

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Wisata *heritage* atau warisan budaya memiliki kontribusi yang penting. Damayanti dan Puspitasari (2024) menyatakan bahwa wisata *heritage* merupakan salah satu jenis pariwisata yang paling diminati karena mampu mengintegrasikan nilai-nilai sejarah dan budaya ke dalam pengalaman wisata yang bernilai. Wisata *heritage* sendiri dapat didefinisikan sebagai kegiatan wisata yang memanfaatkan kekayaan peninggalan sejarah dan warisan budaya suatu daerah sebagai daya tarik utama, seperti candi, situs arkeologis, hingga tradisi budaya setempat.

Wisata *heritage* atau wisata warisan budaya semakin mendapat perhatian luas karena mampu menarik minat wisatawan yang tertarik pada aspek budaya, sejarah, serta keotentikan suatu destinasi (Kuntari, 2021). Kebutuhan akan pengalaman wisata yang bermakna dan berakar pada nilai-nilai lokal menjadikan destinasi *heritage* sebagai daya tarik unggulan dalam industri pariwisata berkelanjutan.

Destinasi *heritage* tidak hanya menawarkan nilai estetika, tetapi juga memberikan pengalaman edukatif dan emosional yang mendalam bagi wisatawan. Sebagai contoh, sebuah penelitian di Bali menunjukkan bahwa lebih dari separuh peserta tur *heritage* termotivasi oleh keingintahuan mereka terhadap sejarah dan konteks budaya kawasan tersebut (Riski dkk., 2024). Temuan ini mengindikasikan bahwa pemahaman terhadap motivasi wisatawan menjadi aspek krusial dalam pengembangan produk wisata *heritage* serta dalam merancang strategi promosi yang efektif dan berkelanjutan.

Candi Borobudur merupakan ikon wisata *heritage* paling menonjol di Indonesia. Sebagai Situs Warisan Dunia yang diakui oleh UNESCO, Borobudur merupakan candi Buddha terbesar di dunia sekaligus destinasi wisata budaya utama (Sasongko dkk., 2025). UNESCO menyebut bahwa “*Borobudur Temple Compounds is one of the greatest Buddhist monuments in the world,*” yang

dibangun pada abad ke-8 dan ke-9 Masehi pada masa pemerintahan Dinasti Syailendra. Terletak di Lembah Kedu, bagian selatan Jawa Tengah, candi ini berada di pusat Pulau Jawa. Sasongko dkk. (2025) menegaskan bahwa daya tarik Borobudur tidak hanya terletak pada nilai religiusnya, tetapi juga pada perannya sebagai destinasi wisata nasional yang strategis. Kedudukan ini menjadikan Borobudur sebagai aset ekonomi dan budaya yang sangat bernilai bagi Indonesia.

Pemerintah Indonesia menetapkan Borobudur sebagai Destinasi Pariwisata Superprioritas (DPS) melalui Peraturan Presiden Nomor 101 Tahun 2024 tentang Tata Kelola Kompleks Borobudur (Kemenko Bidang Kemaritiman dan Investasi RI, 2024). Pedoman pelaksanaan tata kelola Kompleks Candi Borobudur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 ayat 2 memuat: (a) area dan ruang lingkup pemanfaatan (b) kajian dampak cagar budaya (c) indikator pariwisata berkualitas (d) kaidah penamaan dan pemeliharaan tanaman (e) tata cara koordinasi dengan pemerintah daerah dan pemerintah desa. Selain itu tingkat kunjungan berdasarkan *review* dari wisatawan yang berkunjung ke Candi Borobudur, dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 1.1 Rating Kunjungan ke Taman Wisata Candi Berdasarkan Review

Candi	Rating	Ulasan
Borobudur	4.5 / 5 (7.842 ulasan)	Arsitektur luar biasa, indah dan terawat, tetapi ada keluhan soal harga.
Prambanan	4.4 / 5 (6.447 ulasan)	Megah, historis, visual menawan, rekomendasi kuat dari sebagian besar pengunjung.
Ratu Boko	4.2 / 5 (3.228 ulasan)	Sunset super keren, suasana tenang; cocok untuk foto dan santai, tetapi informasinya terbatas.

Sumber: TripAdvisor, 2025

Berdasarkan tabel 1.1 menurut ulasan pada situs *TripAdvisor* menunjukkan bahwa Taman Wisata Candi Borobudur memiliki *rating* paling tinggi pada angka

4.5 dengan ulasan dari wisatawan sebanyak 7.842, dibandingkan dengan Candi Prambanan dan Candi Ratu Boko. Hal tersebut menunjukkan bahwa Candi Borobudur lebih banyak diminati para wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata situs warisan budaya. Maka dari itu, Candi Borobudur dapat dikatakan sebagai salah satu destinasi wisata unggulan yang ada di Indonesia.

Meskipun Candi Borobudur memiliki potensi yang sangat besar sebagai destinasi wisata unggulan, data statistik mencerminkan adanya fluktuasi yang cukup signifikan dalam jumlah kunjungan wisatawan selama beberapa tahun terakhir. Adapun rincian data kunjungan wisatawan ke Candi Borobudur pada periode 2019 hingga 2023 disajikan sebagai berikut:

Tabel 1.2 Kunjungan Wisatawan ke Candi Borobudur (2019-2023)

Tahun	Domestik	Mancanegara	Total
2019	3.747.757	242.109	3.989.866
2020	965.699	31.551	997.250
2021	422.930	674	423.604
2022	1.282.821	48.355	1.331.176
2023	1.281.226	193.053	1.474.279

Sumber: disporapar.jatengprov.go.id, 2025

Berdasarkan data statistik pada tabel 1.1 dari Disporapar Jawa Tengah, kunjungan wisatawan ke Candi Borobudur menunjukkan fluktuasi yang cukup signifikan dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Pada tahun 2019, tercatat sebanyak 3.989.866 pengunjung, terdiri atas 3.747.757 wisatawan domestik dan 242.109 wisatawan mancanegara, dengan capaian kunjungan mencapai 48,56% dari total kapasitas tahunan. Namun, terjadi penurunan drastis pada tahun 2020 akibat pandemi COVID-19, dengan total kunjungan menyusut menjadi 997.250 orang (turun sekitar 75%), yang sebagian besar masih didominasi oleh wisatawan domestik. Penurunan ini semakin tajam pada 2021, di mana jumlah kunjungan hanya mencapai 423.604 orang, dan kunjungan wisatawan mancanegara tercatat sangat minim, yakni hanya 674 orang.

Tren pemulihan mulai tampak pada tahun 2022 dengan meningkatnya total kunjungan menjadi 1.331.176 wisatawan, lalu berlanjut pada 2023 dengan jumlah 1.474.279 orang. Meski demikian, angka ini masih belum menyamai capaian pada tahun 2019. Persentase kunjungan terhadap kapasitas total pun hanya mencapai 17,94% pada 2023, mengindikasikan bahwa pemulihan belum sepenuhnya optimal.

Meskipun data statistik resmi tahun 2024 belum tersedia secara publik, berdasarkan laporan artikel Radar Jogja, tercatat bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Candi Borobudur sepanjang tahun 2024 mencapai sekitar 1,3 juta orang, yang terdiri dari wisatawan domestik dan mancanegara. Angka ini masih berada di bawah target yang ditetapkan, yaitu 1,5 juta pengunjung (Nihayah, 2025).

Tahun 2025, pihak pengelola menargetkan peningkatan kunjungan hingga mencapai 1,7 juta wisatawan. Direktur PT Taman Wisata Borobudur (TWB), Mardijono Nugroho, mengakui bahwa jumlah kunjungan pada 2024 belum memenuhi ekspektasi. Meskipun tidak merinci secara detail, ia menyebut terdapat berbagai faktor yang memengaruhi pencapaian tersebut.

Fluktuasi tersebut menegaskan pentingnya pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor yang memotivasi wisatawan dalam memilih destinasi. Tanpa strategi berbasis data mengenai motivasi dan preferensi pasar, pengelolaan destinasi wisata warisan budaya seperti Candi Borobudur tidak menjadi efektif.

Dalam konteks pariwisata modern, generasi milenial dan Z telah menjadi kelompok utama dalam segmentasi wisata global. Generasi milenial lahir pada tahun 1981-1996 dikenal menghargai pengalaman yang autentik, mencari makna, serta partisipasi dalam aktivitas sosial dan budaya (Howe & Strauss, 2000; Priporas *et al.*, 2017). Generasi tersebut cenderung aktif membagikan pengalaman perjalanan melalui *platform* media sosial dan lebih tanggap terhadap destinasi yang menawarkan nilai edukasi dan estetika. Di sisi lain, generasi Z yang lahir pada tahun 1997-2012 adalah generasi digital yang tumbuh di era informasi dan koneksi. Mereka menunjukkan minat terhadap pengalaman perjalanan yang mendalam, konten visual yang menarik, serta isu-isu keberlanjutan dan lingkungan (Seemilar & Grace, 2016). Kedua generasi ini memiliki sifat unik sehingga mempengaruhi pola konsumsi pariwisata mereka.

Pemilihan fokus pada generasi milenial dan Z dalam penelitian ini didasarkan pada dominasi kedua generasi ini dalam komposisi wisatawan domestik dan internasional saat ini. Menurut data dari Kemenparekraf dan BPS, sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke wisata warisan budaya berasal dari kelompok usia 18-40 tahun. Oleh karena itu, memahami motivasi dari segmen ini secara spesifik menjadi penting dalam merancang strategi pengembangan promosi destinasi warisan budaya yang lebih adaptif.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kaum muda, terutama generasi milenial dan Z, memiliki ketertarikan terhadap pengalaman wisata yang berharga, mendukung pembelajaran antar budaya, serta memungkinkan partisipasi aktif (Sotiriadis, 2017; Glover, 2011). Oleh karenanya, sangat penting untuk mengidentifikasi elemen-elemen motivasi yang mendorong mereka untuk mengunjungi lokasi warisan budaya seperti Taman Wisata Candi Borobudur. Pengetahuan ini sangat bermanfaat tidak hanya dari sudut pandang teori, tetapi juga dalam praktik bagi pengelola destinasi untuk merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk wisata yang sesuai dengan karakteristik generasi ini.

Motivasi wisatawan merupakan faktor psikologis yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan dan memilih destinasi tertentu (Menor-Campos dkk., 2020). Menurut Sulami dkk. (2023) dalam studi pariwisata, motivasi ini umumnya dianalisis melalui pendekatan *push and pull*, yaitu dorongan internal dari individu (*push factor*) dan daya tarik eksternal dari destinasi wisata (*pull factor*). Faktor pendorong meliputi kebutuhan pribadi seperti keinginan untuk eksplorasi, pencarian pengetahuan, hiburan, atau pengalaman spiritual. Sementara itu, faktor penarik berkaitan dengan karakteristik destinasi, seperti keunikan budaya, ketersediaan fasilitas, serta nilai simbolik dari suatu situs wisata.

Pendekatan *push-pull* telah banyak digunakan dalam kajian motivasi wisatawan, termasuk dalam konteks *heritage tourism* (Menor-Campos dkk., 2020). Penelitian internasional menunjukkan bahwa motivasi utama dalam wisata heritage mencakup apresiasi terhadap nilai sejarah dan budaya, keinginan untuk berinteraksi secara sosial, serta pencarian pengalaman yang otentik. Misalnya, Menor-Campos dkk. (2020) menemukan bahwa elemen sejarah dan budaya menjadi daya tarik

utama bagi wisatawan asing yang mengunjungi situs-situs bersejarah, sehingga destinasi *heritage* berlomba-lomba menarik segmen wisatawan tersebut. Selain itu, kerangka lain yang relevan dikemukakan oleh Vong dan Ung (dalam Menor-Campos dkk., 2020) yang mengidentifikasi empat komponen utama dalam motivasi wisata *heritage*, yaitu: (1) minat terhadap sejarah dan budaya, (2) fasilitas dan layanan pendukung, (3) interpretasi terhadap warisan budaya, serta (4) keberadaan atraksi wisata yang menarik.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami secara komprehensif faktor-faktor yang mendorong motivasi wisatawan generasi milenial dan Z berkunjung ke Candi Borobudur sebagai destinasi *heritage*. Penurunan jumlah kunjungan yang terjadi selama masa pandemi menegaskan perlunya strategi pemulihan pariwisata yang berbasis pada pemahaman mendalam terhadap motivasi segmentasi wisata. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor motivasional, pengelola destinasi dapat merancang strategi promosi dan pengembangan produk wisata yang lebih terarah dan efektif. Penelitian ini berargumen bahwa motivasi wisatawan generasi milenial dan Z terhadap destinasi wisata *heritage* dipengaruhi oleh kombinasi *push* dan *pull factor* yang berbeda dari generasi sebelumnya. Tetapi, meskipun berbagai penelitian telah mengkaji motivasi wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata *heritage*, belum ada studi yang secara khusus menganalisis faktor motivasi wisatawan generasi milenial dan Z di Candi Borobudur. Kesenjangan tersebut menjadi dasar dalam pentingnya terhadap penelitian ini.

Sebagai contoh, apabila hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi utama wisatawan berkaitan dengan nilai budaya dan sejarah, maka program edukasi dan interpretasi warisan budaya perlu diperkuat. Sebaliknya, apabila aspek rekreasi lebih menonjol, maka pengembangan fasilitas hiburan dan penawaran paket wisata keluarga menjadi langkah strategis.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis memandang penting untuk meneliti faktor-faktor yang memotivasi wisatawan dalam memilih Candi Borobudur sebagai destinasi wisata *heritage*. Oleh karena itu, penelitian ini diangkat dengan judul: **“Analisis Faktor Motivasi Wisatawan Generasi Milenial dan Z dalam mengunjungi Destinasi Wisata *Heritage* Taman Wisata Candi**

Borobudur”. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor motivasi wisatawan generasi milenial dan Z dalam mengunjungi destinasi wisata *heritage* di Taman Wisata Candi Borobudur.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa saja faktor-faktor yang memotivasi wisatawan Generasi Milenial dan Z untuk mengunjungi Taman Wisata Candi Borobudur?
2. Faktor apa yang mendominasi dalam memotivasi wisatawan Generasi Milenial dan Z untuk mengunjungi Taman Wisata Candi Borobudur?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang dilakukan adalah :

1. Mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang memotivasi wisatawan Generasi Milenial dan Z dalam mengunjungi Taman Wisata Candi Borobudur.
2. Menganalisis faktor apa yang paling dominan dalam memotivasi wisatawan Generasi Milenial dan Z untuk mengunjungi Taman Wisata Candi Borobudur.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis : Memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur mengenai motivasi wisatawan dalam konteks wisata *heritage*.
2. Manfaat Praktis : Menjadi referensi bagi pengelola wisata dan pemerintah dalam merancang strategi pemasaran dan pengelolaan destinasi *heritage* secara lebih efektif.
3. Manfaat Sosial : Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pelestarian warisan budaya dan sejarah.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian skripsi dalam penelitian ini akan disusun sebagai berikut:

1. BAB I : PENDAHULUAN

Berisi mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

2. BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Menyajikan teori-teori relevan dan kerangka pemikiran penelitian.

3. BAB III : METODE PENELITIAN

Menjelaskan pendekatan, lokasi, populasi, sampel, variabel, definisi operasional, dan teknik pengumpulan data.

4. BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Memaparkan hasil penelitian dan interpretasi terhadap temuan.

5. BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Menyimpulkan hasil penelitian serta memberikan saran untuk tindak lanjut.

6. DAFTAR PUSTAKA

7. LAMPIRAN