

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kota Yogyakarta adalah salah satu kota kuno yang ada di Indonesia yang masih bertahan hingga saat ini, bahkan semakin berkembang pesat, baik dalam segi sumber daya manusia maupun segi pariwisata. Pesona Kota Yogyakarta terlihat dari peninggalan-peninggalan sejarah, baik peninggalan dari Belanda maupun situs lokal budaya. Provinsi ini pernah menjadi ibukota negara pada masa lalu. Oleh karena itu, Yogyakarta disebut daerah istimewa. Sebutan Yogyakarta sebagai kota pariwisata menggambarkan potensi provinsi ini dalam kacamata pariwisata. Yogyakarta adalah daerah tujuan wisata yang dikembangkan di salah satu wilayah pendidikan, wisata belanja, wisata sejarah, dan wisata kuliner. Dari dulu hingga sekarang, wisata belanja yang ramai dikunjungi oleh wisatawan mancanegara maupun domestik adalah wisata belanja dikawasan Malioboro, selain itu ada pula pasar Beringharjo.

Upaya Pemerintah Daerah (Pemda) Daerah Istimewa Yogyakarta dalam mendongkrak angka wisatawan mulai membuahkan hasil. Terbukti, target kunjungan wisata domestik dan mancanegara tahun 2017 yang dicanangkan, berhasil dilampaui. Kepala Dinas Pariwisata DIY, Aris Riyanta, mengatakan, pada tahun 2017 lalu, terdapat 4,7 juta wisatawan domestik berkunjung ke Yogyakarta. Jumlah tersebut, sudah melampaui target 4,5 juta wisatawan domestik, yang telah dicanangkan sebelumnya. Sedangkan untuk wisatawan asing, atau mancanegara, jumlahnya tercatat mencapai 397.000 orang yang berkunjung ke Yogyakarta selama 2017. Setali tiga uang dengan turis lokal, jumlah tersebut berhasil melewati target yang

dipatok, yakni 387.000 wisatawan. "Pergerakan wisatawan juga meningkat, mencapai 23,7 juta, melebihi target 22,2 juta," katanya, saat dijumpai di Kepatihan, Komplek Kantor Gubernur DIY, Yogyakarta, Jumat (2/2/2018). Aris menuturkan, dengan peningkatan cukup signifikan tersebut, untuk tahun 2018, pihaknya menaikkan target kunjungan wisatawan sekitar 10 persen dari jumlah kunjungan sebelumnya. Ia pun optimis, capaian tahun ini bisa kembali melampaui target. "Ya, untuk tahun 2018 ini, kami memproyeksikan naik 10 persen dari realitas tahun lalu. Pasti akan lebih tinggi. Periodiknya, per tahun naik 10 persen. (*tribunjogja*)

Tabel 1.1.
Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke DIY Tahun 2013 – 2017

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Pertumbuhan	Wisatawan Nusantara	Pertumbuhan	Wisatawan Mancanegara dan Nusantara	Pertumbuhan
	(Jumlah)	(%)	(Jumlah)	(%)	(Jumlah)	(%)
2013	235.893	19,29	2.602.074	50,36	2.837.967	20,24
2014	254.213	7,77	3.091.967	18,83	3.346.180	17,91
2015	308.485	21,35	3.813.720	23,34	4.122.205	23,19
2016	355.313	15,18	4.194.261	9,98	4.549.574	10,37
2017	397.951	12,00	4.831.347	15,19	5.229.298	14,94

Sumber: Statistik keparawisataan 2017 Dinas Parawisata DIY: Laporan pertumbuhan wisatawan asing dan nusantara ke DIY tahun 2013 – 2017

Data yang disajikan di atas menunjukkan pada setiap tahunnya wisatawan domestik dan internasional selalu meningkat. Dengan pertumbuhan yang tinggi tersebut nampak bahwa kunjungan wisata di Daerah Istimewah Yogyakarta sangat menarik bagi wisatawan domestic dan internasional. Selain mempunyai daya tarik yang berbeda dengan kota yang lain di Indonesia, Daerah Istimewah Yogyakarta masih sangat kental dengan budayanya yang masih terasa, menjadikan pada wisatawan tertarik untuk berkunjung dan berpariwisata. Otonomi yang dilakukan di negara kita

akan mendorong setiap daerah untuk mengeksploitasi sumber-sumber pendapatan daerahnya semaksimal mungkin. Hal ini juga dilakukan oleh Yogyakarta.

Terdapat empat potensi daerah yang cukup menarik untuk terus dikembangkan. Pertama, Yogyakarta sebagai kota pendidikan. Sebutan Yogyakarta sebagai kota pendidikan mengacu pada jumlah lembaga pendidikan dan kualitas pendidikan di Yogyakarta. Banyaknya jumlah lembaga pendidikan mulai pendidikan pra-sekolah sampai dengan perguruan tinggi. Kualitas lulusnya pun telah mendapatkan pengakuan berbagai pihak. Potensi Yogyakarta sebagai kota pendidikan ini menyebabkan banyak sekali generasi muda dari berbagai daerah yang ingin meneruskan pendidikannya di Yogyakarta, terutama pendidikan menengah (SMU/SMK) dan pendidikan tinggi. Kedatangan para pelajar dan mahasiswa tersebut tentu saja memunculkan kegiatan bisnis seperti rumah makan, tempat tinggal, perdagangan buku, rental, alat-alat kost, dan tempat hiburan.

Kedua, Yogyakarta sebagai kota budaya. Predikat kota budaya yang diberikan pada Yogyakarta mengacu pada keberadaan Kraton Yogyakarta yang dipandang sebagai pusat kebudayaan Jawa. Disamping itu, banyak sekali budayawan dan sastrawan yang bertempat tinggal di Yogyakarta. Predikat kota budaya juga didukung oleh berbagai kegiatan kebudayaan seperti sekantenan dan labuhan. Potensi-potensi budaya ini jika dikelola dengan baik akan menjadi aset pariwisata yang cukup handal dan mampu menarik wisatawan untuk datang ke Yogyakarta.

Ketiga, Yogyakarta sebagai kota pariwisata. Predikat kota pariwisata diberikan pada Yogyakarta karena sudah lama kota Yogyakarta menjadi daerah tujuan pariwisata baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Hampir setiap hari terutama pada saat

musim liburan, banyak sekali wisatawan yang mengunjungi Prambanan, Kraton, Pantai Parangtritis, dan Malioboro untuk melakukan perjalanan wisata baik wisata umum maupun studi wisata. Jika predikat kota pariwisata ini tetap dipertahankan dan ditambah lagi dengan penyempurnaan berbagai sektor pariwisata yang terdapat di beberapa daerah di Yogyakarta, seperti Kabupaten Gunung Kidul yang terkenal dengan keindahan pantainya, Kabupaten Sleman dengan wisata alam kaliurang dan merapi jeep tour, Kabupaten Bantul terkenal dengan wisata alam, pantai dan kerajinan yang terletak di daerah Kasongan, Kabupaten Kulonprogo tidak kalah menarik dengan kabupaten lainnya yaitu wisata alam seperti Kali Biru merupakan tempat yang menarik bagi wisatawan.

Keempat, Yogyakarta sebagai kota perjuangan. Predikat kota perjuangan diberikan pada Yogyakarta dengan mengacu pada berbagai peristiwa sejarah perjuangan bangsa Indonesia yang terjadi di Yogyakarta. Sejumlah peristiwa sejarah pada akhirnya meninggalkan kenangan berupa tempat-tempat bersejarah, museum perjuangan, rute perjalanan gerilya, dan makam para pahlawan.

Perkembangan dunia hiburan di Yogyakarta cukup pesat, dapat dilihat dari pertumbuhan hiburan yang tumbuh dari tahun 2012, dimulai dari Taman Pintar hingga *Kids Fun*. Berbagai jenis dan keanekaragaman jenis pariwisata sudah tersaji. Masyarakat memiliki beberapa alternatif untuk memilih jenis pariwisata mana yang sesuai dengan karakter dan kebutuhan masing-masing.

Berangkat dari hal tersebut, maka menjadi tantangan bagi para *stakeholder* berupaya untuk membangun sebuah citra taman hiburan yang edukatif dan menghibur masyarakat, serta membanggakan warga Yogyakarta. Pihak dari stakeholder kali ini

adalah Kusuma Agrowisata bersama pihak Provinsi Yogyakarta bahu membahu menciptakan taman hiburan bagi masyarakat agar dapat meningkatkan wisatawan yang singgah di Yogyakarta. Tingginya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta dan pihak dari swasta yang berlomba membangun taman hiburan yang sejenis membuat daya saing di sektor pariwisata semakin menarik. Kusuma Agrowisata sejak dibangun pada tahun 1991 menjadi perintis wisata agro di tanah air. Pengalaman dalam pengelolaan tempat wisata yang ada di kota batu membuat Kusuma Agrowisata ingin meningkatkan jaringan tetapi tetap dalam lini pariwisata. Maka, Sindu Kusuma Edupark (SKE) menjadi jawaban yang akan bersaing dengan tempat wisata yang ada di Yogyakarta dan menjadi nomer 1 adalah sebuah tantangan yang sangat besar.

Minat masyarakat untuk berkunjung ke obyek wisata tidak terlepas dari perilaku konsumen, yang mana perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller (2009) perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Untuk itu perusahaan dalam memasarkan produk dan jasanya agar sesuai dengan kebutuhan konsumen, dibutuhkan suatu pendekatan analisis perilaku konsumen untuk menerapkan strategi pemasaran. Dengan memahami perilaku konsumen, pemasar dapat menganalisis persaingan dan menyesuaikan strategi pemasaran dengan yang dipikirkan dan dirasakan oleh konsumen tentang produk serta jasa untuk diarahkan sesuai dengan harapan pemasar.

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis (Kotler dan Keller 2009). Keterkaitan antara hal-hal yang dipengaruhi dalam sikap dan tingkah laku konsumen berdampak pada semakin hati-

hatinya konsumen dalam mengambil suatu keputusan. Keputusan terkait dalam berkonsumsi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, masyarakat memerlukan suatu keputusan yang dapat menjadikan mereka tetap berminat untuk berwisata. Proses pengambilan keputusan merupakan problema yang harus di perhatikan oleh stakeholder yang bergerak dalam industri jasa hiburan taman bermain, diperlukan kemampuan untuk melihat, mengenal dan mengintegrasikan problema. Untuk meraih keberhasilan, pemasar harus melihat lebih jauh dari macam-macam faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung dan mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana konsumen melakukan keputusan berwisata. Demikian pula dalam memilih destinasi obyek wisata, faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh dalam keputusan berkunjung. Dalam penelitian ini peneliti ingin menganalisis sejauh mana faktor perilaku konsumen berpengaruh dalam menentukan keputusan berkunjung pada sebuah obyek wisata yang terdapat di Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Mas Oetarjoe (2013) yang berjudul Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Minat Berkunjung ke Wisata Bahari Lamongan. Pada penelitian ini memiliki perbedaan pada objek penelitian dari penelitian yang dilakukan oleh Mas Otarjoe. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai ***“Pengaruh Faktor Budaya, Faktor sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologi terhadap Keputusan Berkunjung ke objek wisata Sindu Kusuma Edupark (SKE) di kota Yogyakarta”***.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Bedasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis merumuskan permasalahan yang ada yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata wahana bermain Sindu Kusuma Edu Park di kota Yogyakarta ?
2. Apakah faktor social berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata wahana bermain Sindu Kusuma Edu Park di kota Yogyakarta ?
3. Apakah faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata wahana bermain Sindu Kusuma Edu Park di kota Yogyakarta ?
4. Apakah faktor psikologi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata wahana bermain Sindu Kusuma Edu Park di kota Yogyakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Bedasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis merumuskan permasalahan yang ada dalam penelitian ini yang bertujuan sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh faktor budaya terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata wahana bermain Sindu Kusuma Edu Park di kota Yogyakarta.
2. Menganalisis pengaruh faktor sosial terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata wahana bermain Sindu Kusuma Edu Park di kota Yogyakarta.
3. Menganalisis pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata wahana bermain Sindu Kusuma Edu Park di kota Yogyakarta.
4. Menganalisis pengaruh faktor Psikologi terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata wahana bermain Sindu Kusuma Edu Park di kota Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberi manfaat sebagai pengkajian suatu masalah dari aspek ilmiah ini akan dapat memperkaya dan mempertajam daya analisis penulis dan menambah khasanah penelitian dalam menganalisis faktor perilaku konsumen yang mempengaruhi pengunjung untuk melakukan keputusan berkunjung ke obyek wisata wahana Sindu Kusuma Edu Park.