

Pengaruh Wacana Kenaikan Tarif Candi Borobudur Terhadap Minat Wisatawan dan Jumlah Pemesanan Jasa Travel

Joko Triyono¹, Dwi Yoso Nugroho²

^{1,2} Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo Yogyakarta, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 21 September 2022

Received in revised form

25 September 2022

27 September 2022

Available online 30

November 2022

Kata Kunci:

Candi Borobudur
Harga Tiket Masuk
Minat Kunjungan
Wisatawan
Jasa Travel

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh wacana kenaikan tiket masuk Candi Borobudur terhadap minat berkunjung wisatawan dan jumlah pemesanan jasa travel. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai bahan pengumpulan data, yang kemudian dianalisis dengan metode regresi linier berganda menggunakan menggunakan software SPSS 26. Variabel independen yang digunakan adalah wacana kenaikan tiket masuk kawasan wisata Candi Borobudur, serta minat berkunjung wisatawan dan pemesanan jasa travel sebagai variabel dependent. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya wacana kenaikan tiket masuk Candi Borobudur memberikan pengaruh negatif terhadap minat berkunjung wisatawan dan jumlah pemesanan jasa travel. terbukti ada pengaruh yang positif juga signifikan di variabel wacana kenaikan harga tiket terhadap minat wisatawan berkunjung ke Candi Borobudur. Selain itu, terbukti ada pengaruh yang positif juga signifikan di variabel wacana kenaikan harga tiket terhadap pemesanan jasa travel.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the discourse on increasing entrance tickets to Borobudur Temple on the interest of visiting tourists and the number of bookings for travel services. This study uses a questionnaire as a data collection material, which is then analyzed by multiple linear regression method using SPSS 26 software. The independent variable used is the discourse on increasing entrance tickets to the Borobudur Temple tourist area, as well as interest in visiting tourists and booking travel services as the dependent variable. The results of this study indicate that the discourse of increasing entrance tickets to Borobudur Temple has a negative influence on tourist interest in visiting and the number of bookings for travel services. it is proven that there is a positive and significant influence on the discourse on the increase in ticket prices on the interest of tourists visiting Borobudur Temple. In addition, it is proven that there is a positive and significant influence on the variable about the increase in ticket prices on booking travel services.

Keywords: Borobudur Temple, Entrance Ticket, Tourist Visit Interest, Travel Services

Pendahuluan

Pariwisata merupakan aktivitas bepergian baik dilakukan individu atau rombongan untuk tujuan yang beragam, untuk pendapatan ataupun rekreasi. Tujuan dari aktivitas ini untuk melihat, edukasi, dan secara langsung mengalami semua hal yang berada di luar lingkungannya, serta memenuhi kebutuhan mendesak untuk menemukan keindahan budaya atau alam yang indah dan beragam. Atas dasar tersebut, seseorang akan berinisiatif untuk melakukan perjalanan wisata (Widyastuty & Dwiarta, 2021).

Berdasarkan Undang-Undang RI No 10 Tahun 2009 mengenai Kepariwisata, pariwisata merupakan aktivitas umum langsung berhubungan dengan sektor pariwisata, yang bersifat multifaset serta interdisipliner, menjadi manifestasi dari keperluan setiap individu dan bangsa, serta wisatawan dan masyarakat, pelancong lain, pemerintah, daerah, yang muncul sebagai interaksi antar kotamadya. dan swasta. Pariwisata memiliki beragam aktivitas pariwisata yang disediakan, adanya kemudahan dan pelayanan yang diberikan warga, swasta, pemerintah pusat, dan wilayah kabupaten. Pariwisata merupakan aktivitas wisata yang dilaksanakan oleh individu maupun kelompok orang dengan mendatangi daerah

¹ Corresponding author.

E-mail : jokotriyono@stipram.ac.id, chefyoso@stipram.ac.id

tertentu dengan maksud bertamasya, peningkatan kualitas individu, dan untuk memahami keunikan daya tarik wisata dari lokasi wisata yang disinggahi (Masitah, 2019).

Lebih lanjut dapat dikemukakan bahwa kegiatan wisata menjadi rangkaian perjalanan dan aktivitas individu atau kelompok orang yang berkunjung di suatu daerah yang berupa daya destinasi wisata dengan durasi sementara dengan memanfaatkan dan menikmati fasilitas yang tersedia (Amelia & Prasetyo, 2022), sehingga dari beberapa penjelasan tersebut aktivitas wisata dapat meliputi persiapan diri dan perbekalan, melakukan perjalanan dengan transportasi atau dengan biro perjalanan, kebutuhan bahan bakar, penggunaan telekomunikasi, mengkonsumsi makanan, pembelian jasa rekreasi-atraksi wisata, pembelian souvenir atau produk industri lainnya, memanfaatkan sarana-prasarana wisata dan publik, pemanfaatan jasa pendukung, kebutuhan pemandu wisata, dan pembelian produk lainnya (Rambe, 2018). Hal tersebut tentu membutuhkan dana untuk membiayai kegiatan wisata, dan di pihak lain mendapatkan keuntungan dari transaksi yang dilakukan dengan wisatawan. Pihak-pihak penyedia daya tarik wisata, barang dan jasa tentu melibatkan sumber daya karyawan, rekanan barang dan jasa, serta pemasok (*supplier*), juga melakukan interaksi dengan pemerintah dalam hal perijinan, retribusi, dan pajak (Aritonang & Syamsuddin, 2019).

Borobudur adalah sebuah monumen yang sangat fenomenal dan menjadi simbol kebesaran bangsa Indonesia karena tingginya nilai-nilai estetika, budaya, seni, arsitektur, hingga spiritual. Dahulu di sekolah-sekolah diajarkan bahwa Borobudur adalah salah satu dari tujuh keajaiban dunia. Meskipun sekarang ada kriteria resmi Borobudur sebagai warisan dunia, predikat tujuh keajaiban dunia seolah-olah tidak dapat dipisahkan dari Borobudur (Mulyasari, 2015). Daya tarik Borobudur sebagai salah satu objek wisata religi, budaya, dan sejarah yang terbuka secara umum, dan menjadi salah satu tujuan wisata favorit untuk seluruh kalangan, seakan-akan hendak diubah menjadi destinasi wisata eksklusif oleh pemerintah dengan adanya wacana untuk menaikkan tiket masuk naik ke Candi Borobudur. Wacana yang dikemukakan pemerintah untuk sekali kunjungan dan naik ke Candi Borobudur menjadi 750 ribu rupiah perorang sontak menjadi bahan pembicaraan serta menjadi trending topik pada berbagai sosial media. Wacana yang pada akhirnya tidak jadi direalisasikan (dapat juga berarti ditunda) tersebut, sepat menyimpulkan dampak negatif pada pariwisata, khususnya pada minat untuk berkunjung serta adanya reaksi menunggu dari para pengusaha travel untuk tidak menaikkan harga pelayanan yang mereka berikan. Munculnya dampak negatif tersebut, merupakan suatu fenomena yang menarik bahwa kebijakan yang belum resmi dikeluarkan telah menimbulkan polemik pada beberapa kelompok masyarakat.

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif kasualitas, dimana peneliti mencoba melihat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat (Cresswell, 2014). Alat analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda menggunakan SPSS 26 (Ghozali, 2017). Responden dalam penelitian ini adalah calon wisatawan yang akan berkunjung ke Candi Borobudur saat wacana kenaikan tiket dikemukakan oleh pemerintah yang berada di 5 (lima) kota besa di Indonesia yang terdiri dari Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, dan Medan, sejumlah sejumlah 275 responden.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan olah data terhadap 275 responden yang berasal dari 5 (lima) kota di Indonesia yang kemudian diolah menggunakan SPSS 26, didapatkan hasil berikut ini.

3.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas dan Relibilitas

Tabel 1.

Uji Validitas Instrumen

No. Kuesioner	r_{hit}	r_{tabel}	Ket
HTiket1	0,783	0,361	Valid
HTiket2	0,673	0,361	Valid
HTiket3	0,758	0,361	Valid
HTiket4	0,733	0,361	Valid
HTiket5	0,752	0,361	Valid
Minat1	0,620	0,361	Valid
Minat2	0,721	0,361	Valid
Minat3	0,772	0,361	Valid
Minat4	0,624	0,361	Valid
Minat5	0,648	0,361	Valid
PesanTra1	0,798	0,361	Valid
PesanTra2	0,867	0,361	Valid
PesanTra3	0,750	0,361	Valid
PesanTra4	0,622	0,361	Valid
PesanTra5	0,631	0,361	Valid

Sumber: Data Primer, 2022

Tabel 2.

Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	r_{hitung}	Ket
Wacana Kenaikan(WK)	0,684	Reliabel
Minat Wisatawan(MW)	0,741	Reliabel
Jasa Travel(JT)	0,711	Reliabel

Sumber: Data Primer, 2022

Tabel 1 dan Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner dalam penelitian ini valid dan reliabel, sehingga dapat dilanjutkan dengan uji asumsi klasik.

3.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 3

Uji Normalitas

Variabel	Asymp. Sig	Ket
WK=>MW	0,200	Normal
WK=>JT	0,198	Normal

Sumber: Data Primer, 2022

Tabel 3 memperlihatkan nilai Asymp. Sig 0,200, dan 0,198 ($> 0,05$) sehingga data terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4

Uji Multikolinearitas

Variabel	Toleransi	VIF
WK=>MW	0,782	1,279
WK=>JT	0,895	1,198

Sumber: Data Primer, 2022

Tabel 4 hasil uji multikolinearitas memperlihatkan bahwa nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF < 10 , sehingga variabel yang digunakan terbebas dari multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5

Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig
Kualitas Produk	1,000
Kualitas Pelayanan	1,000

Sumber: Data Primer, 2022

Uji heterokedastisitas pada Tabel 5 memperlihatkan bahwa nilai sig lebih besar dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa variabel penelitian terbebas dari heterokedastisitas.

3.3. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6.

Uji Regresi Linier I

Variabel	B	t	Sig
Konstanta	17,609	9,217	0,000
WK=>MW	0,101	4,361	0,018
Uji F	7,833		
Prob F	0,026		
Adj R ²	0,685		

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 6:

- Apabila X (wacana kenaikan harga) ada pertambahan 1, maka Y1 (minat wisatawan) akan bertambah 0,101. Bisa diartikan bila di sampel penelitian itu ada perubahan pada wacana kenaikan tiket sebesar 1, akan terjadi kenaikan di minat wisatawan untuk datang ke Candi Borobudur sebesar 0,101.

Tabel 7.

Uji Regresi Linier II

Variabel	B	t	Sig
Konstanta	11,333	2,258	0,000
WK=>JT	0,177	3,672	0,008
Uji F	6,235		
Prob F	0,011		
Adj R ²	0,785		

- Apabila X (wacana kenaikan harga) ada pertambahan 1, maka Y2 (jasa travel) akan bertambah 0,171. Bisa diartikan bila di sampel penelitian itu ada perubahan pada wacana kenaikan tiket sebesar 1, akan terjadi kenaikan di jasa travel sebesar 0,171.

3.4. Uji Hipotesis I

- Uji Kelayakan Model (Uji F)

Hasil pada Tabel 6, menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($7,833 > 2,44$), serta nilai sig kurang dari 0,05 (0,026), maka ada pengaruh signifikan secara brsama-sama antar variable bebas dengan variabel terikat.

- Uji t

Berdasarkan Tabel 6, diketahui bahwa pengaruh wacana kenaikan tiket terhadap minat wisatawan untuk datang ke Candi Borobudur bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($4,367 > 1,460$), hasil nilai sig juga menunjukkan nilai lebih kecil dari 0,05 (0,018), sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan keputusan membeli.

- Uji Determinan (R²)

Tabel 6 memberikan hasil bahwa nilai Adjusted R Square (Adjusted R²) 0,685. Di hasil perhitungan itu bisa disimpulkan bahwasanya model yang dipakai variabel bebasnya memberi sumbangan positif ialah 68,50% kepada variabel terikat. Sedang variabel lainnya yang memberi pengaruh kepada keputusan pembelian tapi tidak diikut sertakan menjadi variabel di penelitian ini ialah 31,50%.

3.5 Uji Hipotesis II

- Uji Kelayakan Model (Uji F)

Hasil pada Tabel 7, menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($6,235 > 2,44$), serta nilai sig kurang dari 0,05 (0,011), maka ada pengaruh signifikan secara brsama-sama antar variable bebas dengan variabel terikat.

- Uji t

Tabel 7 memperlihatkan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kebab Baba Rafi bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($3,672 > 1,460$), hasil nilai sig juga menunjukkan

nilai lebih kecil dari 0,05 (0,008), sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antar kualitas pelayanan dengan keputusan membeli.

c. Uji Determinan (R^2)

Tabel 7 memberikan hasil bahwa nilai Adjusted R Square (Adjusted R^2) 0,785. Di hasil perhitungan itu bisa disimpulkan bahwasanya model yang dipakai variabel bebasnya memberi sumbangan positif ialah 21,50% kepada variabel terikat. Sedang variabel lainnya yang memberi pengaruh kepada keputusan pembelian tapi tidak diikuti sertakan menjadi variabel di penelitian ini ialah 18,80%.

3.6. Pengaruh Wacana Kenaikan Harga Tiket Terhadap Minat Wisatawan

Berdasar hasil pengujian, hipotesis dijelaskan dalam persamaan regresi, yang di penelitian ini ialah positif, yakni (+0,101) juga uji t bahwasanya $t_{hitung} (4,361) > t_{tabel} (1,460)$ juga nilai sig sebesar 0,018 ($< 0,05$), artinya hipotesis ketiga didukung. bahwasanya terbukti ada pengaruh yang positif juga signifikan di variabel wacana kenaikan harga tiket terhadap minat wisatawan berkunjung ke Candi Borobudur.

Penelitian sebelumnya yang sejalan dengan penelitian ini dengan mengambil judul Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza dapat kita ketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif kepada keputusan pembelian konsumen mobil Toyota avanza pada PT Hasjrat Abadi Manado. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilaksanakan bahwasanya kualitas layanan berpengaruh kepada keputusan pembelian, hal ini penelitian kepada keputusan pembelian Toyota Avanza pada PT. Hasjrat Abadi Manado (Sarini, 2017).

Pada penelitian Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea dapat di Tarik kesimpulan bahwasanya kualitas pelayanan berpengaruh negative kepada keputusan pembelian. Penelitian ini berbeda di hasil penelitian terdahulu. Dimana kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Chandra di penelitiannya mengatakan pengaruh pelayanan berdampak signifikan kepada keputusan pembelian juga di arah yang positif kepada keputusan pembelian (Klongthong et al., 2020).

Keputusan pembelian sangat erat kaitannya dengan perilaku konsumen, dimana konsumen menghitung keuntungan dan kerugian yang diperoleh jika ia melakukan transaksi. Tidak jarang keputusan pembelian diputuskan secara bermusyawarah baik secara keluarga maupun organisasi, biasanya hal ini bersangkutan dengan produk atau jasa yang digunakan lebih dari satu orang, seperti mobil, rumah, perlengkapan rumah tangga dan lain sebagainya.

3.7 Pengaruh Wacana Kenaikan Harga Tiket Terhadap Pemesanan Jasa Travel

Berdasar hasil pengujian, hipotesis dijelaskan pada persamaan regresi, memperlihatkan hasil ialah positif, yakni (+0,177), kemudian pada hasil uji t diperoleh hasil $t_{hitung} (3,672) > t_{tabel} (1,460)$ juga nilai sig sebesar 0,008 ($< 0,05$), artinya terbukti ada pengaruh yang positif juga signifikan di variabel wacana kenaikan harga tiket terhadap pemesanan jasa travel.

Penelitian yang dilakukan oleh Parmana et al., (2019) dan Hidayat, (2020) tersebut menyatakan, bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, hasil penelitian tersebut juga sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ian Antonius Ong dan Sugiono Sugiharto. Penelitian tersebut menyatakan, bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Simpulan dan Saran

Berdasarkan paparan di atas, terbukti ada pengaruh yang positif juga signifikan di variabel wacana kenaikan harga tiket terhadap minat wisatawan berkunjung ke Candi Borobudur. Selain itu, terbukti ada pengaruh yang positif juga signifikan di variabel wacana kenaikan harga tiket terhadap pemesanan jasa travel. Dengan demikian, perlu pertimbangan yang matang terkait kebijakan yang akan menaikkan harga tiket masuk di objek wisata, terlebih lagi di Candi Borobudur, karena dampaknya justru akan menghambat eksistensi objek wisata dan perpuraran roda ekonomi dari para pelaku usaha jasa pariwisata.

Daftar Rujukan

- Amelia, V., & Prasetyo, D. (2022). Sertifikasi CHSE (Cleanliness, Health, Safety, & Environment) terhadap Objek Wisata sebagai Wujud Pemenuhan Hak Wisatawan. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 92–99.
- Andri Warman, M. (2018). *Kepariwisata dan Perjalanan Edisi Revisi*. RajaGrafindo Persada.
- Aritonang, S. I. S., & Syamsuddin, A. (2019). Potensi Dan Pengembangan Ekowisata Di Provinsi Jambi. *Osfi*, 1–11. <https://osfi.io/vyq8r/download>
- Cresswell, J. W. (2014). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Edisi Ketiga*. Terj. Achmad Fawaid. Pustaka Pelajar.
- Febriana, M., Yulianto, E., & Sunarti, S. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Kepada Konsumen Sepatu Merek Converse di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 32(2), 33–38.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.
- Kaharuddin, K., Pudyatmoko, S., Fandeli, C., & Martani, W. (2020). Partisipasi Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Ekowisata. *Jurnal Ilmu Kehutanan*, 14(1), 42. <https://doi.org/10.22146/jik.57462>
- Klongthong, W., Thavorn, J., Thanabodypath, W., Dhammathattariya, P., & Chandrachai, A. (2020). The influence of entrepreneurial self-efficacy and innovation on firm performance: Evidence from thai startup firms. *Humanities and Social Sciences Letters*, 8(4), 450–463. <https://doi.org/10.18488/JOURNAL.73.2020.84.450.463>
- Lail, M. (2019). *Pengaruh brand image, brand trust, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Shafira Tour & Travel Sidoarjo*. <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/36449>
- Limpo, L., Rahim, A., & Hamzah. (2018). Effect of Product Quality, Price, and Promotion to Purchase Decision. *International Journal on Advanced Science, Education, and Religion (IJoASER)*, 1(14), 63–65. <https://doi.org/10.15900/j.cnki.zylf1995.2018.02.001>
- Masitah, I. (2019). Pengembangan Desa Wisata oleh Pemerintah Desa Babakan, Kecamatan Pangandaran, Kabupaten Pangandaran. *Dinamika : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 53(9), 1689–1699. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/dinamika/article/view/2806>
- Mongi, L., Mananeke, L., & Repi, A. (2018). Kualitas produk, Strategi Promosi Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Di Kota Manado. *Zeitschrift Fur Orthopadie Und Unfallchirurgie*, 151(3), 257–263. <https://doi.org/10.1055/s-0032-1328522>
- Mulyasari, D. (2015). Partisipasi Masyarakat Dalam Mengembangkan Sarana Prasarana Kawasan Desa Wisata Borobudur. *Modul*, 15(2), 133–140.
- Parmana, P., Fahmi, I., & Nurrohmat, D. R. (2019). The Influence of Marketing Mix Factors in Purchasing Decision for Wooden Furniture Case of Furnimart Bogor. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 5(1), 54–64. <https://doi.org/10.17358/ijbe.5.1.54>
- Rambe, N. (2018). Universitas Sumatera Utara Poliklinik Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 1(3), 82–91.