candi Borobudur.

Pada tabel diatas, penulis hanya mencantumkan 14 jurnal penelitian mengenai minat kunjungan kembali pada wisatawan. Pembuatan tabel ini bertujuan untuk mengidentifikasi literatur yang mendukung dan untuk menentukan variabel-variabel dalam penelitian. Setelah mengkaji jurnal-jurnal, peneliti memilih *Destination Image*, kepuasan wisatawan, niat berkunjung kembali dan *Word of Mouth*.

Hal ini dikarenakan peneliti lebih tertarik meneliti variabel-variabel tersebut, meskipun ada beberapa variabel yang lebih cocok dan lebih banyak diangkat menjadi variabel di penelitian sebelumnya serta belum dapat jurnal penelitian yang meneliti variabel-variabel tersebut terhadap Niat berkunjung kembali.

Dengan latar belakang ketidaksesuaian diantara penelitian yang pernah dilakukan (*research gap*) yaitu penelitian yang variabelnya belum pernah diteliti oleh peneliti lain dan masih membutuhkan penjelasan lebih lanjut. Dalam penelitian ini peneliti akan menghubungkan variabel *Destination Image*, kepuasan wisatawan, niat berkunjung kembali (*revisit intention*), *Word of Mouth* dan dikaitkan dengan masalah-masalah di Candi Borobudur dan kemudian diambil kesimpulan mengenai hasil peneliti yang akan diteliti.

Penelitian untuk variabel tersebut pada objek wisata masih jarang karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti ulang faktor-faktor dari niat berkunjung kembali ke Candi Borobudur. Hal tersebut juga didukung oleh sumber portal berita, yakni masing-masing variabel terkait dengan Niat berkunjung kembali serta observasi yang dilakukan oleh peneliti.

Berdasarkan paparan *research gap* dan *literature review* yang dikemukakan diatas, maka peneliti memperoleh gambaran bahwa *Destination Image*, Kepuasan Wisatawan, niat berkunjung kembali dan *Word of Mouth*. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “**NIAT BERKUNJUNG KEMBALI KE CANDI BOROBUDUDUR : MENGUKUR *DESTINATION IMAGE*, *WORD OF MOUTH* DAN *TOURIST SATISFACTION*”.**

## **B. Perumusan Masalah**

Perumusan masalah merupakan hal yang paling penting dalam suatu penelitian, hal ini diperlukan agar batasan masalah menjadi jelas sehingga dapat dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian. Adapun masalah yang pada penelitian ini adalah :

1. Apakah Citra Destinasi (*Destiantion Image*) berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali (*revisit intention*) pada Candi Borobudur ?
2. Apakah Citra Destinasi (*Destiantion Image*) berpengaruh terhadap Kepuasan wisatawan (*Tourist Satisfaction*) pada Candi Borobudur ?
3. Apakah Citra Destinasi (*Destination Image*) berpengaruh terhadap *Word of Mouth* pada Candi Borobudur ?
4. Apakah Kepuasan wisatawan (*Tourist Satisfaction*) berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali (*revisit intention*) pada Candi Borobudur ?
5. Apakah Kepuasan wisatawan (*Tourist Satisfaction*) berpengaruh terhadap *Word of Mouth* pada Candi Borobudur ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah, sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah Citra Destinasi (*Destination Image*) memiliki pengaruh positif terhadap Niat berkunjung kembali (*Revisit Intention*) di Candi Borobudur.

2. Untuk mengetahui apakah Citra Destinasi (*Destination Image*) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan (*Tourist Satisfaction*) di Candi Borobudur.
3. Untuk mengetahui apakah Citra Destinasi (*Destination Image*) memiliki pengaruh positif terhadap WOM (*Word Of Mouth*) di Candi Borobudur.
4. Untuk mengetahui apakah kepuasan wisatawan (*Tourist Satisfaction*) memiliki pengaruh positif terhadap Niat berkunjung kembali (*Revisit Intention*) di Candi Borobudur.
5. Untuk mengetahui apakah kepuasan wisatawan (*Tourist Satisfaction*) memiliki pengaruh positif terhadap WOM (*Word Of Mouth*) di Candi Borobudur.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Praktis
  - a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang bermanfaat bagi unit Candi Borobudur untuk mengetahui variabel-variabel yang belum sesuai dengan keinginan dan kebutuhan wisatawan sehingga akan mudah untuk melakukan pengembangan khususnya yang berkaitan dengan kepuasan wisatawan.
  - b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca dan dapat memberikan informasi bagi penelitian lain yang berkaitan dengan bidang pemasaran.

## 2. Teoritis

- a. Penelitian merupakan kesempatan yang baik untuk menerapkan teori kasusnya di bidang pariwisata ke dalam dunia praktik yang sesungguhnya serta untuk mengembangkan pemikiran mengenai Tourism Marketing terhadap suatu objek wisata.
- b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi ataupun rujukan dalam pengembangan teori pengaruh *Destination Image* terhadap kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening studi Objek Wisata Candi Borobudur.