

Persepsi Generasi Z Terhadap Pariwisata Berkelanjutan Pada Destinasi Budaya: Studi Kasus Borobudur

Kenyo Kharisma Kurniasari¹, Bonafasius Endo Gauh Perdana², Rayhan Alfiano Sukaca Putra¹, Carlos Iban³

Affiliation

¹Program Studi Pariwisata, Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar

²Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Tidar

³Program Studi Bisnis Perjalanan Wisata, Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada

Correspondence

Kenyo Kharisma Kurniasari. Tidar University. Kapten Suparman 39 Potrobangsang Street, Magelang, Central Java. Email: kenyo.k@untidar.ac.id

Abstract

Generation Z has a significant influence in the tourism industry. Especially when their behavior can influence travel trends, preference, and perceptions in supporting sustainable tourism development. This generation is also considered to be a generation that has higher awareness of environmental conservation meaning their perceptions of conservation efforts and sustainable practices at tourist destinations can enhance the positive reputation of the destinations. Looking ahead, Generation Z is expected to participate actively as key stakeholders in tourism industry. To strengthen Borobudur's appeal as a cultural tourism destination, it is crucial to understand the factors influencing Generation Z's perceptions. This knowledge can be used to implement strategic steps to support sustainable tourism development. Therefore, the research aims to identify what influences Generation Z's views on the successful implementation of sustainable tourism at Borobudur as super priority destination. Data was collected using a mixed-methods approach, combining questionnaires and Focus Group Discussions (FGD) for comprehensive insights. The finding shows that the implementation of sustainable tourism practices in Borobudur has positive impacts particularly regarding its economic benefits for local communities, cultural preservation efforts, and contributions to inclusivity, such as empowering women. However, strategies for environmental conservation are deemed insufficient, and it is suggested that stakeholders around the destination need to develop better strategies to maintain the safety of tourists at the destination.

Keywords: *generation Z, tourist perceptions, sustainable tourism, cultural tourism.*

Article Information

Submitted: 6-4-2024 | Revised: 12-8-2024 | Accepted: 26-8-2024



Copyright ©2024 by the author(s). This article is published by Universitas Gadjah Mada, Indonesia under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) license. Anyone may reproduce, distribute, translate, and create derivative works of this article (for both commercial and noncommercial purposes), subject to full attribution to the original publication and author(s). The full terms of this license may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

Pendahuluan

Pada konsep ideal pariwisata, kegiatan wisata pada suatu daerah diharapkan akan menimbulkan dampak positif berupa pelestarian alam dan budaya untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, sehingga dapat menyejahterakan masyarakat sekitar destinasi. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa kegiatan pariwisata dapat menimbulkan dampak negatif, terutama pada pencemaran lingkungan dan sosial budaya sekitar oleh para wisatawan. Untuk itu, konsep pariwisata berkelanjutan hadir sebagai upaya untuk memaksimalkan keuntungan yang didapatkan dari sektor pariwisata, dan meminimalisir dampak negatif yang ditimbulkannya (Kemenparekraf, n.d.). Sebagai negara multikultur yang terdiri dari berbagai macam suku dan bangsa, Indonesia memiliki keunggulan sebagai destinasi dengan daya tarik wisata budaya yang beragam. Pariwisata budaya diartikan sebagai kegiatan perjalanan wisatawan ke sebuah destinasi dengan tujuan utama yaitu untuk mencari informasi, mencari pengalaman, dan mengapresiasi warisan budaya lokal destinasi tersebut baik yang berwujud fisik (tangible) seperti bangunan fisik, artefak, dan lainnya; Maupun yang tidak (intangible) seperti manifestasi, tarian, lagu daerah dan lain-lain (Du Cros & McKercher, 2020).

Candi Borobudur merupakan salah satu kawasan pariwisata di daerah Jawa Tengah yang saat ini menjadi salah satu dari lima destinasi superprioritas oleh pemerintah Indonesia. Hal ini berkaitan dengan letak geografis Borobudur berada di Kabupaten Magelang, akses menuju lokasi ini diapit oleh kota besar D.I. Yogyakarta dan Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah, yaitu Semarang. Sehingga, Borobudur menjadi tujuan wisata yang strategis. Selain itu, keunikan sejarah dan budaya menjadikannya situs Warisan Dunia UNESCO memberi nilai unggul bagi kawasan ini sebagai destinasi wisata. Investasi terhadap sumber daya manusia dan infrastruktur di sekitar telah menunjukkan bahwa pemerintah memberikan perhatian khusus agar ekonomi lokal semakin meningkat. Namun, mengingat perkembangan zaman yang semakin modern, pengalaman, dan perilaku wisatawan yang semakin bergeser, maka Borobudur perlu untuk terus beradaptasi dalam langkah pengembangan destinasi.

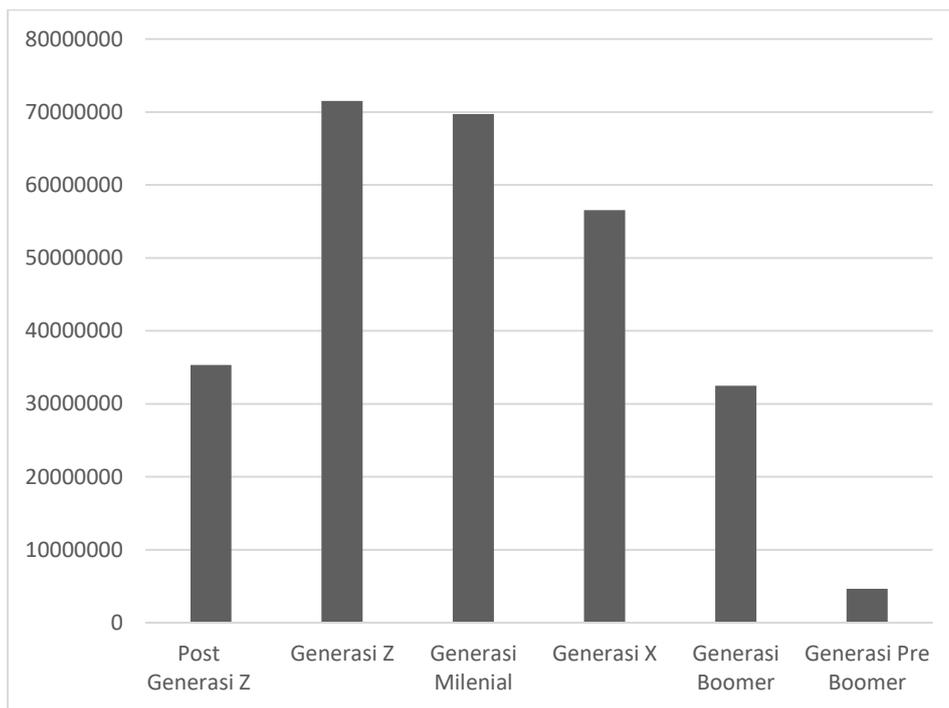
Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan menuju pengembangan pariwisata berkelanjutan. Pengaplikasian pengembangan pariwisata berkelanjutan pada destinasi dengan daya tarik wisata budaya mencakup pilar utama berdasarkan *Global Sustainable Tourism Council (2016)* yaitu penguatan ekonomi, pelestarian alam lingkungan, dan sosial budaya. Kegiatan pariwisata telah dibuktikan dapat membawa dampak positif bagi perkembangan perekonomian daerah sekitar. Adanya konservasi alam dan lingkungan, penting pada destinasi daya wisata budaya karena berkaitan dengan faktor penunjang/*amenities* dalam ketersediaan air dan lingkungan yang baik bagi wisatawan, juga pelestarian sumber daya bagi masyarakat sekitar. Kemudian, pilar sosial dan budaya mencakup kajian di mana kegiatan pariwisata tidak mengganggu bahkan merusak aktivitas sosial masyarakat setempat. Alih-alih, kegiatan pariwisata dapat menjadi sarana untuk memberikan edukasi mengenai kebudayaan kearifan lokal setempat dan pengenalannya pada masyarakat yang lebih luas baik pada lingkup nasional maupun internasional.

Tabel 1: Jumlah Total Penduduk Indonesia Generasi Z

Generasi Z		
Laki-laki	Perempuan	Total
36.791.764	34.717.318	71.509.082

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS, 2020)

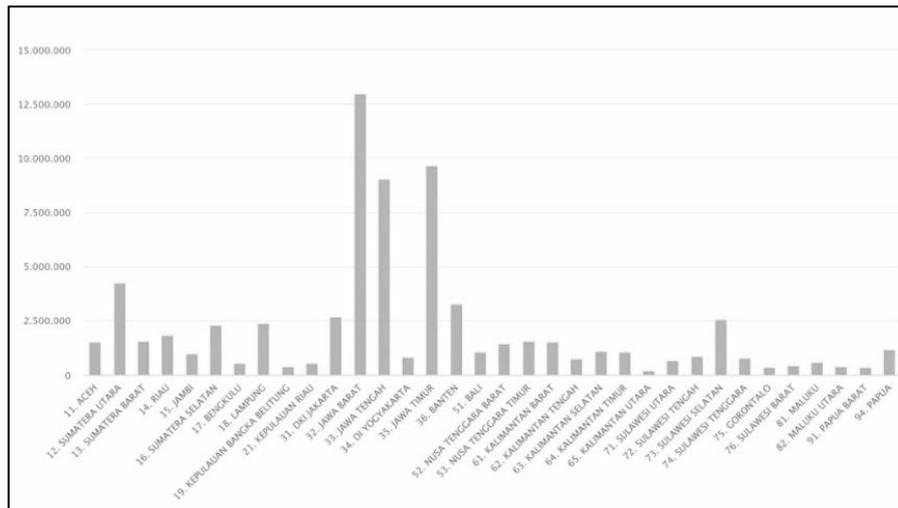
Di Indonesia, jumlah total penduduk yang terlahir pada golongan Generasi Z, yaitu penduduk yang lahir pada tahun 1997-2012 (BPS, 2020) menempati posisi paling tinggi. Disusul dengan Generasi Milenial yang lahir pada tahun 1981-1996, Generasi X yang lahir pada tahun 1965-1980, generasi Boomer yang lahir pada tahun 1946-1964, dan Post Generasi Z yang lahir di atas tahun 2013 (BPS, 2020). Dari data tersebut, Generasi Z sebagai tumpuan masa depan negara dengan jumlah penduduk yang terbanyak dari generasi lain harus menjadi fokus dalam pengembangan perekonomian dan kemajuan bangsa di masa mendatang, sehingga persiapan penguatan sumber daya manusia melalui generasi ini perlu diperhatikan. Namun dalam merancang pengembangan kualitasnya, perlu dilakukan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik agar tercipta kelerasan antar generasi.



Gambar 1: Jumlah Penduduk Indonesia berdasarkan Generasi

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS, 2020)

Generasi Z merupakan kelompok demografis yang lahir antara akhir 1990-an hingga awal 2010-an dianggap memiliki peran penting dalam masa depan Indonesia, karena generasi ini memiliki peran penting dalam pentahelix pengembangan pariwisata nasional. Sebagai akademisi pada bidang studi pariwisata, hospitalitas, dan yang berkaitan. Pada sektor bisnis, banyak pelaku bisnis muda Indonesia yang telah terjun pada bidang pariwisata, di sisi lain kelompok usia ini juga menjadi target market utama dalam pendekatan marketing oleh destinasi-destinasi wisata; Generasi Z juga berperan dalam komunitas pariwisata, terutama di Indonesia dengan hadirnya GenPi & Netas sebagai inisiasi dari Kemenparekraf (2022). Dan yang terakhir media, dimana generasi ini banyak berkontribusi, termasuk dalam penyebaran informasi destinasi melalui sosial media. Pada sektor pemerintahan, Generasi Z akan menempati posisi strategis dalam pengambilan kebijakan pariwisata. Sehingga, penting bagi pemangku kepentingan sektor pariwisata saat ini, baik akademisi pariwisata maupun bisnis dan pemerintahan, untuk mengetahui keterlibatan Generasi Z sebagai penerus *stakeholder* dalam keberhasilan pengembangan pariwisata berkelanjutan di Indonesia.



Gambar 2: Sebaran jumlah generasi Z di Indonesia
 Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS, 2020)

Temuan dari beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki pandangan dan perilaku berwisata yang berbeda dari pada generasi sebelumnya, yaitu dari segi penggunaan teknologi, pengalaman yang didapat, dan kesadaran terhadap lingkungan (Homer & Kanagasapathy, 2023; Ketter, 2020; Pranatasari & Diva, 2020; Tseng et al., 2021). Penelitian tentang persepsi Generasi Z Indonesia terhadap konsep pariwisata berkelanjutan juga menunjukkan persepsi baik (Nugraheni et al., 2019), hanya saja belum dikaji bagaimana hubungan antara persepsi terhadap konsep berkelanjutan tersebut dengan pengaplikasiannya secara nyata pada destinasi daya tarik wisata budaya. Penelitian ini berfokus pada daerah Destinasi Super Prioritas (DSP) Borobudur sebagai destinasi dengan daya tarik wisata budaya, yang termasuk dalam salah satu destinasi Superprioritas oleh Kemenparekraf RI. Candi Borobudur yang terletak di Lembah Kedu (di antara Magelang dan Muntilan), selain sebagai warisan budaya benda dari Indonesia yang mendunia, juga menjadi ikon sejarah dan budaya daerah Kedu Raya yang meliputi daerah Magelang, Temanggung, Kebumen, Purworejo dan Wonosobo. Sehingga dapat merepresentasikan kegiatan pariwisata budaya di daerah Jawa Tengah dan sekitarnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji persepsi dan kesadaran Generasi Z akan dampak yang ditimbulkan dari kegiatan pariwisata dengan pengaplikasian konsep pariwisata berkelanjutan yaitu dari segi ekonomi, alam & lingkungan, dan sosial & budaya pada destinasi budaya di lingkungan Candi Borobudur, Magelang Indonesia. Kemudian juga akan menungkap bagaimana persepsi dan kesadaran Generasi Z akan konsep pariwisata berkelanjutan pada destinasi budaya beserta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Hal ini penting karena Generasi Z memiliki peran yang vital dalam pengaplikasian dan pengembangan pariwisata berkelanjutan di Indonesia, baik sebagai *stakeholder* dalam *pentahelix* pariwisata, maupun sebagai wisatawan yang diharapkan dapat menjadi wisatawan yang bertanggungjawab (*responsible tourists*).

Pariwisata Budaya Berkelanjutan

Pariwisata budaya dapat diartikan sebagai kegiatan pariwisata yang berpusat kepada minat wisatawan terhadap kebudayaan setempat, baik kebudayaan tak benda seperti merasakan gaya hidup, adat istiadat, dan kehidupan sehari-hari masyarakat setempat yang

berbeda dengan budaya yang dimiliki wisatawan tersebut; atau saat wisatawan menginginkan untuk menikmati keindahan hasil budaya yang berwujud fisik, sensorik, dan simbolis (Mousavi et al., 2016). Ciri-ciri pariwisata budaya meliputi pengamatan terhadap kebudayaan, seperti perilaku, tradisi, kerajinan, kesenian, dan lainnya. Pariwisata budaya memiliki sifat eksotis atau berbeda dari kehidupan sehari-hari pelaku perjalanan wisata, dan dilakukan dalam waktu tertentu. Hal ini berkaitan dengan daya tarik lokal dan tidak hanya terbatas pada budaya tradisional, tetapi juga mencakup budaya yang terpengaruh oleh budaya lain. Pariwisata budaya melibatkan pemangku kepentingan dalam upaya pemberdayaan sumber daya budaya secara berkelanjutan dan terpadu (Ardiwidjaja, 2020). Dengan memperhatikan karakteristik tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata budaya memerlukan perencanaan yang memperhatikan aspek konservasi budaya dan pemberdayaan ekonomi masyarakat setempat untuk mencapai kepuasan pengunjung.

Indonesia diberkati dengan beragam kelompok etnis yang tersebar di seluruh wilayahnya yang menghasilkan keberagaman budaya yang unik. Hal ini menjadikan Indonesia memiliki banyak destinasi pariwisata yang berbasis budaya yang perlu dijaga kelestariannya agar dapat memenuhi kepuasan wisatawan yang berkunjung tidak hanya untuk melihat daya tarik objek, namun juga memiliki minat untuk mendapatkan pengalaman mempelajari nilai-nilai sejarah (Afriesta et al., 2020). Pariwisata budaya mengacu pada perjalanan yang didorong oleh motivasi wisatawan untuk menghargai dan mempelajari warisan budaya dan kekayaan komunitas dari masa lalu di suatu destinasi tertentu (Lord, 2002). Indonesia menawarkan berbagai produk budaya yang menjadi daya tarik wisata, baik dalam bentuk yang konkret seperti monumen, situs sejarah, artefak, museum, dan lain sebagainya, maupun dalam bentuk yang abstrak seperti tarian tradisional, lukisan, wisata kuliner yang menampilkan resep masakan nenek moyang, dan sejenisnya.

Dalam konsep pariwisata berkelanjutan, budaya menjadi salah satu dari tiga pilar selain ekonomi dan lingkungan, yang perlu dijaga keasliannya agar destinasi dapat bertahan dan memiliki daya saing yang tinggi dengan destinasi wisata lainnya. Pariwisata berkelanjutan juga tidak akan terjadi jika tidak ada dukungan secara sosial oleh masyarakat di sekitar destinasi, karena dapat menjadi penghambat pengembangan destinasi wisata (Kurniasari, 2021). Masyarakat sekitar destinasi juga memiliki andil dalam memberikan edukasi kepada wisatawan untuk menanamkan rasa hormat terhadap budaya untuk dapat diapresiasi, tidak hanya dinikmati.

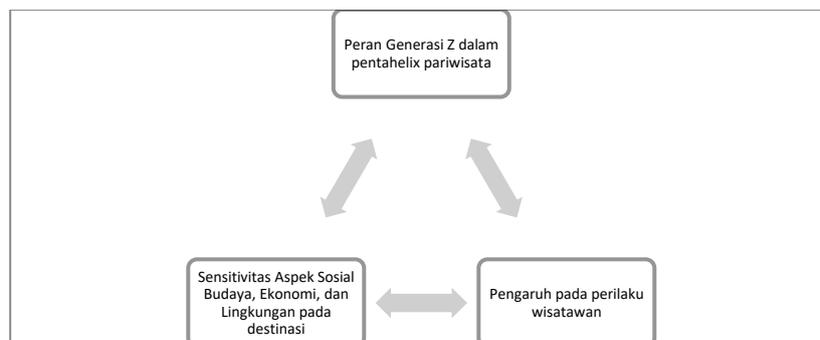
Persepsi dan Kesadaran Generasi Z terhadap Pariwisata Berkelanjutan

Dalam keilmuan pariwisata, persepsi masyarakat terhadap kegiatan pariwisata menjadi penting karena penerimaan dan interpretasi informasi dari destinasi dapat mempengaruhi cara wisatawan merencanakan dan merasakan perjalanan mereka, hal ini kemudian dapat berdampak pada kepuasan pelanggan (Bhuiyan et al., 2021). Untuk itu, destinasi perlu mendapatkan pandangan dan masukan baru mengenai kegiatan pariwisata agar terus mendapatkan loyalitas dan kepuasan dari pelanggan. Dalam hal ini, generasi Z dipilih secara spesifik karena mereka dianggap memiliki perilaku yang berbeda di mana mereka fokus kepada informasi digital yang tersedia dan menyukai tempat-tempat baru yang *viral*, sehingga perilaku mereka terhadap destinasi baru dikhawatirkan dapat mengarah kepada pariwisata massal (Setiawan et al., 2018). Namun, penelitian lain juga menunjukkan bahwa generasi Z ini paham akan konsep pariwisata berkelanjutan dan menjadikan faktor ini

sebagai salah satu pengalaman berharga mereka (Haddouche & Salomone, 2018). Sehingga, adanya perbedaan hasil ini menunjukkan perbedaan dalam karakteristik populasi atau sampel yang digunakan dapat menyebabkan hasil yang berbeda.

Sektor pariwisata berkontribusi besar terhadap kesejahteraan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Hal ini dapat dibuktikan dari besaran kontribusi sektor pariwisata yang signifikan terhadap pendapatan devisa banyak negara di seluruh dunia, khususnya di Indonesia. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa kegiatan pariwisata memiliki dampak negatif terhadap lingkungan sekitarnya, baik dari segi sosial-budaya, pelestarian alam, maupun aspek ekonomi. Salah satu masalah utamanya adalah terjadinya kebocoran ekonomi di mana keuntungan ekonomi hanya dimanfaatkan oleh pemilik modal, dan tidak berimbas pada kesejahteraan masyarakat lokal, sehingga masalah utama yang ditimbulkan adalah eksploitasi masyarakat sekitar, sementara manfaat dan pendapatan dari sektor pariwisata tidak dirasakan secara langsung. Untuk meminimalisir dampak destruktif ini dan mengoptimalkan manfaatnya, muncul konsep pariwisata berkelanjutan. Pariwisata berkelanjutan adalah konsep pengembangan pariwisata yang bertanggung jawab dan menyadari sepenuhnya dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan yang dihasilkan, baik saat ini maupun di masa depan (UNWTO, 2016). Agar pembangunan pariwisata menjadi berkelanjutan, konsep ini harus diadopsi oleh semua pemangku kepentingan pariwisata melalui penerapan empat pilar pariwisata berkelanjutan. Pilar pertama adalah perencanaan pariwisata berkelanjutan yang efektif, diikuti dengan memaksimalkan manfaat sosial-ekonomi bagi masyarakat lokal, melestarikan warisan budaya bagi masyarakat dan pengunjung, dan yang terakhir adalah konservasi dan perlindungan alam (Global Sustainable Tourism Council, tanpa tanggal).

Kerjasama dari semua pemangku kepentingan pariwisata sangat berperan bagi keberhasilan pembangunan pariwisata berkelanjutan di suatu destinasi. Pemangku kepentingan dapat berasal dari *pentahelix* pariwisata yang terdiri dari akademisi, bisnis usaha, masyarakat, pemerintah, dan media (Widowati et al., 2019). Namun, peran penting wisatawan sebagai masyarakat yang mengkonsumsi kegiatan bisnis wisata, masih jarang dikaji terutama dalam kaitannya dengan pengembangan pariwisata berkelanjutan di suatu destinasi. Padahal, wisatawan sebagai konsumen produk pariwisata memiliki peran yang signifikan dalam memberikan manfaat sosial-ekonomi, ikut menjaga lingkungan dan alam, serta melestarikan budaya di sekitar destinasi wisata. Telah dilakukan deklarasi, kampanye, dan langkah konkret untuk mencapai keberhasilan pariwisata berkelanjutan oleh sektor bisnis, organisasi internasional, institusi pemerintah, dan organisasi antarpemerintah di seluruh dunia (Kemenparekraf RI, 2021; OECD, 2021; UNEP, 2020).



Gambar 3: Hubungan antara Persepsi Generasi Z dan keberhasilan Pariwisata Berkelanjutan

Sumber: Elaborasi peneliti (2024)

Konsep keberlanjutan juga dijadikan sebagai dasar pembangunan global, di mana pilar-pilar peningkatan pertumbuhan ekonomi, pengelolaan lingkungan hidup yang baik, dan inklusi sosial tersebut diterapkan pada perancangan pembangunan. Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) berkomitmen terhadap keberlanjutan dengan memperkenalkan Tujuan Pembangunan Milenium / Millennium Development Goals (MDG), dan selanjutnya Tujuan Pembangunan Berkelanjutan / Sustainable Development Goals (SDG), yang isinya berkaitan tentang semua aspek yang harus ditangani untuk mencapai keberlanjutan global. Dalam konteks industri pariwisata, banyak negara, destinasi, pemangku kepentingan dan wisatawan secara individu yang telah mengimplementasikan aspek-aspek berkelanjutan tersebut, namun dalam faktanya terlihat bahwa pengimplementasian pariwisata berkelanjutan di negara berkembang masih minim dilakukan. Salah satu faktor yang mendasari adalah kurangnya kurang pemahaman akan penyebab, dampak, peran, dan strategi agar aspek lingkungan, ekonomi, dan masyarakat saling bersinergi dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan (Alsaati et al., 2020).

Agar pembangunan pariwisata dapat sesuai dengan tujuan pariwisata berkelanjutan, maka diperlukan penerjemahan konsep keberlanjutan dari tiga pilar di atas menjadi tindakan nyata yang diaplikasikan oleh manajemen suatu destinasi dalam menjalankan kegiatan operasionalnya sehari-hari. Fungsi kontrol dan evaluasi didapatkan dari partisipasi pentahelix pariwisata. Jika penerapan pariwisata berkelanjutan telah dalam tahap operasional, maka mudah untuk menentukan berhasil atau tidaknya kinerja suatu destinasi dalam menerapkan konsep tersebut. Untuk itu masyarakat luas juga dapat berpartisipasi dalam pengawasan penerapan pariwisata berkelanjutan. Hanya saja, edukasi mengenai pariwisata berkelanjutan pada masyarakat sebagai wisatawan di banyak destinasi masih hanya sebatas konsep, sehingga diperlukan kajian mengetahui persepsi wisatawan pada kegiatan pariwisata berkelanjutan di destinasi tersebut. Sehingga, stakeholder terkait termasuk manajemen destinasi dapat menjalankan fungsi pengawasan dan evaluasi dengan lebih optimal.

Metode

Data diperoleh melalui survei untuk partisipan generasi Z yang tinggal di area Krasidenan Kedu, sebagai area sekitar kawasan Candi Borobudur. Wilayah ini mencakup Kota Magelang, Kabupaten Magelang, Kabupaten Temanggung, Kabupaten Kebumen, Kabupaten Purworejo dan Kabupaten Wonosobo. Menurut Badan Pusat statistik Indonesia, Generasi Z lahir pada rentang tahun 1997 – 2012 (BPS - Statistics Indonesia, 2020), namun penelitian ini mengambil *data sampling* Generasi Z dengan minimal usia 17 tahun dengan pertimbangan *consent*. Survei dilakukan untuk mencari seberapa jauh persepsi dan kesadaran mereka atas pengaplikasian konsep pariwisata berkelanjutan yang dilaksanakan di destinasi tersebut. Untuk itu, diberikan pertanyaan yang menggambarkan penerapan pariwisata berkelanjutan dan apakah mereka dapat melihat inisiatif tersebut dilakukan di sekitar destinasi tersebut. Skala likert digunakan untuk pengukuran dengan menggunakan lima titik respon yaitu dari mulai 1 yang berarti tidak setuju, 2 setuju, 3 tidak tahu / tidak memutuskan, 4 tidak setuju, dan 5 sangat tidak setuju.

Sebelum dibagikan pada masyarakat, survei diuji kelayakannya dengan melibatkan lima responden yang berasal dari akademisi dan partisipan tes yang sesuai dengan kriteria *sampling*. Dalam tahap ini, dilakukan perubahan dari masukan responden tes. Kuesioner dibagi menjadi dua bagian, bagian pertama berisi demografi partisipan, dan bagian

selanjutnya diadaptasi dari kuesioner Homer and Kanagasapapathy (2023) yang telah berisi faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi generasi Z pada pengaplikasian pariwisata berkelanjutan pada suatu destinasi destinasi, dengan penyesuaian pada lokasi destinasi yang sesuai dengan penelitian ini, yaitu wisata budaya di Candi Borobudur. Indikator ukuran / *measurement* yang digunakan pada kuesioner merujuk pada kriteria tentang persepsi Generasi Z terhadap pariwisata berkelanjutan yang telah dilakukan oleh penelitian tersebut.

Pada proses analisis, uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan untuk menentukan apakah matriks sesuai dan mampu digunakan untuk menganalisis faktor-faktor tersebut. Setelah proses pertama berhasil, selanjutnya digunakan analisa deskriptif konten untuk menguji faktor-faktor tersebut. Survei online didistribusikan melalui jejaring pribadi dan sosial media. Dua ratus tiga belas orang berpartisipasi dalam studi ini; namun tiga di antaranya tidak valid karena pengisi survei tidak berdomisili di wilayah krasidenan Kedu, dan satu partisipan tidak cukup umur untuk dapat memberikan *consent*. Untuk itu, 210 data partisipan digunakan dalam penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

Dari data profil demografi partisipan, ditemukan bahwa jenis kelamin partisipan yang mengisi survei hampir sama yaitu 99 (47.1%) responden laki-laki, dan 111 (52.9%) responden perempuan. Jumlah responden yang berusia di bawah 17-20 tahun lebih banyak (57.6%) daripada responden yang berusia 20 tahun ke atas (42.4%). Responden didominasi oleh lulusan pendidikan terakhir setingkat Sekolah Menengah atas (SMA) (49.5%). Data dapat dilihat pada table 2.

Tabel 2: Profil Responden (Total N= 201)

	n	%
Gender		
Laki-laki	99	47.1%
Perempuan	111	52.9%
Usia		
17- >=20 tahun	121	57.6%
>= 20 tahun ke atas	89	42.4%
Pendidikan		
SMA / Sederajat	104	49.5%
Diploma	14	6.7%
Sarjana	77	36.6%
Pasca Sarjana	15	7.2%

Variabel dalam kuisisioner diuraikan dari faktor-faktor persepsi penerapan konsep pariwisata berkelanjutan dalam suatu destinasi. Kemudian, faktor tersebut diterjemahkan dalam kuisisioner, menjadi dua puluh satu pertanyaan yang berisi kegiatan di lapangan yang dapat mempengaruhi kesadaran generasi Z terhadap diberlakukannya konsep pariwisata berkelanjutan pada destinasi Borobudur yang dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Penerapan Konsep Pariwisata Berkelanjutan

No	Kode	Penerapan Pariwisata Berkelanjutan di Daerah Borobudur dan sekitarnya
1	ST1	Tidak ada eksploitasi pekerja di bawah umur / berusia anak-anak
2	ST2	masyarakat lokal mendapatkan manfaat dari pariwisata
3	ST3	Banyak pekerjaan yang menurut saya baik & berkualitas yang muncul karena kegiatan pariwisata
4	ST4	Mereka yang bekerja di industri pariwisata tidak didiskriminasi berdasarkan gender
5	ST5	Berkomunikasi dan melibatkan pemangku kepentingan lokal
6	ST6	Distribusi kesejahteraan yang lebih baik di daerah ini dihasilkan dari kegiatan pariwisata
7	ST7	Masyarakat diberikan pelatihan yang relevan dan peningkatan kapasitas untuk bisnis pariwisata dan kepentingan lainnya yang berhubungan
8	ST8	Ada peningkatan infrastruktur dan fasilitas destinasi karena kegiatan pariwisata
9	ST9	Para wisatawan merasa puas dengan keamanan di sekitar tempat tinggal saya yang dekat dengan destinasi wisata
10	ST10	Terdapat peningkatan kualitas fasilitas dan pelayanan bagi wisatawan
11	ST11	Menyediakan fasilitas dan layanan wisatawan yang berkualitas baik
12	ST12	Ada upaya dari pemangku kepentingan untuk melestarikan keaslian / kekhasan destinasi
13	ST13	Dengan adanya destinasi wisata di dekat daerah saya tinggal, warisan budaya menjadi dapat terlindungi
14	ST14	Situs budaya selain Candi Borobudur beragam, tapi yang lain kebanyakan tidak dilindungi
15	ST15	Saya ikut memantau kinerja dan dampak pariwisata
16	ST16	Pebisnis pariwisata secara sukarela berkontribusi pada pelestarian warisan cagar budaya
17	ST17	Ada inventarisasi situs-situs yang memiliki nilai budaya di sekitar daerah tempat saya tinggal.
18	ST18	Saya Mengurangi jejak karbon, polusi, dan penggunaan sumber daya yang boros
19	ST19	Di sekitar destinasi disediakan penggunaan transportasi umum dan alternatif lain selain mobil
20	ST20	Di sekitar destinasi wisata Candi Borobudur Habitat hewan yang terancam punah dan di bawah tekanan jumlahnya minim
21	ST21	Di sekitar destinasi, budaya asli masih dijalankan oleh masyarakat.

Sumber: Homer and Kanagasapathy (2023)

Uji validitas Pearson dilakukan dan menunjukkan bahwa interpretasi dari masing-masing variabel menunjukkan hasil koefisien korelasi. Semua variabel memiliki nilai di atas 0 dan mendekati 1, hal ini menunjukkan validitas yang tinggi pada instrument kuesioner. Kemudian, uji statistik Cronbach's Alpha dilakukan, dan uji reabilitas pada faktor-faktor tersebut menunjukkan angka yang signifikan. Angka yang terukur adalah 0.854 (Tabel 3), ini menunjukkan bahwa pengumpulan variabel-variabel ini dapat menjelaskan faktor-faktor yang mendasari untuk menjelaskan varian umum dalam data karena ditemukan korelasi antar variabel.

Tabel 4: Uji reabilitas

Cornbach's Alpha	N of Items
0.854	1

Dari hasil perhitungan statistik deskriptif ditemukan lima faktor tertinggi dari kegiatan yang telah merepresentatifkan penerapan konsep pariwisata berkelanjutan pada destinasi budaya Borobudur dan sekitarnya menurut Generasi Z, yaitu meningkatkan infrastruktur dan fasilitas destinasi, memastikan masyarakat lokal mendapatkan manfaat dari pariwisata, meningkatkan jumlah dan kualitas pekerjaan yang didukung oleh pariwisata, tidak ada diskriminasi gender, dan destinasi tersebut membantu melindungi warisan budaya.

Hasil analisa uji statistik di Tabel 5 menunjukkan bahwa generasi Z memandang pariwisata di destinasi Borobudur telah memenuhi dua aspek pilar pariwisata berkelanjutan, yaitu ekonomi dan sosial. Pariwisata dianggap telah memberikan manfaat bagi

masyarakat sekitar dengan memberikan benefit yang berupa peningkatan infrastruktur di sekitar destinasi, yang dapat dirasakan oleh masyarakat sekitar (ST8). Naiknya giat industri pariwisata setelah menjadi daerah superprioritas mendorong pemerintah dan pihak swasta mengembangkan infrastruktur di sekitar destinasi Borobudur. Dalam anlisa kualitatif, peningkatan infrastruktur ini termasuk perbaikan jalan, penyediaan Balkondes sebagai fasilitas untuk menunjang wisatawan yang juga memberikan manfaat rekreasi bagi warga lokal sekitar, penyediaan air bersih, sanitasi, dan pengenalan energi terbarukan.

Peningkatan infrastruktur yang awalnya ditujukan untuk mengakomodir kenyamanan wisatawan, ternyata manfaatnya juga dirasakan oleh masyarakat lokal (ST2), salah satunya karena aksesibilitas ke daerah tersebut menjadi semakin mudah. Kemudian, menurut Generasi Z, industri pariwisata telah berhasil menciptakan lapangan pekerjaan sehingga dapat memperkerjakan banyak warga lokal, baik secara langsung maupun tidak langsung. Infrastruktur yang baik dapat meningkatkan aksesibilitas dan mobilitas bagi masyarakat lokal, memungkinkan mereka untuk mengakses sumber daya dan layanan yang sebelumnya sulit dijangkau. Hal ini dapat berdampak positif pada ekonomi lokal, kesejahteraan, dan pembangunan komunitas secara keseluruhan. Oleh karena itu, peningkatan infrastruktur dalam industri pariwisata sering kali memberikan dampak positif yang luas bagi masyarakat lokal, selain hanya untuk kepentingan pariwisata.

Industri pariwisata terbukti meningkatkan jumlah lapangan pekerjaan dan memperbaiki kualitas pekerjaan yang mereka dapatkan. Menurut pandangan generasi Z, hasil yang didapatkan dari bekerja pada indsutri pariwisata dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal (ST3). Hal ini mencakup pekerjaan di sektor tour & travel, akomodasi, restoran, transportasi, dan penjualan souvenir dalam sektor ekonomi kreatif. Dampak ekonomi yang dihasilkan dari pariwisata juga dapat merangsang pertumbuhan bisnis lokal, termasuk usaha kecil dan menengah yang dimiliki oleh penduduk setempat. Dengan adanya lapangan kerja baru dan peluang bisnis yang meningkat, pendapatan dan taraf hidup masyarakat sekitar destinasi Borobudur meningkat.

Dari hasil survei, ditemukan bahwa kegiatan pariwisata di destinasi Borobudur dianggap telah menerapkan kesetaraan gender (ST4). Baik pria maupun wanita memiliki kesempatan yang sama untuk bekerja tanpa adanya diskriminasi berdasarkan jenis kelamin. Kesetaraan gender dalam bekerja dapat mencakup kesetaraan akses terhadap peluang pekerjaan di sektor pariwisata, kesetaraan dalam pembayaran dan keuntungan, serta kesetaraan dalam akses terhadap pendidikan dan pelatihan yang diperlukan untuk berpartisipasi dalam industri tersebut. Prinsip kesetaraan ini penting untuk menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan adil bagi semua individu, dan salah satu agenda utama SDGs.

Generasi Z menganggap dengan ditunjuknya Borobudur sebagai destinasi wisata budaya berbasis masyarakat, dapat membantu inisiatif perlindungan warisan budaya (ST13). Sebagai situs warisan dunia UNESCO, Borobudur merupakan salah satu situs budaya dan sejarah terpenting di Indonesia, yang memiliki nilai budaya, sejarah, dan arsitektur yang tinggi. Insentif ekonomi yang dihasilkan dari kegiatan pariwisata baik oleh pemerintah dan masyarakat setempat, dapat digunakan untuk menjaga dan merawat situs tersebut dengan baik. Pendapatan yang dihasilkan dari pariwisata dapat dialokasikan untuk pemeliharaan,

pemugaran, dan konservasi Borobudur, serta untuk mendukung program pendidikan dan kesadaran budaya di kalangan masyarakat lokal dan internasional. Dengan demikian, terbentuknya Borobudur sebagai destinasi wisata budaya, tidak hanya membawa manfaat ekonomi, tetapi juga memiliki peran penting dalam melindungi warisan budaya yang berharga bagi generasi masa kini dan masa depan.

Tabel 5: Deskriptif statistik faktor yang mempengaruhi persepsi generasi Z pada penerapan pariwisata berkelanjutan di Destinasi Borobudur

Kode	Item	Mean	Std. Deviation
ST1	Anak-anak, sebagai golongan yang rentan, tidak berisiko mengalami eksploitasi	3.35	1.048
ST2	Memastikan masyarakat lokal mendapatkan manfaat dari pariwisata	4.26	.603
ST3	Meningkatkan jumlah dan kualitas pekerjaan pekerjaan yang didukung oleh pariwisata	4.19	.580
ST4	Mereka yang bekerja di industri pariwisata tidak didiskriminasi berdasarkan gender	4.17	.592
ST5	Berkomunikasi dan melibatkan pemangku kepentingan lokal	0,185416667	.769
ST6	Distribusi kesejahteraan yang lebih baik dihasilkan dari pariwisata	0,184722222	.695
ST7	Memberikan pelatihan yang relevan dan peningkatan kapasitas untuk bisnis pariwisata dan pemangku kepentingan lainnya	0,183333333	.740
ST8	Meningkatkan infrastruktur dan fasilitas destinasi	4.27	.688
ST9	Para wisatawan merasa puas dengan keamanan destinasi	0,175694444	.805
ST10	Meningkatkan kualitas fasilitas dan pelayanan bagi wisatawan	0,175694444	.709
ST11	Menyediakan fasilitas dan layanan wisatawan yang berkualitas baik	4.00	.715
ST12	Melestarikan keaslian / kekhasan destinasi	4.03	.670
ST13	Dengan adanya dstinasi wisata tersebut membantu melindungi warisan budaya	4.14	.684
ST14	Beberapa situs budaya dilindungi dan jumlahnya pantas	4.07	.745
ST15	Memantau kinerja dan dampak pariwisata	3.15	.898
ST16	Pebisnis pariwisata secara sukarela berkontribusi pada pelestarian warisan cagar budaya	3.07	.899
ST17	Adanya inventarisasi situs situs yang memiliki nilai budaya	0,167361111	.751
ST18	Mengurangi jejak karbon, polusi, dan penggunaan sumber daya yang boros	0,16875	.827
ST19	Mempromosikan penggunaan transportasi umum dan alternatif lain selain mobil	3.49	.848
ST20	Habitat hewan yang terancam punah dan di bawah tekanan jumlahnya minim	0,193055556	.800
ST21	Budaya nasional yang cukup terlindungi. Luas lahan yang dilindungi cukup	3.21	.791

Selain itu, lima faktor yang paling rendah ditemukan sebagai berikut, yang pertama yaitu adanya inventarisasi situs situs yang memiliki nilai budaya. Kemudian, destinasi dianggap telah berupaya mengurangi jejak karbon, polusi, dan penggunaan sumber daya yang boros.

Selanjutnya, para wisatawan merasa puas dengan keamanan destinasi, dapat meningkatkan kualitas fasilitas dan pelayanan bagi wisatawan, dan yang terakhir, memberikan pelatihan yang relevan dan peningkatan kapasitas untuk bisnis pariwisata dan pemangku kepentingan lainnya.

Dari kelima faktor yang menurut Generasi Z masih kurang penerapan inisiatif pariwisata berkelanjutannya, ditambah dengan data yang ditemukan melalui wawancara, ditemukan bahwa para pemangku kepentingan masih belum mengidentifikasi lebih lanjut dan memaksimalkan pelestarian situs-situs dengan nilai budaya tinggi selain *landmark* Candi Borobudur. Padahal di sekitar wilayah Kota dan Kabupaten Magelang banyak ditemukan peninggalan sejarah yang berhubungan atau memiliki cerita yang sama kuatnya dengan Candi Borobudur seperti Candi Ngawen, Candi Asu, Candi Losari, dan Gunungsari yang memiliki *storytelling* menarik.

Inisiatif dari segi pemeliharaan lingkungan juga masih perlu ditingkatkan, belum adanya perencanaan dan rancangan yang berfokus pada keberlanjutan lingkungan dengan mengurangi dampak negatif dari emisi karbon, polusi, dan penggunaan sumber daya alam yang berlebihan. Walaupun Borobudur merupakan destinasi wisata budaya, namun menjaga lingkungan merupakan aspek penting yang harus dipertimbangkan dalam pengelolaan destinasi. Melindungi ekosistem alami yang terdapat di sekitar destinasi penting untuk mempertahankan keanekaragaman hayati dan keindahan alam. Apalagi di sekitar destinasi Borobudur yang masyarakatnya masih bergantung pada sektor pertanian, di mana kebutuhan akan lingkungan alam yang baik masih tinggi untuk tetap menyokong pendapatan masyarakat lokal.

Selanjutnya, keamanan di sekitar destinasi Borobudur yang masih perlu ditingkatkan. Keamanan merupakan faktor kunci dalam menarik wisatawan dan memastikan pengalaman mereka menyenangkan selama perjalanan. Langkah-langkah yang dicetuskan oleh partisipan untuk meningkatkan keamanan wisatawan adalah memberlakukan pengawasan yang ketat dan patroli keamanan tidak hanya di sekitar Candi Borobudur, namun di area desa yang lebih luas untuk meminimalisir tindak kejahatan. Kemudian pemasangan kamera pengawas di titik-titik strategis di sekitar destinasi Borobudur dapat dijadikan salah satu upaya untuk mendeteksi potensi ancaman keamanan.

Destinasi Borobudur juga dianggap masih belum memiliki fasilitas dan kualitas yang baik dibanding dengan destinasi budaya lainnya. Generasi Z memiliki persepsi bahwa Meningkatkan kualitas fasilitas dan pelayanan bagi wisatawan merupakan langkah penting dalam memastikan pengalaman wisata yang memuaskan dan perlu dimiliki oleh destinasi agar berdaya saing tinggi. Faktor selanjutnya yang berhubungan dengan ini adalah perlunya pelatihan bagi pelaku bisnis pariwisata dan pemangku kepentingan lain dalam menjalankan dan merumuskan pilar-pilar pariwisata berkelanjutan pada inisiatif yang berbentuk kebijakan maupun aturan.

Kesimpulan

Penelitian ini mengungkap bahwa persepsi Generasi Z terhadap penerapan pariwisata berkelanjutan di destinasi Borobudur telah dalam tahap memenuhi indikator positif dalam persepsi penerapan pariwisata berkelanjutan. Dari faktor-faktor yang ditemukan di atas,

destinasi Borobudur telah berhasil dalam meningkatkan benefit ekonomi pada masyarakat, dan upaya-upaya yang menjaga kestabilan ekonomi dan pelestarian budaya. Lebih lanjut, penduduk lokal telah terlihat dilibatkan dalam kegiatan pariwisata dan mendapatkan manfaat dari pertumbuhan ekonomi yang dihasilkan. Pariwisata di destinasi Borobudur telah menciptakan lapangan kerja baru bagi penduduk setempat yang selama ini hanya bergantung pada sektor pertanian. Kegiatan pariwisata juga telah memberikan dampak positif bagi pemberdayaan perempuan, karena dalam pengamatan Generasi Z, industri ini telah terbukti secara memberikan kesempatan masyarakat untuk berpartisipasi aktif tanpa memandang gender. Strategi tersebut penting untuk meningkatkan dampak positif pariwisata, serta untuk memastikan keberlanjutan dan inklusivitas dalam pengembangan destinasi wisata.

Namun, ditemukan bahwa faktor menjaga alam lingkungan masih lemah. Kurangnya inisiatif dalam pelestarian lingkungan dapat menghambat pengembangan pariwisata berkelanjutan pada destinasi budaya. Walaupun alam bukanlah daya tarik wisata utama di Borobudur, degradasi alam, polusi, kerusakan lingkungan akan mempengaruhi kehidupan masyarakat sekitar, dan ini akan mempengaruhi kualitas pengalaman yang didapat oleh wisatawan. Destinasi wisata yang tidak berkelanjutan dapat kehilangan daya saingnya di pasar global, terutama untuk pasar Generasi Z yang semakin sadar akan pelestarian lingkungan. Wisatawan semakin memilih destinasi yang berkomitmen pada praktik pariwisata berkelanjutan. Selain itu, faktor keamanan masih perlu perhatian pemangku kepentingan. Faktor-faktor ini berkaitan dengan terciptanya Sapta Pesona Pariwisata yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, kenangan. Jika kedua faktor ini dianggap masih belum maksimal penerapannya, maka Sapta Pesona Pariwisata tidak dapat terwujud secara sempurna, di mana ini akan berpengaruh pada citra dan keberlanjutan destinasi.

Daftar Pustaka

- Afriesta, C. L., Kurniawan, H. E., & Ekasiwi, S. N. (2020). Korelasi Antara Push dan Pull Factor Wisata Kawasan dan Bangunan Bersejarah. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 4.
- Alsaati, T., El-Nakla, S., & El-Nakla, D. (2020). Level of sustainability awareness among university students in the eastern province of Saudi Arabia. *Sustainability*, 12(8), 3159.
- Ardiwidjaja, R. (2020). *Pariwisata Budaya*. uwa is inspirasi indonesia.
- Bhuiyan, M. A. H., Darda, M. A., & Hasan, M. R. (2021). Tourist perception and satisfaction on safari tourism at Bangabandhu Sheikh Mujib Safari Park in Bangladesh. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 9(4), 430–440.
- BPS. (2020). *Umlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, Indonesia*. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/1/0>
- BPS - Statistics Indonesia. (2020). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. <https://demak.kab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Du Cros, H., & McKercher, B. (2020). *Cultural tourism*. Routledge.
- Global Sustainable Tourism Council. (2016). GSTC destination criteria. *Retrieved from: <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/gstc-destination-criteria>*.
- Haddouche, H., & Salomone, C. (2018). Generation Z and the tourist experience: tourist stories and use of social networks. *Journal of Tourism Futures*, 4(1), 69–79.
- Homer, S. T., & Kanagasapathy, G. D. (2023). Gen Z perceptions of sustainable tourism: a scale development study. *Tourism Recreation Research*, 1–16.
- Kemendagri. (2022). *Genpi dan Netas, Perpanjangan Tangan Kemendagri Optimalkan Pariwisata dan Ekraf*.
- Kemendagri, R. (n.d.). *Destinasi Wisata Berbasis Sustainable Tourism di Indonesia*.

- Kemendikbud RI. (2021). *ISTC: Mendorong Percepatan Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia*.
<https://kemendikbud.go.id/ragam-pariwisata/ISTC%3A-Mendorong-Percepatan-Pariwisata-Berkelanjutan-di-Indonesia>
- Ketter, E. (2020). Millennial travel: tourism micro-trends of European Generation Y. *Journal of Tourism Futures*, 7(2), 192–196.
- Kurniasari, K. K. (2021). Pariwisata Budaya Berkelanjutan: Persepsi Masyarakat Lokal. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(1), 62–74.
- Lord, B. (2002). Cultural tourism and museums. *Cultural Resources Planning and Management Inc*, 1, 12.
- Mousavi, S. S., Doratli, N., Mousavi, S. N., & Moradiahari, F. (2016). Defining cultural tourism. *International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development*, 1(2), 70–75.
- Nugraheni, A. I. P., Nugraha, B. S., Yuda, N. P., & Pancawati, N. (2019). Persepsi Generasi Milenial Indonesia Terhadap Pariwisata Yang Berkelanjutan. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 13(1).
- OECD. (2021). *OECD Tourism Trends and Policies 2020*. <https://www.oecd.org/cfe/tourism/OECD-Tourism-Trends-Policies-2020-Highlights-ENG.pdf>
- Pranatasari, F. D., & Diva, M. A. (2020). ANALISIS PERBEDAAN PERSEPSI BRAND EQUITY DESTINASI WISATA BOROBUDUR PADA GENERASI X, Y DAN Z. *Parsimonia-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 68–79.
- Setiawan, B., Trisdyani, N. L. P., Adnyana, P. P., Adnyana, I. N., Wiweka, K., & Wulandani, H. R. (2018). The profile and behaviour of 'digital tourists' when making decisions concerning travelling case study: Generation Z in South Jakarta. *Advances in Research*, 17(2), 1–13.
- Tseng, L.-Y., Chang, J.-H., & Zhu, Y. L. (2021). What drives the travel switching behavior of Chinese Generation Z consumers. *Journal of Tourism Futures*, ahead-of-print.
- UNEP. (2020). *The Regional SCP Roadmap*. <https://www.unep.org/regions/asia-and-pacific/regional-initiatives/supporting-resource-efficiency/asia-pacific-roadmap-3>
- UNWTO. (2016). *The tourism sector and the sustainable development goals: Responsible tourism, a global commitment*. UNWTO. http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/turismo_responsable_omt_acc.pdf
- Widowati, S., Ginaya, G., & Triyuni, N. N. (2019). Penta helix model to develop ecotourism: Empowering the community for economic and ecological sustainability. *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(2), 31–46.