

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil dan pembahasan mengenai objek atau subjek yang sedang diteliti. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT dan *Importance Performance Analysis* (IPA) serta jenis pengambilan data adalah dengan menggunakan data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh melalui interaksi secara langsung kepada responden dengan melakukan wawancara dan dibantu dengan menggunakan kuisioner yang diberikan kepada warga di sekitar kawasan wisata Keraton Yogyakarta. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari suatu instansi, serta sumber pustaka yang ada. Pengambilan sampel dengan cara *random sampling*. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pengunjung dan masyarakat sekitar kawasan wisata Keraton Yogyakarta sedangkan objek penelitian dalam penelitian ini adalah kawasan Wisata Keraton Yogyakarta.

A. *Importance Performance Analysis* (IPA)

Analisis IPA pada penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengunjung Kawasan Wisata Keraton Yogyakarta dan pelayanan jasa yang dilakukan oleh pengelola maupun masyarakat sekitar. Sehingga dapat mengidentifikasi tindakan yang harus dilakukan untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dan pelayanan kerja dapat dikelompokkan ke dalam kuadran yang ada pada diagram kartesius untuk menentukan skala prioritas yang digunakan untuk perbaikan pelayanan agar mencapai kepuasan pengunjung.

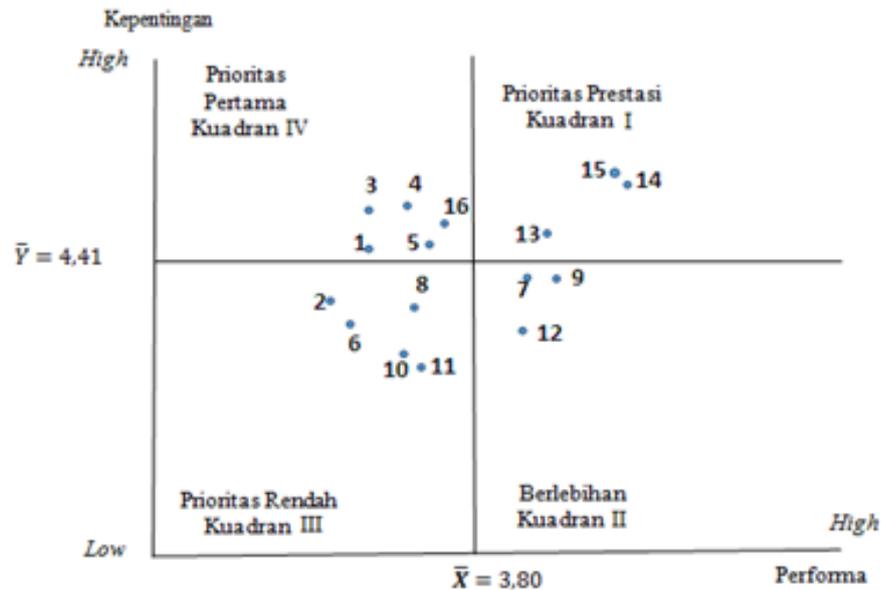
Dalam metode pengukuran IPA data yang diperoleh dijabarkan ke dalam diagram Kartesius. Diagram kartesius menyajikan data kepuasan pelanggan yang tersaji dalam beberapa kuadran. Dalam diagram kartesius dibatasi sumbu X dan sumbu Y. Sumbu X diperoleh dari nilai rata-rata tingkat kinerja dan sumbu Y diperoleh dari nilai rata-rata tingkat kepentingan. Nilai rata-rata dalam sumbu X dan nilai rata-rata dalam sumbu Y digunakan sebagai garis linier yang digunakan untuk membagi diagram kartesius kedalam 4 kuadran. Tiap kuadran dalam diagram kartesius diisi oleh koordinat titik yang masing-masing koordinat menjelaskan penilaian yang di dapat dari kuisisioner. Koordinat didapatkan dari hasil rata-rata nilai kinerja dan kepentingan, nilai rata-rata kinerja mewakili koordinat X dan nilai rata-rata kepentingan mewakili koordinat Y. Setelah ditentukan koordinat masing-masing titik, koordinat disusun dalam diagram kartesius. Selain itu, dihitung juga tingkat kesesuaian untuk menentukan kepuasan pengunjung berdasarkan variabel yang ditanyakan. Tingkat kesesuaian merupakan perbandingan skor antara skor kinerja dan skor kepentingan yang dapat digunakan untuk menentukan skala prioritas layanan dan prioritas utama yang harus diperbaiki untuk mencapai kepuasan pengunjung. Tingkat kesesuaian dengan persentase yang rendah merupakan skala prioritas utama yang harus diperbaiki oleh pengelola Kawasan Wisata Keraton Yogyakarta untuk memenuhi kepuasan pengunjung dan dalam penelitian ini, sebagai prioritas utama untuk membangun wisata islami. Berikut ini adalah tabel yang menyajikan koordinat tiap titik pada diagram kartesius.

Tabel 5.1
Koordinat Tiap Variabel Dan Tingkat Kesesuaian

No.	Variabel	Koordinat titik (X,Y)	Tingkat kesesuaian
1	Kebersihan kawasan wisata Keraton Yogyakarta	3,58 : 4,42	80,99 %
2	Kenyamanan disekitar kawasan wisata Keraton	3,51 : 4,28	82,00%
3	Fasilitas beribadah umat muslim	3,66 : 4,67	78,37 %
4	Kebersihan tempat beribadah umat muslim	3,58 : 4,62	77,48 %
5	Mudah dijangkaunya fasilitas beribadah umat muslim	3,76 : 4,44	84,68 %
6	Pelayanan dan pengabdian pengelola terhadap wisatawan yang sesuai nilai-nilai Islam	3,47 : 4,32	80,32 %
7	Keramahan dan terjaganya <i>attitude</i> pemandu wisata serta msyarakat sekitar	4,04 : 4,40	91,81 %
8	Kejujuran pengelola dan masyarakat sekitar wisata di kawasan wisata Keraton	3,67 : 4,31	85,15 %
9	Kuliner di sekitar kawasan wisata Keraton Yogyakarta yang halal	4,08 : 4,40	92, 72%
10	Komitmen pengelola dan masyarakat sekitar untuk memajukan wisata islami	3,64 : 4,08	89,21 %
11	Keterlibatan masyarakat lokal dalam memberikan jasanya kepada wisatawan	3,68 : 3,99	92,23 %
12	Ketersediaan fasilitas penunjang yang memadahi	4,03 : 4,12	97,81 %
13	Pertunjukan wisata sebagai bentuk kebanggaan terhadap budaya	4,06 : 4,53	89,62 %
14	Terjaganya bangunan bersejarah di kawasan wisata Keraton Yogyakarta	4,19 : 4,70	89,14 %
15	Masih terjaganya budaya dan ciri khas kawasan wisata Keraton Yogyakarta	4,17 : 4,79	87,05%
16	Mudahnya akses transportasi untuk wisatawan di sekiar kawasan wisata Keraton Yogyakarta	3,77 : 4,59	82,13 %
	rata-rata	3,80 : 4,41	86,17 %

Pada Tabel 5.1 dijabarkan titik koordinat, rata-rata pada sumbu X dan sumbu Y,serta persentase setiap variabel. Data tersebut kemudian disusun ke dalam diagram kartesius untuk mengetahui letak tiap variabel yang menempati masing-masing kuadaran dengan batasan kuadran pada sumbu X=3,80 dan

batasan kuadran pada sumbu $Y = 4,41$ sehingga diperoleh diagram kartesius seperti pada Gambar 5.1



Gambar 5.1. Diagram Kartesius

Diagram kartesius pada Gambar 5.1 menjelaskan:

- a. Kuadran I, merupakan kuadran prestasi. Kuadran ini menjelaskan bahwa variabel yang termasuk dalam kuadran ini merupakan variabel yang memiliki kinerja baik yang telah dicapai oleh pengelola Kawasan Wisata Keraton Yogyakarta menurut pengunjung. Variabel yang berada dalam kuadran I yaitu, pertunjukan wisata sebagai bentuk kebanggaan terhadap budaya, terjaganya bangunan bersejarah di kawasan wisata Keraton Yogyakarta dan masih terjaganya budaya dan ciri khas kawasan wisata Keraton Yogyakarta. Variabel yang ada pada kuadran I merupakan tolak ukur kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengelola kawasan wisata Keraton Yogyakarta, sehingga perlu dipertahankan oleh pengelola wisata.

- b. Kuadran II, merupakan kuaran dengan skala berlebihan, maksud dari skala berlebihan kerana variabel pada kuadran II dianggap tidak penting oleh pengunjung kawasan wisata Keraton Yogyakarta, namun dilakukan dengan sangat baik oleh pengelola. Variabel pada kuadran II yaitu, keramahan dan terjaganya attitude pemandu wisata serta msyarakat sekitar, ketersediaan fasilitas penunjang yang memadahi dan kuliner di sekitar kawasan wisata Keraton Yogyakarta yang halal.
- c. Kuadaran III, merupakan kuadran dengan prioritas rendah. Hal tersebut dimaksudkan, varibel yang termasuk pada kuadran III dianggap prioritasnya rendah dan kurang penting bagi pengunjung kawasan wisata Keraton Yogyakarta. Variabel yang ada di dalam kuadaran ini yaitu, kenyamanan disekitar kawasan wisata Keraton, pelayanan dan pengabdian pengelola terhadap wisatawan yang sesuai nilai-nilai Islam, kejujuran pengelola dan masyarakat sekitar wisata di kawasan wisata Keraton, komitmen pengelola dan masyarakat sekitar untuk memajukan wisata islami dan keterlibatan masyarakat lokal dalam memberikan jasanya kepada wisatawan. Prioritas pada kuadaran III dianggap rendah untuk diperbaiki karena variabel-variabel pada kuadaran III sudah terjaga dan sudah dilaksanakan oleh pengelola dan masyarakat sekitar sehingga tidak perlu ditingkatkan menurut pengunjung kawasan wisata Keraton Yogyakarta.
- d. Kuadaran IV, merupakan kuadaran dengan prioritas yang tinggi atau pertama. Dalam kuadran ini, variabel yang termasuk dalam kuadran IV mempunyai prioritas utama untuk diperbaiki karena variabel yang berada pada kuadran ini mempunyai nllai kepentingan yang tinggi untuk

diperbaiki agar memperoleh kenyamanan untuk masyarakat. Sedangkan variabel yang berada pada kuadran ini yaitu: kebersihan kawasan wisata Keraton Yogyakarta, fasilitas beribadah umat muslim, kebersihan tempat beribadah umat muslim dan mudah dijangkaunya fasilitas beribadah umat muslim. Variabel tersebut menjadi prioritas utama untuk diperbaiki karena variabel tersebut sangat penting dan sebagai dasar untuk membangun wisata islami.

Analisis yang dilakukan dengan metode IPA pada penelitian ini bertujuan untuk membangun wisata islami di Kawasan Wisata Keraton Yogyakarta dengan strategi pembangunan adalah memperbaiki fasilitas penunjang untuk beribadah bagi pengunjung yang beragama Islam, dan kebersihan tempat beribadah pengunjung yang beragam Islam, hal tersebut dianggap penting karena pada pembangunan wisata berbasis islami harus memperhatikan kebersihan dan kemudahan pengunjung untuk beribadah. Sebagai kekuatan untuk membangun wisata islami, Kawasan Wisata Keraton Yogyakarta mempunyai nilai heritage atau sejarah yang sangat terjaga dan turun temurun. Hal tersebut dapat dijadikan kekuatan untuk membangun kawasan wisata islami tanpa meninggalkan budaya dan sejarah dari Kawasan Wisata Keraton Yogyakarta.

Analisis IPA selain prioritas utama ditentukan dalam kuadran, ditentukan juga dengan tingkat kepentingan. Tingkat kepentingan dalam penelitian ini bernilai 77,48% - 97,81%., dimana tingkat kepentingan yang rendah merupakan skala prioritas yang utama harus diperbaiki dalam membangun wisata islami dan tingkat kesesuaian tinggi merupakan prestasi yang telah

dilakukan oleh pengelola dan harus dipertahankan. Tingkat kesesuaian dengan nilai 77,48% adalah variabel tentang kebersihan tempat beribadah umat muslim menurut pengunjung, sehingga hal tersebut menjadi prioritas utama yang harus diperbaiki untuk membangun Kawasan Wisata Keraton Yogyakarta menjadi kawasan wisata islami.

B. Analisis SWOT

Strategi membangun wisata syariah/Islami di kawasan Keraton Yogyakarta diarahkan berdasarkan Analisis SWOT. Berikut merupakan uraian mengenai analisis terhadap kondisi yang dihadapi dalam membangun wisata syariah/Islami di kawasan Keraton Yogyakarta yang meliputi analisis kondisi internal dan eksternal :

1. Analisis Faktor Internal

a. *Strength* (Kekuatan)

- 1) Tersedianya *souvenir* dan kuliner di sekitar objek wisata
- 2) Sikap masyarakat.
- 3) Terjaganya adat istiadat
- 4) Adanya atraksi wisata
- 5) Kemudahan aksesibilitas
- 6) Sarana tempat beribadah umat muslim yang memadai
- 7) Harga tiket objek wisata terjangkau
- 8) Masih terjaga dan terawatnya bangunan bersejarah, kearifan lokal serta adat istiadat di kawasan wisata Keraton Yogyakarta.

b. *Weakness* (Kelemahan)

- 1) Tempat parkir yang jauh dari lokasi wisata
- 2) Rendahnya pemahaman masyarakat mengenai wisata islami
- 3) Tingkat keamanan yang masih rendah

2. Analisis Faktor Eksternal

a. *Opportunities* (Peluang)

- 1) Adanya dukungan dari Dinas Pariwisata
- 2) Adanya mitra kerjasama
- 3) Belum banyak wisata yang mengembangkan konsep wisata islami
- 4) Letaknya yang berada di tengah kota
- 5) *Icon* wisata Daerah Istimewa Yogyakarta

b. *Threats* (Ancaman)

- 1) Adanya pemandu wisata liar
- 2) Munculnya tempat wisata modern
- 3) Terkontaminasinya budaya lokal

Tabel 5.2
Matrik Analisis SWOT

<p align="center">IFAS</p> <p align="center">EFAS</p>	<p>Kekuatan / Strength (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tersedianya toko <i>souvenir</i> dan kuliner di sekitar objek wisata 2. Sikap masyarakat 3. Terjaganya adat istiadat 4. Adanya atraksi wisata 5. Kemudahan aksesibilitas 6. Sarana tempat beribada umat muslim yang memadai 7. Harga tiket objek wisata terjangkau 8. Masih terjaga dan terawatnya bangunan bersejarah, kearifan lokal serta adat istiadat di kawasan wisata Keraton Yogyakarta 	<p>Kelemahan / Weakness(W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat parkir yang jauh dari lokasi wisata 2. Rendahnya pemahaman masyarakat mengenai wisata islami 3. Tingkat keamanan yang rendah
<p>Peluang /Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya dukungan dari Dinas Pariwisata 2. Adanya mitra kerja 3. Belum banyak wisata yang mengembangkan konsep wisata islami 4. Letaknya yang berada di tengah kota 5. Icon wisata Daerah Istimewa Yogyakarta 	<p>Strategi (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat dan menerapkan multi tiket yang dapat digunakan di semua objek wisata di kawasan Keraton 2. Meningkatkan transportasi umum untuk wisatawan agar mempermudah wisatawan mencapai objek wisata 3. Meningkatkan fasilitas umum berdasarkan syariat Islam 4. Mempertahankan dan menjaga bangunan bersejarah yang ada di kawasan wisata Keraton Yogyakarta. 	<p>Strategi (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membangun strategi penekanan untuk memberdayakan transportasi tradisional 2. Pemberdayaan masyarakat sekitar kawasan wisata untuk menerapkan wisata islami yang didukung oleh pemerintah daerah dan mitra kerja sama 3. Bekerja sama dengan pihak keamanan pariwisata
<p>Ancaman /Treath (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pemandu wisata liar 2. Munculnya tempat wisata modern 3. Tekontaminasinya budaya local 	<p>Strategi (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat dan mengembangkan organisasi pemandu wisata resmi agar terorganisir 2. Memperbanyak atraksi budaya sebagai daya tarik 3. Melibatkan warga untuk menjaga dan melestarikan kebudayaan 	<p>Strategi (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas pelayanan publik dari segala aspek

Berdasarkan matriks analisis SWOT diatas, maka dapat menghasilkan beberapa strategi SO, WO, ST, dan WT. Adapun strategi tersebut adalah :

a. Strategi SO (*Strength-Opportunity*), yaitu strategi yang menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang.

- 1) Membuat dan menerapkan multi tiket yang dapat digunakan di semua objek wisata di kawasan Keraton. Multi tiket dapat digunakan sebagai promosi dan daya tarik pengunjung yang akan berwisata di kawasan wisata. Selain itu, multi tiket dapat digunakan juga sebagai media awal memperkenalkan wisata syariah selain wisata *heritage* yang ada di kawasan wisata Keraton Yogyakarta. Dengan adanya multi tiket masuk di kawasan wisata Keraton Yogyakarta, harga tiket akan lebih terjangkau.
- 2) Meningkatkan transportasi umum untuk wisatawan agar mempermudah wisatawan mencapai objek wisata. Letak kawasan Wisata Keraton Yogyakarta yang berrada di tengah kota dan merupakan *icon* dari Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta membutuhkan perhatian pemerintah daerah agar pengunjung mudah mengakses transportasi menuju kawasan wisata Keraton Yogyakarta. Dengan memperbaiki transportasi umum untuk mencapai kawasan wisata Keraton Yogyakarta maka kenyamanan pengunjung akan terjamin. Kemudahan transportasi umum akan memberikan dampak yang baik untuk pengikatan kawasan wisata.

- 3) Meningkatkan fasilitas umum berdasarkan syariat Islam. Fasilitas umum khususnya tempat beribadah umat muslim adalah prioritas utama yang harus diperbaiki untuk mencapai pembangunan kawasan wisata syariah di kawasan wisata Keraton Yogyakarta. Tidak hanya akses yang mudah bagi pengunjung untuk mencapai tempat beribadah, namun juga kebersihan tempat beribadah, jalan sekitar dan toilet yang ada di kawasan wisata Keraton Yogyakarta juga diperbaiki. Dengan adanya fasilitas umum yang bersih, nyaman dan aman maka akan meningkatkan kepuasan bersiwata para wisatawan di kawasan wisata tersebut.
- 4) Mempertahankan dan menjaga bangunan sejarah yang ada di kawasan wisata Keraton Yogyakarta. Sebagai penarik wisatawan, maka pengelola sebaiknya melakukan perawatan rutin untuk menjaga bentuk atau kekaslian dari bangunan yang ada di kawasan wisata Keraton Yogyakarta. Karena bangunan yang ada di sekitar kawasan wisata Keraton Yogyakarta merupakan peninggalan nenek moyang dan bentuk dari kebudayaan yang perlu dilestarikan.
- 5) Lebih terbukanya tradisi atau adat istiadat yang dilakukan oleh Keraton Yogyakarta. Tradisi atau adat yang dilakukan Keraton Yogyakarta dapat dijadikan daya tarik yang besar untuk pengunjung karena tidak setiap hari dilakukan acara adat ataupun tradisi yang telah turun temurun di Keraton Yogyakarta. Dengan begitu, pengunjung akan menanti acara adat yang digelar Keraton Yogyakarta.

b. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*), yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang.

1) Membangun strategi penekanan untuk memberdayakan transportasi tradisional. Jauhnya tempat parkir wisata dengan kawasan wisata Keraton Yogyakarta membuat pengunjung kesulitan untuk mencapainya. Dan agen wisata liar, juga membuat kepercayaan pengunjung terhadap pengelola wisata berkurang. Sehingga, akan lebih baik jika pelaku transportasi tradisional seperti becak dan andong diberi wadah untuk mencari pelanggan disekitar kawasan parkir wisata. Dengan begitu, pengunjung akan lebih mudah mencapai tempat wisata dan dapat memberdayakan pelaku transportasi tradisional. Dilihat dari segi lalu lintas di kawasan tersebut, maka dapat mengurangi kemacetan yang ada.

2) Pemberdayaan masyarakat sekitar kawasan wisata untuk menerapkan wisata islami yang didukung oleh pemerintah daerah dan mitra kerja sama. Dalam membangun wisata syariah diperlukan kontribusi masyarakat sekitar dan pemerintah untuk menjaga kebersihan, keamanan dan kenyamanan pengunjung. Keramahan masyarakat dan pengelola juga menjadi modal utama untuk membangun wisata syariah di kawasan wisata Keraton Yogyakarta. Adanya mitra kerjasama yang mendukung pembangunan wisata syariah di kawasan wisata Keraton Yogyakarta akan mempermudah pemerintah daerah dan pengelola mendapatkan pengunjung.

- 3) Bekerja sama dengan pihak keamanan pariwisata. Keamanan dengan skala rendah dikarenakan kawasan parkir yang jauh dari tempat wisata dapat diantisipasi dengan pemerintah yang bekerja sama dengan polisi wisata maupun polsek terdekat untuk patroli dan selalu mengontrol kawasan wisata Keraton Yogyakarta. Selain itu dapat juga memberdayakan hansip dan aparat keamanan desa untuk menjaga keamanan pengunjung.
- c. Strategi ST (*Strength-Threats*), yaitu strategi yang menggunakan kekuatan dan mengatasi ancaman.
- 1) Membuat dan mengembangkan organisasi pemandu wisata resmi agar terorganisir. Pemandu wisata merupakan garda depan untuk menilai profesionalitas pengelola wisata. Oleh karena itu untuk menekan jumlah pemandu wisata liar, maka lebih baik dibuat organisasi pemandu wisata dengan tugas yang jelas dan menentukan tarif yang sama.
 - 2) Memperbanyak atraksi budaya sebagai daya tarik. *Heritage* dari kawasan wisata Keraton Yogyakarta yang masih lekat dan terjaga merupakan daya tarik utama. Oleh sebab itu, memperbanyak atraksi budaya akan membuat kawasan wisata Keraton Yogyakarta semakin banyak pengunjung dan dapat membangun kawasan wisata syariah dengan *heritage* yang tinggi.

- 3) Melibatkan warga untuk menjaga dan melestarikan kebudayaan. Untuk menambah *heritage* kawasan wisata Keraton Yogyakarta lebih baik melibatkan warga dalam melestarikan budaya, sehingga Kawasan Wisata Keraton Yogyakarta tidak akan kalah bersaing dengan wisata modern karena mempunyai ciri khas yang kental.
- d. Strategi WT (*Weakness-Threats*), yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.
- 1) Meningkatkan kualitas pelayanan publik dari segala aspek. Strategi ini dilakukan untuk menekan berkembangnya pemandu wisata liar dan dapat meningkatkan daya saing dengan wisata modern.