

LAPORAN AKHIR PENELITIAN



**EVALUASI DAN STRATEGI PENINGKATAN KEPUASAN WISATAWAN
DESTINASI KLASIK DIY**

TIM PENGUSUL

**Umi Murtini, SE, M.Si.
Purnawan Hardiyanto, Drs.,M.Ec.,Dev**

FB Manajemen

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

November 2022

RINGKASAN

EVALUASI DAN STRATEGI PENINGKATAN KEPUASAN WISATAWAN
DESTINASI KLASIK DIY

Penelitian ini bertujuan untuk menilai tingkat kepuasan wisatawan dan mengusulkan strategi pengembangan destinasi klasik di DIY. Destinasi wisata yang diteliti adalah Kraton, Benteng Van Den Burgh, Taman Sari dan Candi Prambanan. Data penelitian menggunakan data primer yang diperoleh dari wawancara pada wisatawan, FGD dengan pengelola wisata dan Dinas Pariwisata DIY. Wawancara dilakukan dengan menggunakan wawancara terstruktur (dengan menggunakan panduan kuesioner).

Alat analisis yang digunakan adalah analisis SWOT, Indeks Kepuasan Wisatawan (IKW) dan matrik Cartesius. Hasil yang diperoleh dari IKW menunjukkan bahwa wisatawan puas dengan pelayanan dan destinasi klasik yang mereka kunjungi. Dari matriks Cartesius menunjukkan bahwa wisatawan merasa jangkauan destinasi wisata dengan menggunakan transportasi udara sangat diperlukan, tetapi kinerja variabel tersebut dirasakan masih sangat kurang. Oleh karena itu disarankan ada penambahan jumlah layanan pesawat udara ke dan dari Yogyakarta ke NYIA, serta menambah jumlah layanan kereta api bandara baik dari stasiun Magua, Lempuyangan dan Tugu. Layanan kereta api bandar aini akan mempermudah wisatawan dari dan ke NYIA.

Kata Kunci: Destinasi Klasik, IKW, Matrik Cartesius



PRAKATA

Dengan selesainya penelitian ini, maka kami panjatkan puji dan syukur kepada Tuhan yang telah menyertai dan menolong peneliti dalam setiap kesulitan yang peneliti hadapi. Tak lupa peneliti ucapkan terimakasih kepada LPPM Universitas Kristen Duta Wacana yang telah membiayai penelitian ini. Peneliti ucapkan terimakasih kepada para responden, pengelola wisata, serta dinas Pariwisata DIY yang telah bersedia diwawancara peneliti. Tak lupa peneliti berterimakasih pada mahasiswa yang telah bersedia menjadi numerator penelitian ini. Tanpa batuan semua pihak di atas, penelitian ini tidak akan selesai.

Peneliti menyadari bahwa laporan penelitian ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu peneliti berharap masukan dari setiap pembaca laporan penelitian ini demi semakin sempurnanya laporan dan penelitian tentang wisata destinasi klasik di Yogyakarta.

Akhir kata, peneliti berharap laporan penelitian ini bermanfaat bagi setiap pembaca.

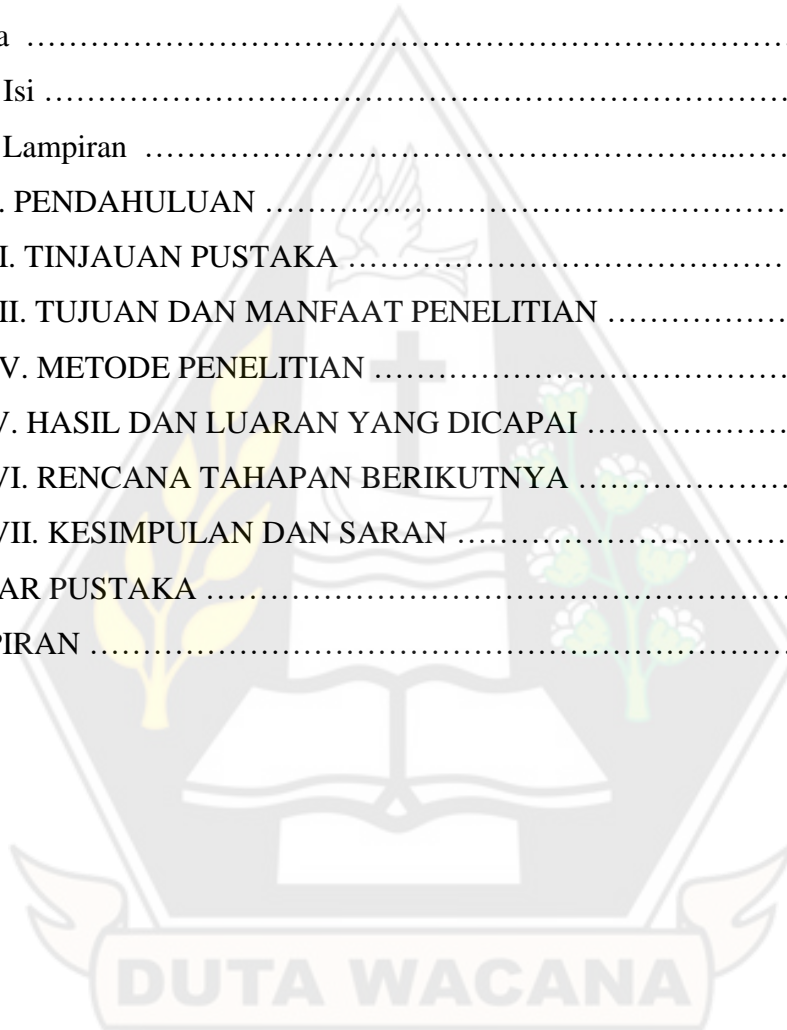
Yogyakarta, November 2022

Peneliti,

Umi Murtini, SE., M.Si., CRA

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Pengesahan	ii
Ringkasan	iii
Prakata	iv
Daftar Isi	v
Daftar Lampiran	vi
BAB I. PENDAHULUAN	1
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
BAB III. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	38
BAB IV. METODE PENELITIAN	40
BAB V. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI	52
BAB VI. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA	73
BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Hasil Olah Data Menggunakan SPSS

Lampiran3. Draft Artikel untuk Jurnal INOVASI (Sinta 3), FEB Universitas
Mulawarman



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki potensi besar untuk mendukung roda perekonomian Indonesia dan wilayah dibawahnya. Hal ini dikarenakan Indonesia memiliki keindahan alam dan keanekaragaman budaya sehingga terdapat berbagai macam potensi pariwisata baik itu wisata alam, wisata budaya, wisata religi dan jenis wisata lainnya yang menarik perhatian para wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun mancanegara. Keindahan bumi Indonesia sudah amat sangat terkenal di seluruh penjuru bumi bahkan wisatawan mancanegara rela mengeluarkan ribuan bahkan puluhan ribu dollar demi menikmati keindahan alam maupun budaya yang ditawarkan Indonesia seperti menelusuri hutan tropis, mendaki gagahnya gunung yang menjulang tinggi, mempelajari budaya daerah dan bahkan hanya ingin menikmati sinar mentari di pantai, dengan demikian Indonesia tidak tinggal diam untuk menawarkan setiap peluang pariwisata yang dimilikinya. Kegiatan di sektor pariwisata memberikan keuntungan dan manfaat bagi suatu negara atau daerah yaitu terdapatnya kesempatan kerja bagi masyarakat yang membawa dampak perekonomian seperti pendapatan masyarakat meningkat dan yang pada akhirnya dapat memberi dampak pada peningkatan pendapatan daerah.

Industri pariwisata mempunyai peranan yang penting dalam pembangunan dan pengembangan suatu daerah. Pada beberapa daerah di Indonesia, pariwisata menunjukkan potensi yang mampu menjadi sumber pendapatan utama seperti Pulau Bali. Diberlakukannya undang-undang No. 32 Tahun 2004 tentang otonomi daerah (OTDA), beberapa daerah di Indonesia mulai mengambil keputusan yang menarik untuk diterapkan di daerahnya, hal ini dikarenakan Undang-undang OTDA tersebut dimaksudkan untuk memberi keleluasan desentralistik kepada daerah untuk mengelola daerahnya sendiri serta memberi kebebasan kepada daerah untuk meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) lewat potensi yang dimiliki daerahnya (Roostika, 2012).

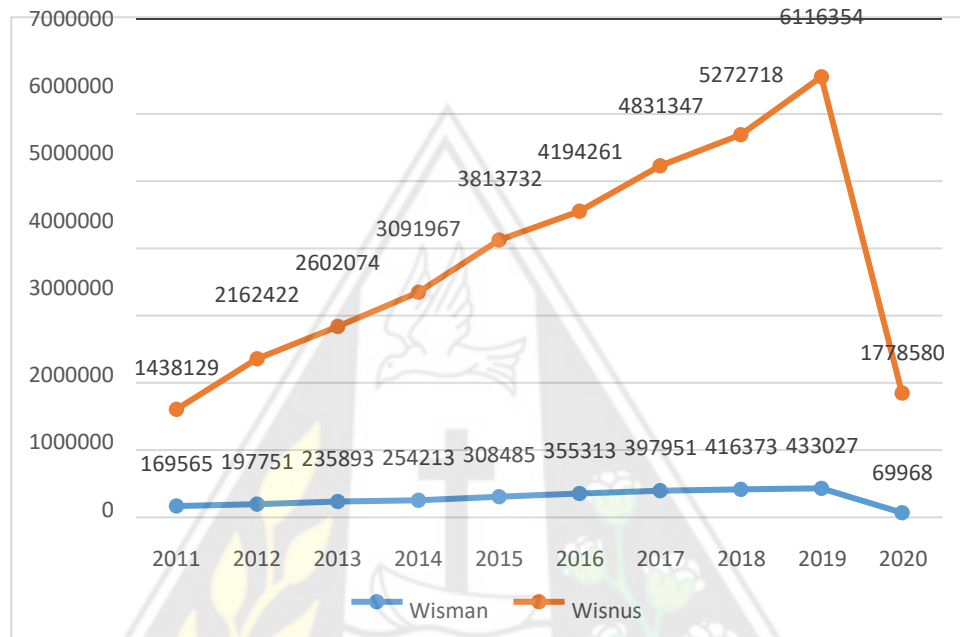
Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki beragam tempat wisata yang menarik dan merupakan destinasi wisata kedua setelah Bali. Potensi wisata yang beragam yang dimiliki oleh Yogyakarta diantaranya wisata alam, wisata budaya, wisata belanja, wisata kuliner dan wisata lainnya. Yogyakarta dikenal sebagai Kota Budaya karena memiliki kebudayaan yang tinggi dan bahkan merupakan pusat atau sumber kebudayaan Jawa dengan terdapatnya Kraton Kesultanan. Peninggalan seni-budaya masih dapat disaksikan pada monumen-monumen peninggalan sejarah seperti candi-candi, kraton dan tempat-tempat lainnya yang merupakan daya tarik bagi wisatawan. Nilai-nilai budaya masyarakat Yogyakarta terlihat juga pada bentuk arsitektur rumah penduduk (rumah joglo) yang banyak dikenal masyarakat di seluruh Indonesia, seni tari yang unik yang tidak kalah dengan daerah lainnya yaitu pertunjukan sendratari ramayana dan kendaraan andhong/dokar yang merupakan

peninggalan hasil karya leluhur sehingga lebih memperkuat kesan bahwa Yogyakarta sebagai daerah yang memiliki nilai-nilai budaya tradisional yang menarik. Selain itu wisata alam yang tidak kalah menariknya seperti Gunung Merapi yang memiliki pemandangan indah, pantai-pantai di wilayah selatan yang eksotis, gua-gua dengan stalaktit dan stalakmit yang menawan serta pesona alam lainnya yang menjadikan Yogyakarta sampai saat ini masih tetap merupakan daerah tujuan wisata yang terkenal di Indonesia dan mancanegara. Yogyakarta juga dikenal sebagai kota Perjuangan karena pernah menjadi basis perjuangan demi mempertahankan kemerdekaan dan juga dikenal sebagai kota pelajar yang dilihat dari banyaknya sarana pendidikan serta biaya pendidikan yang relatif terjangkau termasuk biaya pemenuhan kebutuhan hidup selama menempuh studi di Yogyakarta.

Dari data dibawah dapat dilihat perkembangan dari tahun ke tahun terjadinya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara ke Yogyakarta. Hal ini menjadi suatu tantangan besar bagi pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta dan juga masyarakat untuk tetap mempertahankan bahkan meningkatkan jumlah kunjungan karena bukan hanya Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki citra atau merek, melainkan daerah- daerah lain pun juga memiliki citranya masing-masing seperti Jakarta dengan slogan “ Enjoy Jakarta”, Bali dengan Slogannya “shanti shanti shanti”, Surabaya dengan slogan “Sparkling Surabaya”, Solo dengan slogan “The Spirit of Java”, Kabupaten Sumenep dengan slogannya “ The Soul of Madura” dan masih banyak

lagi daerah-daerah dengan slogannya masing-masing yang mampu memberikan efek emosional bagi wisatawan yang berkunjung.

Gambar 1.1. Jumlah Wisatawan di DIY (2011-2020)

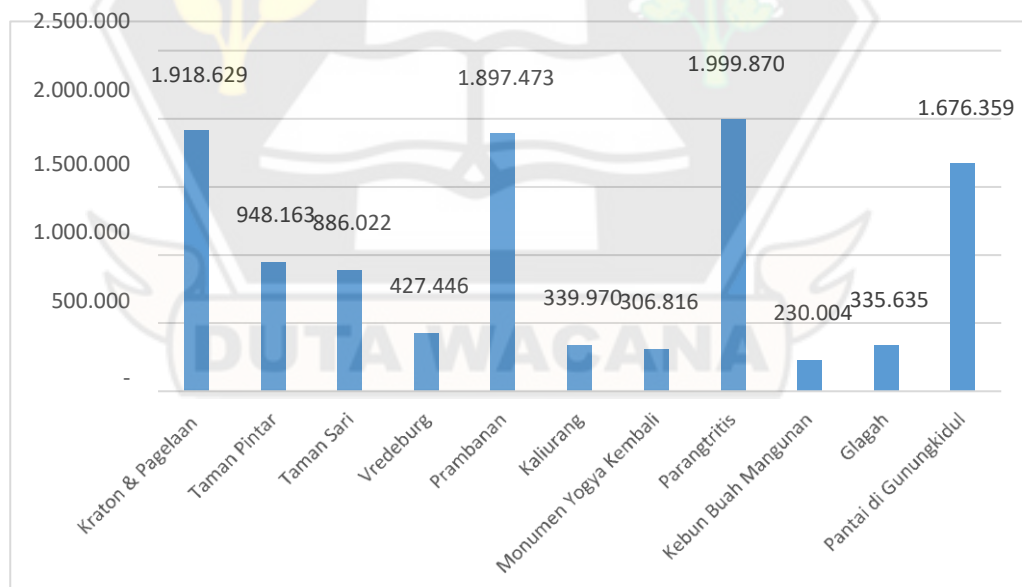


Sumber : Statistik Pariwisata DIY 2021. (diolah)

Peningkatan jumlah wisatawan di DIY tidak terlepas dari sisi penawaran (*supply side*) dimana pada 5 tahun terakhir ini pemerintah daerah giat melakukan inovasi dan pengembangan destinasi wisata baru diberbagai tempat, baik yang berupa wisata alam maupun buatan. DIY yang dahulu terkenal dengan Kraton, Candi Prambanan, Kebun Binatang Gembira Loka dan Kawasan Malioboro, sekarang menawarkan banyak pantai baru dan desa wisata baru diberbagai wilayah kabupaten. Destinasi lama seperti Malioboro dan Gembira Loka juga melakukan pembenahan yang sangat signifikan sehingga dirasakan semakin nyaman untuk para wisatawan. Namun demikian, masih harus diakui bahwa Kraton dan Taman Sari, Candi Prambanan, Benteng Vredeburg dan Pantai Parangtritis masih merupakan magnet utama dalam menarik wisatawan. Dengan bertambahnya

destinasi wisata yang ditawarkan maka rata-rata lama tinggal (*length of stay*) diharapkan mengalami peningkatan yang selama ini hanya 1,9 hari menjadi mendekati rata-rata nasional yang mencapai diatas 5 hari. Peningkatan rata-rata lama tinggal maka secara otomatis tingkat pengeluaran individu wisatawan juga naik dan dampaknya bagi perekonomian juga meningkat. Namun demikian data dilapangan sebelum terjadinya Covid-19 menunjukkan bahwa, icon destinasi wisata lama sampai sekarang masih merupakan favorit bagi wisatawan. Hal ini dibuktikan dengan tingkat kunjungan pada destinasi tersebut relatif lebih tinggi dibandingkan dengan tempat yang lain. Kondisi tersebut merupakan tantangan tersendiri bagi otoritas yang berberak di sub sektor pariwisata untuk bagaimana menghubungkan destinasi lama dengan yang baru sehingga satu dengan yang lain saling berhubungan. Grafik 1.2 Menunjukkan destinasi dengan kunjungan terbesar di wilayah DIY tahun 2019.

Gambar 1.2. Jumlah Wisatawan di DIY (2019)



Sumber : Statistik Pariwisata DIY 2019. (diolah)

Dengan fenomena tersebut di atas, maka tim peneliti memilih Kota Yogyakarta sebagai obyek dalam penelitian ini dengan judul: Perumusan Strategi Pengembangan Destinasi Klasik di Yogyakarta.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas dan judul penelitian ini, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah wisatawan puas terhadap destinasi klasik yang berada di Yogyakarta?
2. Atribut pariwisata destinasi klasik di Yogyakarta apa saja yang masih perlu dikembangkan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan?
3. Strategi pengembangan destinasi klasik Yogyakarta yang tepat seperti apa?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disebutkan di atas maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menilai tingkat kepuasan wisata terhadap destinasi klasik di Yogyakarta
2. Mendapatkan peta atribut-atribut destinasi klasik di Yogyakarta
3. Menentukan strategi pengembangan bagi destinasi klasik di Yogyakarta untuk meningkatkan kepuasan wisatawan.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat-manfaat antara lain:

1. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk pengembangan ilmu pengetahuan selanjutnya dan memberikan gagasan kepada pihak akademisi untuk dapat lebih lanjut menelaah tentang perkembangan manajemen strategi untuk industri khususnya industri pariwisata.

2. Bagi Pemerintah Kota Yogyakarta

Diharapkan penelitian ini bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi yang tepat untuk menjadikan Kota Yogyakarta sebagai daerah wisata yang menyenangkan dan mewujudkan keberhasilan dari slogan “Yogyakarta Istimewa”.

3. Bagi Peneliti

Dalam menambah wawasan dan pengetahuan penulis di bidang manajemen strategi, melatih cara berpikir yang kritis dan sistematis dalam menyelesaikan masalah dan mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang telah didapat selama kuliah.

1.5. Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini pembahasannya terbatas antara lain:

1. Tempat riset dalam penelitian ini bertempat di Kota Yogyakarta khususnya pada lokasi objek wisata budaya yang ada di Kota Yogyakarta yang masuk

dalam kategori klasik diantaranya Candi Prambanan, Keraton, Benteng Vendeburg, dan Taman Sari.

2. Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang sedang melakukan kunjungan ke Kota Yogyakarta dan yang sudah melakukan kunjungan ke Yogyakarta dan objek wisata budaya minimal sebanyak 2 kali serta yang berasal dari luar Daerah Istimewa Yogyakarta.



BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis di bab V maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Wisatawan pengunjung destinasi klasik Kraton, Benteng Van den Burgh, Taman Sari dan Prambanan sudah puas dengan pelayanan yang mereka dapatkan dari destinasi wisata tersebut,
2. Wisatawan pengunjung destinasi klasik candi Kalasan, candi Sari, Ratu Boko dan Sambu Sari masih merasa kurang puas terhadap layanan yang diberikan kepada pengunjung destinasi wisata klasik tersebut.
3. Wisatawan pengunjung destinasi klasik Kraton, Benteng Van den Burgh, Taman Sari dan Prambanan lebih puas dibandingkan wisata destinasi klasik candi Kalasan, candi Sari, Ratu Boko dan Sambu Sari.
4. Ketersediaan transportasi udara yang cukup bagi wisatawan serta transportasi dari dan ke NYIA dirasakan sangat penting bagi wisatawan yang bersal dari luar pulau jawa dan wisatawan manca negara, akan tetapi kinerja pelayanan untuk transportasi udara belum baik.

7.2. Saran

Berdasar hasil analisis dan beberapa kelemahan dalam pengelolaan wisata klasik yang ada, maka untuk tetap mempertahankan wisatawan yang sudah ada dan meningkatkan kunjungan maka disarankan:

1. Strategi pengelolaan destinasi wisata klasik untuk lebih meningkatkan kepuasan wisatawan dan akhirnya akan meningkatkan kunjungan adalah dengan memperbaiki fasilitas transportasi udara, khususnya dengan menambah jumlah penerbangan dari dan ke NYIA serta jumlah layanan (jadwal operasi kereta api bandara).
2. Strategi pengelolaan untuk destinasi wisata klasik candi Kalasan, candi Sari, Ratu Boko dan Sambi Sari adalah dengan menambah fasilitas umum, dan tempat berjualan baik untuk cendera mata maupun tempat untuk makan dan minum serta ketersediaan guide yang bisa memandu wisatawan selama mengunjungi destinasi wisata tersebut.
3. Strategi untuk meningkatkan pengunjung dengan membuat paket wisata, misalnya wisata sejarah candi. Dengan paket Prambanan, candi kalasan, candi Sari, Ratu Boko, dan sambi sari. Paket ini bisa dilakukan dengan tiket terusan yang harga relative lebih murah bila dibandingkan apabila wisatawan melakukan kunjungan sendiri (tidak menggunakan tiket terusan). Apabila menggunakan tiket terusan juga disediakan guide yang akan memandu wisatawan dan kendaraan khusus yang unik dan nyaman yang akan mengantar wisatawan menuju tempat-tempat sesuai paket yang tersedia, Dengan demikian keluhan wisatawan tentang tempat yang jauh dan sulit terjangkau dapat teratasi.

DAFTAR PUSTAKA

- A Pizam, GH Jeong, A Reichel, H van Boemmel, 2014. *The Relationship between Risk-Taking, Sensation-Seeking, and the Tourist Behavior of Young Adults: A Cross-Cultural Study*. Journal of Travel Research
- Basala, Sandra L. and David B. Klenosky. 2016, *Travel Style Preferences for Visiting a Novel Destination: A Conjoint Investigation Across the Novelty-Familiarity Continuum*, Journal of Travel Research, 40 (2), 172-182
- Baum, T.G. and Thompson, K.J. 2017. *Skills and labour markets in transition: a tourism skills inventory of Kyrgyzstan, Mongolia and Uzbekistan*. Asia Pacific Journal of Human Resources, 45 (2). pp. 235-255. ISSN 1038-4111
- Buhalis, D., 2018, *Strategic use of information technologies in the tourism industry*, *Tourism Management*, Vol.19(5), pp.409-421. [Paper awarded a Citation of Excellence by ANBAR Electronic Intelligence]
- Buhalis, D., 2018, The virtual tourism Enterprise: concepts, practices and lessons, *Papers de Turisme*, Vol.23, Agencia Valenciana del Turisme, Generalitat Valenciana, pp.197-209 (in English and Spanish)
- Goldman, G., Nakazawa, A. And Taylor, D. 2014. *Cost-Benefit Analysis of Local Tourism Development*: Western Rural Development Centre: Oregon State University
- James A. Chandler and Carol 2012. *Stello A Profile of Visitors at Heritage Tourism Destinations in East Tennessee according to Plog's Lifestyle and Activity Level Preferences Model*. A Journal of Travel Research, November; vol. 41, 2: pp. 161-166. Co
- Mathieson A and Wall G. 2012. *Tourism: Economic Physical and Social Impacts* Longman House, USA
- McCarthy, B.B., 2012: *Cultural Tourism: How the arts can help market tourism products –How tourism can help provide markets for the art*. Portland: Trade Paperback.
- Meidan, A. 2019 *Tourism Marketing Strategies*. In *Tourism Marketing and Management Handbook*, S. F. Witt and L. Moutinho, eds., pp. 525-528. Hempel Hempstead: Prentice-Hall.
- Peter Laimer Jürgen Weib 2016. *Data Sources on Tourism Expenditure The Australian Experiences taking into Account The Tboop Requirement*
- Plog, S. 2012. *The Power of Psychographics and The Concept of Venturesomeness*. Journal of Travel Research, 40, 244-251.