

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar dengan mendapatkan pelayanan secara bergantian dari orang-orang yang ada di dalam negara itu sendiri atau di luar negeri dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan yang beraneka ragam antara satu orang dengan orang yang lainnya (Wahab, 2010). Menurut Yollanda et al., (2018) pariwisata merupakan suatu kegiatan modern yang memiliki konsekuensi ekonomi signifikan terhadap pemerintah, masyarakat lokal, dan bisnis yang juga memiliki dampak penting sosial, budaya, dan lingkungan. *World Travel and Tourism Council (WTTC)*, memberikan gambaran terkait pariwisata yang dapat menjadi mega industri dan penggerak perekonomian suatu negara di abad-21.

Pada akhir tahun 2016, perjalanan dan pariwisata memberikan kontribusi pemasukan perekonomian sebesar US\$ 7,8 triliun atau sekitar 10% dari total Produk Domestik Bruto (PDB). Kedatangan wisatawan internasional di seluruh dunia mengalami peningkatan sebesar 7% pada tahun 2017 dengan 1.322 juta wisatawan (UNWTO, 2018). Momentum yang kuat ini diperkirakan akan terus tumbuh di tingkat 4%-5% di tahun 2018. Pariwisata menjadi salah satu sektor yang memberikan kontribusi positif bagi Indonesia. Pada tahun 2022 pendapatan devisa dari sektor pariwisata Indonesia mencapai US\$ 4,26 miliar (Kemenparekraf, 2022). Kenaikan dari pendapatan devisa per tahun ini memberikan dampak yang sangat positif bagi perkembangan Indonesia. Perkembangan ini disebabkan oleh beberapa

faktor seperti perekonomian yang semakin membaik, infrastruktur yang baik dan lengkap, mudahnya aksesibilitas ke tempat destinasi wisata, serta banyaknya pilihan yang ditawarkan kepada pengunjung untuk berwisata pada setiap daerah di Indonesia (Kemenparekraf, 2020).

Industri pariwisata semakin menjadi idola di Indonesia. Hal ini tidak terlepas dari performa pariwisata yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Perkembangan ini dapat dilihat dari laju pertumbuhan pariwisata yang sangat kontras jika dibandingkan dengan komoditas lain seperti gas, minyak, kelapa sawit, dan batu bara (Kemenparekraf, 2020). Indonesia dengan jumlah provinsi yang mencapai 34 provinsi, memiliki potensi pariwisata yang sangat beragam, mulai dari objek wisata alam dan buatan, kekayaan seni, keanekaragaman hayati, budaya, dan peninggalan sejarah. Sektor pariwisata ini terus mengalami perkembangan yang luar biasa dari yang bersifat konvensional seperti hiburan dan tamasya, hingga yang mengarah kepada pemenuhan gaya hidup.

Indonesia memiliki potensi yang besar dalam bidang Pariwisata yang tidak terlepas dari peranan pariwisata Sumatera Barat. Secara geografis Sumatera Barat memiliki bentangan alam yang sangat indah seperti laut, pantai, danau, gunung dan ngarai dengan perpaduan antara nilai-nilai agama, budaya dan kekayaan alam yang dapat dijadikan sebagai modal utama dalam pengembangan wisata di Sumatera Barat. Ini menjadikan Sumatera Barat sebagai salah satu provinsi yang ada di Indonesia dengan memiliki sektor pariwisata yang strategis untuk dikembangkan. Pertumbuhan jumlah wisatawan di Sumatera Barat terus meningkat setiap tahunnya. Sehingga sektor pariwisata Sumatera Barat berkembang dengan pesat.

Dalam mengembangkan pariwisata ini perlu adanya kerjasama antara *stakeholder* (pemangku kepentingan) dengan masyarakat setempat.

Tabel 1.1 Pertumbuhan Wisatawan di Sumatera Barat

Tahun	Jumlah wisatawan
2017	7.783.876
2018	8.073.070
2019	8.169.147
2020	8.041.868
2021	4.785.886

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat, 2022

Salah satu destinasi wisata yang memiliki warisan budaya dan sejarah yang wajib dikunjungi oleh wisatawan di Sumatera Barat terdapat di Kota Sawahlunto. Kota Sawahlunto terletak di 95 km sebelah timur laut Kota Padang, dengan luasnya yaitu 273,45 km². Kota Sawahlunto dikelilingi oleh tiga Kabupaten, yaitu Kabupaten Sijunjung, Kabupaten Solok, dan Kabupaten Tanah Datar. Pada masa pemerintahan Hindia-Belanda, kota ini aktif sebagai penghasil batubara.

Kota Sawahlunto merupakan salah satu daerah yang memiliki peninggalan objek wisata sejarah. Kota Sawahlunto mendapatkan julukan sebagai Kota Kualu karena Kota Sawahlunto dikelilingi oleh bukit barisan yang menyerupai bentuk kualu. Kota Sawahlunto disebut juga sebagai Kota Arang karena menghasilkan batubara sebagai sumber energi utamanya. Dibuktikan dengan adanya patung orang rantai terpasang di Museum Tambang Lobang Mbah Soero yang merupakan tambang pertama Belanda di Kota Sawahlunto.

Kota Sawahlunto ditetapkan sebagai Warisan Budaya Dunia oleh UNESCO pada tanggal 6 Juli 2019. Bekas tambang batubara ini terkenal dengan sebutan *Ombilin Coal Mining Heritage of Sawahlunto*. Penetapan *ombilin coal mining heritage of Sawahlunto* ini merupakan promosi yang bagus untuk Provinsi

Sumatera Barat, karena dengan sebutan tersebut Sumatera Barat akan semakin terkenal di International. Keunikan yang terdapat pada tambang batubara di Kota Sawahlunto ini menunjukkan kombinasi antara teknologi dengan suatu lanskap kota pertambangan yang dirancang dengan tujuan untuk efisiensi pengolahan batubara. Kota Sawahlunto terkenal dengan sejarahnya, mulai dari tambang batubara tertua yang ada di Asia Tenggara, kisah manusia rantai di Zaman penjajahan Belanda, dan sempat menjadi kota mati di awal tahun 2000.

Terdapat alasan mengapa kota Sawahlunto dijadikan sebagai Warisan Budaya Tambang Batubara Ombilin Sawahlunto (WBTBOS), karena kota Sawahlunto memiliki ciri khas dibandingkan dengan warisan dunia yang sejenis (*comparative analysis*) dan sulit untuk dicari perbandingannya. Kajian yang membahas tentang perbandingan komprehensif dilakukan pada semua situs tambang yang sejenis, dengan tingkatan nasional atau Indonesia, regional atau ASEAN, dan dunia. Untuk sampel perbandingannya dengan situs tambang yang lain diambil dari daftar warisan dunia, atau *tentative list* (daftar situs yang akan dijadikan sebagai warisan dunia), atau yang tidak ada di dalam kedua list tersebut (Games, 2020).

Menurut Games (2020) ada beberapa keutamaan dari WBTBOS, yaitu visi kota Sawahlunto tahun 2020 untuk menjadi Kota Wisata Tambang yang Berbudaya yang terdapat di dalam Peraturan Daerah Kota Sawahlunto Nomor 2 Tahun 2001 tentang Visi dan Misi; keberlanjutan dari pengetahuan terhadap pertambangan batubara; adanya sumber arsip mengenai teknik pertambangan; pengetahuan terhadap perencanaan, pengolahan, penyimpanan, dan tata kota tambang; budaya

dan tradisi masyarakat yang di dalamnya terdapat Multi Etnis; persawahan desa terpencil yang terdapat di dasar lembah dan berkembang menjadi sebuah kota kecil; penemuan dan pemanfaatan batubara sebagai bahan bakar memasak sebelum kedatangan Belanda; memiliki kelas masyarakat pada zaman Belanda; adanya ahli Belanda dalam praktek pengajaran teknologi pertambangan di Delft dari pertambangan di Ombilin, serta penyebarluasan dari teknologi kereta api dari Sumatera hingga Afrika Selatan; secara geografis memiliki bentang alam yang indah dan hijau.

Signifikan atau objek penting dari Warisan Budaya Tambang Batubara Ombilin Sawahlunto (WBTBOS) seperti kantor dari PT Bukit Asam, Museum Goedang Ransoem, Gedung Pusat Kebudayaan, bangunan kompresor penyuplai angin ke dalam lubang tambang, Koperasi Ons Belang, Lubang Tambang Mbah Soero, Hotel ombilin, Silo, Gereja Santa Barbara, jaringan rel kereta api, dan fasilitas penyimpanan batubara di Pelabuhan Teluk Bayur (*Emmahaven*).

Kota Sawahlunto menjadikan pariwisata sebagai konsep pengembangan dan menunjang faktor perekonomian daerah di masa depan, hal ini ditegaskan oleh pemerintah Kota Sawahlunto melalui Peraturan Daerah Kota Sawahlunto Nomor 2 Tahun 2001 tentang Visi Kota yaitu “Kota Wisata yang Kreatif, Inovatif, Unggul, Bermartabat, Berkeadilan, dan Sejahtera”. Berdasarkan visi tersebut, tertulis bahwa Kota Sawahlunto menjadikan sektor pariwisatanya sebagai prioritas utama dalam pembangunan daerah. Objek wisata yang terdapat di Kota Sawahlunto, seperti Museum Goedang Ransoem, Gedung Pusat Kebudayaan, Lubang Tambang Mbah

Soero, Taman Silo, Museum Kereta Api Sawahlunto, Puncak Cemara, Kebun Binatang Kandi, *Meer Von Kandi*.

Kota Sawahlunto memiliki *event* yang selalu diselenggarakan setiap tahunnya, *event* tersebut bernama *SISSCa* (*Sawahlunto International Songket Silungkang Carnival*). Penyelenggaraan *SISSCa* ini memiliki tujuan khusus yaitu untuk mengenalkan Songket Silungkang kepada dunia, dan untuk melakukan promosi serta pelestarian terhadap Songket Silungkang. *Event SISSCa* ini juga bertujuan untuk menambah daya tarik dan pariwisata dari Kota Sawahlunto.

Tabel 1.2 Pertumbuhan Wisatawan di Kota Sawahlunto

Tahun	Jumlah wisatawan
2017	403.420
2018	461.960
2019	237.490
2020	101.649
2021	91.027

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Sawahlunto, 2021

Dari tabel di atas, diketahui pengunjung wisatawan yang berkunjung ke Kota Sawahlunto dari tahun 2017 sebanyak 403.420 wisatawan, pada tahun 2018 sebanyak 461.960 wisatawan, kunjungan wisatawan ini mengalami penurunan pada tahun 2019 sebanyak 237.490 wisatawan, pada tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat signifikan sehingga menjadi 101.649 wisatawan, dan tahun 2021 sebanyak 91.027 wisatawan. Penurunan yang signifikan pada tahun 2020, diduga karena masuknya Virus Corona atau yang biasa disebut dengan COVID-19. Menurut Gössling et al., (2020), Farzanegan et al., (2021), dan Zenker & Kock, (2020) menyatakan bahwa COVID-19 mengurangi keinginan seseorang untuk bepergian, dan mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai risiko dan dampak

bepergian selama masa COVID-19 yang secara tidak langsung menyebabkan perubahan keinginan dari masyarakat untuk bepergian.

Maka dari itu, penting bagi Kota Sawahlunto untuk mengetahui apa saja faktor penentu yang membuat *visit intention* (niat berkunjung) ke Kota Sawahlunto menjadi meningkat. Analisis dalam penelitian ini berfokus kepada variabel *Destination Image dan Travel Motivation*. Faktor pertama, yaitu *destination Image* (citra destinasi). Menurut Allameh et al., (2015) *destination image* adalah suatu sistem interaktif antara pikiran, perasaan, visualisasi, dan niat menuju tujuan. Citra destinasi tidak hanya diartikan sebagai atribut dalam tujuan, tetapi menggambarkan keseluruhan kesan yang ditampilkan oleh tempat tujuan (Kock et al., 2016). *Destination image* atau citra destinasi memiliki peranan penting di dalam tingkat kepuasan individu terhadap suatu destinasi (Chi & Qu, 2008; Prayag, 2009; Tasci & Gartner, 2007). Semakin tinggi atau semakin baik *image* dari destinasi tersebut, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung.

Menurut Oryz et al., (2019) *destination image* dapat digunakan untuk menciptakan suatu kepuasan terhadap pengunjung yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi oleh wisatawan dalam membandingkan suatu objek dengan objek yang lainnya. Selain itu terdapat variabel lain yang menentukan kepuasan seseorang dalam melakukan perjalanan, yaitu *travel motivation* atau motivasi perjalanan (He & Luo, 2022).

Menurut Plangmarn et al., (2012) *travel motivation* atau motivasi perjalanan merupakan motivasi dari seorang individu yang mengacu kepada salah satu kebutuhan, sehingga menyebabkan seseorang tersebut untuk ikut dalam partisipasi

kegiatan berwisata. *Travel motivation* adalah salah satu faktor yang memicu timbulnya perilaku wisatawan (Khan et al., 2017). Peneliti berpendapat bahwa *travel motivation* merupakan hal yang paling penting dalam perilaku perjalanan, seperti menentukan dan memilih tempat wisata, serta berpengaruh terhadap niat berkunjung. Menurut Park & Hyun (2012), pariwisata bersifat psikologis atau biologis karena kebutuhan terhadap wisata memfokuskan seorang individu dalam membangun, mengarahkan, dan mengintegrasikan dirinya terhadap perilaku dan aktivitas.

Variabel selanjutnya yang mempengaruhi niat berkunjung atau *visit intention* adalah *attitude* atau sikap. Menurut Azwar (2013), sikap atau *attitude* merupakan evaluasi atau reaksi dari perasaan, sikap seseorang terhadap suatu objek dapat berupa perasaan mendukung atau memihak, dan juga perasaan tidak mendukung atau tidak memihak pada objek tersebut. Sikap terhadap suatu tujuan yang menekankan pada perilaku wisatawan ini menjelaskan ciri-ciri psikologis yang terlihat melalui penilaian positif atau negatif dari pengunjung ketika terlibat dalam beberapa tindakan (Samei, 2012). Menurut Jalilvand & Samiei, (2012), mengatakan sikap dari wisatawan merupakan prediksi yang akurat dari keputusan wisatawan untuk melakukan perjalanan ke tempat yang menjadi tujuan wisatawan.

Menurut Andereck et al., (2012) harapan atau ekspektasi sangat penting bagi wisatawan sebelum melakukan perjalanan ke objek wisata. Harapan merupakan salah satu faktor penentu dari kepuasan konsumen (Kotler & Keller, 2006). Menurut Lather et al., (2012) harapan wisatawan merupakan tingkatan dari harapan dan kepuasan yang memiliki makna penting dalam pembangunan berkelanjutan

pariwisata sebagai citra yang diberikan oleh tempat tujuan kepada wisatawan. Sedangkan menurut Andereck et al., (2012) *Experience expectation* merupakan ekspektasi dari wisatawan dalam melakukan perjalanan, sebagai upaya dalam mempertimbangkan kegiatan berwisata ke suatu destinasi.

Saat ini pariwisata menjadi salah satu industri yang berkembang dengan pesat serta mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Pemerintah dalam upayanya melestarikan sejarah dan budaya menjadikannya sebagai objek destinasi wisata, agar dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tersebut, dengan melihat peninggalan sejarah yang dapat menambah wawasan dari wisatawan.

Dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir, kesadaran dan keinginan masyarakat terhadap sejarah mulai memudar. Hal ini dapat dilihat dari minat generasi Z yang lebih menyukai teknologi dan perkembangannya, daripada mengenal dan mempelajari mengenai sejarah. Menurut Stillman, (2017) generasi Z merupakan generasi kerja terbaru yang lahir di tahun 1995 sampai 2012 sehingga dikenal dengan istilah generasi net atau generasi internet. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), generasi Z merupakan segmen pasar yang paling terbesar di Indonesia yang mencakup 27,2% dari total keseluruhan penduduk di Indonesia.

Perkembangan teknologi yang ada, membuat hal-hal yang berkaitan dengan sejarah semakin ditinggalkan. Sejarah bisa diartikan sebagai identitas dari suatu bangsa kepada masyarakatnya, dengan mempelajari sejarah inilah masyarakat dapat membaca, mempelajari, dan mengevaluasi sebuah peradaban. Hal ini akan menjadi

masalah yang serius apabila generasi penerus bangsa tidak mengerti dan paham terhadap sejarah dari bangsanya.

Menurut Rahayu (2019), generasi Z merupakan penerus bangsa Indonesia yang diprediksi akan mengalami puncak kesuksesannya di tahun 2045. Penting bagi bangsa Indonesia untuk membentuk karakter dari generasi Z melalui wisata edukasi sejarah. Salah satu karakteristik dari generasi Z adalah selalu berkaitan dengan teknologi digital yang dimana ini merupakan pintu masuk yang tepat bagi pariwisata dengan basis sejarah. Pemerintah dengan Kementerian Pariwisata melihat Generasi Z sebagai salah satu dari ujung tombak terhadap duta pariwisata di setiap daerah (Simanungkalit, 2022).

Keinginan untuk mengunjungi tempat wisata pastinya dimiliki oleh semua kalangan umur. Namun dalam penelitian ini peneliti memilih responden nya yaitu generasi Z dengan rentang usianya 17-28 tahun. Generasi Z lebih rentan terpengaruh oleh teknologi terutama *smartphone*. Tantangan yang terdapat di generasi Z adalah bagaimana membuat generasi Z dapat mengetahui dan mempelajari kawasan bersejarah yang ada di lingkungan ter dekatnya.

Berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti kepada 20 responden generasi Z di Kota Padang, didapatkan bahwa mayoritas responden sudah mengetahui objek wisata bekas tambang batu bara yang ada di Kota Sawahlunto. Objek wisata yang paling banyak diketahui oleh responden adalah Puncak Cemara sebesar 30%, dan dilanjutkan dengan Gudang Pusat Kebudayaan, Kebun Binatang Kandi, dan Museum Kereta Api masing-masing sebesar 15%. Minat generasi Z untuk mengunjungi Kota Sawahlunto dengan harapan dapat melihat secara langsung peninggalan sejarah bekas tambang batu bara mencapai angka 95%, sedangkan

untuk responden yang ingin merasakan benda-benda fisik peninggalan sejarah bekas tambang batu bara mencapai 90%.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh dari *destination image*, *travel motivation*, *attitude*, dan *experience expectation* terhadap *visit intention*. Oleh sebab itu, penulis mengambil judul **“Pengaruh *Destination Image*, *Travel Motivation*, *Attitude*, dan *Experience Expectation* Terhadap *Visit Intention* Pada *Ombilin Coal Mining Heritage of Sawahlunto* (Survey pada Generasi Z di Kota Padang)”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, dapat diartikan sebagai pertanyaan berikut:

1. Bagaimana pengaruh *destination image* terhadap *visit intention* (niat berkunjung) generasi Z Kota Padang pada *Ombilin Coal Mining Heritage of Sawahlunto*?
2. Bagaimana pengaruh *travel motivation* terhadap *visit intention* (niat berkunjung) generasi Z Kota Padang pada *Ombilin Coal Mining Heritage of Sawahlunto*?
3. Bagaimana pengaruh *attitude* terhadap *visit intention* (niat berkunjung) generasi Z Kota Padang pada *Ombilin Coal Mining Heritage of Sawahlunto*?
4. Bagaimana pengaruh *experience expectation* terhadap *visit intention* (niat berkunjung) generasi Z Kota Padang pada *Ombilin Coal Mining Heritage of Sawahlunto*?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan yang muncul dalam penelitian yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh *destination image* terhadap *visit intention* (niat berkunjung) generasi Z Kota Padang pada *Ombilin Coal Mining Heritage of Sawahlunto*
2. Untuk menganalisis pengaruh *travel motivation* terhadap *visit intention* (niat berkunjung) generasi Z Kota Padang pada *Ombilin Coal Mining Heritage of Sawahlunto*
3. Untuk menganalisis pengaruh *attitude* terhadap *visit intention* (niat berkunjung) generasi Z Kota Padang pada *Ombilin Coal Mining Heritage of Sawahlunto*
4. Untuk menganalisis pengaruh *experience expectation* terhadap *visit intention* (niat berkunjung) generasi Z Kota Padang pada *Ombilin Coal Mining Heritage of Sawahlunto*

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diberikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, diharapkan dapat memberikan manfaat dalam mengetahui pengaruh *destination image*, *travel motivation*, *attitude*, dan

experience expectation terhadap *visit intention* yang bermanfaat sebagai literatur tambahan dan sumber informasi bagi penelitian di masa depan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktisi, diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi destinasi wisata atau Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kota Sawahlunto untuk mengetahui pengaruh *destination image*, *travel motivation*, *attitude*, dan *experience expectation* terhadap *visit intention* yang berguna untuk melakukan inovasi dalam pengembangan daerah wisata.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada teori yang terkait pengaruh *destination image*, *travel motivation*, *attitude*, dan *experience expectation* terhadap *visit intention* Generasi Z.

1.6. Sistematika Penulisan

Studi sistem pada penelitian terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu pendahuluan, tinjauan literatur, metode penelitian, pengumpulan dan pengolahan data, analisis dan penarikan kesimpulan.

BAB I PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Berisikan tentang penjelasan konsep dan teori yang menjadi dasar penelitian dan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik tersebut.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisikan langkah-langkah atau tahap-tahapan dalam melakukan penelitian yang menjelaskan penjabaran tentang alasan pemilihan objek, sumber data, populasi dan sampel, variabel penelitian, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berisikan mengenai hasil penelitian dan membahas hasil penelitian berdasarkan data yang dikumpulkan.

BAB V PENUTUP

Berisikan mengenai kesimpulan dalam penelitian yang dilakukan, implikasi dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran.

