

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Orientasi Kacah dan Persiapan

#### 1. Orientasi Kacah

Jogjakarta adalah salah satu kota tua di Indonesia yang memiliki sejarah yang panjang dan sangat berarti bagi kelangsungan berdirinya negara republik ini. Jogjakarta berdiri sejak Pemerintahan Senopati (Danang Sutowijoyo) menbrka hutan hadah dari Sultan Pajang Hadwijoyo, berkat jasa-jasanya menbrnu Adipati Jpang Pandan, Pangeran Harya Penangsang. Daerah tersebut kemudian berkembang menjadi kasultanan yang diberi nama Mataram dan beribukota di Kota Gede yang sekarang menjadi pusat kerajinan perak serta menjadi objek wisata religi / spiritual dan sejarah di Jogjakarta (Sudibjo, 1980)

Pada era kepemimpinan Mataram yang ketiga dibawah Sultan Agung Hanyokokusuma pusat kepemimpinan dipindah ke Pleret, Wonokromo, Bantul, Jogjakarta. Pada kepemimpinannya Mataram telah mencapai masa keemasan, dibuktikan dengan wilayah jajahan yang semakin luas, kemajuan ilmu perungguan, seni *beksa* (tari), *gamelan*, *padhnwungan* (perkerisan) dengan dibukanya kran kebebasan bagi para empu untuk membuat keris sebanyak-banyaknya dan rakyat dibebaskan *untuk memiliki keris yang pada waktu itu masih sinengker* (rahasia keraton) (Hamzuri, 1988)

Dibangunya *astana Giri Loyo* (makam raja - raja ) di Imogiri, dan paling menakutkan dalam sejarah adalah ketika Sultan Agung menyerang V.O.C di Batavia. Peringgatan - peringgatan ini banyak memberi kontribusi dalam

mempakaya khasanah budaya bangsa, dan berimbas pada masa sekarang, yaitu mempakaya aset wisata di Jogjakarta (Panjaber Semangat, 2002).

Hingga saat perjuangan Mengkubumi I melawan penjajahan dari negeri Belanda, dan menghasilkan "Perjanjian Giyanti". Mataram terpecah menjadi dua, yaitu Kasultanan Surakarta (Solo) dan Kasultanan *Ngayogyakarta Harfiningrat* (Jogjakarta). Jogjakarta tetap hidup dalam semangat mengusir penjajahan hingga sekarang. Sejarah yang sangat monumental saat Sri Sultan HB IX memdori pejuang dalam peristiwa Serangan Cermem 1 Maret, berpindahnya kekuasaan Republik Indonesia ke Jogjakarta, hingga bergabungnya Kasultanan Jogjakarta dengan Negara Kesatuan Indonesia, membuktikan bahwa Jogjakarta memang patut menjadi daerah istimewa (Dinas Pariwisata Jogjakarta, 2001).

Serentetan peristiwa basejarah tersebut banyak meninggalkan kenangai yang sangat indah untuk kemudian dikembangkan menjadi aset aset wisata budaya dan sejarah yang menarik.

Berdirinya pendokan tinggi negeri (UGM) dan swasta (UII) tertua di Indonesia dan disusul berdirinya lembaga pendokan tinggi lainnya menjadikan Jogjakarta terkenal dengan sebutan kota pel ajar, hal ini menjadikan Jogjakarta memiliki banyak objek wisata pendokan yang menarik (Dinas Pariwisata Jogjakarta, 2001).

Jogjakarta memang kaya akan sumber daya wisata yang sebetulnya mampu menyedot banyak valuta asing masuk ke daerah. Pada wisata cagar budaya Jogjakarta memiliki banyak candi, diantaranya Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko. Belum lagi ditambah wisata budaya lain seperti keraton, Taman Sari,

musium Sara Budaya, kerajinan perak, keris, batik, Maloboro, Pasar Beiringhajo dan lainnya. Pada ekowisata Jogjakarta mempunyai pantai-pantai yang indah di wilayah selatan, dari Gunung Kidul hingga Kulon Progo, untuk ekowisata selain laut, di Kabupaten Sleman terdapat Gunung Merapi, Kalurang dan desa Agrowisata Turi.

Jogjakarta yang pada jaman dahulu merupakan pusat kerajaan Mataram, sampai saat ini kehidupan masyarakatnya (penduduk asli) masih banyak yang berorientasi pada budaya keraton. Pada budaya masyarakat Jogjakarta tersebut telah membentuk citra Jogjakarta sebagai kota wisata dan budaya (*culture tourism*) yang sangat dominan. Objek-objek wisata maupun galeri-galeri seni rupa dan hasil kerajinan rakyat yang kian semakin memperkuat citra kota wisata budaya dapat kita lihat misalnya Taman Sari (kolam pemandian keluarga istana pada zaman dahulu), keraton Jogjakarta, Musium Efendi, Sondodoyo, Studio Tari Bagong Kusudharjo, Pusat Kerajinan Perak Kota Gede dan sebagainya. Selain itu Jogjakarta dekat dengan objek-objek wisata terkenal seperti Candi Borobudur dan Candi Prambanan dengan Ramayana Batavia serta Candi-Candi lain di sekitar Prambanan (Badan Koordinasi Penanaman Modal D.I.Y, 1993).

*Fluktuasi* kunjungan wisatawan tidak bisa dihindari, sejak runtuhnya Ode Baru, hingga runtuhnya Gedung WTC yang menimbulkan isu *sweeping*. Banyak wisatawan manca yang kemudian membatalkan rencananya berlibur ke Indonesia. Kasus tersebut tidak berhasil di *counter* pelaku wisata Indonesia dengan tepat. Ditambah dengan adanya peristiwa pengaboman di Bali (*Black Saturday*

Jtidak peak lagi menjadi bencana pariwisata nasional sekaligus membuat citra Indonesia terpuruk lagi.

Pengalaman tersebut menunjukkan dengan jelas bahwa dampak dari tragedi tersebut membawa kerugian besar tidak hanya bagi sektor pariwisata sebagai contoh merosotnya usaha transportasi telekomunikasi, kesenian, kerajinan dan lain-lain dari peristiwa Bali sangat berpengaruh pada pendapatan penduduk sekitar objek wisata lain - lain. ( Bernas, 22 Oktober 2002 ).

Pada dua bulan Februari Maret tahun 2002 mengalami penurunan di banding bulan Januari 2002 sebesar 10,79% yaitu dari 330,100 menjadi 294,500. Dijelaskan oleh Mukem, penurunan wisman dalam dua bulan terakhir ini disebabkan karena faktor musim (*low season*) (Kedaulatan Rakyat, 4 april 2002).

**Tabel 3**  
**Data Perkembangan Wisatawan yang Menginap di Hotel Bintang dan**  
**Nim Bintang Jogjakarta 1999 - 2001 \***

NO.	BULAN	HOTEL NON BIN TANG			HOTEL BINTANG		
		1999	2000	2001	1999	2000	2001
1	JANUARI	3065	2656	24	2434	3483	3948
2	PEBRUARI	2058	2872	26	2754	308	3257
3	MARET	1486	2192	49	2611	3202	4534
4	APRIL	1940	2527	30	2862	3236	4380
5	MEI	1776	1716	25	2427	3172	4094
6	JUNI	1921	2689	46	2359	3087	4473
7	JULI	2388	3225	35	3961	4303	5910
8	AGUSTUS	246	3502	28	3392	3785	4528
9	SEPTIEMBER	2398	2139	27	366	4221	4721
10	OKTOBER	2538	2681	32	3419	3649	5818
11	NOVEMBER	2742	2522	36	3787	4271	3011
12	DESEMBER	1807	2358	31	3143	5155	5142
	RATARATA	2215	2590	3242	3042	3720	4465

\* Data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jogjakarta

## 2 Persiapan Penelitian

Persiapan penelitian di sini meliputi penyusunan alat ukur yang akan digunakan untuk mengambil data penelitian. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Persepsi Wisatawan dan Skala Intensi Berkunjung Kembali.

### a. Penyusunan Alat Ukur

Persiapan alat ukur di sini adalah penyusunan alat ukur yang akan digunakan untuk mengambil data penelitian. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Intensi Berkunjung Kembali dan Skala Persepsi Wisatawan.

Skala Persepsi Wisatawan dan Skala Intensi Berkunjung Kembali merupakan skala yang disusun oleh penulis berdasar pada aspek - aspeknya, terdiri dari 63 item dengan 38 butir item *favorable* dan 25 butir item *unfavorable*. Skala Persepsi Wisatawan yang dipakai dalam penelitian ini adalah skala yang terdiri dari, 35 item dengan 19 butir item *favorable* dan 16 butir item *unfavorable*.

### b. Uji Coba Alat Ukur

Uji coba Skala Persepsi Wisatawan dan Skala Intensi Berkunjung Kembali dilakukan sekaligus dengan pengambilan data, dengan kata lain menggunakan sistem *try out* dipakai. Uji coba ini dilakukan pada 63 orang wisatawan asing yang ada di sekitar pakampungan wisata Pravidaman, Jogjakarta.

### *c. Hasil Uji Coba Alat Ukur*

Berdasarkan data yang telah diperoleh, selanjutnya dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Penghitungan untuk menguji validitas dan reliabilitas terhadap kedua skala dilakukan dengan bantuan fasilitas komputer SPSS versi 10.0.

#### 1. Validitas Skala dan Seleksi Aitem.

Seleksi aitem dalam penelitian menggunakan parameter indeks daya beda aitem, yang diperoleh dari korelasi antara skor aitem total, sehingga dapat ditentukan aitem yang layak dan tidak layak dimasukkan dalam skala penelitian. Dengan menggunakan batas kritis koefisien korelasi  $r_{xy} > 0,25$  maka aitem yang memiliki indeks daya beda lebih besar atau sama dengan 0,25 layak dimasukkan dalam skala penelitian (Azwar, 1999).

Untuk Skala Intensi Berkunjung Kembali, dari 63 aitem yang disajikan, terpilih 41 aitem yang layak dengan koefisien korelasi aitem-total berkisar antara  $r_{xy} = 0,269$  -  $r_{xy} = 0,727$  dan 24 aitem yang gugur. Ke-41 aitem yang terpilih adalah aitem nomor: 1, 3, 4, 5, 7, 9, 11, 12, 14, 17, 18, 20, 21, 22, 25, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 39, 40, 41, 43, 44, 46, 47, 50, 51, 53, 55, 56, 58, 60, 63. Ke-36 aitem terpilih sekaligus telah memenuhi kriteria validitas isi, aitem-aitem tersebut telah mencakup keseluruhan aspek yang hendak diungkap melalui skala intensi berkunjung kembali secara proporsional. Penyebaran butir-butir aitem dalam skala intensi berkunjung kembali yang digunakan dalam pengambilan data penelitian setelah dilakukan uji coba dapat dilihat pada tabel 4.

**Tabel 4**  
**Skala Intensi Berkunjung Kembali Setelah Uji validitas**

No	Aspek/Aspek	No butir	
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
1	Niatan untuk mendapatkan kesan	1,21,31,36,46	7,30,37
2	Niatan membelanjakan tabungan	9,17,29,32,39 47,51,60	22,55
3	Niatan bernostalgia	3,4,34,53,18,28. 33,41,52,58	11,12,40,43,49 56,63
4	Niatan untuk mencari pengalaman unik Jumlah	5,14,20,35,44, 50 29	25 12

Untuk Skala Persepsi Wisatawan, dari 35 item yang disajikan terpilih 25 item yang layak dengan koefisien korelasi item-total berkisar antara  $r_{xy} = 0,315$ - $r_{xy} = 0,654$  dan 10 item yang gugur. Ke-25 item yang terpilih adalah item nomor: 1, 2, 3, 4, 7, 8, 10, 12, 13, 15, 16, 18, 19, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 31, 32, 33, 35. Ke-25 item terpilih sekilas telah memenuhi kriteria validitas isi, item-item tersebut telah mencakup keseluruhan aspek yang hendak diungkap melalui skala persepsi wisatawan secara proporsional. Penyebaran butir-butir item dalam skala persepsi wisatawan yang digunakan dalam pengambilan data penelitian setelah dilakukan uji coba dapat dilihat pada tabel 5.

**Tabel 5**  
**Skala Persepsi Wisatawan**  
**Setelah Uji validitas**

No	Aspek/Aspek	No butir	
		<i>Favorable</i>	<i>unfavorable</i>
1	Perasaan	1,2,18,22,33	8,26,27,31
2	Kebutuhan	3,10,16,19,32,35	15,25,28
3	Kognisi	4,7,13, 23	1,12,24,29
	Jumlah	<b>14</b>	<b>11</b>

## 2 Reliabilitas Skala

Uji reliabilitas terhadap kedua skala hanya dikenakan pada item yang teliti memenuhi syarat validitas. Uji reliabilitas ini menggunakan teknik Alpha Cronbach dengan menggunakan bantuan seperangkat komputer dengan program SPSS versi 100 (Azwar, 1999).

Uji reliabilitas terhadap Skala Intensi Berkunjung Kembali menghasilkan koefisien Alpha  $\alpha = 0,8868$ . Sementara uji reliabilitas terhadap Skala Persepsi Wisatawan menghasilkan koefisien Alpha  $\alpha = 0,8477$ . Berdasarkan hasil perhitungan komputasi, maka kedua skala tersebut dapat dikatakan reliabel, sehingga memenuhi syarat untuk dipergunakan sebagai alat ukur untuk pengambilan data dalam penelitian.

## **B. Pelaksanaan Penelitian**

Pengambilan seluruh data penelitian dilakukan di perkampungan wisata Prawidaman Jogjakarta pada tanggal 20 Juni 2002 dan 27 Juli 2002.



Prosedur yang dilakukan adalah subjek diberi satu eksemplar angket yang berisi dua skala yaitu Skala Intensi Berkunjung Kembali dan skala Persepsi Wisatawan. Setelah itu subjek mengisi kedua skala tersebut dan dikembalikan pada saat itu juga. Ada juga skala yang dibawa pulang, akan tetapi tidak dikembalikan.

Dari 80 eksemplar skala yang dibagikan, diperoleh 63 eksemplar skala yang diisi dengan benar dan memenuhi syarat untuk dianalisis. Sedangkan untuk 17 angket yang tidak kembali dimungkinkan karena jadwal kesbukan wisatawan yang padat, *length of stay* wisatawan yang teramat singkat, sehingga wisatawan tidak sempat mengisi angket, kelebihan para wisatawan setelah melakukan *trip* saat mengunjungi objek wisata dan kemungkinan lain karena jumlah item dalam angket terlalu banyak.

### C. Hasil Analisis Data

#### 1. Uji Asumsi

Sebelum melakukan uji hipotesis penelitian yang menggunakan teknik *product moment* terlebih dahulu dilakukan uji asumsi, yaitu uji normalitas dan uji linearitas agar kesimpulan yang ditarik tidak menyimpang dari kebenaran yang seharusnya ditarik (Hadi, 1992).

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dengan menggunakan teknik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dari program *SPSS 10.0 for Windows*, diperoleh hasil sebaran sk variabel intensi berkunjung kembali adalah normal ( $K-S Z = 1,594$  ;  $p > 0,05$ ) dan

sebaran skor variabel persepsi wisatawan adalah normal (K-S Z = 1,667 ;  $p > 0,05$ ).

### b. Uji Linieritas

Uji linieritas terhadap hubungan antara variabel intensi berkunjung kembali dan persepsi wisatawan diperoleh nilai  $F = 0,264$ , dengan  $p > 0,05$ . Artinya hubungan kedua variabel linier.

## 2. Uji Analisis Data

Hasil analisis menunjukkan deskripsi data subjek penelitian yang berisi fungsi-fungsi statistik dasar, yang tersaji dalam tabel 6.

**Tabel 6**  
**Deskripsi Data Subjek Penelitian**

Variabel	Xmin	Xmax	Mean	Std. Deviasi	N
Intensi berkunjung kembali	110	138	125.16	7.63	63
Persepsi wisatawan	67	83	80	3.20	63

Penelitian memanfaatkan deskripsi data penelitian untuk mengetahui apakah tingkat intensi berkunjung kembali dan persepsi wisatawan subjek termasuk tinggi atau rendah, yaitu dengan membuat kategori masing-masing variabel berdasarkan deskripsi data penelitian di atas. Kategori dibuat berdasarkan sebaran hipotetik, yaitu nilai maksimal dikurangi nilai minimal, sehingga diperoleh perkiraan besarnya deviasi standar hipotetik. Skor empiris yang berada 1,5 deviasi standar di atas mean hipotetik dikategorikan tinggi. Skor empiris yang

berada 1,5 deviasi standar di bawah mean hipotetik dikategorikan rendah (Azwar, 1999).

Perhitungan pada intensi berkunjung kembali diperoleh sebaran hipotetik  $164 - 41 = 123$ , selanjutnya didapat deviasi standar skor skala  $123 : 6 = 20,5$ . Mean hipotetik adalah 61,5, maka batas kelompok tinggi adalah  $61,5 + 1,5 (20,5) = 92,25$ . Batas rendah adalah  $61,5 - 1,5 (20,5) = 30,75$ . Setelah mendapatkan batas kelompok tinggi dan rendah, maka subjek yang mendapat skor di bawah 30,75 dalam skala intensi berkunjung kembali dapat dikatakan memiliki tingkat intensi berkunjung kembali dalam taraf rendah. Sebaliknya subjek yang memiliki skor di atas 92,25 dalam skala intensi berkunjung kembali dapat dikatakan memiliki intensi berkunjung kembali dalam taraf yang tinggi.

Dilihat dari rerata empirik yang diperoleh sebesar  $X_e = 125,16$ , maka tingkat intensi berkunjung kembali subjek penelitian ini berada dalam kategori tinggi.

Perhitungan pada Persepsi Wisatawan diperoleh sebaran hipotetik  $100 - 25 = 75$  selanjutnya didapat deviasi standar skor skala  $75 : 6 = 12,5$ . Mean hipotetik adalah 62,5, batas kelompok tinggi adalah  $62,5 + 1,5 (12,5) = 75,0$ . Batas rendah adalah  $62,5 - 1,5 (12,5) = 50,00$ . Setelah mendapatkan batas kelompok tinggi dan rendah, maka subjek yang mendapat skor di bawah 50,00 dalam Skala Persepsi Wisatawan dapat dikatakan memiliki tingkat persepsi dalam taraf rendah. Sebaliknya subjek yang memiliki skor di atas 75,00 dalam Skala Persepsi Wisatawan dapat dikatakan memiliki tingkat persepsi dalam taraf yang tinggi.

Dilihat dari rerata empirik yang diperoleh sebesar 80,00, maka tingkat persepsi wisatawan subjek penelitian ini berada dalam kategori tinggi

### 3. Hasil Uji Hipotesis

Analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah dengan teknik korelasi *Product Moment* dari Pearson. Uji hipotesis tersebut dilakukan dengan bantuan program *SPSS 10.0 for Windows*. Hasil analisis *product moment* Pearson yang telah dilakukan diperoleh  $r_{xy} = 0,273$ ;  $p = 0,030$  dengan  $p < 0,05$ , yang artinya hipotesis yang diajukan diterima. Berarti ada hubungan positif yang signifikan antara persepsi wisatawan dengan intensi berkunjung kembali. Hal tersebut dikarenakan masih banyak variabel lain yang dimungkinkan memiliki signifikansi lebih kuat dengan intensi berkunjung kembali.

#### D. Pembahasan

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan bahwa ada hubungan positif antara persepsi wisatawan terhadap keamahan masyarakat objek wisata dengan intensi berkunjung kembali. Hal ini berarti bahwa wisatawan yang memiliki persepsi yang baik akan memiliki intensi yang lebih kuat untuk melakukan kunjungan ulang.

Yoeti (1999) berpendapat bahwa untuk lebih meningkatkan kepuasan wisatawan, yang pada akhirnya akan menimbulkan persepsi yang baik perlu diperhatikan *needs*, *wants* dan *expectation* para wisatawan, ketiga hal ini perlu pula diterapkan di objek-objek wisata, dengan diadakan survey terlebih dahulu agar lebih pasti mengenai kebutuhan, keinginan dan harapan wisatawan. Logika hubungan dari pendapat Yoeti (1999) dengan intensi berkunjung kembali adalah.

sesuatu yang menyenangkan atau menimbulkan kepuasan akan cenderung untuk diulang.

Kontribusi persepsi wisatawan terhadap intensi berkunjung kembali SE - 0,074 (7,40%). Hal ini menunjukkan bahwa persepsi wisatawan seseorang memberikan sumbangan efektif sebesar 7,40 % terhadap intensi berkunjung kembali yang ditunjukkan. Sisanya sebesar 92,6 % adalah faktor lain yang turut berpengaruh namun tidak diperhatikan dalam penelitian ini.

Hal - hal yang perlu diperhatikan pada penelitian ini adalah masalah kelemahan - kelemahan dari alat ukur itu sendiri yang kurang mampu untuk mengungkap aspek-aspeknya secara maksimum. Kelemahan - kelemahan tersebut meliputi; adanya item dalam salah satu aspek yang tumpang tindih (*overlapping*) dengan item pada aspek lainnya, dan terbalikinya antara item *favorable* dengan item *unfavorable*. Kelemahan lain adalah kurangnya bebas budaya pada kedua alat ukur, hal ini disebabkan subjek penelitian merupakan bangsa lain yang semestinya memiliki perbedaan budaya dengan penulis dan ini kurang diperhatikan sebelumnya.

Intensi berkunjung wisatawan yang cukup tinggi merupakan angin segar untuk menambah devisa, sehingga perlu lebih dikembangkan lagi penelitian di bidang pariwisata selain faktor persepsi, seperti status sosial, nilai diri, kepuasan di objek wisata, kebutuhan aktualisasi diri, keamanan, kenyamanan dan sebagainya. Sehingga hubungan positif yang tidak terlalu berpengaruh antara persepsi wisatawan dengan intensi berkunjung kembali dalam penelitian ini sangat

bisa dimaklumi, dikarenakan dewasa ini makin jarang terjadi hubungan antar pribadi yang intim antara wisatawan dengan penduduk asli.

