

ANALISA MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN TERHADAP DAYA TARIK WISATA DI KAMPUNG KETANDAN YOGYAKARTA

Arina Pramusita¹, Yuni Wachid Asrori²

¹Bisnis Perjalanan Wisata (D4) Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada,
arina.pramusita@ugm.ac.id

²Bahasa Korea (D3) Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada,
yuniwachid@ugm.ac.id

ABSTRAK

Kampung Ketandan merupakan kawasan Pecinan dengan potensi wisata yang menarik untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata budaya dan menarik kunjungan wisatawan. Pengembangan wisata yang kurang serta rendahnya tingkat kesadaran masyarakat terhadap potensi dan pengembangan wisata merupakan persoalan yang ada di kampung Ketandan. Penelitian ini bertujuan untuk 1) menganalisa minat wisatawan untuk berkunjung di Kampung Ketandan, 2) mengetahui atraksi yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung di Kampung Ketandan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan analisa deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, kuisioner, dan wawancara. Hasil penelitian menyebutkan bahwa minat kunjungan wisatawan ke Kampung Ketandan cukup tinggi, *image* Pecinan Jogja dan budaya Tionghoa menjadi daya tarik wisata yang menarik kunjungan wisatawan

Keyword : wisata budaya, destinasi, wisatawan, minat, kampung ketandan

ABSTRACT

Kampung Ketandan is a chinatown area with cultural potentials to be developed as marketable tourism product for tourist. The less optimally exploited potentials of Kampung Ketandan and lower community awareness in tourism development have been the main problem of Kampung Ketandan. This study aims to 1) analyze tourist intention to visit Kampung Ketandan, 2) to find out the main attraction that drive tourist visit in Kampung Ketandan. The method used in the research is quantitative descriptive with analysed descriptive, and research data collecting by questineaire, observation, and interview. The results showed that tourist intention to visit Kampung Ketandan was quite high, the image of Yogyakarta's Chinatown and Chinese culture was the main tourism attraction that attracted tourist to visits.

Keyword : cultural tourism, destination, tourist, intention, kampung ketandan

PENDAHULUAN

Kota Yogyakarta merupakan salah satu destinasi wisata yang memiliki image budaya yang sangat kuat. Banyak wisatawan yang datang ke Yogyakarta karena tertarik akan kebudayaan yang khas dan masih dilestarikan oleh masyarakatnya sampai saat ini. Menurut survey yang dilakukan

oleh Google pada tahun 2018, kota Yogyakarta menempati posisi ke tiga sebagai kota yang banyak dicari oleh wisatawan (Clinton, 2018). Yogyakarta memiliki sejumlah atraksi wisata baik wisata alam maupun budaya yang menarik untuk dikunjungi. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan strategis yang diharapkan

dapat memberikan manfaat ekonomi dan kesejahteraan di wilayah Yogyakarta. Oleh karena itu pemerintah Yogyakarta giat mengembangkan sejumlah daya tarik wisata dan sarana pendukungnya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Daya Tarik Wisata merupakan salah satu elemen penting dalam pariwisata. Daya Tarik Wisata terdiri dari tiga elemen yaitu wisatawan, atraksi dan informasi (Kristiana dan Liana, 2019). Sebuah produk wisata memerlukan pengembangan yang tepat sasaran supaya menjadi destinasi wisata yang dikenal luas dan memberikan kepuasan kepada wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Peningkatan kunjungan Wisatawan dapat dicapai apabila suatu destinasi wisata menyadari pentingnya peran pengaruh Daya Tarik Wisata dalam hal ini keaslian, keindahan, dan keunikan sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan.

Kotler et al (2016) mengatakan bahwa minat kunjungan wisatawan sama dengan minat pembelian, dimana konsumen atau wisatawan memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu sebelum membuat keputusan. Minat kunjungan wisatawan merupakan dorongan yang muncul karena adanya keinginan untuk melihat atau mengunjungi suatu daya tarik wisata. Dorongan tersebut berasal dari berbagai hal seperti profil, karakteristik dan keunikan yang dimiliki sebuah objek wisata, cerita dari teman, tayangan berita, postingan di social media dan sebagainya

Citra kota Yogyakarta yang lekat dengan wisata budaya merupakan salah satu faktor pendorong kunjungan wisatawan, berbagai jenis atraksi budaya yang unik dan khas merupakan daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Kampung Ketandan merupakan sebuah pemukiman yang dihuni oleh masyarakat keturunan Tionghoa di Yogyakarta, di kawasan ini masih dijumpai sejumlah bangunan dan arsitektur bernuansa Tiongkok. Sebagian besar masyarakat yang tinggal di sana

adalah pedagang. Posisi kampung Ketandan yang cukup strategis yaitu di kawasan Malioboro, sehingga mudah diakses oleh wisatawan. Di kampung ini setiap tahun diselenggarakan sejumlah event seperti Festival Budaya Tionghoa saat perayaan Imlek.

Keberadaan kampung Ketandan ini cukup unik karena lokasi kampung Ketandan berada di sebelah tenggara perempatan antara Jalan Malioboro, Jalan Margo Mulyo, Jalan Pajeksan, dan Jalan Suryatmajan. Pemerintah Kota Yogyakarta telah menetapkan kampung Ketandan sebagai kawasan Pecinan, dan ke depan akan dikembangkan sebagai kampung wisata. Bangunan-bangunan di kawasan ini akan dibuat dengan arsitektur Tionghoa. Sementara bangunan yang sudah atau masih berarsitektur Tionghoa akan dikonservasi dan dipertahankan.

Arsitektur bangunan di kampung Ketandan didominasi oleh nuansa tempo dulu, yaitu dengan bentuk bangunan rumah yang memanjang ke belakang karena digunakan sebagai toko dan tempat tinggal. Ketandan juga merupakan saksi sejarah akulturasi antara budaya Tionghoa, Keraton dan masyarakat Yogyakarta. Di kawasan inilah banyak masyarakat Tionghoa tinggal dan membangun kehidupan, sehingga akhirnya oleh Pemerintah Kota Yogyakarta, Kampung Ketandan ditetapkan sebagai kawasan Pecinan Kota Yogyakarta.

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dikatakan bahwa kampung Ketandan memiliki peluang yang cukup besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata. Hal ini dapat dilihat dari semakin berkembangnya atraksi wisata serta sejumlah fasilitas dan infrastruktur yang ada disana. Atraksi wisata merupakan salah satu elemen utama yang harus dimiliki destinasi wisata. Atraksi berhubungan dengan aktivitas apa yang dapat dilakukan oleh wisatawan ketika berada di destinasi wisata. Atraksi wisata merupakan faktor penarik kunjungan wisatawan. Supaya bisa menarik perhatian dan kunjungan

wisatawan sebuah atraksi wisata harus memiliki daya tarik khas yang unik dan menarik. Dengan mengembangkan atraksi wisata yang unik dan khas destinasi wisata dapat menciptakan diferensiasi untuk memperkuat image ketika bersaing dengan kompetitor. Analisa mengenai minat kunjungan wisatawan terhadap destinasi dapat menjadi arahan dalam kegiatan pengembangan dan pemasaran destinasi wisata. Indikator minat wisatawan dapat dilihat dari kepuasan, kunjungan ulang dan merekomendasikan ke orang lain. Oleh karena itu penelitian ini bermaksud untuk menganalisa minat kunjungan wisatawan serta faktor apa yang menjadi penarik kunjungan di kampung Ketandan Yogyakarta.

KAJIAN LITERATUR

Persepsi wisatawan terhadap kualitas daya tarik akan menentukan minat berkunjung wisatawan (Brahmanto dan Wiradiputra, 2016). Albarq (2014) menganalogikan minat berkunjung sama dengan minat membeli, dia mengatrkakan bahwa minat berkunjung wisatawan ke suatu destinasi sama dengan minat pembelian konsumen. Minat adalah suatu dorongan, yaitu rangsangan internal yang akan memotivasi tindakan dimana dorongan ini dipengaruhi oleh adanya stimulus dan perasaan positif terhadap suatu produk. (Kotler,2009) Dalam penelitian ini faktor yang diindikasikan sebagai stimulus yang memotivasi kunjungan wisatawan adalah persepsi wisatawan terhadap komponen dan kualitas daya tarik wisata.

Minat kunjungan wisatawan ke suatu destinasi tidak terlepas dari adanya factor pendorong dan factor penarik. Faktor pendorong berhubungan dengan kondisi internal /sosio psikografi wisatawan seperti relaksasi, bersenang-senang, mencari pengalaman dan pengetahuan, aktualisasi diri Faktor penarik berhubungan kondisi eksternal seperti atribut fisik destinasi seperti fasilitas destinasi, kemudahan akses, akomodasi, dan atraksi, yang akan

membawa implikasi pada proses pengambilan keputusan perjalanan wisatawan.

Faktor pendorong akan mengarah pada keputusan bepergian dan faktor penarik akan memainkan peran penting dalam mempengaruhi pemilihan destinasi. (Xu dan Chang,2016). Dengan memahami motivasi wisatawan akan dapat membantu pengelola destinasi dalam mengembangkan strategi pemasaran dan citra destinasi. Faktor pendorong dalam proses pemilihan destinasi adalah edukasi, relaksasi dan melepaskan diri dari rutinitas, kemudian Padhi dan Pati (2017) menambahkan variabel penggunaan teknologi yang mempengaruhi motivasi kunjungan, mereka menyebutkan pengaruh penggunaan aplikasi google trend terkait dengan perilaku perencanaan perjalanan wisatawan dan dapat memprediksi tingkat kunjungan ke destinasi. Selanjutnya Bozic et al (2017) menjelaskan adanya motivasi dan hambatan dalam mengunjungi destinasi wisata, motivasi tersebut meliputi; pendidikan, relaksasi, lari dari rutinitas, penelitian dan prestis, sedangkan hambatan berasal dari kondisi structural (keuangan,transportasi dan jarak) ,intapersonal (keluarga, teman, minat), kurang informasi, serta tidak ada waktu luang.

Kegiatan pariwisata tidak terlepas dari faktor pendorong dan faktor penarik. Faktor pendorong adalah ketika wisatawan didorong oleh berbagai macam motivasi dan persepsi yang berhubungan dengan pengambilan keputusan untuk berpergian. Faktor penarik menjelaskan bagaimana wisatawan tertarik dengan sebuah destinasi. Kedua faktor tersebut saling berkaitan, sehingga pemasar perlu memahami persepsi wisatawan terhadap faktor-faktor penarik di suatu destinasi. Faktor penarik merupakan suatu kekuatan yang dapat membantu untuk merangsang sebuah produk wisata dengan menarik konsumen kepada suatu destinasi tertentu (Pavule, 2006), yang termasuk dalam faktor penarik adalah

aksesibilitas, sarana dan infrastruktur yang baik seperti transportasi, telepon umum, ketertiban jalan raya, trotoar untuk pejalan kaki dan lain-lain dapat menjadi faktor penarik utama bagi wisatawan dalam memilih negara destinasi serta ketersediaan jasa atau service. Selain faktor penarik dan pendorong, promosi juga memiliki peran yang cukup penting. Promosi yang dilakukan oleh pengelola destinasi juga akan membawa pengaruh yang signifikan bagi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata. (Azizah dan Usmantoro, 2019)

Pariwisata budaya menurut UNWTO (*United Nation World Tourism Organization*) didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok dengan motivasi dasar karena ketertarikan budaya, gaya hidup, kearifan lokal, pengalaman baru dan keinginan untuk bertemu dengan latar belakang kehidupan yang berbeda. Sedangkan menurut PP No. 50 Tahun 2011 menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan daya tarik wisata budaya berupa hasil olah cipta rasa dan karsa manusia sebagai makhluk budaya. Selanjutnya daya tarik wisata budaya dapat dijabarkan meliputi dua kategori yaitu (Dalam Laporan Penyusunan Target Wisata Budaya Kementerian Pariwisata, 2016) :

Daya tarik budaya yang berbentuk fisik dan dapat dilihat (*tangible*)

Yang termasuk ke dalam daya tarik wisata *tangible* meliputi : **1) Cagar Budaya** yang meliputi : (a) Benda cagar budaya, adalah benda alam atau buatan manusia baik bergerak maupun tidak bergerak, berupa kesatuan atau kelompok atau bagian-bagiannya yang memiliki hubungan erat dengan kebudayaan dan sejarah perkembangan manusia; (b) Bangunan cagar budaya, adalah susunan binaan yang terbuat dari benda alam atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang berdingin dan atau tidak berdingin dan beratap; (c) Struktur cagar budaya, adalah susunan binaan yang terbuat dari

benda alam atau buatan manusia untuk memenuhi ruang kegiatan yang menyatu dengan alam, sarana dan prasarana untuk menampung kebutuhan manusia; (d) Situs cagar budaya adalah lokasi yang berada di darat dan air yang mengandung benda cagar budaya, bangunan cagar budaya, atau struktur cagar budaya sebagai hasil kegiatan manusia atau kejadian di masa lalu; (e) Kawasan cagar budaya, adalah satuan ruang geografis yang memiliki dua situs cagar budaya atau lebih yang letaknya berdekatan dan memperlihatkan ciri tata ruang yang khas; **2) Perkampungan tradisional**, yaitu perkampungan dengan adat dan tradisi budaya masyarakat yang khas; **3) Museum**, tempat menyimpan barang-barang bersejarah dari masa lalu, baik dari alam maupun buatan manusia

Daya tarik wisata tidak berbentuk atau berwujud (*Intangible*)

Yang masuk kategori daya tarik wisata tidak berwujud antara lain : (1) Kehidupan adat dan tradisi masyarakat dan aktivitas budaya yang khas di suatu tempat; (2) Kesenian. Pengetian wisatawan menurut Undang-undang No 10 Tahun 2009 adalah orang yang melakukan wisata. Sedangkan Sihite (2000) menyebutkan bahwa pengertian wisatawan dapat dibagi menjadi dua, yaitu: (1) Wisatawan nusantara adalah wisatawan dalam negeri atau wisatawan domestik; (2) Wisatawan mancanegara adalah warga negara suatu negara yang mengadakan perjalanan wisata keluar lingkungan dari negaranya (memasuki negara lain).

IUOTO (*International Union of Official Travel Organization*), dalam Suwantoro (2009) menyebutkan batasan mengenai wisatawan secara umum adalah Visitor yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah. Jadi ada dua kategori mengenai istilah visitor, yakni: **1) Wisatawan (*tourist*)** adalah pengunjung yang tinggal sementara, sekurang-kurangnya 24 jam

di suatu negara. Wisatawan dengan maksud perjalanan wisata dapat digolongkan menjadi : (a) Leisure, untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, study, keagamaan, dan olahraga; (b) *Relationship*, dagang, sanak saudara, kerabat, MICE, dan sebagainya; **2) Pelancong (ekscursionist)** adalah pengunjung sementara yng tinggal dalam suatu negara yng dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisa deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti secara sistematis faktual dan akurat. (Sugiyono, 2019). Metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi yang mendalam dan menggambarkan kondisi riil secara komprehensif atas rumusan masalah yang telah ditetapkan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah: Survey Lapangan (*Field Study*), Kuesioner, wawancara (*Interview*), dan Studi Literatur. Subjek Penelitian ini adalah kawasan Kampung Ketandan. Kegiatan survey dilakukan dengan menyebar kuesioner ke sejumlah wisatawan, survey berisi beberapa pertanyaan terkait komponen wisata di Kampung Ketandan yang menjadi daya tarik wisatawan.

Dalam teknik sampling menggunakan random sampling, dimana yang dijadikan sampel adalah siapa saja yang kebetulan dijumpai di tempat-tempat tertentu. Pengumpulan data dilakukana melalui observasi dan penggunaan kuesioner dengan skala likert untuk mengungkap pendapat para responden tentang komponen wisata di Kampung Ketandan. Mereka diminta mengisi kuesioner yang dibagikan oleh peneliti terkait atraksi, amenities, aksesibilitas dan ancillaries di kampung Ketandan. Penyebaran dan pengisian kuesiner dilakukan dengan menggunakan kuesioner digital google

form yang dikirimkan melalui smartphone. Untuk mendukung data penelitian, dilakukan wawancara tidak terstruktur dengan sejumlah responden. Sebanyak 70 responden turut berpartisipasi dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Sejarah berdirinya kampung Ketandan tidak terlepas dari keberadaan etnis Tionghoa sebagai salah satu penggerak perekonomian kota Yogyakarta. Ketandan berasal dari kata Tondo yang merupakan ungkapan untuk para pejabat penarik pajak atau pejabat tondo yang wewenangnya diberikan langsung oleh Sultan Hamengkubuwono VII kepada Etnis Cina. Berawal dari hal tersebut, dapat diketahui etnis Cina memegang peranan penting dalam perkembangan sejarah dan kebudayaan Yogyakarta yang berakar tradisi budaya Jawa yang sangat kuat. Kampung Ketandan menyimpan keunikan sejarah dan arsitektur yang sangat kental muatan Etnis Tionghoa. Di kawasan Kampung Ketandan banyak terdapat rumah bertingkat dengan arsitektur Tionghoa, walaupun sudah mulai tergerus modernisasi. Arsitektur bangunan di kawasan ini memang didominasi dengan nuansa tempo dulu. Rumah-rumah di kawasan ini kebanyakan dibangun memanjang ke belakang dan digunakan sebagai toko oleh para pemiliknya yang kemudian disebut sebagai rumah toko.

Kampung Ketandan merupakan salah satu kawasan pemukiman yang lekat dengan nuansa dan karakteristik budaya Tionghoa, sejumlah bangunan yang terdapat di kawasan ini memiliki gaya arsitekturnya khas Tionghoa. Karena keunikannya, pemerintah Yogyakarta berencana untuk mengembangkan kampung Ketandan sebagai destinasi wisata budaya yaitu budaya Tionghoa Peranakan, yang merupakan asimilasi budaya Tionghoa dengan budaya Jawa. Asimilasi tersebut dapat ditemukan dalam bentuk kuliner dan kesenian

tradisional. Di kampung Ketandan juga terdapat rumah peninggalan Tan Djing Sing, seorang Bupati keturunan Tionghoa pertama di Jawa. Lokasi Kampung Ketandan yang berada di dekat kawasan Malioboro juga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk berkunjung ke kampung ini. Untuk mengetahui minat wisatawan terhadap daya tarik kampung Ketandan, sejumlah responden diminta untuk memberikan penilaian terhadap komponen wisata yang terdapat di kampung Ketandan, yaitu meliputi atraksi, aksesibilitas, amenities dan ancillaries. Berikut ini adalah hasil penilaian wisatawan terhadap komponen wisata di Kampung Ketandan :

Profil Responden

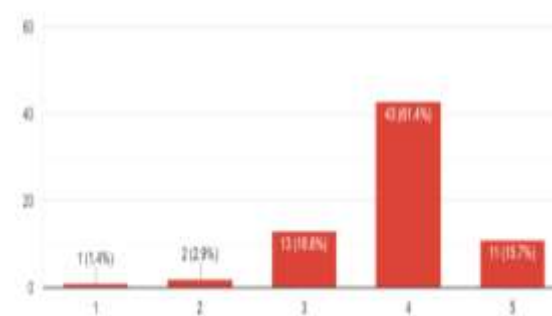
Responden dari penelitian ini adalah pengunjung yang ditemui di sekitar kawasan Kampung Ketandan dan Malioboro. Dari sejumlah responden yang berhasil ditemui, rata-rata berusia 17 sampai dengan 23 th dan kebanyakan masih berstatus sebagai pelajar dan mahasiswa. Daerah asal responden cukup bervariasi tetapi sebagian besar responden berasal dari daerah Yogyakarta, dan daerah asal responden yang paling jauh adalah dari Indramayu Jawa Barat, dari hasil wawancara diketahui bahwa rata-rata responden adalah mahasiswa yang sedang melanjutkan studi di kota Yogyakarta. Sebanyak 44,3% responden mengatakan mereka mengetahui Kampung Ketandan dari teman atau keluarga sedangkan 40% menjawab mengetahui Kampung Ketandan dari sosial media, dan 15,7% mengetahui kampung Ketandan dari berita di internet.

Penilaian Terhadap Atraksi

Atraksi atau daya tarik wisata berkaitan dengan apa yang bisa dilihat dan dilakukan oleh wisatawan di destinasi wisata, atraksi merupakan salah satu faktor penarik kunjungan

wisatawan ke destinasi wisata. Penilaian wisatawan terhadap atraksi di kampung Ketandan sebanyak 61,4 % menyatakan setuju dan 15,7% menyatakan sangat setuju bahwa kampung Ketandan memiliki atraksi yang unik dan menarik untuk dikunjungi, dari hasil wawancara dengan sejumlah responden mereka mengatakan bahwa salah satu alasan mereka tertarik mengunjungi Kampung Ketandan adalah karena ada Festival Budaya Tionghoa yang dilaksanakan setiap tahun pasca Imlek. Dalam acara ini pengunjung dapat menikmati berbagai sajian kuliner serta kesenian tradisional Tionghoa Peranakan.

Kampung ketandan menawarkan atraksi wisata yang unik dan autentik untuk dikunjungi
70 responses



Sumber : Data Penelitian (2022)

Gambar 1. Diagram Opini Wisatawan Terhadap Atraksi Kampung Ketandan

Selain festival budaya, kondisi kampung yang masih mempertahankan identitas Tionghoa juga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan, seperti keberadaan pintu gerbang di kampung Ketandan yang cukup ikonik serta arsitektur bangunan rumah bergaya Tionghoa yang terdapat di dalam kampung, sehingga nuansanya mirip dengan chinatown yang ada di luar negeri. Beberapa responden menyebutkan salah satu alasan berkunjung ke Kampung Ketandan adalah untuk mendapatkan spot foto yang unik di kawasan kampung Ketandan. Sebanyak 18,6% responden menjawab ragu-ragu karena mereka melihat Kampung Ketandan belum dikelola secara optimal terkait kegiatan pariwisata, meskipun sudah ada potensi wisata.

Penilaian Terhadap Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi. Akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambu penunjuk jalan merupakan aspek penting bagi sebuah destinasi. Aksesibilitas merupakan salah satu faktor utama dalam pariwisata.



Sumber : Data Penelitian (2022)

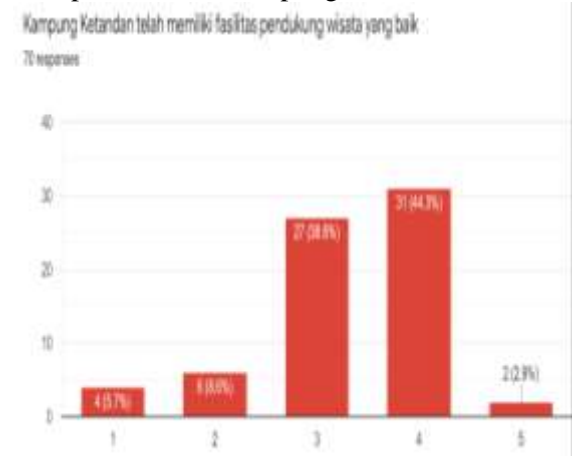
Gambar 2. Diagram Opini Wisatawan Terhadap Aksesibilitas

Berdasarkan hasil survey sebanyak 65,7% responden mengatakan setuju dan 22,9% mengatakan sangat setuju bahwa aksesibilitas menuju kampung Ketandan mudah dijangkau. Lokasi Kampung Ketandan yang berada di dekat kawasan Malioboro memang sangat strategis karena berdekatan dengan salah satu kawasan wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan. Disini terdapat sarana transportasi yang dapat digunakan untuk menuju kampung Ketandan. Selain itu wisatawan yang berkunjung ke Malioboro dapat berjalan kaki menuju kampung Ketandan. Selain itu disekitar kampung Ketandan juga terdapat sejumlah objek wisata yang sudah dikenal seperti benteng Vredeberg, museum Sonobudoyo dan Kraton Yogyakarta.

Penilaian Terhadap Amenitas

Amenitas adalah segala fasilitas yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan saat melakukan kegiatan wisata disuatu destinasi wisata. Kebutuhan tersebut antara lain berupa sarana akomodasi, penyedia makanan dan minuman, tempat hiburan dan tempat perbelanjaan. Sebanyak 48%

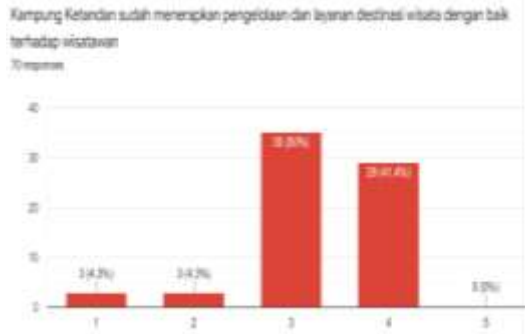
responden menyebutkan bahwa amenitas yang terdapa di kampung Ketandan sudah cukup baik, Sebanyak 38 % merasa ragu-ragu, dan mengatakan bahwa amenitas di kampung Ketandan masih kurang untuk mendukung aktivitas dan kebutuhan wisatawan. Hal ini dikarenakan di kampung Ketandan saat ini belum memiliki pengelola pariwisata, sehingga fasilitas pendukung kegiatan wisata belum ada. Namun demikian sebanyak karena lokasinya yang berada di kawasan Malioboro, wisatawan dapat memanfaatkan sejumlah fasilitas yang terdapat di kawasan Malioboro seperti mushola, toilet umum, dan toko souvenir yang terdapat di sekitar kampung Ketandan.



Sumber : Data Penelitian (2022)

Gambar 3. Diagram Opini Wisatawan Terhadap Amenitas Penilaian Terhadap Ancillary

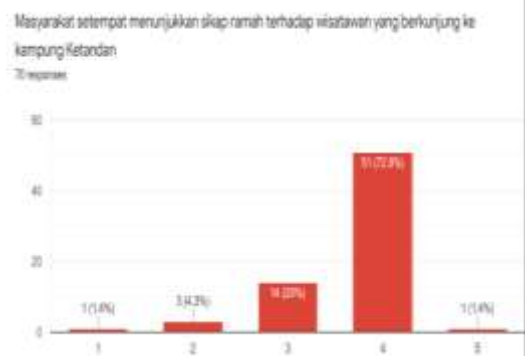
Ancillary adalah pelayanan tambahan yang disediakan oleh pengelola pariwisata, untuk wisatawan dalam kegiatan pariwisata. *Ancillary* ini dapat berupa layanan pusat informasi, brosur, pemandu wisata lokal, peta wisata, layanan pengunjung, sikap masyarakat setempat dan sebagainya. Dari hasil survey sebanyak 50% menjawab ragu-ragu terkait layanan di kampung Ketandan, hal ini dikarenakan saat ini Kampung Ketandan belum menjadi kampung wisata, dan belum memiliki organisasi pengelola pariwisata. Sebanyak 41,4% responden mengatakan layanan wisata di kampung Ketandan sudah cukup baik.



Sumber : Data Penelitian (2022)

Gambar 5. Diagram Opini Wisatawan Terhadap Ancillaries

Beberapa responden mengatakan masih sedikitnya informasi mengenai Kampung Ketandan, padahal informasi mengenai sejarah dan profil Kampung Ketandan merupakan informasi yang banyak dicari oleh wisatawan, mereka mengatakan tertarik dengan sejarah berdirinya Kampung Ketandan, sebagian responden mengatakan mereka mendapatkan informasi tentang kampung Ketandan dari cerita teman dan sosial media tetapi informasi tersebut belum memenuhi kepuasan pengunjung terkait Kampung Ketandan. Namun demikian ketika ditanya mengenai sikap masyarakat local, mereka mengatakan bahwa sikap yang ditunjukkan masyarakat kampung Ketandan terhadap wisatawan yang berkunjung sudah cukup baik, yaitu sebanyak 72,9%, menurut responden masyarakat Kampung Ketandan sudah bersifat ramah dan terbuka terhadap wisatawan yang berkunjung ke kampung Ketandan.



Sumber : Data Penelitian (2022)

Gambar 6. Diagram Opini Wisatawan Terhadap Sikap Masyarakat Lokal

Minat Kunjungan Wisatawan Terhadap Kampung Ketandan

Minat kunjungan wisatawan dipengaruhi oleh beberapa hal, yang pertama adalah citra dari objek wisata tersebut. Citra atau *image* adalah kesan yang ditangkap atau dipahami wisatawan mengenai sebuah objek wisata. Kedua, minat kunjungan dipengaruhi oleh persepsi wisatawan terhadap objek wisata tersebut, yaitu terkait dengan atraksi, amenities, aksesibilitas dan ancilarues. Dari hasil survey menyebutkan bahwa citra atau *image* Kampung Ketandan sebagai salah satu kawasan Pecinan tertua di Yogyakarta menjadi alasan bagi wisatawan untuk mengunjungi Kampung Ketandan yaitu sebesar 55%. Berdasarkan hasil wawancara beberapa responden mengatakan struktur kawasan dan bangunan yang terdapat di kampung Ketandan yang merepresentasikan identitas budaya Tionghoa merupakan daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi kampung Ketandan. Kedua sebanyak 27% responden mengatakan bahwa Festival Budaya Tionghoa menjadi alasan untuk mengunjungi Kampung Ketandan, hal ini karena di Kampung Ketandan setiap tahun diselenggarakan Festival Pekan Budaya Tionghoa dan banyak diminati oleh wisatawan, sehingga ketika mendengar nama Kampung Ketandan yang ada di pikiran responden adalah Festival Pekan Budaya Tionghoa. Ketiga, sebanyak 18% responden menyatakan ketertarikan mengunjungi Kampung Ketandan adalah karena ingin mengenal dan mempelajari kebudayaan Tionghoa yang telah berakulturasi dengan budaya Jawa.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa wisatawan memiliki minat yang cukup tinggi untuk berkunjung ke kampung Ketandan. Karakteristik unik yang dimiliki kampung Ketandan yaitu *image* kawasan pecinan Jogja, dan festival Pekan Budaya Tionghoa yang rutin

digelar setiap tahun juga menjadi daya tarik utama bagi wisatawan untuk berkunjung ke kampung Ketandan. Selain struktur perkampungan yang unik, sejarah mengenai kampung Ketandan merupakan informasi yang banyak dicari oleh wisatawan dan menjadi alasan kunjungan kesana. Lokasi kampung Ketandan yang strategis yaitu di kawasan Malioboro sehingga mudah diakses oleh sarana transportasi. Sebagai daya tarik wisata kampung Ketandan sudah memenuhi komponen destinasi pariwisata seperti atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan ancillary, namun demikian, kampung Ketandan masih memerlukan sejumlah perbaikan seperti penambahan fasilitas pendukung wisata dan pusat informasi, serta manajemen pengelola pariwisata sehingga dapat menunjang dan memenuhi kebutuhan wisatawan yang berkunjung.

REFERENSI

- Albarq, A. N. (2014). *Measuring The Impacts Of Online Word-Of-Mouth On Tourists' Attitude And Intentions To Visit Jordan: An Empirical Study*. *International Business Research*, 7(1), 14
- Azizah, Siti N dan Usmantoro Fendi. (2019). *Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Obyek Wisata Brujul Adventure Park Kebumen*, *Jurnal Pariwisata* Vol. 6 No.1 April 2019
- Brahmanto, Erlangga dan Wiradipoetra FA., (2016) *Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Daya Tarik Kualitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung*, *Jurnal Pariwisata* Vol. 3 No.2 September 2016
- Clinten, B. (2018), Sepuluh Kota Tujuan Wisata Terpopuler di Indonesia Menurut Google, Kompas online, 9 Oktober 2018 dari <https://tekno.kompas.com> diakses pada tanggal 20 Juni 2019
- Kotler, Philip, Bowen, John T, Maken, James and Baloglu, Seyhamus. (2016) *Marketing For Hospitality and Tourism*, 7th Edition, Pearson
- Kementrian Pariwisata. (2016). *Penyusunan Target Pasar Wisata Budaya*, Kementrian Pariwisata Indonesia
- Kristiana, Yustisia dan Liana..(2019). *Analisis Taman Rekreasi di Tangerang Selatan*, *Jurnal Pariwisata* Vol.6 No. 2 September 2019
- Pavule, Giva .(2006). *International Tourism Market for camping Sites in Latvia*. Bornemouth University. Hochschule Heilbronn
- Padhi, S Sidharta and Pati, Rupesh K. (2017), *Quantifying Potential Tourist Behavior In Choice Of Destination Using Google Trends*, *Tourism Management Perspectives* 24 (2017) 34–47
- Pitana, I Gde dan Diarta, I Ketut Surya. (2010) *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Yogyakarta, Penerbit Andi
- Sejarah Tumbuhnya Kampung Ketandan Menjadi Pecinan di Yogyakarta, dari <http://travel.tempo.co> diakses tanggal 20 Juni 219
- Sihite, Richard. (2000), *Tourism Indusrty*, Surabaya, SIC
- Sugiyono. (2019), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta
- Xu, Bill and Chan, Shukman (2016), *A New Nature-Based Tourism Motivation Model: Testing The Moderating Effects Of The Push Motivation*, *Tourism Management Perspectives* 18 (2016) 107–110

BIODATA PENULIS

Arina Pramusita, merupakan alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Politik jurusan Ilmu Hubungan Internasional Universitas Gadjah Mada Yogyakarta pada program Sarjana, melanjutkan study ke jenjang S2 Magister Kajian Pariwisata Universitas Gadjah Mada, dan saat ini sedang menempuh S3 Kajian Pariwisata di Sekolah Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada. Menjadi Assesor untuk Kompetensi

Pariwisata bidang Travel Consultant. Karya Buku yang dihasilkan dengan judul Wisata Budaya Melestarikan Kearifan Lokal pada tahun 2020. Saat ini menjadi salah satu Dosen Tetap di Program Studi D4 Bisnis Perjalanan Wisata Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Sebagai tenaga pengajar dia telah mempublikasikan beberapa karya penelitiannya di jurnal ilmiah, terutama di bidang pemasaran pariwisata dan *community based tourism*.

Yuni Wachid Asrori, SS., MA adalah alumni Fakultas Ilmu Budaya jurusan Bahasa Korea, Universitas Gadjah Mada

Yogyakarta pada program Sarjana, melanjutkan study ke jenjang S2 di Chulalongkorn University. Saat ini menjadi tenaga pengajar di Prodi D3 Bahasa Korea, Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada. Ketertarikannya pada bidang Pariwisata membuatnya cukup aktif dalam kegiatan kepariwisataan seperti seminar ilmiah maupun workshop kepariwisataan, baik sebagai peserta maupun narasumber. Sebagai tenaga pengajar dia telah mempublikasikan beberapa karya penelitiannya di jurnal ilmiah, terutama di bidang linguistik Bahasa Korea dan Pariwisata.