

## Evaluasi Fasilitas Pendukung Wisata Di Jalur Pengunjung Kompleks Candi Borobudur

Oleh :

Isni Wahyuningsih, SS

Staf Balai Konservasi Peninggalan Borobudur

Candi Borobudur sebagai salah satu warisan budaya dunia, mampu menjadi magnet bagi banyak orang untuk mengunjunginya. Dari tahun ke tahun kunjungan wisatawan ke candi Borobudur semakin bertambah. Candi Borobudur sebagai objek wisata dalam pengelolaannya diserahkan sepenuhnya kepada PT. Taman Wisata Candi Borobudur, seperti meredam pengunjung agar tidak bersama-sama berada di tubuh candi, menyediakan berbagai fasilitas untuk memencarkan pengunjung, memberikan informasi yang memadai kepada pengunjung, menyediakan fasilitas rekreasi dan bersantai, dan memperoleh pendapatan guna membiayai kelangsungan pengelolaan kawasan wisata budaya yang bersangkutan (Memorandum, 1980-1985).

Pada setiap objek/atraksi wisata memiliki produk utama, pendukung dan tambahan yang merupakan total produk atau atraksi. Di kawasan situs Borobudur, produk utama adalah Candi Budha dari abad ke-9. Produk pendukung meliputi taman di sekeliling candi; Museum Karmawibhanga; Museum Kapal Samudraraksa; Museum Rekor Indonesia (MURI); atraksi yang bervariasi bagi anak-anak, dewasa maupun orangtua seperti atraksi/mengendarai gajah, kereta mini beserta taman bermain anak-anak; fasilitas audio-visual yang mendemonstrasikan sejarah dan rekonstruksi Candi Borobudur; kios-kios Cinderamata; hotel/restoran; ketersediaan pelayanan pemandu wisata dan sebagainya.

Produk fasilitas tambahan antara lain meliputi interpretasi dari kualitas service yang ditawarkan dalam brosur, toilet, mushola, tanda-tanda di lokasi objek wisata, keterlibatan penjual

cinderamata sehingga pengunjung dapat menikmati candi beserta taman dengan tenang dan nyaman tanpa terganggu untuk dipaksa membeli sesuatu, adanya peristiwa-peristiwa khusus/pertunjukan-pertunjukan seni (Waisak, Kesenian tradisional, Sendratari Mahakaryaborobudur), dan sebagainya.

Wisatawan yang berkunjung ke Candi Borobudur terdiri atas wisatawan asing dan wisatawan nusantara. Sebagian besar wisatawan asing terutama yang berasal dari kawasan Eropa, Amerika dan Australia. Wisatawan asing yang berasal dari daratan Asia seperti Jepang, Hongkong, dan Taiwan yang berkunjung ke Candi Borobudur tidak hanya untuk berekreasi, tetapi juga menyempatkan diri untuk beribadah. Perilaku tersebut di atas berbeda dengan wisatawan lokal (nusantara), para wisatawan itu umumnya hanya untuk berekreasi mengisi waktu libur. Selama satu tahun terdapat waktu-waktu yang menjadi puncak kunjungan di Candi Borobudur yaitu pada bulan Mei, Juni, Juli, dan Desember serta pada hari libur besar seperti Idul Fitri, Tahun Baru, dan Hari Natal. Selain hari-hari tersebut di atas, terdapat juga hari di mana terjadi peningkatan jumlah wisatawan yaitu hari Minggu sepanjang tahun.

Pengunjung Candi Borobudur dari tahun ke tahun cenderung meningkat. Peningkatan jumlah pengunjung ini erat kaitannya dengan tingkat ekonomi masyarakat, jaminan keamanan, dan situasi politik pada waktu itu.

Untuk mengetahui opini pengunjung terhadap fasilitas pendukung wisata di jalur pengunjung maka dilakukan pengumpulan data selama 2 bulan dengan menyebarkan 300 eksemplar angket, berisi 11 daftar pertanyaan.

Responden yang terjaring sebanyak 283 orang wisatawan lokal dan 17 orang wisatawan asing. Pertanyaan yang diajukan berkisar tentang jenis kelamin, usia, dan pekerjaan responden; Bentuk kunjungan (rombongan, keluarga, individu) dan frekuensi kunjungan (1 kali, 2 kali, 3-4 kali, dan lebih dari 5 kali); Lama kunjungan (1 jam, 2-3 jam, lebih dari 4 jam); Motivasi kunjungan (hiburan/rekreasi, pendidikan, menyenangkan anak, alasan ketigatiganya); Penilaian terhadap fasilitas (baik, rata-rata, kurang, sangat kurang, tidak tahu); keluhan atau masukan responden terhadap fasilitas di kompleks Taman Wisata Candi Borobudur; Hal yang disukai responden dari Taman Wisata Candi Borobudur beserta fasilitas yang ditawarkan.

Hasil tanggapan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diberikan terhadap responden berdasarkan hasil survei baik melalui pengisian angket, wawancara walau tidak mendalam, maupun dari pengamatan didapatkan temuan-temuan berupa:

### Profil demografi responden

Responden dari kelompok pria dan wanita yang mengunjungi objek wisata Candi Borobudur mempunyai perbandingan yang hampir sama berkisar antara 54,33% untuk responden pria dan 45,66% untuk responden wanita. Pengunjung pria ternyata juga lebih responsif daripada pengunjung wanita. Dari hasil pengamatan terhadap responden yang diambil secara acak menunjukkan bahwa mereka mempunyai rentang usia antara 13-50 tahun, dan berlatar belakang sebagai pelajar, mahasiswa, karyawan, pegawai negeri maupun profesional.

Kebanyakan pengunjung dengan latar belakang pendidikan rendah kurang responsif ketika diminta mengisi angket dan diwawancarai.

### Profil psikografi responden

Bentuk kunjungan: sebagian besar responden melakukan perjalanan secara berkelompok/rombongan (38%). Kebanyakan dari mereka merupakan rombongan studi tour (ketika libur sekolah), karyawan suatu instansi/perusahaan maupun rombongan dari wilayah domisili. Kunjungan bersama keluarga (34,3%) selebihnya kunjungan bersama teman dan individu (27,6%).

Frekuensi kunjungan : hasil survei terhadap kemungkinan kunjungan ulang oleh wisatawan menunjukkan sebagian besar wisatawan (responden) memiliki keinginan untuk melakukan kunjungan ulang. Responden yang telah melakukan kunjungan 2 kali (28%), 3-4 kali (16%) dan lebih dari 5 kali (14,66%), sehingga kisaran yang telah melakukan kunjungan ulang sebanyak 59%. Selebihnya (41%) merupakan pengalaman pertama kalinya berkunjung di Taman Wisata Candi Borobudur.

Lama Kunjungan : sebagian besar responden berada di lokasi objek wisata Candi Borobudur rata-rata selama 2-3 jam (67%). Lebih dari 4 jam (19%) dan selebihnya selama 1 jam (8%).

Motivasi Kunjungan: sebagian besar responden memutuskan untuk berkunjung ke Taman Wisata Candi Borobudur untuk alasan hiburan atau rekreasi mencapai 57%, disusul alasan untuk tujuan pendidikan sebanyak 30,33%, alasan untuk menyenangkan anak-anak sebesar 10%, dan selebihnya untuk alasan ketiga-tiganya (hiburan, pendidikan dan menyenangkan anak-anak) 2,66%.

### Opini terhadap fasilitas

Survei yang menanyakan opini responden terhadap cukup memadainya fasilitas menunjukkan

bahwa sebagian besar responden (83,66%) menyatakan penilaian yang baik (memadai) terhadap fasilitas yang ada.

Namun demikian terhadap responden yang berkomentar kurang/buruk (11,66%). Walaupun sebagian besar responden memberikan opini bahwa fasilitas yang cukup/memadai, tetapi mereka juga menginginkan adanya penambahan/peningkatan kualitas (45,66%).

### Opini Terhadap Fasilitas Pendukung

Candi Borobudur dengan citranya yang sudah mendunia dan sebagai objek wisata yang dikemas dengan pola taman, telah mempunyai pola penataan yang terpadu dengan fasilitas pendukungnya. Namun demikian dari hasil survei menunjukkan bahwa pemanfaatan objek pendukung dan fasilitas-fasilitas di sekitar objek utama (Candi) terlihat kurang maksimal, terlihat dari pengalaman responden yang tidak/kurang total dalam melakukan kunjungannya.

Dari hasil data yang diberikan responden menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian (tidak tahu) dengan jumlah yang cukup signifikan pada fasilitas/objek pendukung antara lain: Hotel Manohora (52%), museum Karmawibhangga (14,3%). Theater audio visual (27,3%), MURI (24%), Taman Burung (40,33%), Sendratari Mahakarya Borobudur (51,33%) Atraksi Gajah (31%), Atraksi kesenian tradisional (35%), arena bermain anak (23%).

Hal tersebut dapat dimungkinkan antara lain oleh:

Rute perjalanan/kunjungan dari responden yang belum mengkaitkan objek/fasilitas pendukung tersebut dalam satu rangkaian urutan kunjungan. Bisa jadi hal ini dipengaruhi oleh faktor luasnya area taman, penempatan objek/fasilitas pendukung yang berjauhan (tidak

sejalur/segaris), kurangnya atau kurang jelasnya tanda-tanda penunjuk, faktor lama/tidaknya waktu kunjungan responden dan kurangnya promosi/publikasi dari pihak pengelola, serta keterbatasan ketersediaan informasi baik dari segi distribusi maupun bentuk dan kualitas material promosi. Di samping hal tersebut di atas, dapat disebabkan oleh faktor demografi wisatawan, misalnya tingkat pendidikan dari wisatawan itu sendiri mempengaruhi tinggi rendahnya minat untuk melihat dan menikmati museum, sikap dan sistem pendidikan pada masyarakat kita yang masih kurang menghargai sejarah dan budaya.

### Opini terhadap kualitas pengalaman

Survei mengenai opini responden terhadap kualitas pengalaman yang didapat menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan kualitas yang baik. Sebagian besar responden tidak mempunyai keluhan. Namun demikian, terdapat prosentase yang cukup signifikan yang menyatakan cukup/bahkan kurang ditandai dengan adanya keluhan-keluhan berupa:

- Keagresifan penjual asongan yang memaksa, sehingga responden terganggu.
- Jarak yang jauh antara tempat parkir dan objek wisata
- Serta jalan keluar yang dianggap sulit/berputar-putar
- Kesulitan mendapatkan toilet di dekat candi
- Kurangnya tempat istirahat dan berteduh saat hujan/panas
- Kebersihan tempat parkir dan toilet

### Opini terhadap objek wisata, dan kualitas lingkungannya

Sebagian besar responden berkomentar baik terhadap objek wisata yang berfokus pada produk utama, yaitu Candi Borobudur itu sendiri, juga terhadap upaya yang dilakukan oleh pihak pengelola

terhadap objek wisata terutama aspek kebersihan dan keindahan lingkungan taman dan objek atraksi tambahan lain.

Objek fasilitas-fasilitas pendukung di jalur pengunjung di Komplek Taman Wisata Candi Borobudur secara keseluruhan dinilai masih cukup baik oleh pengunjung. Namun demikian, terdapat adanya kelemahan terhadap pemanfaatan objek/fasilitas-fasilitas pendukung di sekitar objek utama (Candi Borobudur) tersebut kurang optimal, sehingga pengalaman pengunjung tidak/kurang total dalam melakukan kunjungannya. Hal tersebut dapat dimungkinkan antara lain oleh rute perjalanan/kunjungan dari responden yang belum mengkaitkan objek/fasilitas pendukung tersebut dalam satu rangkaian urutan kunjungan. Bisa jadi hal ini dipengaruhi oleh faktor luasnya area taman, penempatan objek/fasilitas pendukung yang berjauhan (tidak sejalur/segaris), kurangnya atau kurang jelasnya tanda-tanda penunjuk, faktor lama/tidaknya waktu kunjungan responden dan kurangnya promosi/publikasi dari pihak pengelola, serta keterbatasan ketersediaan informasi baik dari segi distribusi maupun bentuk dan kualitas material promosi. Di samping hal tersebut di atas, dapat disebabkan oleh faktor demografi wisatawan, misalnya tingkat pendidikan dari wisatawan itu sendiri mempengaruhi tinggi rendahnya minat untuk melihat dan menikmati museum, sikap dan sistem pendidikan pada masyarakat kita yang masih kurang menghargai sejarah dan budaya.

Menjadi suatu tantangan bagi pengelola dan pihak-pihak yang terkait lainnya untuk meningkatkan standar kualitas layanan, kenyamanan, pengalaman wisatawan dalam melakukan kunjungan, antara lain dengan:

- Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia di bidang kepariwisataan dalam pengelolaannya.
- Menambah ketersediaan informasi baik dari segi distribusi maupun bentuk dan kualitas material

promosi. Penambahan marka/tanda di lokasi objek pemasangan baliho atau spanduk yang mencolok di sekitar objek pendukung agar merangsang wisatawan untuk singgah, pembuatan brosur panduan objek pendukung dan pendistribusian secara kontinu, ucapan selamat datang dan rasa terimakasih atas kunjungan dan sekaligus mempromosikan objek pendukung secara lebih gencar dan mengena dihati pengunjung.

- Pemeliharaan yang intensif terhadap fasilitas dan lingkungan objek wisata.
- Meningkatkan service layanan kepada para pengunjung
- Pihak pengelola bekerjasama dengan pedagang asongan mempunyai kesepakatan untuk berdagang disatu titik saja agar tidak mengganggu kenyamanan pengunjung. ■

## DAFTAR PUSTAKA

- Daud Aris Tanudirjo, "Kualitas Penyajian Warisan Budaya kepada Masyarakat: Studi Kasus Manajemen Sumberdaya Budaya Candi Borobudur", **Laporan Penelitian**. PAU, Studi Sosial, UGM, 1993-1994.
- Daoed Yoesoef. **Borobudur**. (Jakarta: Kompas, 2004).
- I Gde Pitana, **Sosiologi Pariwisata**. (Yogyakarta: Andi Offset, 2005).
- Maulana Ibrahim & Linda Chaerosti. **Borobudur Dalam Data Depdikbud**. (Jakarta, 1996/1997).
- Spillane, James. **Pariwisata Indonesia Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan**. (Seri Siasat Kebudayaan). (Yogyakarta: Kanisius, 1994).
- Sharpley, R. **Metode Etnografi**. (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1997).
- Sukmono. **Satu Abad Usaha Penyelamatan Candi Borobudur**. (Yogyakarta: Kanisius, 1991).
- Soekmono. **"Riwayat Usaha Penyelamatan Tjandi Borobudur"**. Pelita Borobudur. Seri A.1. Departemen P dan K, 1972.
- Soekmono. **Pemugaran Candi Borobudur Selayang Pandang**. Proyek Pemugaran Candi Borobudur, 1983.
- Taman Wisata Borobudur. **Sekilas Taman Wisata**. (Magelang, 1989).
- Undang-undang No. 9 Tahun 1990. **Objek dan Daya Tarik Wisata**. (Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi, 1990).