

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri pariwisata semakin menjadi idola di Indonesia. Hal ini terlihat dari performanya yang semakin meningkat setiap tahunnya dibandingkan dengan komoditas lainnya, seperti minyak, gas, batu bara, dan kelapa sawit yang terus merosot. Menurut data yang ditulis oleh Cahyu (2018), devisa pariwisata pada tahun 2015 mencapai USD 12,2 miliar per tahun dan menempati peringkat keempat di antara komoditas lainnya. Sedangkan pada tahun 2016 devisa pariwisata mencapai USD 13,5 miliar per tahun dan menduduki peringkat kedua setelah minyak sawit mentah (CPO) yang mencapai USD 15,9 miliar per tahun. Devisa pariwisata pun meningkat pesat mencapai USD 16,8 miliar per tahunnya pada tahun 2017.

Menurut Ketua Umum Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), Haryadi Sukamdani, sektor pariwisata Indonesia sendiri diproyeksikan mampu menyumbang produk domestik bruto sebesar 15 persen di tahun 2019 Arief (2018) yang artinya menghasilkan sekitar Rp 280 triliun bagi devisa negara.

Yogyakarta adalah daerah istimewa setingkat provinsi di Pulau Jawa, Indonesia. Luas wilayahnya 3.185,80 kilometer persegi atau sepersepuluh luas Jawa Tengah. Yogyakarta atau *Ngayogyakarta* (bahasa Jawa) merupakan nama

yang diberikan oleh Pakubuwono II (Raja Mataram tahun 1719-1727) sebagai pengganti nama pesanggrahan Garjitawati. Yogyakarta berarti Yogya yang kerta, Yogya yang makmur, sedangkan Ngayogyakarta Hadiningrat berarti Yogya yang makmur dan yang paling utama (Lintang, 2019).

Nama Yogyakarta sering dilafalkan berbeda-beda. Ada yang menyebutnya Yogyakarta, Yogya, Jogjakarta, atau Jogja. Variasi nama itu muncul akibat pelafalan yang berbeda-beda antar orang dari berbagai daerah di Indonesia. Unikny, hampir semua orang bisa memahami tempat yang ditunjuk meski cara pengucapannya berbeda (Daniel, 2019).

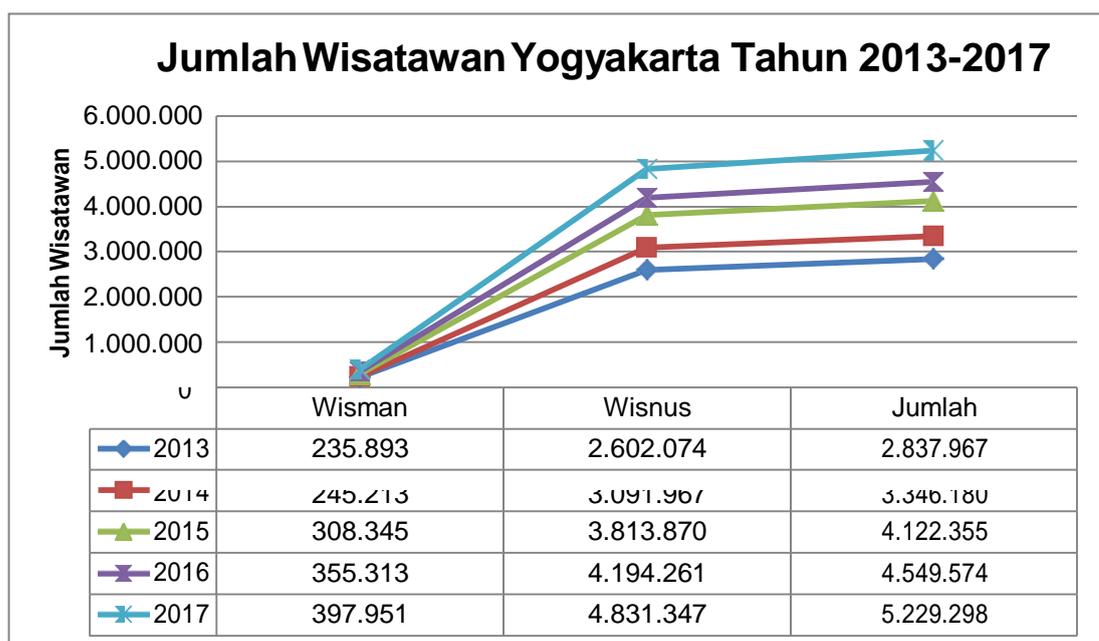
Karena kepentingan bisnis, nama Jogja kemudian menguat dan digunakan dalam slogan Jogja “*Never Ending Asia*”. Slogan tersebut dibuat untuk membangun citra Yogyakarta sebagai kota wisata yang kaya akan pesona alam dan budaya. Alasan dipilih 'Jogja' adalah karena diasumsikan lebih mudah dilafalkan oleh banyak orang, termasuk para wisatawan asing (Yunanto, 2018).

Yogyakarta mempunyai daya tarik tersendiri bagi wisatawan domestik maupun asing. Dalam peta kepariwisataan nasional, Yogyakarta menjadi destinasi wisata paling populer di Indonesia setelah Bali. Terdapat banyak sekali destinasi wisata yang menjadi andalan kota Yogyakarta, seperti wisata pantai, wisata budaya, wisata kuliner, wisata sejarah, wisata spiritual, wisata pendidikan, wisata merapi, dan lain sebagainya (Yanto, 2015).

Yogyakarta juga meraih penghargaan bidang pelayanan publik terbaik se-Indonesia dari Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (PANRB) Republik Indonesia. Penghargaan tersebut merupakan yang

pertama kalinya dilaksanakan oleh Kementerian PANRB. Penilaian untuk menetapkan Kota Jogja sebagai kota dengan pelayanan publik terbaik dilihat dari standar pelayanannya, kemudian prosedurnya apakah menyulitkan atau memudahkan dan juga diadakannya survei kepuasan masyarakat (Adi, 2017).

Untuk mengetahui perkembangan pariwisata di Yogyakarta salah satunya dapat diketahui melalui jumlah wisatawan yang datang setiap tahunnya. Berikut diagram yang menunjukkan jumlah wisatawan mancanegara (wisman) dan wisatawan nusantara (wisnus) yang melakukan kunjungan ke Kota Yogyakarta dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017 (Ci, 2018).



Gambar I. 1 Diagram Jumlah Wisatawan Yogyakarta
 Sumber: <https://visitingjogja.com/download/statistik-pariwisata/>

Dari diagram di atas terlihat bahwa jumlah wisatawan nusantara lebih mendominasi dibandingkan jumlah wisatawan mancanegara. Akan tetapi, jumlah wisatawan mancanegara selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Jumlah wisatawan mancanegara pada tahun 2013 berjumlah 235.893 orang dan kemudian

pada tahun 2017 jumlah wisatawan mancanegara naik menjadi 397.951 orang. Begitu pula dengan jumlah wisatawan nusantara, dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017 jumlah wisatawan nusantara juga selalu mengalami peningkatan. Sedangkan pada tahun 2013 jumlah wisatawan nusantara berjumlah 2.837.967 orang dan kemudian jumlah wisatawan nusantara bertambah menjadi 5.229.298 orang pada tahun 2017.

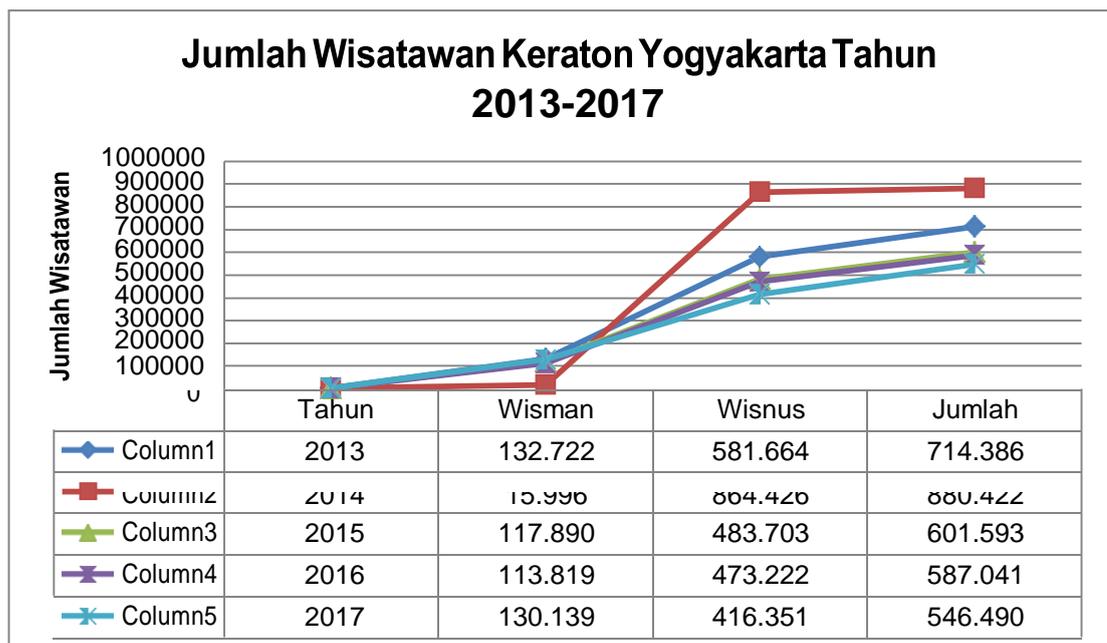
Pengembangan pariwisata berbasis potensi wisata sejarah dan budaya merupakan salah satu alternatif tujuan wisata suasana kehidupan budaya yang jauh dari kehidupan modern memberikan kesan yang berbeda bagi wisatawan. Yogyakarta telah ditetapkan menjadi satu-satunya kota di Indonesia yang mendapatkan gelar *City of Culture* ASEAN (Adhitya, 2018). Gelar itu diberikan lantaran Yogyakarta kaya akan situs atau peninggalan masa lalu yang unik dan khas, misalnya Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat.

Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat atau Keraton Yogyakarta merupakan istana resmi Kesultanan Ngayogyakarta Hadiningrat yang berlokasi di Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia. Keraton Yogyakarta mulai didirikan oleh Sultan Hamengku Buwono I beberapa bulan pasca Perjanjian Giyanti di tahun 1755 (Revi, 2016). Letak Keraton Yogyakarta di kelilingi oleh empat kekuatan alam, yakni Gunung Merapi di sisi utara, Pantai Selatan di sisi selatan, Sungai Code di sisi timur dan Sungai Winongo di sisi barat (Ivan, 2018).

Sebagian kompleks keraton merupakan museum yang menyimpan berbagai koleksi milik kesultanan, termasuk berbagai pemberian dari raja-raja Eropa, replika pusaka keraton, kereta kencana dan gamelan. Dari segi bangunannya,

keraton ini merupakan salah satu contoh arsitektur istana Jawa yang terbaik, memiliki beberapa balairung mewah dan lapangan serta paviliun yang luas (Exzy, 2015).

Dilihat dari jumlah wisatawan yang mengunjungi Keraton Yogyakarta beberapa tahun tahun terakhir, terlihat jelas bahwa terjadi penurunan jumlah wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Berikut diagram yang menunjukkan jumlah wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang melakukan kunjungan ke Keraton Yogyakarta dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017 (Ci, 2018).



Gambar I. 2 Jumlah Wisatawan Keraton Yogyakarta
 Sumber: <https://visitingjogja.com/download/statistik-pariwisata/>

Dari diagram dia atas terlihat jelas bahwa terjadi penurunan jumlah wisatawan yang melakukan kunjungan ke Keraton Yogyakarta. Walaupun pada tahun 2014 jumlah wisatawan Keraton Yogyakarta mengalami kenaikan sebesar

166.036 orang, namun pada tahun-tahun selanjutnya jumlah wisatawan Keraton Yogyakarta mengalami penurunan.

Menurunnya niat wisatawan untuk berkunjung ulang (*revisit intention*) ke Keraton Yogyakarta diduga karena kurangnya kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) saat berkunjung ke Keraton Yogyakarta. Berdasarkan artikel yang ditulis oleh Ruslan (2015) terdapat keluhan dari sejumlah wisatawan khususnya wisatawan mancanegara karena kurangnya keterangan tertulis yang menggunakan Bahasa Inggris sebagai informasi pendukung. Tidak adanya keterangan tertulis yang menggunakan Bahasa Inggris sebagai informasi pendukung di Keraton Yogyakarta, membuat para wisatawan mancanegara mengalami kesulitan dalam memahami objek yang dilihatnya. Akhirnya para wisatawan mancanegara hanya bisa mendapatkan informasi objek yang dilihatnya dengan mengandalkan informasi yang diberikan oleh pemandu.

Keluhan juga datang dari salah satu wisatawan Keraton Yogyakarta, yaitu Ibu Nurhayati yang berasal dari Solo. Ibu Nurhayati mengeluhkan tidak adanya keterangan tertulis mengenai lukisan yang terpajang di dinding-dinding Keraton. Tidak adanya keterangan tertulis tersebut membuat Ibu Nurhayati tidak mengerti sejarah dan makna yang terkandung dalam lukisan tersebut.

Permasalahan di atas diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Hyunjin (2013) yang menyatakan bahwa kepuasan wisatawan memiliki hubungan positif dengan niat mengunjungi kembali. Didukung juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Perovic, Moric, Pekovic dan Stanovicic (2018), yang menyatakan

bahwa kepuasan pengunjung memiliki hubungan positif dengan niat untuk mengunjungi kembali.

Menurunnya kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) saat berkunjung ke Keraton Yogyakarta disebabkan oleh banyaknya permasalahan yang terjadi di Keraton Yogyakarta. Salah satunya adalah kondisi fisik Keraton Yogyakarta yang sudah sangat memprihatikan. Terdapat sejumlah kerusakan bangunan yang terjadi di kompleks Keraton Yogyakarta. Sebagian besar benteng keraton kini telah dikuasai pribadi-pribadi dan tertutupi oleh bangunan hunian maupun pertokoan. Bahkan di sejumlah bagian, benteng keraton telah dijebol, sehingga tidak ada lagi batas antara luar dan dalam benteng (Djoko, 2015).

Adapun keluhan dari salah satu wisatawan Keraton Yogyakarta, yaitu Daniel yang berasal dari Salatiga. Menurut Daniel, kebersihan Keraton Yogyakarta kurang terjaga. Hal ini dikarenakan terdapat banyaknya debu yang menempel pada langit-langin, lampu, dan benda-benda yang ada di Keraton Yogyakarta. Selain debu ternyata banyak juga sampah yang berserakan di halaman Keraton Yogyakarta.

Keluhan juga datang dari wisatawan Keraton Yogyakarta lainnya, yaitu Sari yang berasal dari Batam. Menurut Sari, bangunan Keraton Yogyakarta banyak yang mengalami retak-retak. Selain retak-retak, hampir semua atap bangunan keraton sudah berkarat. Hal tersebut membuat Sari merasa khawatir ketika sedang berkeliling di keraton jika tiba-tiba bangunan tersebut rubuh dan menimpanya.

Beberapa permasalahan di atas membuat para wisatawan yang berkunjung ke Keraton Yogyakarta merasa tidak nyaman. Hal ini membuat wisatawan kurang

merasakan keterikatan tempat (*place attachment*) dengan Keraton Yogyakarta. Kurangnya keterikatan tempat (*place attachment*) pada wisatawan saat berkunjung ke Keraton Yogyakarta diduga menyebabkan kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) saat berkunjung ke Keraton Yogyakarta menurun. Hal ini didukung dengan penelitian dari Ramkissoon, Smith, dan Weiler (2013) yang membuktikan bahwa keterikatan tempat (*place attachment*) secara positif mempengaruhi kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*).

Fasilitas yang disediakan oleh Keraton Yogyakarta untuk wisatawan sudah tergolong lengkap. Di sana terdapat museum yang berisi barang bersejarah koleksi keraton Yogyakarta, seperti kereta kencana para raja Yogyakarta pada zaman dahulu, koleksi lukisan, benda pusaka seperti keris, tombak, dan perangkat musik. Selain itu, ada juga masjid untuk umat Islam melakukan ibadah, lahan parkir yang luas dan toko cinderamata yang menjual batik, keris dan lain sebagainya (Laksmi, 2017).

Fasilitas yang paling mencolok yang disediakan oleh Keraton Yogyakarta yaitu, pagelaran pentas seni yang sengaja digelar agar dapat disaksikan oleh wisatawan. Pagelaran pentas seni yang dapat disaksikan oleh wisatawan di antaranya, musik gamelan, wayang golek menak, pertunjukan tari, macapat, wayang kulit dan wayang orang (Adhitya, 2018). Pagelaran seni tersebut memiliki jadwal tampil yang berbeda. Berikut jadwal pagelaran seni yang ada di Keraton Yogyakarta:

Tabel I. 1 Jadwal Pagelaran Pentas Seni Keraton Yogyakarta

Hari	Pagelaran Pentas Seni	Waktu Tampil
Senin	Musik Gamelan	10.00 – 12.00 WIB
Selasa	Musik Gamelan	10.00 – 12.00 WIB
Rabu	Wayang Golek Menak	10.00 – 12.00 WIB
Kamis	Tari Tradisional	10.00 – 12.00 WIB
Jumat	Macapat	09.00 – 11.00 WIB
Sabtu	Wayang Kulit	09.30 – 11.30 WIB
Minggu	Wayang Orang	09.30 – 11.30 WIB

Sumber: Ria (2018)

Terdapat keluhan dari salah satu wisatawan Keraton Yogyakarta, yaitu Fardan yang berasal dari Jakarta. Menurut Fardan, dirinya tidak mengetahui adanya fasilitas pagelaran pentas seni yang disediakan oleh Keraton Yogyakarta. Hal tersebut disebabkan karena kurangnya informasi yang diberikan oleh pihak Keraton kepada wisatawan tentang fasilitas pagelaran seni. Karena kurangnya informasi tersebut, Fardan tidak dapat menyaksikan pagelaran pentas seni yang disediakan oleh Keraton Yogyakarta.

Dari permasalahan di atas dapat diduga bahwa kurangnya nilai yang dirasakan (*perceived value*) oleh wisatawan saat berkunjung ke Keraton Yogyakarta mengakibatkan kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) saat berkunjung ke Keraton Yogyakarta ikut berkurang. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Suhud dan Wibowo (2016) yang membuktikan bahwa, nilai yang dirasakan (*perceived value*) memiliki efek positif pada kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*).

Permasalahan selanjutnya yang ada di Keraton Yogyakarta yaitu mayoritas petugas Keraton Yogyakarta usianya sudah terlalu tua. Ketika saya mengunjungi Keraton Yogyakarta untuk melakukan observasi, saya sempat berkomunikasi dengan salah satu petugas keraton. Dikarenakan usianya yang terlalu tua, pendengarannya pun sudah berkurang, sehingga membuat saya harus berbicara dengan suara yang lebih keras. Selain itu petugas tersebut kurang mengerti bahasa Indonesia, yang mengakibatkan saya kurang mendapatkan informasi yang saya cari. Hal tersebut diduga dapat menyebabkan kualitas layanan (*service quality*) Keraton Yogyakarta menurun, sehingga nilai yang dirasakan (*perceived value*) oleh wisatawan saat berkunjung ke Keraton Yogyakarta juga ikut menurun. Hal ini didukung dengan penelitian dari Sardar Donighi dan Yousefi (2016) yang menyatakan bahwa kualitas layanan (*service quality*) berhubungan positif dengan nilai yang dirasakan (*perceived value*).

Jam berkunjung ke Keraton Yogyakarta bisa dikatakan sangat singkat. Keraton Yogyakarta buka dari jam 08.00 samapi 14.00 untuk setiap harinya. Khusus di hari Jumat Keraton Yogyakarta buka dari jam 08.00 sampai 12.00. Karena jam berkunjung ke Keraton Yogyakarta terbilang singkat, ini membuat wisatawan menilai kualitas layanan (*service quality*) di Keraton Yogyakarta masih kurang (Hariman, 2015).

Adapun keluhan dari salah satu wisatawan Keraton Yogyakarta, yaitu Wahyu yang berasal dari Bekasi. Menurutnya, kualitas layanan (*service quality*) di Keraton Yogyakarta harus ditingkatkan lagi. Hal tersebut dikarenakan kurangnya

sikap ramah petugas pada bagian loket pembelian tiket masuk Keraton Yogyakarta kepada wisatawan.

Keluhan lainnya datang dari Ibu Nurhayati yang berasal dari Solo. Menurut Ibu Nurhayati kualitas layanan (*service quality*) di Keraton Yogyakarta dinilai masih kurang baik dibandingkan dengan Keraton Solo. Hal tersebut dikarenakan kurangnya informasi yang diberikan pihak Keraton Yogyakarta kepada wisatawan. Setelah Ibu Nurhayati membeli tiket masuk di loket, tidak ada informasi mengenai arah pintu masuk. Selanjutnya Ibu Nurhayati merasa kebingungan karena tidak adanya petunjuk arah dan peta lokasi yang tertempel pada papan informasi.

Permasalahan di atas diduga dapat mengakibatkan kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) saat berkunjung ke Keraton Yogyakarta berkurang. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Hussain dan Al Nasser (2015) yang menyatakan bahwa kualitas layanan (*service quality*) berhubungan positif dengan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan paparan yang dikemukakan di atas, maka peneliti memperoleh gambaran bahwa *place attachment*, *perceived value*, *service quality* dan kepuasan wisatawan memberikan peranan terhadap niat berkunjung kembali ke Keraton Yogyakarta. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Niat Berkunjung Ulang ke Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat: Mengukur *Place Attachment*, *Perceived Value*, *Service Quality* dan Kepuasan Wisatawan”

B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan hal yang paling penting dalam suatu penelitian, hal ini diperlukan agar batasan masalah menjadi jelas sehingga dapat dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian. Adapun perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah *place attachment* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) di Keraton Yogyakarta?
2. Apakah *perceived value* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) di Keraton Yogyakarta?
3. Apakah *service quality* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived value* di Keraton Yogyakarta?
4. Apakah *service quality* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) di Keraton Yogyakarta?
5. Apakah kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) memiliki pengaruh positif terhadap niat berkunjung ulang (*revisit intention*) di Keraton Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *place attachment* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) di Keraton Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui apakah *perceived value* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) di Keraton Yogyakarta.

3. Untuk mengetahui apakah *service quality* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived value* di Keraton Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui apakah *service quality* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) di Keraton Yogyakarta.
5. Untuk mengetahui apakah kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) memiliki pengaruh positif terhadap niat berkunjung ulang (*revisit intention*) di Keraton Yogyakarta.

D. Kegunaan Penelitian

1. Teoretis

- a. Penelitian merupakan kesempatan yang baik untuk menerapkan teori kasusnya di bidang pemasaran ke dalam dunia praktik yang sesungguhnya serta untuk mengembangkan pemikiran mengenai *tourism marketing* terhadap suatu objek wisata budaya.
- b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi ataupun rujukan dalam pengembangan teori pengaruh *place attachment*, *perceived value*, *service quality*, terhadap *revisit intention* dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening study* pada objek wisata Keraton Yogyakarta.

2. Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang bermanfaat bagi unit pelaksana teknis Keraton Yogyakarta untuk mengetahui variabel-variabel mana yang belum sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga

akan mudah untuk melakukan pengembangan khususnya yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.