BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Keraton Ratu Boko terletak di Dusun Dawung, Desa Bokoharjo, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Situs ini merupakan salah satu situs tertua di Jawa Tengah yang menjadi peninggalan kebesaran ajaran Siva-Budha di Jawa pada abad ke-7 sampai 8 masehi. Dahulu Keraton Ratu Boko berfungsi sebagai tempat untuk melakukan berbagai aktivitas spiritual dan ritual Hindu-Budha yang kini telah beralih fungsi menjadi daya tarik wisata budya. Pengembangan Keraton Ratu Boko sebagai daya tarik wisata budaya dimaksudkan agar wisatawan yang terkonsentrasi tinggi di Taman Wisata Candi Prambanan dan Candi Borobudur dapat menyebar ke candi-candi disekitarnya. Pengembangan petilasan Ratu Boko dilandasi oleh faktor karakteristik kawasan yang spesifik, serta luas kawasan yang cukup besar, sehingga kawasan ini dianggap layak dijadikan pusat kegiatan wisata budaya disamping Taman Wisata Candi Borobudur dan Prambanan (Dspace.uii.ac.id, 2003). Ketiga candi tersebut dikelola oleh PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko dan telah menjadi situs warisan dunia yang di lindungi oleh UNESCO. Jumlah kunjungan wisatawan ke Ratu Boko masih jauh dibawah jumlah kunjungan ke Candi Prambanan dan Borobudur seperti yang terlihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung Taman Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko Tahun 2014, 2015, dan 2016

Taman Wisata Candi	Wisatawan Nusantara		
	2014	2015	2016
Borobudur	3.159.744	3.302.328	3.616.775
Prambanan	1.407.825	1.722.762	1 887 038
Ratu Boko	202.459	239.877	349.812

Sumber : Laporan Tahunan PT. Taman Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko Tahun 2014, 2015, dan 2016

Potensi yang dimiliki oleh Keraton Ratu Boko yang terdiri dari kekayaan sejarah, budaya, panorama alam dengan pemandangan situs tersebut serta momen matahari tenggelam merupakan daya tarik yang bisa digali lebih jauh dari Ratu Boko. Namun hal tersebut masih kalah menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Ratu Boko jika dibandingkan dengan Candi Borobudur dan Candi Prambanan. Seperti yang terlihat pada tabel 1.1 dapat diketahui bahwa Keraton Ratu Boko memiliki jumlah pengunjung yang paling sedikit, yaitu 202.459 wisatawan pada tahun 2014, 239.877 wisatawan pada tahun 2015, dan 349.812 wisatawan pada tahun 2016. Terlihat jelas bahwa selisih jumlahnya masih sangat jauh dengan Candi Borobudur dan Candi Prambanan.

Berdasarkan pada rendahnya jumlah pengunjung di Taman Wisata Keraton Ratu Boko maka PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko terus mendorong popularitas destinasi wisata Keraton Ratu Boko untuk meningkatkan jumlah kunjungan. Dalam proses promosi yang dilakukan oleh pengelola untuk meningkatkan jumlah kunjungan ke Keraton Ratu Boko, salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan mengetahui motivasi wisatawan yang berkunjung ke Keraton Ratu Boko. Menurut Danu Hermansyah dan Bagja Waluya (2012) dengan teridentifikasinya motivasi wisatawan saat berwisata maka akan terlihat apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan wisatawan. Kedua hal tersebut menjadi hal penting dalam penentuan keputusan berkunjung wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Jika kebutuhan dan keinginan wisatawan saat berwisata terpenuhi maka wisatawan akan merasa puas dan ada kemungkinan untuk berkunjung kembali dan ikut serta dalam mempromosikan destinasi wisata yang dikunjunginya sehingga jumlah kunjungan akan meningkat. Selain itu dengan teridentifikasinya motivasi wisatawan saat berwisata maka akan memudahkan pengelola dalam memfokuskan usaha pemasaran wisata berdasarkan pada kebutuhan dan keinginan wisatawan yang dapat dipasarkan melalui berbagai program pemasaran dan menghindari kesalahan penawaran nilai dan manfaat kepada wisatawan.

Hal ini sejalan dengan pendapat Pitana (2009) yang menyatakan bahwa motivasi wisatawan merupakan salah satu faktor yang yang harus diperhatikan dalam meningkatkan industri pariwisata suatu daerah. Menurut Javid Seyidov & Roma Adomaitiene (2016), bahwa suatu lembaga dan perusahaan yang bergerak dalam bidang pariwisata, khususnya yang bertanggung jawab dalam bidang pengembangan dan promisi dalam suatu

destinasi wisata perlu untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk memilih suatu daya tarik wisata. Suatu destinasi wisata bukan hanya tentang produk pariwisatanya, melainkan tentang pengalaman yang terintegrasi dalam berbagai faktor, seperti faktor sosial, budaya, personal dan psikologikal wisatawan termasuk di dalamnya adalah motivasi wisatawan, jumlah atraksi dalam suatu destinasi wisata, fasilitas yang tersedia, harga, dan sumber daya manusianya. Dan menurut Kotler (2003) yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berkunjung yang dilakukan oleh wisatawan untuk melakukan suatu perjalanan wisata. Motivasi pariwisata telah lama dikonseptualisasikan dalam literatur dan merupakan pusat untuk memahami perilaku wisatawan. Beberapa teori dan model telah dikembangkan untuk memandu studi empiris motivasi pariwisata, seperti model *push-pull menurut Dann* (1977) dan model *push-pull factors* menurut Maryam Yousefi & Azizan Marzuki (2015), konsep motivasi menurut Javid Seyidov & Roma Adomaitiene (2016) dan konsep motivasi menurut Yoeti A. (Yoeti, 1996).

Selain jumlah kunjungan wisatawan, berdasarkan pada tanggapan wisatawan mengenai Keraton Ratu Boko yang dikutip dari Tripadvisor.co.id (2018), persentase ketidakpuasan wisatawan saat berkunjung ke Keraton Ratu Boko masih cukup tinggi jika dibandingkan dengan Candi Prambanan dan Candi Borobudur. Seperti yang terlihat pada gambar 1.1 dibawah ini :

Gambar 1. 1 Tanggapan Wisatawan Candi Borobudur, Candi Prambanan, dan Keraton Ratu Boko

Tanggapan tersebut menunjukan bahwa Keraton Ratu Boko membutuhkan suatu pengembangan agar Keraton Ratu Boko menjadi suatu daya tarik wisata yang mampu bersaing, dan banyak menarik wisatawan untuk berkunjung ke Keraton Ratu Boko, sehingga jumlah kunjungan wisatawan dapat meningkat.

Berdasarkan uraian tersebut, maka pengelola PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko harus mampu memahami motivasi wisatawan karena hal tersebut menjadi pemicu wisatawan dalam melakukan keputusan berkunjung ke suatu destinasi wisata yang berdampak baik terhadap jumlah kunjungan wisatawan yang dapat meningkat. Maka dari itu, peneliti melakukan suatu penelitian mengenai **"Analisis Faktor-faktor Motivasi yang Mendorong Wisatawan Nusantara untuk Berkunjung ke Keraton Ratu Boko".**

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu : ***Apa saja faktor-faktor motivasi yang terbentuk yang mendorong wisatawan nusantara untuk berkunjung ke Keraton Ratu Boko?***

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang dilakukan adalah : ***Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor motivasi yang terbentuk yang mendorong wisatawan nusantara untuk berkunjung ke Keraton Ratu Boko.***

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti
   Peneliti berharap penelitian ini sebagai penambah wawasan pengetahuan mengenai salah satu destinasi wisata sejarah di Indonesia.
2. Bagi Pengelola PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko
   Bagi pengelola PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko diharapkan penelitian ini dapat menyumbangkan gagasan baru dan evaluasi terhadap pengembangan potensi Taman Wisata Keraton Ratu Boko dalam rangka peningkatan jumlah kunjungan.
3. Bagi Wisatawan
   Bagi wisatawan diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dalam menentukan keputusan berwisata, khususnya saat berwisata ke Yogyakarta.

1.5. Struktur Organisasi

Pada bagian struktur organisasi skripsi, penulis memaparkan beberapa hal seperti sistematika penulisan skripsi, gambaran isi setiap bab, urutan penulisan dalam setiap bab, dan keterkaitan antara satu bab dengan bab lainnya. Adapun struktur penulisan skripsi ini adalah terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut :

1. BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini pada dasarnya menjadi bab perkenalan. Pada bab ini penulis memparkan konteks penelitian yang dilakukan yang terdiri dari latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi.

2. BAB II : KAJIAN PUSTAKA PUSTAKA

Pada bab ini penulis memaparkan mengenai konsep-konsep, teori-teori, dalil-dalil, hukum-hukum, dan model-model terkait bidang yang dikaji. Selain itu, dalam bab ini juga menampilkan kerangka penelitian yang dilakukan peneliti.

3. BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis memaparkan mengenai metode-metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi lokasi penelitian, desain penelitian, partisipan, populasi dan sample, instrumen penelitian, prosedur penelitian, dan analisis data. Bagian ini merupakan bagian yang bersifat prosedural, yaitu bagian yang dapat mengarahkan pembaca untuk mengetahui bagaimana penulis merancang alur penelitian.

4. BAB IV : TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis memaparkan dua hal utama yaitu temuan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis berdasarkan pada hasil pengolahan dan analisis data, dan pembahasan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan dalam bab sebelumnya.

5. BAB V : SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

Pada bab ini penulis memaparkan penafsiran dan pemaknaan penulis terhadap hasil analisis temuan penelitian yang telah di paparkan pada bab sebelumnya dan mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak dari hasil penelitian yang telah didapatkan penulis, yang dipaparkan dengan urutan sub bab yaitu simpulan, implikasi, rekomendasi, dan keterbatasan penelitian.