

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kunjungan Wisatawan ke Candi Borobudur Magelang

Evi Sulami¹, Nining Yuniati², Damiasih³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo, Yogyakarta

E-mail: evysulamy@gmail.com¹, niningyuniati@gmail.com², Damiasih@stipram.ac.id³

Article History:

Received: 02 Maret 2023

Revised: 17 Maret 2023

Accepted: 18 Maret 2023

Keywords: Metode 4A, Wisata, Borobudur

Abstract: Pariwisata berperan dalam kesejahteraan masyarakat, sebagaimana dalam Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata pada pasal 3. Dalam undang-undang tersebut dijelaskan beberapa fungsi kepariwisataan ialah untuk memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, serta intelektual wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan, juga meningkatkan pendapatan negara dengan jalan mewujudkan kesejahteraan rakyat. Masyarakat dapat berperan pengembangan pariwisata dalam hal pengembangan kesadaran, pemahaman, dan juga penghayatan. Untuk itu peran masyarakat mencoba melakukan sebuah pendekatan berbasis akademik dalam melihat dan mengembangkan pariwisata dengan mempergunakan metode yang cocok dalam meningkatkan minat dan ketertarikan dengan menggunakan Metode 4A atau dalam pengartian adalah Attraction, Accesibility, Amenity, Ancillary Services. Penelitian ini berjenis kuantitatif deskriptif. Yang mana data yang didapatkan berbentuk angka, lalu dilakukan pengolahan dan analisis data untuk memperoleh gambaran dan hubungannya antara variabel yang dilibatkan pada penelitian. Alat analisis data yang menggunakan software SPSS 26.0 yang meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menjelaskan seluruh variabel berpengaruh secara signifikan ialah attraction (X1), amenity (X2), accesibility (X3), dan ancillary (X4), berpengaruh positif dan signifikan kepada motivasi berkunjung wisatawan ke Candi Borobudur, dan variabel yang paling berpengaruh atau memiliki pengaruh yang paling besar adalah variabel amenity (X2).

PENDAHULUAN

Salah satu faktor utama dalam kegiatan perusahaan, organisasi maupun pemerintahan adalah Sumber Daya Manusia (SDM). SDM dapat dikatakan merupakan salah satu kunci utama berjalannya suatu organisasi (Kaswan, 2019). Dengan SDM yang berkualitas, memiliki kompetensi dan ditempatkan pada posisi yang sesuai sehingga tujuan organisasi baik organisasi

swasta maupun pemerintah dapat berjalan dengan lebih baik (Mangkunegara, 2017). Dalam kaitannya dengan pariwisata, pentingnya SDM sama pentingnya dengan destinasi pariwisata itu sendiri (Widyastuty dan Dwiarta, 2021).

Pariwisata merupakan salah satu industri baru yang dapat dengan cepat meningkatkan perekonomian dalam hal lapangan kerja, pendapatan, sosial dan industri pertanian lainnya di negara-negara wisata (Ketut, 2018). Pariwisata memainkan peran penting dalam pembangunan berkelanjutan. Hal ini dinyatakan dalam Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata pada pasal 3, pariwisata akan memenuhi kebutuhan fisik, mental dan spiritual seluruh wisatawan melalui hiburan dan pariwisata serta meningkatkan pendapatan kota untuk kepentingan masyarakat. Pariwisata adalah penyediaan jasa wisata, atraksi dan daya tarik kota, peluang bisnis pariwisata, dll. tujuan (Darusalam dkk., 2021). Industri pariwisata merupakan sektor berkelanjutan yang dapat dikembangkan sebagai perekonomian di daerah. Pengembangan dan evaluasi sumber daya dan peluang pariwisata di negara ini akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi. Kedatangan wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata (DTV) telah membawa kesejahteraan dan kesehatan yang baik bagi masyarakat setempat (Komariah dkk., 2018). Tanpa seperti yang lain, pariwisata juga terkait dengan ekonomi daerah atau kawasan pariwisata. Pemerintah memiliki peran besar dalam mengembangkan kawasan baru pariwisata, dimana ada 5 (lima) yang harus dipenuhi agar negara menjadi kota tujuan ialah fasilitas, kesempatan kerja, bisnis, transportasi dan perhotelan. . (Pribadi dkk., 2021).

Pembangunan pariwisata seringkali merugikan masyarakat sekitar dalam hal pendapatan dan pertumbuhan. Meskipun diteliti dengan baik, partisipasi masyarakat saat ini penting bagi mereka yang memiliki modal, akses ke aset keuangan, keterampilan, lembaga swadaya masyarakat (LSM), tokoh masyarakat, serta keterampilan dan pengetahuan (Zukhriadi dkk., 2021). Partisipasi masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan menjadi penting karena masyarakat lokal termasuk dalam perencanaan pembangunan kepariwisataan. Hal ini memungkinkan masyarakat lokal untuk berpartisipasi sebagai pengelola atau mahasiswa dalam meningkatkan produk wisata. Oleh karena itu partisipasi masyarakat perlu dipahami dengan rencana atau kegiatan untuk mempromosikan pariwisata lokal (Ohorella dan Prihantoro, 2022).

Dalam hal pengembangan pariwisata, lingkungan juga berperan dalam menumbuhkan kesadaran, pemahaman dan rasa hormat. Oleh karena itu, negara tersebut memiliki pengetahuan yang lebih dalam pengelolaan industri pariwisata. Menciptakan lingkungan di mana sesuatu yang unik dan cocok untuk pertumbuhan adalah satu hal. Dengan kata lain, yang coba dilakukan oleh perusahaan adalah menggunakan metode edukasi untuk pengetahuan dan pengembangan pariwisata, dan metode 4A atau reception, partisipasi, stabilitas, layanan pendukung adalah cara yang tepat untuk meningkatkan nilai tambah. dan gagasan peregesis.

Konsep partisipasi masyarakat akan digunakan sebagai alat untuk mengimplementasikan rencana 4A dalam pengembangan pariwisata, dan akan berdampak besar pada pengembangan pariwisata (Hussein dan Santoso, 2022). Metode 4A dapat digunakan untuk mengembangkan sumber daya pariwisata, yang ada dalam 4 aspek: kepuasan, aksesibilitas, sponsor, dan organisasi layanan lainnya (Millenia dkk., 2021). Dari perspektif di atas terlihat bahwa negara juga memiliki peran dalam pengembangan pariwisata, karena terlihat bahwa penerapan jalan 4A berdampak pada pengembangan pariwisata karena empat alasan tersebut di atas. : Dapat meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi tempat yang diinginkan.

Penerapan metode 4A akan dapat berjalan dengan baik jika ada dukungan pemerintah baik dari tingkat pusat maupun pada tingkat daerah. Sebagai pembuat dan pelaksanan kebijakan, pemerintah selain dapat memberikan bantuan anggaran melalui Anggaran Pendapatan Belanja

Negara (APBN) dan juga Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) juga dapat membuat kebijakan yang berpihak dan mendukung penerapan metode 4A dengan lebih maksimal. Dari pernyataan ini sehingga terlihat bahwa adanya sinergidari masyarakat sebagai ujung tombak dan pemerintah sebagai pembuat kebijakan dan kucuran dana akan lebih mempermudah dan memperlancar terciptanya metode 4A dengan lebih optimal.

Metode 4A akan dapat berjalan dengan lebih baik dengan adanya Sumber Daya Manusia (SDM) yang handal serta memiliki keahlian yang sesuai. Berjalannya metode 4A yang dilakukan dengan dukungan SDM yang berkualitas pada suatu tujuan destinasi wisata akan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk datang pada suatu objek wisata. Adanya daya tarik tersebut membuat motivasi wisatawan untuk berkunjung akan semakin tinggi.

Motivasi adalah seperangkat perilaku dan nilai yang memotivasi orang untuk mencapai tujuan tertentu. Ide dan nilai tersebut merupakan motivasi yang memungkinkan orang mencapai tujuannya (Putri dkk, 2018). Seperangkat perilaku dan nilai yang memotivasi seseorang untuk mencapai suatu tujuan, seperti perilaku dan nilai yang tanpa disadari oleh individu. yang memudahkan pencapaian tujuan.

Secara umum ada senam dan senam outdoor. Aktivitas fisik adalah penyebab aktif dan pasif tanpa motivasi ekstrinsik, karena setiap orang memiliki motivasi untuk melakukan sesuatu (Munawar & Suryana, 2020). Ini mendorong seseorang untuk bangkit secara mental dan emosional, dengan keinginan dan kemampuan untuk melakukan sesuatu, untuk mencapai hasil dan mencapai tujuan yang diinginkan (Uno, 2016).

Dalam hubungannya dengan pariwisata, dan tujuan pariwisata, timbulnya motivasi akan mendorong dan menggerakkan individu untuk mendatangi suatu tempat wisata baik disebabkan oleh dorongan yang berasal dari diri sendiri maupun berasal dari luar diri sendiri, misalnya dengan melihat suatu situs wisata, melalui promosi ataupun mendengar dari teman yang pernah mengunjungi suatu tempat wisata.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Widiandri dan Nugroho, (2021) salah satu hal yang meningkatkan calon wisata untuk berkunjung adanya ketersediaan sarana dan prasarana yang ada pada destinasi wisata, misalnya kemudahan dalam akses jalan maupun ketersediaan penginapan yang sesuai budget yang dimiliki. Lebih lanjut Widiandri dan Nugroho, (2021) menjelaskan bahwa ketersediaan sarana dan prasarana yang baik merupakan bagian dari komponen 4A yang berperan dalam pengembangan suatu destinasi wisata. Pada penelitian lain yang dikemukakan oleh Br Siregar dkk, (2021), dan Kusyanda dkk, (2020), salah satu motivasi yang memuat wisatawan untuk datang pada suatu destinasi wisata adalah kelengkapan sarana dan wisata, adanya daya tarik budaya, sosial dan religi pada suatu objek dan terpenuhinya kebutuhan wisatawan, dimana hal tersebut merupakan bagian dari komponen 4A yang berperan dalam pengembangan destinasi wisata.

Dalam observasi awal dilakukan, peneliti menemukan fenomena yang muncul di destinasi wisata Taman Candi Borobudur. Sebagai bagian dari Destinasi Wisata Super Prioritas (DWSP) Candi Borobudur memiliki komponen 4A yang menunjang dalam pengembangan wisata dan mampu berperan dalam meningkatkan daya tarik wisata yang ada di objek wisata lainnya yang berada disekitarnya. Berdasarkan data yang peneliti peroleh, jumlah kunjungan wisata ke Candi Borobudur juga mengalami peningkatan. Dari data yang diperoleh tersebut, terlihat bahwa Pandemi Covid yang pernah terjadi pada tahun 2019 memberikan dampak kepada jumlah wisatawan, namun kondisi yang membaik, dimana Covid telah dapat dikendalikan turun berpengaruh kepada meningkatkan jumlah pengunjung Candi Borobudur.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisata Ke Candi Borobudur

Bulan	2018	2019	2020	2021
Januari	333.625	35V.087	1V.603	4V.357
Februari	249.391	26IV.600	11.506	63.479
Maret	306.717	279.826	IV.213	22.009
April	337.880	37IV.801	0	52.435
Mei	250.580	127.246	0	63.845
Juni	449.225	579.364	2	58.256
Juli	319.202	36IV.538	29	46.672
Agustus	206.414	22V.459	39	36.580
September	219.725	197.161	19	90.668
Oktober	218.529	258.137	38	132.809
November	261.223	288.724	26	172.034
Desember	702.774	67IV.896	76	213.372
Total	3.85V.285	3.989.839	31.551	997.516

Sumber: BPS Kabupaten Magelang, 2022

Peningkatan jumlah wisatawan pada tahun 2021 memang tanpa lepas dari kebijakan yang dilakukan pemerintah, kompetennya sumber daya manusia yang ada serta tanpa disadari adanya kebijakan pembatasan berwisata yang dilakukan pemerintah membuat motivasi wisatawan untuk berkunjung semakin tinggi.

Penelitian mengenai komponen 4A dalam pengembangan dan peningkatan destinasi wisata pernah dilakukan oleh Siregar dkk, (2021), dan Widiandri dan Nugroho, (2021), sedangkan motivasi berkunjung pada destinasi wisata pernah dilakukan oleh (Aseana dkk, 2022); Pusparini dkk, (2022); dan Pitaya, (2021). Penelitian ini berbeda dengan beberapa penelitian sebagaimana tersebut, terutama pada penggunaan variabel dalam penelitian. Pada penelitian ini, mencoba mengangkat pengaruh 4A kepada motivasi berkunjung wisatawan yang belum pernah dilakukan sebelumnya, selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Siregar dkk., (2021), dan Widiandri dan Nugroho, (2021) menggunakan komponen 4A sebagai bagian dari pengembangan destinasi wisata yang merupakan penelitian kualitatif, sedangkan pada penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif.

Berdasar latar belakang tersebut, peneliti berkeinginan untuk meneliti mengenai komponen 4A kepada motivasi wisatawan datang ke Candi Borobudur dalam penelitian yang berjudul "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Candi Borobudur, Magelang"

LANDASAN TEORI

Pariwisata

Menurut Norval (2018), pariwisata merupakan semua aktivitas yang berkaitan dengan masuk, tinggal dan pergerakan warga negara di luar ataupun di dalam sebuah negara, kota ataupun daerah tertentu. Sedangkan menurut Hunziker dan Kraft menjelaskan pariwisata, ialah seluruh aktivitas dan pariwisata yang terjadi dari terdapatnya warga asing dimana sedang melakukan perjalanan dengan tanpa tinggal menetap dan berkaitan dengan pencarian penghasilan (Andri, 2018).

Sesuai dengan Inpres No. 1 Tahun 1969, dijelaskan jika kepariwisataan merupakan aktivitas jasa yang dilaksanakan dengan pemanfaatan potensi alam dan lingkungan hidup yang khas,

misalnya saja, hasil budaya, panorama alam yang menakjubkan, iklim yang sejuk dan peninggalan sejarah.

Pariwisata adalah sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata dan berbagai usaha yang mempunyai kaitan dengan pariwisata hal tersebut tertuang di dalam UU No. 9 Tahun 1990. UU No. 10 Tahun 2009 menjelaskan jika pariwisata merupakan bermacam aktivitas dan ditunjang dengan fasilitas dan layanan pendukung yang disiapkan oleh berbagai pihak mulai dari masyarakat hingga Pemerintah Daerah. Kemudian kepariwisataan merupakan semua aktivitas yang berkaitan dengan pariwisata yang sifatnya multi disiplin yang tercipta sebagai bentuk dari kebutuhan individu dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, antar wisatawan, pemerintah dan pengusaha.

Wisatawan

Seseorang atau kelompok yang melakukan perjalanan wisata disebut turis jika masa tinggalnya di daerah atau negara tersebut sekurang-kurangnya 24 jam. Jika mereka tinggal di daerah atau negara yang dikunjungi kurang dari 24 jam, mereka disebut pelancong (pekerja shift). UITO (Union of International Travel Organizations) umumnya menggunakan pembatasan pada wisatawan. Pengunjung, ialah semua orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan semua orang yang datang untuk tujuan apa pun selain untuk bekerja yang biasanya mereka dibayar. Berkenaan dengan penunjukan pengunjung dibedakan menjadi dua kategori, ialah: seorang turis adalah orang yang melakukan perjalanan sekurang-kurangnya 80 km (50 mil) dari rumahnya untuk tujuan rekreasi. Menurut Vidyarini dan Sunarta, (2018), wisatawan adalah “orang yang melakukan kegiatan wisata atau orang yang melakukan perjalanan sementara ke tempat atau daerah yang sama sekali asing”.

Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata sangat penting dalam kawasan pariwisata. Menurut Komaria dll (2018), pengembangan pariwisata didasarkan pada sifat, kemampuan, tingkat jangkauan. Menurut Darussalam dll (2021), pengembangan pariwisata seringkali dikaitkan dengan Kebijakan Pembangunan Pariwisata Ketujuh Pemerintah.

Mengenai pengelolaan pariwisata, tempat wisata dibagi menjadi dua, ialah tujuan wisata (*destination attraction*) dan wisata (*event attraction*). Selain itu, tempat wisata terbagi menjadi dua ialah tempat wisata alam ciptaan Tuhan (*natural-attraction site*) dan tempat wisata buatan manusia (*human-attraction site*) (Hussain dan Santoso, 2022). Demikian pula tempat wisata terbagi menjadi dua, ialah tempat wisata “asli” (nyata, asli) dan tempat wisata “panggung” (buatan).

Modal pariwisata dapat berkembang menjadi daya tarik wisata, jika pusat wisata harus mengisi kawasan wisata. Oleh karena itu, untuk menggali potensi pariwisata di suatu daerah perlu diperhatikan apa yang dicari oleh wisatawan.

Motivasi Berkunjung

Motivator berarti seseorang yang membuat orang mengambil tindakan dengan mendorong mereka untuk mempengaruhi perilaku mereka sehingga mereka dapat bergerak dan bertindak (Munawar & Suryana, 2020). Semua motivasi untuk melakukan sesuatu didasarkan pada motivasi (Adam dll, 2020). Menurut Uno (2016), motivasi adalah suatu kondisi (aktivitas) yang menggerakkan orang sesuai dengan tujuan. Motivasi meliputi motivasi, keinginan dan keinginan menurut (Mowen, 2017). Menurut Kurniati (2016) motivasi dijelaskan dengan cara paling sederhana untuk bertindak, akal disebut sesuatu yang menggerakkan untuk bertindak.

Menurut Boediono dkk, (2018) motivasi adalah daya penggerak sekaligus transfer energi yang dapat membangkitkan semangat kerja seseorang dan keinginan untuk bekerja sama, bekerja secara efektif dan menggabungkan semua keterampilan wirausaha dengan tujuan yang ingin dicapai. Dari teori yang telah dijelaskan dapat disimpulkan pengertian motivasi ialah memberdayakan seseorang karena terlihat dari dalam diri manusia yang membuat manusia melakukan segala sesuatu tanpa disadari sehingga melakukan segala sesuatu untuk mencapai tujuannya. tujuan mereka. . hasil atau tujuan.

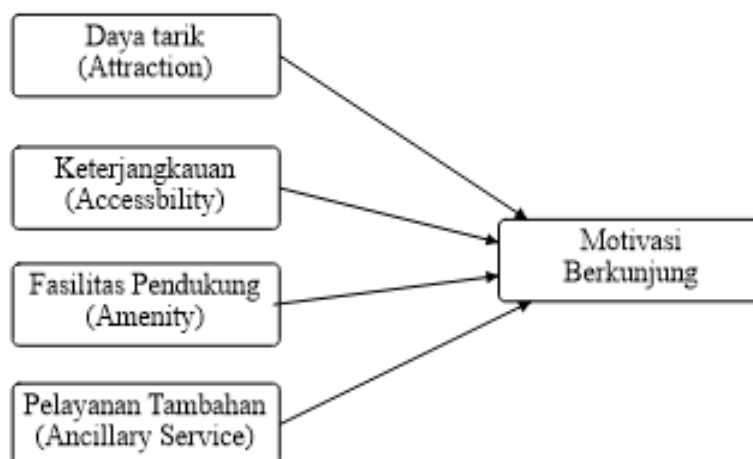
Motivasi wisatawan telah berubah dan menganggap motivasi sebagai langkah jangka pendek dalam perilaku berwisata, menjadi lebih menekankan pada pengaruh motivasi kepada perencanaan jangka panjang dan kebutuhan pikiran (Pusparini dkk, 2022). Menurut Widiandri & Nugroho, 2021 motivasi merupakan syarat pertama dalam kajian wisatawan dan pariwisata karena motivasi mendorong proses perjalanan meskipun tanpa sepenuhnya berbasis wisata.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis kuantitatif deskriptif. Yang mana data yang didapatkan berbentuk angka, lalu dilakukan pengolahan dan analisis data untuk memperoleh gambaran dan hubungannya antara variabel yang dilibatkan pada penelitian (Creswell, 2018). Dinasehingga penelitian deskriptif sebab berupaya memberi gambaran yang rinci terkait karakteristik responden yang dipakai pada penelitian ini (Arikunto, 2017).

Populasi ialah banyaknya semua objek yang hendak dikaji karakteristiknya pada penelitian (Arikunto, 2017). Populasi yang diteliti ialah wisatawan yang datang ke Candi Borobudur Kabupaten Magelang, Jawa Tengah pada bulan Agustus 2022 sampai dengan September 2022, sejumlah 82.530 wisatawan yang terdiri dari 70.500 wisatawan nusantara dan 12.030 wisatawan asing (BPS Kab. Magelang, 2022). Teknik *sampling* dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 100 responden.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 26.0. Analisis dilakukan menggunakan uji instrumen, uji regresi liner berganda dan uji hipotesis (Ghozali, 2018). Penggunaan regresi liner berganda dilakukan karena peneliti mencari pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, sebagaimana mana yang disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Hubungan Regresi Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN**Hasil Penelitian**

1. Statistik Deskriptif

Hasil analisis deskriptif jawaban responden kepada kuesioner diuraikan pada tabel-tabel berikut.

Tabel 2. Analisis Deskriptif Variabel Atraction (X₁)

Indikator <i>Attraction</i>	Skor Terendah	Min Statistic	Skor Tertinggi	Max Statistic	Sum Statistic	Mean Statistic	Std. Deviasi
Daya tarik	3	33	4	67	100	3,670	0,475
Sejarah	3	37	4	63	100	3,630	0,485
Ritual Agama	3	25	4	75	100	3,750	0,435
						3,683	

Berdasarkan tabel 2, terlihat bahwa variabel attraction (X₁) yang terdiri atas 3 item atau indikator ialah daya tarik, sejarah dan ritual agama memiliki rata-rata nilai keseluruhan mencapai 3,68 ialah netral mendekati setuju.

Tabel 3. Analisis Deskriptif Variabel Amenity (X₂)

Indikator <i>Amenity</i>	Skor Terendah	Min Statistic	Skor Tertinggi	Max Statistic	Sum Statistic	Mean Statistic	Std. Deviasi
Keragaman Fasilitas	3	35	4	65	100	3,650	0,479
Keragaman Kuliner	3	31	4	69	100	3,690	0,464
Kemudahan Transportasi	3	33	4	67	100	3,670	0,472
						3,670	

Pada tabel 3. variabel amenity terlihat rata-rata secara keseluruhan adalah 3,670 sehingga pada amenity dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa indikator-indikator yang ada pada amenity ialah keragaman fasilitas, keragaman kuliner dan kemudahan transportasi memiliki kepada motivasi berkunjung ke Candi Borobudur. Pada tabel IV.3 diatas terlihat bahwa poin keragaman fasilitas, keragaman kuliner, dan kemudahan transportasi memiliki rata-rata diatas 3,500 sehingga dapat diartikan secara keseluruhan responden menjawab setuju

Tabel 4. Analisis Deskriptif Variabel Accesibility (X₃)

Indikator <i>Accessability</i>	Skor Terendah	Min Statistic	Skor Tertinggi	Max Statistic	Sum Statistic	Mean Statistic	Std. Deviasi
Kemudahan mendapatkan travel agen	3	41	4	59	100	3,590	0,494
Sarana transportasi dari dan ke Borobudur	3	21	5	24	45	4,030	0,673
Akses jalan nyaman dan aman	3	24	5	31	55	4,070	0,742
						3,897	

Berdasarkan tabel 4 terlihat rata-rata dari variabel Accesbility secara keseluruhan adalah 3,89 dimana jawaban responden kepada variabel di Accesbility yang terdiri dari kemudahan mendapatkan travel agent, sarana transportasi dari dan ke Borobudur, dan akses jalan yang aman dan nyaman adalah netral dan sangat dekat dengan setuju

Tabel 5. Analisis Deskriptif Variabel Acilliary (X₄)

Indikator <i>Ancillary</i>	Skor Terendah	Min Statistic	Skor Tertinggi	Max Statistic	Sum Statistic	Mean Statistic	Std. Deviasi
Sarana komunikasi dan air	2	1	5	5	6	4,080	0,661
Adanya pos infirmasi bagi turis	3	23	5	23	46	4,000	0,681
Tersedia guide berpengalaman	2	2	5	18	20	3,970	0,658
						4,017	

Pada tabel 5. variabel Acilliary memiliki 3 item/ indikator yang memperlihatkan bahwa nilai rata-rata secara keseluruhan pada variabel ancillary adalah sebesar 4,017 sehingga dapat disimpulkan rata-rata responden setuju kepada item di variabel Acilliary

Tabel 6. Analisis Deskriptif Variabel Motivasi Berkunjung (X₅)

Indikator Motivasi Berkunjung	Skor Terendah	Min Statistic	Skor Tertinggi	Max Statistic	Sum Statistic	Mean Statistic	Std. Deviasi
Mengenal budaya Indonesia	3	19	5	13	32	3,940	0,565
Menumbuhkan rasa cinta tanah air	2	6	5	34	40	4,030	0,884
Lokasi dan harga tiket terjangkau	2	1	5	25	26	3,970	0,744
						3,980	

Tabel 6. Memperlihatkan variabel motivasi berkunjung memiliki nilai rata-rata secara keseluruhan sebesar 3,980 dari tiga indikator yang artinya responden memilih netral dan mendekati setuju

2. Analisis Data

a. Analisis Regresi Liner Berganda

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 9,378 + 0,003X_1 + 0,165X_2 + 0,157X_3 + 0,154X_4 + e$$

- 1) Koefisien konstanta bernilai positif sehingga artinya motivasi berkunjung wisatawan ke Candi Borobudur apabila tanpa mempertimbangkan attraction, amenity, Accesbility, dan Acilliary sehingga jumlah kunjungan wisatawan akan menurun.
- 2) Nilai konstanta sebesar 9,378 yang artinya ketika belum dipengaruhi faktor-faktor pada variabel bebas ialah attraction, psikologi, sosial, dan budaya sehingga kunjungan wisatawan (Y) adalah 9,378.
- 3) Koefisien attraction (X₁) bernilai positif senilai 0,003 yang artinya terjadi hubungan

positif antara attraction (X_1) dengan motivasi berkunjung wisatawan (Y), dan semakin besar perubahan pada attraction sehingga semakin besar kunjungan wisatawan.

- 4) Koefisien amenity (X_2) bernilai positif senilai 0,165 yang artinya terjadi hubungan positif antara amenity (X_2) dengan motivasi berkunjung wisatawan (Y), dan semakin besar perubahan pada amenity sehingga semakin besar kunjungan wisatawan.
 - 5) Koefisien accesbility (X_3) bernilai positif senilai 0,157 yang artinya terjadi hubungan positif antara accesbility (X_3) dengan motivasi berkunjung wisatawan (Y), dan semakin besar perubahan pada accesbility sehingga semakin besar kunjungan wisatawan.
 - 6) Koefisien acilliary (X_4) bernilai positif senilai 0,154 yang artinya terjadi hubungan positif antara acilliary (X_4) dengan motivasi berkunjung wisatawan (Y), dan semakin besar perubahan pada acilliary sehingga semakin besar kunjungan wisatawan.
- b. Uji F

Nilai F hitung = 12,193 dengan signifikansi 0,041 dimana nilai F hitung 12,193 > F tabel 2,70 dan nilai sig < dari 0,005, artinya terdapat pengaruh pada variabel X ialah attraction (X_1), amenity (X_2), accesbility (X_3), dan acilliary (X_4) secara simultan kepada motivasi berkunjung (Y)

- c. Uji T

Table 7. Hasil Uji t

Variabel	T Hitung	T Tabel	Sig	Keterangan
<i>Attraction</i>	4,016	1,666	0,010	Signifikan
<i>Amenity</i>	7,819	1,666	0,041	Signifikan
<i>Accesbility</i>	5,370	1,666	0,017	Signifikan
<i>Acilliary</i>	6,266	1,666	0,021	Signifikan

- 1) Dari tabel diatas diketahui nilai sig untuk pengaruh attraction (X_1) kepada motivasi berkunjung (Y) adalah sebesar 0,010 < 0,05 dan nilai t hitung 4,016 > t tabel 1,666 sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang artinya terdapat pengaruh X_1 kepada Y atau adanya pengaruh secara individual dari attraction kepada motivasi berkunjung ke Candi Borobudur.
- 2) Nilai sig untuk pengaruh amenity (X_2) kepada motivasi berkunjung (Y) adalah sebesar 0,00 < 0,05 dan nilai t hitung 7,819 > t tabel 1,666 sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang artinya terdapat pengaruh X_2 secara individual ialah amenity kepada Y atau motivasi berkunjung ke Candi Borobudur.
- 3) Nilai sig untuk pengaruh accesbility (X_3) kepada motivasi berkunjung (Y) adalah sebesar 0,017 < 0,05 dan nilai t hitung 5,370 > t tabel 1,666 sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X_3 secara individual kepada Y atau dari accesbility kepada motivasi berkunjung (Y) ke Candi Borobudur.
- 4) Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai sig untuk pengaruh acilliary (X_4) kepada motivasi berkunjung (Y) adalah sebesar 0,010 < 0,05 dan nilai t hitung 6,266 > t tabel 1,666 sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 diterima yang artinya terdapat pengaruh secara parsial atau individual dari X_4 acilliary kepada Y ialah motivasi berkunjung ke Candi Borobudur.

d. Koefisien Determinasi

Table 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>
1	0,891	0,794

Nilai $R^2 = 0,794$ dapat diinterpretasikan bahwa kemampuan atau kontribusi variabel *attraction* (X_1), *amenity* (X_2), *accessibility* (X_3), dan *acilliary* (X_4) secara simultan kepada variabel motivasi berkunjung (Y) sebesar 79,40%, sedangkan sisanya ($100\% - 79,40\% = 21,60\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tanpa dilakukan pada penelitian ini

Pembahasan

1. Hipotesis Pertama (H_1) : *Attraction* (X_1) berpengaruh signifikan kepada Motivasi Berkunjung (Y) ke Candi Borobudur.

Diketahui, nilai koefisien regresi 0,003, nilai signifikansi uji t sebesar $0,010 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,016 > t$ tabel 1,666, artinya H_1 diterima yang artinya terdapat pengaruh X_1 kepada Y atau adanya pengaruh secara individual dari *attraction* kepada Motivasi Berkunjung.

Dari hasil kuesioner pada analisis regresi linear berganda didapatkan hasil bahwa pengaruh *attraction* kepada motivasi berkunjung pada Candi Borobudur memiliki hubungan yang positif senilai 0,003 dimana semakin besar perubahan pada *attraction* sehingga semakin besar kunjungan wisatawan. Pada *attraction* terdapat tiga indikator atau item, item tertinggi dimiliki oleh ritual agama dengan rata-rata nilai 3,750 dimana sebanyak 75 dari 100 wisatawan setuju bahwa ritual agama merupakan faktor utama yang mendorong motivasi berkunjung wisatawan.

Hal ini senada dengan pendapat Buditiyawan, (2021), daya tarik merupakan faktor yang signifikan untuk menarik wisatawan. Ada banyak alasan orang pergi ke suatu daerah. Di antara yang paling umum adalah melihat kehidupan sehari-hari penduduk setempat, menikmati alam yang indah, menyaksikan keunikan budaya atau mempelajari sejarah daerah tersebut. Adanya objek wisata menarik tersebut akan menimbulkan inspirasi berwisata. Motivasi mengacu pada seseorang yang membantu seseorang untuk melakukan tindakan melalui dorongan untuk mempengaruhi perilaku seseorang sehingga seseorang termotivasi dan secara tidak sadar melakukan tindakan untuk mencapai suatu tujuan atau hasil (Munawar & Suryana, 2020).

2. Hipotesis Kedua (H_2) : *Amenity* (X_2) berpengaruh signifikan kepada Motivasi Berkunjung (Y) ke Candi Borobudur.

Diketahui, nilai koefisien regresi 0,165 dan nilai signifikansi uji t sebesar $0,00 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,819 > t$ tabel 1,666, artinya H_2 diterima terdapat pengaruh X_2 secara individual ialah *amenity* kepada Y atau motivasi berkunjung.

Dari hasil analisis regresi linier berganda didapatkan hasil koefisien *amenity* (X_2) bernilai positif yang artinya terjadi hubungan positif antara *amenity* (X_2) dengan motivasi berkunjung wisatawan (Y), semakin besar perubahan pada *amenity* sehingga semakin besar kunjungan wisatawan pada Candi Borobudur.

Fasilitas terdiri dari tiga item dengan rata-rata 3.650 yang merupakan rata-rata tertinggi dalam Indeks Keanekaragaman Kuliner pada penelitian ini, keragaman fasilitas, keragaman kuliner dan nilai sarana transportasi melebihi rata-rata 3 yang berarti wisatawan setuju bahwa Borobudur. Kuil ini menarik untuk dikunjungi.

Penjelasan penelitian ini sesuai dengan pendapat Adam dkk., (2020), berdasarkan motivasi semua untuk melakukan segala sesuatu membuat wisatawan melakukannya tanpa memilih fasilitas khusus tempat wisata tersebut. Dijelaskan bahwa fasilitas adalah segala sarana dan prasarana yang dibutuhkan wisatawan selama berada di suatu tempat tujuan wisata. Sebagian besar fasilitas berarti semua sarana dan prasarana yang dibutuhkan wisatawan selama berada di suatu tempat tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud adalah: akomodasi, restoran; Organisasi transportasi dan pariwisata (Nugraha et al., 2022)

3. Hipotesis Ketiga (H_3) : *Accesbility* (X_3) berpengaruh signifikan kepada Motivasi Berkunjung (Y) ke Candi Borobudur.

Diketahui, nilai koefisien regresi 0,157 dan nilai signifikansi uji t $0,017 > 0,05$ dan nilai t hitung $5,370 < t$ tabel 1,666, artinya H_3 ditolak tidak terdapat pengaruh secara individual dari *attraction* (X_3) kepada Motivasi Berkunjung (Y).

Dari hasil kuesioner pada analisis regresi linear berganda didapatkan hasil bahwa pengaruh *accessbility* kepada motivasi berkunjung pada Candi Borobudur memiliki nilai positif sebesar 0,157 yang artinya terjadi hubungan positif antara *accessbility* (X_3) dengan motivasi berkunjung wisatawan (Y), semakin besar *accessbility* sehingga semakin besar kunjungan wisatawan, yang artinya apabila satuan *accessbility* ditingkatkan atau dinaikkan sehingga kunjungan wisatawan akan meningkat sebesar 0,157, variabel *accessbility* bernilai positif dan berpengaruh secara signifikan kepada motivasi berkunjung ke Candi Borobudur.

Ketersediaan merupakan faktor terpenting dalam kegiatan wisata. Segala bentuk transportasi atau jasa angkutan merupakan akses penting dalam pariwisata. Selain itu akses ini ditandai dengan mudahnya perpindahan dari satu daerah ke daerah lain (Amanda dan Akaliah, 2022), aksesibilitas tempat wisata yang lebih baik, maka motivasi wisatawan akan lebih tinggi. Hal ini sesuai dengan pandangan Uno (2016) bahwa motivasi adalah keadaan (aktivitas) yang dikendalikan orang berdasarkan tujuan.

4. Hipotesis Keempat (H_4) : *Acilliary* (X_4) berpengaruh signifikan kepada Motivasi Berkunjung (Y) ke Candi Borobudur.

Diketahui, nilai koefisien regresi 0,154 dan nilai signifikansi uji t $0,010 < 0,05$ dan nilai t hitung $6,266 > t$ tabel 1,666, artinya H_4 diterima terdapat pengaruh X_4 secara individual ialah *amenity* kepada Y atau motivasi berkunjung.

Dari hasil analisis regresi linier berganda, koefisien bantuan (X_4) bertanda positif, artinya ada hubungan positif antara bantuan (X_4) dengan motivasi wisatawan (Y). maka kunjungan wisatawan meningkat sebesar 0,1514.

Bantuan meliputi tiga item dengan rata-rata 4.017, item tertinggi adalah alat komunikasi dan air bersih dengan nilai 4.080, yang memiliki 23 wisatawan dari 100 atau 23% responden sangat setuju dengan Gereja Borobudur. punya uang untuk komunikasi, termasuk Internet, air bersih.

KESIMPULAN

Dari empat variabel bebas, seluruh variabel berpengaruh secara signifikan ialah *attraction* (X_1), *amenity* (X_2), *accessbility* (X_3), dan *acilliary* (X_4), berpengaruh positif dan signifikan kepada motivasi berkunjung wisatawan ke Candi Borobudur, sehingga dapat disimpulkan semakin besar perubahan pada *attraction* (X_1), *amenity* (X_2), *accessbility* (X_3), dan *acilliary* (X_4) sehingga semakin besar kunjungan wisatawan pada Candi Borobudur. Pada hasil penelitian ini variabel yang paling berpengaruh atau memiliki pengaruh yang paling besar adalah variabel *amenity* (X_2).

DAFTAR REFERENSI

- Adam, E. R., Lengkong, V. (2020). Pengaruh Sikap, Motivasi, Dan Efikasi Diri Kepada Minat Berwirausaha Mahasiswa Feb Unsrat (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 596–605. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.28012>
- Aldila Putri Aseana, Bambang Mantikei, & Achmad Syamsudin. (2022). Pengaruh lingkungan kerja dan disiplin kerja kepada kinerja pegawai negeri sipil pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Tengah. *Journal of Environment and Management*, 2(3), 225–241. <https://doi.org/10.37304/jem.v2i3.4383>
- Andri Warman, M. (2018). *Kepariwisata dan Perjalanan Edisi Revisi*. RajaGrafindo Persada.
- Arikunto. S. (2017). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2017). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- BA Husein dan AB Santoso. (2022). *Tinjau Dari 4a (Attraction, Accesibilitas, Amenitas, Anchilary)*. 2.
- Boediono, M., Christian, S., & Immanuel, D. M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Kepada Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(April), 1–10.
- Br Siregar, K. V., Sasrawan Mananda, I., & Wikanatha Sagita, P. A. (2021). Karakteristik, Motivasi Dan Kepuasan Wisatawan Asal Indonesia Yang Berwisata Ke Vietnam. *Jurnal IPTA*, 9(2), 334. <https://doi.org/10.24843/ipta.2021.v09.i02.p12>
- Creswell, J. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage.
- Darussalam, A. Z., Syarifuddin, S., Rusanti, E., & Tajang, A. D. (2021). Pengembangan Manajemen Pariwisata Halal Berbasis Kearifan Lokal Sipakatau', Sipakainge', Sipakalebbi'. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 96. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1831>
- Ghozali. Imam. (2018). *Structural Equation Modelling*. Universitas Diponegoro.
- Irawan, B. S. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Kaswan. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategis, Konsep, Sejarah, Model Strategi dan Kontribusi SDM*.
- Komariah, N., Saepudin, E., & Yusup, P. M. (2018). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(2), 158–174. <https://doi.org/10.26905/jpp.v3i2.2340>
- Kurniati. (2016). *Teori Perilaku Konsumen Perpektif Ekonomi Islam. Volume VI. Nomor 1*.
- Kusyanda, M. R. P., Antara, M., & Suryawardani, I. G. A. O. (2020). Atribut Destinasi Pariwisata dan Kualitas Pelayanan Mempengaruhi Niat Wisatawan Berkunjung Kembali di Pantai Melasti, Desa Ungasan, Kabupaten Badung. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 6, 425. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2020.v06.i02.p09>
- Luh Putu Pusparini, Putu Agus Prayogi, & Ni Wayan Mekarini. (2022). Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan Di Kabupaten Buleleng. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies*, 2(1), 41–51. <https://doi.org/10.51713/jotis.v2i1.68>
- Mangkunegara, A. P. (2017). Evaluasi Kinerja SDM. In *Evaluasi Kinerja SDM*. Eresco.
- Mastika I Ketut. (2018). Pengembangan Ekowisata Berwawasan Lokal Di EKS Karesidenan Besuki, Jawa Timur. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 4(2), 240–252. [http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/65672/Ainul Latifah-101810401034.pdf?sequence=1](http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/65672/Ainul%20Latifah-101810401034.pdf?sequence=1)

- Millenia, J., Sulivinio, S., Rahmanita, M., & Emier Osman, I. (2021). Strategi Pengembangan Wisata Mangrove Desa Sedari Berbasis Analisis 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary Services). *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3), 284–293.
- Mowen, J. C. da. M. M. (2017). Perilaku Konsumen. *Jilid, i. 1*.
- Munawar, A., & Suryana. (2020). the Influence of Entrepreneurial Learning and the Motivation To the Entrepreneurial Interest of Students. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 4(3), 424–435.
- Ohorella, N. R., & Prihantoro, E. (2022). *Konsep Relationships Tourism dalam Pariwisata Maluku Berbasis Kearifan Lokal. 1*, 155–162.
- Pitaya, P. (2021). Yogyakarta Dalam Perspektif Destinasi Backpacking Travel. *Journal of Tourism and Economic*, 4(1), 1–17. <https://doi.org/10.36594/jtec.v4i1.108>
- Pribadi, T. I., Suganda, D., & Saefullah, K. (2021). Inkorporasi Nilai-Nilai Kearifan Lokal dalam Pengembangan Pariwisata Budaya di Kampung Sasak Ende, Lombok Tengah. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(2), 89–96. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i2.9817>
- Putri, Y. A., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Hanafi, A. (2018). The effect of service quality and brand trust on loyalty through customer satisfaction in transportation service Go-jek (go-ride) in Palembang City. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 14(1), 24. <https://doi.org/10.29406/jmm.v14i1.1028>
- Siregar, F. M., Musannip, Z., & Siregar, E. (2021). The Influence of Entrepreneurial Competence, Motivation and Innovation on SMEs Performance. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal) : Humanities and Social Sciences*, 4(3), 3926–3932.
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Mix Method*. Rajad Grafindo Persada Depok.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Unika Indonesia Atma Jaya.
- Uno, H. B. (2016). *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. PT. Bumi Aksara.
- Widiandri, N. K. O. A., & Nugroho, S. (2021). Motivasi Pengunjung Melakukan Leisure and Recreation Di Daya Tarik Wisata. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(1), 158–164.
- Widyarini, I. G. A., & Sunarta, I. N. (2018). *Dampak Pengembangan Sarana Pariwisata Kepada Peningkatan Jumlah Pengunjung Di Wisata Alam Air Panas Angseri Tabanan. Fakultas Pariwisata Udayana, Jurnal Desetinas Pariwisata* (Vol. 6, Issue 2).
- Widyastuty, A. A. S. A., & Dwiarta, I. M. B. (2021). Perencanaan dan Pengembangan Desa Wisata Kaba – Kaba Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Kawistara*, 11(1), 87. <https://doi.org/10.22146/kawistara.63535>
- Zukhriadi, R. R. E. T. Z., Komariyah, L., & Sandy, A. T. (2021). Evaluasi Peran Masyarakat Dalam Pengelolaan Sampah di Desa Wisata Apung Kampung Malahing Kota Bontang. *Geoedusains: Jurnal Pendidikan Geografi*, 2(1), 53–60. <https://doi.org/10.30872/geoedusains.v2i1.529>