

BAB I

PENDAHULUAN

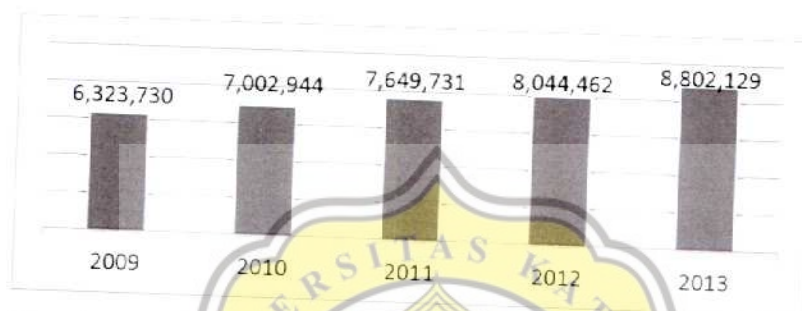
A. Latar Belakang

Pariwisata dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan bepergian yang dilakukan oleh seseorang atau lebih untuk sementara waktu menuju ke tempat-tempat yang letaknya diluar dari tempat tinggalnya dengan tujuan untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat berwisatanya. Para wisatawan akan melakukan kegiatan pariwisata didasari oleh berbagai macam bentuk faktor-faktor yang dapat mendorong mereka untuk pergi ke tempat lain. Faktor-faktor tersebut kemudian dibaca oleh para lembaga kepariwisataan di setiap tujuan wisata, yang selanjutnya direalisasikan menjadi sebuah obyek pariwisata yang dapat menjadi sebuah wadah bagi para wisatawan untuk mewujudkan hasrat dan keinginan berwisata mereka.

Suatu obyek wisata tidak akan berjalan tanpa adanya fasilitas-fasilitas yang turut mendukungnya. Disinilah letak dimana pariwisata dapat dipandang sebagai sebuah industri. Industri Pariwisata sendiri merupakan suatu industri produk dan jasa yang tidak hanya dihasilkan oleh satu perusahaan saja, namun terdiri dari banyak perusahaan yang berbeda satu sama lain namun saling melengkapi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan tersebut (Yoeti, 1980:5). Industri pariwisata bermanfaat bagi pariwisata dan menjadi faktor penting dalam pengembangan ekonomi, karena kegiatannya dapat mendorong meningkatnya jumlah industri-industri yang dapat berkaitan dengan jasa-jasa wisata seperti industri cenderamata, penginapan, transportasi, tempat makan, dll. Oleh karena itu, setiap negara di dunia—termasuk Indonesia—berusaha mengembangkan industri pariwisatanya sebaik mungkin agar dapat menarik para wisatawan asing untuk berkunjung ke negaranya.

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam dan budayanya. Kekayaan alam dan budaya tersebut dimanfaatkan oleh pemerintah dengan menjadikannya sebagai obyek-obyek wisata, seperti

pantai, danau, gunung, museum, monumen peninggalan, taman rekreasi, dan berbagai macam obyek wisata lainnya. Selain itu, juga terdapat berbagai macam fasilitas-fasilitas yang turut melengkapi dan mendukung jalannya sektor pariwisata di Indonesia. Keanekaragaman jenis obyek wisata serta fasilitas pendukungnya tersebut, mampu menarik wisatawan asing untuk berkunjung ke Indonesia. Berikut ini merupakan grafik yang menggambarkan jumlah kedatangan wisatawan asing dari tahun 2009 sampai 2013 di Indonesia.



Gambar 1.1 Grafik Perkembangan Jumlah Wisatawan Asing di Indonesia Periode 2009-2013

Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, 2014

Tabel di atas memperlihatkan bahwa jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun 2009 hingga 2013. Pada tahun 2009, jumlah wisatawan asing di Indonesia sebanyak 6.323.730 orang, kemudian pada tahun 2010 sebanyak 7.002.944 orang, dan sebanyak 7.649.731 orang pada tahun 2011. Ditahun 2012 jumlah wisatawan asing juga terus mengalami peningkatan, yaitu sebanyak 8.044.462 orang dan dilanjutkan pada tahun 2013 sebanyak 8.802.129 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa pariwisata di Indonesia sangat diminati oleh para wisatawan asing.

Seiring dengan bertambahnya jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia pada tahun 2013, turut bertambah pula jumlah devisa dari sektor industri pariwisata pada tahun 2013 yang mencapai US\$10,1 miliar atau naik 10,99 persen dibanding tahun 2012. (Badan Pusat Statistik, 2014). Ini menandakan bahwa sektor industri pariwisata merupakan

salah satu sektor ekonomi yang penting bagi Indonesia, sehingga perlu untuk terus dikembangkan.

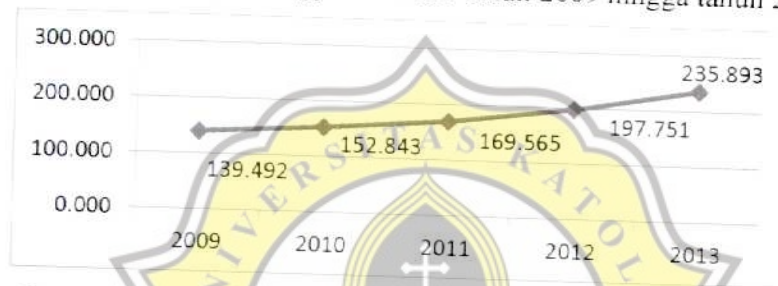
Indonesia sendiri memiliki banyak daerah yang dijadikan sebagai tujuan wisata bagi para wisatawan lokal maupun mancanegara. Namun, terdapat dua daerah yang sering menjadi rujukan para wisatawan untuk berwisata, yaitu Bali dan Yogyakarta. Kedua daerah ini dapat menarik minat para wisatawan karena masing-masing daerah berupaya untuk menonjolkan kekhasan budaya yang dimilikinya sebagai *point of difference* dari daerah lain. Yogyakarta sendiri, berusaha untuk menonjolkan kebudayaan Jawanya yang sangat kental pada produk pariwisata yang ditawarkan, dimana kebudayaan tersebut tercermin di lingkungan Yogyakarta dan di dalam kehidupan bermasyarakatnya.

Yogyakarta memiliki banyak sekali bentuk peninggalan seni budaya yang masih terawat dengan baik. Bentuk peninggalan-peninggalan tersebut seperti Keraton Kasultanan Yogyakarta Hadiningrat, Kota Gede, Taman Sari, Sitihiinggil, Monumen Jogja Kembali, Candi Prambanan. Selain itu, seni tari, adat-istiadat serta kesenian tradisionalnya juga masih terjaga kelestariannya hingga saat ini. Yogyakarta juga menyuguhkan kekayaan alamnya seperti kawasan Kaliurang, Desa Wisata, Gunung Merapi, Gunung Gambar, Pegunungan Karst, dan juga pantai Selatan yang terkenal dengan legenda Nyai Roro Kidulnya. Ketersediaannya fasilitas-fasilitas pendukung juga turut menunjang industri pariwisata di Yogyakarta yang berupa akomodasi, restoran/rumah makan, tempat hiburan, toko souvenir, dan sebagainya.

Dengan didukung oleh kesungguhan dari pihak pemerintah Yogyakarta sendiri dalam menjaga dan mengembangkan segala kekayaan yang dimiliki Yogyakarta tersebut, peningkatan di dalam sektor ekonomi pun dapat tercapai. Pada tahun 2013, sektor perdagangan, hotel, dan restoran menjadi penyumbang terbesar di dalam Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Yogyakarta, yaitu sebesar 20,65%. Kemudian diikuti sektor jasa-jasa di urutan kedua sebesar 20,16% (Badan Pusat Statistik, 2014). Data tersebut menunjukkan bahwa sektor-sektor yang berhubungan dengan industri

pariwisata Yogyakarta tersebut turut berperan penting dalam peningkatan sektor ekonomi Yogyakarta. Oleh karena itu, sektor pariwisata perlu untuk terus dikembangkan sehingga kemudian dapat menarik lebih banyak para wisatawan dan secara otomatis dapat meningkatkan ekonomi Yogyakarta.

Melalui kekayaan alam, peninggalan budaya, segala fasilitas, dan keramahan warganya, saat ini Yogyakarta mampu menjadi daya tarik para wisatawan asing, dengan semakin banyaknya wisatawan asing dari seluruh dunia yang menjadikan Yogyakarta sebagai pilihan destinasi wisata mereka. Berikut ini ditunjukkan sebuah grafik yang menggambarkan perkembangan jumlah wisatawan asing di Yogyakarta dari tahun 2009 hingga tahun 2013.



Gambar 1.2 Grafik Perkembangan Wisatawan Asing Yang Menginap di Yogyakarta Tahun 2009-2013

Sumber : Statistik Kepariwisata Yogyakarta, 2013

Secara kumulatif, terjadi kenaikan jumlah wisatawan mancanegara yang menginap di Yogyakarta setiap tahunnya. Dimulai dari tahun 2009 dimana jumlah wisatawan asingnya yaitu 139.492 wisatawan, tahun 2010 sebesar 152.843 wisatawan, kemudian pada tahun 2011 sebesar 169.565 wisatawan. Tercatat pada tahun 2012, jumlah wisatawan asing juga mengalami kenaikan dengan jumlah 197.751 wisatawan, dan pada tahun 2013 dengan pelonjakan jumlah wisatawan asing yang menuju pada angka 235.893 wisatawan. Data tersebut menunjukkan semakin meningkatnya kepercayaan wisatawan asing terhadap iklim kepariwisataan Yogyakarta yang kondusif.

Para wisatawan asing yang berkunjung ke Yogyakarta tersebut, berasal dari berbagai belahan dunia, baik itu dari benua Asia, Amerika, Eropa, Australia, maupun Afrika. Berikut ini akan dijabarkan jumlah wisatawan

asing terbanyak yang berkunjung ke Yogyakarta berdasarkan negara asal mereka. Dengan begitu, dapat diketahui wisatawan dari negara manakah yang sangat tertarik dengan pariwisata di Yogyakarta dan secara otomatis menjadikannya sebagai pangsa pasar yang *valuable* dan *profitable* bagi Yogyakarta.

Tabel 1.1 Peringkat Sepuluh Besar Wisatawan Asing Yang Menginap di Yogyakarta Tahun 2013

No.	Negara	Jumlah Wisatawan
1	Belanda	26.653
2	Jepang	25.301
3	Malaysia	22.226
4	Perancis	14.926
5	Singapura	12.576
6	Jerman	11.841
7	Amerika Serikat	11.138
8	Australia	9.582
9	Thailand	6.371
10	R.R. China	5.650

Sumber : Statistik Kepariwisata Yogyakarta, 2013

Setelah melihat peringkat sepuluh besar negara dengan wisatawan mancanegara terbanyak yang berwisata ke Yogyakarta pada tahun 2013, dapat diketahui bahwa mayoritas wisatawan asing yang datang ke Yogyakarta berasal dari Belanda, dengan jumlah wisatawan sebesar 26.653 dari total wisatawan asing di tahun 2013. Selain Belanda, dua negara dari benua Eropa yaitu Perancis dan Jerman turut berkontribusi terhadap jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Yogyakarta. Jumlah wisatawan asing dari Perancis merupakan peringkat keempat dengan jumlah wisatawan 14.926 orang dan diikuti dengan Jerman yang berada di peringkat keenam dengan jumlah wisatawan 11.841 orang. Data tersebut membuktikan bahwa wisatawan Eropa

sangat tertarik terhadap kepariwisataan Yogyakarta dan menjadikannya sebagai salah satu pangsa pasar yang *valuable* dan *profitable* bagi Yogyakarta.

Melihat besarnya peningkatan wisatawan yang datang di Yogyakarta, tanggapan dari para wisatawan Eropa terhadap kepariwisataan Yogyakarta merupakan hal yang perlu diperhatikan. Tanggapan yang dimaksudkan adalah berupa penilaian dari para wisatawan terhadap kepariwisataan di Yogyakarta yang dapat membantu dalam upaya peningkatan kualitas. Tanggapan wisatawan tersebut terkait dengan empat aspek utama yang dimiliki oleh sebuah destinasi pariwisata (Cooper dkk, 1993:81), yaitu *attractions* yang merupakan produk utama sebuah destinasi; *accessibilities* yaitu sarana transportasi untuk menuju dan selama berada di destinasi tujuan wisata dan segala infrastrukturnya yang berupa jalan raya, stasiun, bandara, terminal, rambu-rambu penunjuk jalan, dan lain-lain; *amenities* adalah segala fasilitas pendukung yang memenuhi kebutuhan wisatawan selama berada di destinasi, seperti tempat penginapan, restoran, tempat parkir, klinik kesehatan, sarana ibadah, dan lain-lain; serta *ancillary services* yang berkaitan dengan ketersediaan fasilitas yang diatur oleh pemerintah di tempat tersebut. Keempat aspek itulah yang dilihat, dirasakan dan dialami oleh para wisatawan, yang tentunya berujung pada munculnya berbagai tanggapan yang nantinya juga akan berdampak pada kemungkinan perilaku pasca kunjungan wisata terbentuk.

Melihat kembali pada Gambar 1.2, meningkatnya jumlah wisatawan asing yang menginap di Yogyakarta setiap tahunnya dari tahun 2009-2013, dapat turut menandakan bahwa banyak dari wisatawan asing yang memiliki kesan positif terhadap kepariwisataan Yogyakarta. Namun, dibalik kesan positif tersebut, tidak menutup kemungkinan adanya kesan negatif atau hal yang dinilai kurang baik oleh wisatawan terhadap kepariwisataan Yogyakarta. Segala bentuk kesan-kesan tersebutpun muncul disaat uji coba wawancara

yang berlangsung pada hari Selasa, 4 November 2014 di Jalan Prawirotaman, Yogyakarta. Dari hasil wawancara tersebut, muncul kesan positif dari wisatawan, yaitu:

"Yogyakarta is very wonderful, many interesting places in here, and people are friendly. It's a very nice place to visit." (Victor dan Irene)

Bagi mereka, Yogyakarta merupakan daerah yang patut untuk dikunjungi karena memiliki banyak objek wisata yang menarik dan penduduknya yang sangat ramah. Kemudian kesan negatif yang mereka sampaikan mengenai kepariwisataan Yogyakarta, yaitu:

"We didn't like Taman Sari because there's nothing special in there and it wasn't an interesting place" (Victor dan Irene).

Menurut mereka, salah satu kekurangan pada salah satu obyek wisata di Yogyakarta, yaitu Taman Sari yang dinilai bukan tempat yang menarik untuk dikunjungi. Kedua bentuk tanggapan yang tersebut hanyalah sebagian kecil dari berbagai macam tanggapan-tanggapan wisatawan asing yang akan dijabarkan pada penelitian ini. Melalui berbagai macam ragam pengalaman dan kesan yang wisatawan dapatkan dari aktifitas mereka selama di Yogyakarta, maka segala tanggapan wisatawan yang akan dijabarkan akan turut beragam pula, sesuai sudut pandang dan persepsi mereka masing-masing.

Sehubungan dengan tanggapan wisatawan asing, Devi Putri Maritha (2010) telah melakukan penelitian mengenai profil pola pengeluaran wisatawan asing *backpacker* di Yogyakarta. Di dalam penelitian tersebut, peneliti tidak hanya ingin mencari tahu pola pengeluaran wisatawan asing saja, namun juga opini mereka mengenai atraksi wisata beserta infrastruktur di Yogyakarta. Berikut ini adalah dua buah tabel yang menunjukkan hasil opini wisatawan asing yang diambil dari penelitian tersebut.

Tabel 1.2 Opini Responden Terhadap Atraksi Wisata di Yogyakarta

No	Atraksi Wisata	Opini (dalam %)		
		Bagus	Buruk	Tidak tahu
1	Landscape	88,0	4,0	8,0
2	Mountain	70,0	2,0	28,0
3	Beach	20,5	1,5	78,0
4	Historic & Modern Building	92,0	3,5	4,5
5	Castles	64,0	3,0	33,0
6	Monument	68,5	3,0	28,0
7	Garden & Park	44,5	9,5	46,0
8	Museum	55,5	12,0	32,5
9	Theaters	31,0	2,0	67,0
10	Art & Craft	83,5	2,5	14,0
11	History	81,5	3,0	14,5
12	Carnival	9,0	1,0	90,0
13	Festival	11,5	0,5	88,0

Sumber: Profil Pola Pengeluaran Wisatawan Asing Ala "Backpacker" di Yogyakarta (Maritha, 2010:111)

Tabel 1.3 Opini Responden Terhadap Infrastruktur di Yogyakarta

No.	Fasilitas	Opini (dalam %)		
		Bagus	Buruk	Tidak tahu
1	Akomodasi	99,0	1,5	0
2	Bus Trans Jogja	58,0	2,4	38,5
3	Bus Umum	39,0	6,0	55,0
4	Alat transportasi tradisional	67,5	4,0	28,5
5	Taksi	55,5	4,5	40,0
6	Restoran	93,0	3,0	4,0
7	Bank/Money Changer	79,5	1,0	19,5
8	TIC	44,5	24,5	31,0
9	Retail Outlet	55,5	3,0	41,5
10	Guide	54,0	2,0	44,0

Sumber: Profil Pola Pengeluaran Wisatawan Asing Ala "Backpacker" di Yogyakarta (Maritha, 2010:126)

Berdasarkan kedua tabel yang di cantumkan diatas, dapat terlihat bahwa persentase wisatawan asing yang memberikan opini "bagus" terhadap setiap atraksi wisata dan infrastruktur di Yogyakarta lebih besar dibandingkan dengan persentase wisatawan asing yang memberikan tanggapan buruk. Hal tersebut menunjukkan bahwa Yogyakarta memang merupakan daerah yang

dianggap menarik oleh wisatawan asing. Namun, data tersebut tidak didukung dengan penjelasan secara mendetail mengenai hal apa sajakah yang dianggap baik maupun yang buruk pada setiap atraksi wisata dan infrastrukturnya. Selain itu, terdapat hal yang cukup menarik dari tabel diatas yaitu banyak responden yang memberi opini "tidak tahu" terhadap pertanyaan yang diberikan. Hal ini dikarenakan responden di dalam penelitian Maritha (2010) dipilih melalui *random sampling* dan *accidental sampling* sehingga cukup banyak responden yang ternyata belum pernah merasakan, melihat, dan mengalami beberapa elemen pariwisata yang ditanyakan.

Berdasarkan alasan tersebut, penelitian yang menggunakan metode kualitatif ini, diharapkan dapat menggenapi penelitian yang telah dilakukan Maritha (2010) sebelumnya, karena tanggapan dari wisatawan akan digali secara lebih mendalam sehingga dapat diketahui dengan detail mengenai hal-hal yang dinilai baik maupun buruk didalam setiap elemen 4A kepariwisataan di Yogyakarta. Selanjutnya, demi menghindari ketidak tahuan dari para wisatawan, subjek dari penelitian ini merupakan wisatawan *independent* Eropa yang telah merasakan, melihat dan mengalami setiap elemen 4A kepariwisataan di Yogyakarta, sehingga kesan yang akan didapatkan lebih beragam sesuai kegiatan mereka selama berinteraksi dengan kepariwisataan Yogyakarta.

Keragaman kesan dari para wisatawan Eropa tersebut penting untuk diketahui dan dieksplorasi agar dapat sesegera mungkin menindak lanjuti hal negatif yang sekiranya perlu untuk diperbaiki serta menjadikan hal positif sebagai kata kunci dalam mengelola kegiatan pemasaran Yogyakarta. Tindakan tersebut penting untuk dilakukan karena sebagai produsen produk pariwisata, Pemerintah Yogyakarta diharapkan agar selalu melakukan *maintenance* terhadap segala komponen pariwisatanya sehingga jumlah peningkatan wisatawan asing setiap tahunnya dapat dipertahankan, khususnya wisatawan Eropa yang notabene merupakan salah satu pangsa pasar yang *valuable* dan *profitable* bagi Yogyakarta. Selain itu, dengan mengetahui keragaman kesan dari para wisatawan, dapat diketahui pula tingkat kepuasan

dari para wisatawan. Jika para wisatawan tersebut merasa puas akan kegiatan berwisata mereka selama di Yogyakarta, maka peluang para wisatawan tersebut untuk kembali lagi ke Yogyakarta akan semakin besar.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap para Wisatawan Eropa di Yogyakarta dengan menganalisa tanggapan mereka terhadap kepariwisataan Yogyakarta, dengan mengambil judul: **ANALISIS TANGGAPAN WISATAWAN EROPA TERHADAP 4A KEPARIWISATAAN YOGYAKARTA.**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tanggapan wisatawan Eropa terhadap *attractions* di Yogyakarta?
2. Bagaimana tanggapan wisatawan Eropa terhadap *accessibilites* di Yogyakarta?
3. Bagaimana tanggapan wisatawan Eropa terhadap *amenities* di Yogyakarta?
4. Bagaimana tanggapan wisatawan Eropa terhadap *ancillary services* di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas maka yang menjadi tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan wisatawan Eropa terhadap *attractions* di Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui tanggapan wisatawan Eropa terhadap *accessibilites* di Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui tanggapan wisatawan Eropa terhadap *amenities* di Yogyakarta.

4. Untuk mengetahui tanggapan wisatawan Eropa terhadap *ancillary services* di Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Pemerintah beserta dinas-dinas terkait mengenai tanggapan wisatawan asing Eropa terhadap 4A kepariwisataan di Yogyakarta. Penelitian ini bermanfaat untuk membantu mengetahui kelebihan dan kekurangan pada *attractions, accessibilities, amenities, dan ancillary services* kepariwisataan Yogyakarta dari sudut pandang para wisatawan Eropa.

Dengan mengetahui kelebihan dan kekurangan tersebut, Pemerintah Yogyakarta dapat mempertahankan serta meningkatkan kelebihan yang ada. Pada hal-hal yang dianggap kurang baik, pemerintah dapat melakukan pembenahan agar seluruh elemen kepariwisataan di Yogyakarta dapat beroperasi secara optimal dalam melayani permintaan para wisatawan asing khususnya wisatawan Eropa. Dengan begitu, jumlah kedatangan wisatawan asing dapat meningkat, dikarenakan kesan positif yang mereka peroleh dari setiap elemen kepariwisataan di Yogyakarta.

2. Secara Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi untuk penelitian yang akan datang mengenai tanggapan para wisatawan Eropa terhadap 4A kepariwisataan di Yogyakarta.