

MOTIVASI PENGUNJUNG MELAKUKAN *LEISURE AND RECREATION* DI DAYA TARIK WISATA MALIOBORO, YOGYAKARTA

Ni Komang Otami Astuti Widiandari^{a,1}, Saptono Nugroho^{a,2}

¹ otamiawd@gmail.com, ² saptono_nugroho@unud.2c.id

^a Program Studi Sarjana Destinasi Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Jl. Dr. R. Goris No 7, Denpasar, Bali 80232 Indonesia

Abstract

Shopping center Malioboro offers a variety of souvenirs typical of Yogyakarta such as shirts, batik, blankon, sandals, and various types of handicrafts. In addition, Malioboro also serves as a culinary center with stalls along the street serving typical food and beverages at very cheap prices. Malioboro also has old buildings of Dutch colonial heritage.

This research is located at Jalan Malioboro, Sosromenduran, Gedong Tengen, Yogyakarta City, Special region of Yogyakarta. The aims of this research to understand the attraction, accessibility, amenities, and ancillary also the tourist motivations in this tourist destination. The accidental sampling technique using for informants to collecting data. This research uses qualitative methods with techniques of observation, interview, questionnaire, and documentation study. The data analysis technique used descriptive qualitative analysis.

The research finds that many variety of attractions (culinary, shopping tour, building architecture, and street artists), accessibility (by transportation and information), amenities (hotels and tourism support facilities) and ancillary (UPT and merchant associations) existed in Malioboro. The motivation of visitors divided by two factors that is the push factor (out of saturation and curiosity) and pull factor (images owned, cheap prices provided, and the atmosphere offered by Malioboro).

Keywords: *Tourist Motivations, Leisure and Recreation, Malioboro*

I. PENDAHULUAN

Kota Yogyakarta merupakan ibu kota Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang menjadi tempat atau pusat berjalannya pemerintahan. Kota Yogyakarta berada pada urutan ketiga sebagai kota terbesar di wilayah Pulau Jawa bagian selatan setelah Bandung dan Malang menurut jumlah penduduknya (Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, 2016).

Kota yang dikenal sebagai Kota Gudeg ini memiliki potensi yang tak kalah menarik jika dibandingkan daerah-daerah wisata lainnya sehingga mampu mendatangkan banyak wisatawan, di mana kearifan budaya lokal masih begitu tampak di tengah kehidupan modern saat ini. Mengunjungi kota Yogyakarta adalah salah satu pilihan terbaik jika ingin mempelajari budaya Jawa yang mana masih dipertahankan. Selain budaya, Yogyakarta juga menampilkan kekayaan bentang alam dalam pengembangan pariwisatanya mulai dari pegunungan hingga pantai, serta berbagai bentuk bangunan-bangunan masa prasejarah yang dimiliki.

Terdapat banyak tempat wisata menarik yang dimiliki Yogyakarta, salah satunya adalah Malioboro. Jalan sepanjang 2,5 kilometer ini merupakan salah satu tempat populer di Yogyakarta dan selalu ramai dikunjungi para pelancong. Berlokasi dekat dengan Keraton Yogyakarta dan merupakan garis imajiner yang menghubungkan antara pantai Parangtritis, Keraton Yogyakarta, dan Gunung Merapi. Malioboro sebagai pusat wisata belanja menawarkan berbagai macam oleh-oleh khas Yogyakarta seperti souvenir berupa kaos, batik, blankon, sandal, dan berbagai jenis kerajinan tangan.

Selain itu, Malioboro juga menjadi pusat kuliner dengan adanya warung-warung disepanjang jalan yang menyuguhkan sajian (makanan dan minuman) khas dengan harga yang sangat murah. Malioboro juga memiliki bangunan-bangunan tua peninggalan kolonial Belanda. Hal ini menjadi potensi atau daya Tarik yang ditampilkan Malioboro kepada para pengunjung.

Adapun penelitian sebelumnya yang terkait, yang pertama ditulis oleh Kurniawan (2007) dengan judul penelitian "Status dan Peran Malioboro Mall Sebagai Objek Wisata Belanja". Peneliti menggunakan kuesioner sebagai metode penelitian yang ditujukan untuk pengunjung dan wawancara kepada pengelola *Malioboro Mall* dan penduduk lokal. Tujuan ditulisnya jurnal ini untuk mengetahui apa tujuan utama wisatawan datang ke Malioboro Mall. Acuan kedua diberi judul "Leisure, Rekreasi, Pariwisata Dalam Berbagai Dimensi Metropolitan" oleh Gunawan (2007). Kasus pada penelitian ini dilatarbelakangi oleh kota metropolitan sebagai pusat perekonomian dan industri yang telah memiliki kepadatan penduduk dan kesibukan masing-masing individu ataupun kelompok hingga menyebabkan rasa kebingungan penduduk kota metropolitan dalam menghabiskan leisure dengan kegiatan rekreasi. Maka dari itu penelitian ini menghasilkan bagaimana pemanfaatan leisure yang dilakukan oleh penduduknya dan kegiatan yang akan dilakukan. Acuan terakhir berjudul "Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Malioboro Kota Yogyakarta" yang telah diteliti oleh Baharuddin *et al* (2016). Para peneliti menggunakan

kuisisioner sebagai metode penelitian yang ditujukan untuk wisatawan yang datang dan wawancara langsung terhadap wisatawan. Tujuan ditulisnya jurnal ini untuk mengetahui kepuasan wisatawan terhadap daya tarik wisata Malioboro.

Dalam penelitian ini memakai lima konsep untuk menganalisis permasalahan, yaitu konsep *leisure and recreation* (Murvey 1974, Kelly, 1982). *Leisure* yang sebenarnya adalah suatu kebebasan untuk pengembangan diri yang terekspresikan dalam satu kegiatan. *Recreation* adalah "kegiatan atau pengalaman sukarela yang dilakukan seseorang di waktu luangnya, yang memberikan kepuasan dan kenikmatan pribadi.

Konsep Motivasi menurut Pitana dan Gayatri (2005), khususnya dibidang pariwisata, motivasi dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal (motivasi *intrinsic*) dan faktor eksternal (motivasi ekstrinsik). Motivasi *intrinsic* ini beracu pada diri wisatawan itu sendiri yang bisa dijelaskan dalam teori hirarki kebutuhan milik Maslow yaitu diantaranya kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan aktualisasi diri, dan kebutuhan prestise. Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang terbentuk oleh faktor dari luar seperti norma sosial, pengaruh dan tekanan keluarga, situasi kerja yang terinternalisasi, yang kemudian berkembang menjadi kebutuhan psikologis.

Konsep pengunjung menurut *International Union Of Official Travel Organization* (IUOTO) (2014), pengunjung yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah.

Konsep wisata belanja adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang pada saat berwisata, bukan sekedar jalanjalan tetapi juga untuk membeli keperluan yang dibutuhkan. Wisata belanja disebut sebagai kegiatan wisata yang memanfaatkan kawasan komersial perdagangan retail sebagai tempat rekreasi untuk tujuan berkunjung dan beraktivitas berbelanja untuk kebutuhan berwisata (Ismayanti, 2011:159).

Konsep komponen pariwisata merupakan penggolongan potensi wisata yang dimiliki Desa Wisata Kerta dengan konsep 4A, komponen potensi wisata tersebut terdiri dari *attraction*, *accessibility*, *amenity* dan *ancillary* (Cooper dkk, 1995). *Attraction* (atraksi) adalah daya tarik suatu destinasi seperti kesenian sedangkan aktivitas adalah apa saja yang dapat dilakukan wisatawan di daerah tujuan wisata. *Accessibility* (aksesibilitas) merupakan sarana dan prasarana yang dapat memudahkan wisatawan untuk mencapai daerah tujuan wisata misalnya peta perjalanan wisata, data

atraksi wisata, bandara, transportasi, waktu dan biaya yang dapat menunjang wisatawan menuju ke daerah tujuan wisata. *Amenity* (amenitas) merupakan fasilitas pendukung kegiatan pariwisata yang bertujuan memberikan kenyamanan terhadap wisatawan seperti akomodasi, pusat kesehatan, informasi dan komunikasi, ketersediaan air bersih, listrik dan lain sebagainya. *Ancillary* (kelembagaan) merupakan komponen atau tatanan antara anggota masyarakat yang mengikat dan diwadahi oleh suatu organisasi dan merupakan sistem sosial yang melakukan usaha untuk mencapai tujuan tertentu.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian berlokasi di Kawasan Malioboro yang terletak di Jalan Malioboro, Sosromenduran, Gedong Tengen, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Jenis data dipakai berupa data kuantitatif dan data kualitatif (Bungin, 2007). Sumber data utama adalah data primer dan sekunder (Bungin, 2017).

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik-teknik kualitatif (Anom, dkk., 2019). Teknik penentuan informan dengan *incidental sampling* (Sugiyono, 2013). Teknik pengumpulan data observasi (Suryawan, dkk., 2017), wawancara penggunaan kuisisioner menunjang data kualitatif (Sugiyono, 2009; Arikunto, 2014) dan dokumentasi (Sugiyono, 2014). Teknik analisis data, menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif (Nawawi dan Martini, 1996).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dilapangan, dapat diperoleh hasil berupa profil daya tarik wisata malioboro dan motivasi pengunjung di malioboro.

3.1 Profil Daya Tarik Wisata Malioboro

3.1.1 Atraksi

Malioboro sebagai ikon kota Yogyakarta selalu ramai dikunjungi baik siang hari maupun malam hari. Atraksi yang disuguhkan Malioboro antara lain adalah sebagai berikut :

1. Wisata Kuliner

Warung-warung berjejer sepanjang jalan Malioboro beroperasi selama kurang lebih 24 jam. Warung-warung milik masyarakat Yogya yang tergabung dalam beberapa asosiasi pedagang dan berada di bawah naungan UPT (Unit Pelaksana Teknis) Malioboro ini menyajikan berbagai kuliner Nusantara baik makanan maupun minuman. Berdasarkan ketentuan UPT yang bertanggungjawab dalam pengelolaan Malioboro, para pedagang telah dibuatkan jadwal operasi untuk siang dan malam hari. Makanan yang biasanya dijajakan pada siang hari adalah lumpia, bakso dan mie ayam. Sedangkan untuk minuman pedagang menawarkan minuman-minuman segar

seperti es cendol, es dawet, es degan, dan es kelapa muda.

Pada malam hari kuliner yang biasanya diujakan disetiap warung dan angkringan adalah lalapan, *seafood*, serta makanan khas Yogyakarta yang paling terkenal dan diminati pengunjung yaitu gudeg. Sedangkan minuman yang ditawarkan pada malam hari biasanya adalah kopi hitam.

2. Wisata Belanja

Selain menyediakan warung-warung makanan dan minuman untuk berwisata kuliner, Malioboro juga menawarkan kegiatan berbelanja baik secara tradisional maupun modern. Toko-toko souvenir tertata rapi disebelah barat jalan Malioboro, menjual berbagai macam oleh-oleh khas Yogyakarta seperti kaos bertuliskan Jogja, pakaian batik, blankon, berbagai macam tas, topi, dan sandal bertuliskan Jogja serta pernak-pernik gelang, kalung, gantungan, dan miniatur kendaraan khas Yogyakarta yaitu sepeda onthel dan andong. Harga yang ditawarkan para pedagang pun terbilang murah dan pas dikantong. Atau para pengunjung juga dapat berbelanja secara modern di Mall Malioboro.

3. Arsitektur Bangunan

Malioboro juga menawarkan atraksi berupa keunikan bangunan-bangunan tua peninggalan kolonial Belanda dengan arsitektur yang khas. Bangunan-bangunan tua yang menjadi saksi bisu perjalanan kota Yogyakarta dari masa ke masa hingga kini masih terjaga dengan sangat baik. Beberapa dari bangunan-bangunan tersebut juga sudah dijadikan tempat wisata yang dibuka untuk umum seperti Benteng Vredenburg yang didirikan pada tahun 1765 kini telah dijadikan sebagai museum.

4. Atraksi Seniman Jalanan

Atraksi seni yang ditampilkan para seniman jalanan pada malam hari di Malioboro membuat suasana menjadi semakin seru. Mereka akan mengekspresikan kemampuan yang dimiliki dengan bermain musik, bernyanyi, pantomim, atau melukis. Hal ini juga merupakan daya tarik bagi pengunjung terutama para kawula muda. Pengunjung Malioboro pada malam hari akan didominasi oleh kalangan muda yang ingin berkumpul bersama teman-teman ataupun keluarga.

3.1.2 Aksesibilitas

Terkait aksesibilitas dalam hal ini bukan hanya berupa moda transportasi yang dapat digunakan oleh para pengunjung menuju kawasan Malioboro, namun juga terkait kemudahan dalam mendapatkan informasi tentang daya tarik wisata

satu ini. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pengunjung di Malioboro, mereka mengakui bahwa selain karena citra Malioboro yang sudah terkenal sejak lama, sebagian besar dari mereka juga mendapatkan informasi tentang Malioboro dengan mengakses di internet. Dengan kecanggihan teknologi masa kini masyarakat menjadi lebih mudah untuk mengakses berbagai informasi tentang tempat-tempat menarik yang bisa dikunjungi termasuk di dalamnya adalah daya tarik wisata Malioboro. Selain itu juga, ada beberapa petunjuk jalan yang dapat mengarahkan wisatawan menuju kawasan Malioboro tersebut dan ada beberapa transportasi umum yang dapat masuk di kawasan tersebut seperti taksi dan ojek online, becak, maupun andong. Adapun alat transportasi yang digunakan pengunjung Malioboro dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 3.1 Transportasi yang Digunakan untuk Mengunjungi Malioboro

No.	Jenis	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Jalan kaki	12	33,3%
2.	Kendaraan Pribadi	15	41,7%
3.	Sepeda	1	2,8%
4.	Bus wisata	3	8,3%
5.	Lainnya	5	13,9%
Total		36	100%

(Sumber: Kuesioner, 2018)

Dari Tabel 3.1 dapat diketahui bahwa hampir dari setengah narasumber memilih menggunakan kendaraan pribadi dengan presentase 41,7%, sedangkan diurutan kedua pengunjung memilih untuk berjalan kaki dengan alasan menghindari macet dan tempat tinggal yang memang dekat dari Malioboro dengan presentase 33,3%, lalu sisanya adalah menggunakan bus wisata sebesar 8,3%, sepeda 2,8% dan kendaraan lainnya sebesar 13,9%.

Tabel 3.2 Sumber Informasi Tentang Malioboro

No.	Sumber	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Teman	16	44,4%
2.	Biro Perjalanan	1	2,8%
3.	Brosur	-	-
4.	Internet	7	19,4%
5.	Lainnya	12	33,3%
Total		36	100 %

(Sumber: Kuesioner, 2018)

Sedangkan pada Tabel 3.2 dapat diketahui bahwa sebagian besar pengunjung mendapatkan informasi tentang Malioboro dari teman dengan

persentase sebesar 44,4% selain itu ada pengunjung yang mengetahui informasi dari internet sebanyak 19,4%, dan untuk pilihan lainnya dengan jumlah persentase 33,3% pengunjung mengaku bahwa sudah lama mengetahui informasi tentang Malioboro karena memang sudah terkenal.

3.1.3 Amenitas

Sebagai salah satu tempat favorit bagi para pelancong yang melakukan kegiatan wisatanya di Daerah Istimewa Yogyakarta, Malioboro tentu perlu membangun berbagai bentuk fasilitas yang menunjang aktivitas yang dilakukan masyarakat saat mengunjungi kawasan Malioboro. Setelah melakukan observasi dapat dilihat beberapa tempat penginapan (hotel), baik yang tidak berbintang hingga berbintang seperti Hotel Grand Inna, Hotel Ibis, Hotel Whiz, Hotel Melia Purosani dan beberapa lainnya yang berlokasi tepat di kawasan Malioboro.

Selain bangunan berupa hotel, ada pula fasilitas penunjang lainnya seperti halte, tempat duduk, petunjuk jalan untuk tunanetra, petunjuk jalan mengarah Malioboro, lahan parkir yang dibagi menjadi 3 lokasi, ATM *centre*, kedai-kedai yang berada sepanjang jalan Malioboro, juga pertokoan yang menjual aneka souvenir khas Yogyakarta seperti kaos bertuliskan Yogyakarta, tas, sandal atau sepatu, topi, gantungan, dan lain-lain.

3.1.4 Ancillary

1) UPT

Dalam setiap aktivitas yang terjadi di kawasan Malioboro, diatur dan diawasi oleh Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pengelolaan Kawasan Malioboro yang berada dalam naungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta. Pada Peraturan Wali Kota Yogyakarta No. 92 tahun 2009 disebutkan bahwa UPT Malioboro memiliki fungsi pengelolaan pariwisata, kebersihan, keindahan, pemeliharaan sarana prasarana, usaha perdagangan, penataan kawasan parkir dan transportasi yang berada di kawasan Malioboro. Selain itu juga, UPT Malioboro memiliki visi yaitu untuk menjadikan Malioboro sebagai destinasi pariwisata utama. Seperti yang diketahui bahwa Malioboro merupakan salah satu kawasan wisata yang sangat terkenal di Yogyakarta atau bisa juga disebut sebagai ikon kota Yogyakarta. Maka dari itu, untuk menjaga eksistensi Malioboro UPT telah melakukan beberapa cara salah satunya dengan mengadakan event-event di kawasan tersebut. Dalam kurun waktu satu tahun, sudah diselenggarakan kurang lebih delapan event. Acara-acara tersebut secara

tidak langsung ikut mempromosikan kawasan Malioboro.

2) Asosiasi Pedagang

Pedagang kaki lima di kawasan Malioboro terhimpun dalam paguyuban-paguyuban pedagang kaki lima Malioboro. Himpunan paguyuban-paguyuban ini berada di bawah naungan UPT Malioboro, diantaranya adalah paguyuban Tri Dharma dan PEMALNI yang merupakan paguyuban terbesar dengan jumlah anggota masing-masing 380 pedagang dan 400 pedagang. Selain itu, ada juga paguyuban Handayani, PPMS (Paguyuban Pedagang Makan Siang), paguyuban PPKLY, paguyuban PKKLM2Y, paguyuban Sosrokusumo, PPLM (Paguyuban Pedagang Lesehan Malam), serta beberapa pedagang yang tidak terikat dengan paguyuban tersebut di atas.

Paguyuban-paguyuban ini memfasilitasi anggotanya dengan fasilitas seperti simpan pinjam, asuransi kesehatan, dana sosial, pengajian, arisan, dan lain-lain. Dengan adanya paguyuban tersebut dapat juga mempermudah pendataan jumlah pedagang yang ada di kawasan Malioboro. Selain itu pemerintah yang diwakilkan oleh Dinas Pariwisata Yogyakarta menyediakan pelatihan berbahasa Inggris untuk pedagang yang ada agar siap melayani wisatawan asing yang datang berkunjung ke Malioboro.

3.2 Motivasi Wisatawan

3.2.1 Faktor Pendorong

Berikut beberapa faktor pendorong dari pengunjung yang melakukan kunjungan ke Malioboro :

1. Keluar dari kejenuhan (*refreshing*)

Setelah melakukan wawancara dengan beberapa pengunjung yang datang ke Malioboro, banyak dari mereka mengakui bahwa Malioboro menjadi tempat pilihan terbaik jika ingin menghindari suasana jenuh yang dialami. Udara segar dan sejuk ditambah dengan lalu lalang orang yang datang mengunjungi jalan Malioboro terasa sangat khas dibenak masyarakat. Meski hanya datang, duduk lalu menikmati kuliner yang dihidangkan para pedagang, pengunjung akan merasa sangat nyaman berada di Malioboro. Salah satu pengunjung diwawancarai peneliti adalah Asih (29)

"Refreshing aja sih mbak, sekali-kali dari pada bosan di rumah yah mending ngajak anak main ke sini."

(Sumber: Wawancara, 6 April 2018)

Beliau mengaku akan ke Malioboro jika sudah merasa sangat bosan atau jenuh dengan rutinitas sehari-hari di rumah.

Tidak hanya suasana di siang hari, suasana malam hari pun tidak kalah mengasyikkan yang tentu bisa menghilangkan kejenuhan seketika. Pengunjung yang datang ke Malioboro mengakui bahwa mereka datang untuk menghindari suasana jenuh dari kegiatan sehari-harinya.

2. Rasa Ingin Tahu

Faktor ini merupakan faktor utama bagi para pengunjung yang datang dari luar kota Yogyakarta. Banyak dari pengunjung mengaku penasaran dengan apa dan bagaimana sebenarnya Malioboro. Nanda (34 tahun) sebagai salah satu pengunjung yang datang berkunjung ke Malioboro mengatakan,

"Ya awalnya saya penasaran, kan dari dulu lihat cuma dari media sosial sama dikasih tau temen gitu ya udah selagi dapat libur langsung ke sini mbak".

(Sumber: Wawancara, 6 April 2018)

Hal ini dinyatakan karena Malioboro menjadi sangat populer dikalangan masyarakat Indonesia. Banyak orang-orang khususnya dari luar daerah Yogyakarta jadi penasaran dan ingin langsung datang mengunjungi Malioboro.

3.2.2 Faktor Penarik

1) Citra

Malioboro merupakan daya tarik wisata utama yang dimiliki Yogyakarta. Jalan sepanjang 2,5 kilometer ini telah lama menjadi ikon kota istimewa tersebut.

Malioboro sebagai daya tarik wisata terbilang sangat populer ditelinga masyarakat Nusantara dan bahkan oleh orang-orang hampir di seluruh dunia. Akan tampak tidak lazim apabila seseorang datang berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta namun tidak menyinggahi tempat yang satu ini, seperti yang dinyatakan oleh Novia (19 tahun) salah satu pengunjung di Malioboro

"Saya ke Jogja sama temen-temen mbak, terus pada ngajak ayo ke Malioboro, masak udah di Jogja tapi gak ke Malioboro, percuma ntar"

(Sumber: Wawancara, 6 April 2018)

2) Harga Murah

Selain citra sebagai ikon sebuah kota istimewa, Malioboro juga terkenal sebagai pusat wisata belanja dengan harga murah. Hal ini merupakan salah satu faktor penarik lain bagi seseorang untuk datang berkunjung ke Malioboro. Para pengunjung dapat berburu kuliner serta souvenir-souvenir murah khas

kota Yogyakarta merupakan nilai tambah dari Malioboro. Berikut beberapa pernyataan yang disampaikan oleh para pengunjung, Rensa (23 tahun) dari Wamena mengatakan,

"Saya disini itu lagi tugas dinas, terus mau cari oleh-oleh buat orang rumah. Teman saya yang ini (menunjuk salah satu temannya) yang ngajak saya nyari oleh-oleh di sini, katanya murah"

(Sumber: Wawancara, 6 April 2018)

Selain itu juga ada Agung (22 tahun) dari Jakarta mengakui hal yang sama

"Saya ke Jogja udah beberapa kali, awalnya gara-gara penasaran aja katanya di sini barangnya murah-murah, eh emang bener kalau harga souvenirnya murah terus juga bisa nawar kalau masih mahal, kalo di toko-toko gitu gak bisa nawar mbak, gak enak"

(Sumber: Wawancara, 6 April 2018)

Berdasarkan pernyataan dari kedua pengunjung tersebut dapat dibuktikan bahwa harga murah merupakan salah satu faktor penarik minat seseorang untuk datang ke Malioboro.

3) Suasana

Setelah melakukan wawancara dengan beberapa pengunjung yang datang ke kawasan Malioboro, sebagian besar dari mereka mengakui bahwa Malioboro mampu memikat hati para pengunjung dengan suasananya. Menikmati udara segar di pagi hari sembari melihat kawasan ini perlahan mulai ramai dengan hiruk pikuk masyarakat Yogyakarta seperti yang dinyatakan Budi (55 tahun) salah satu dari pengunjung yang datang mengatakan,

"Beberapa kali kesini, terus pas selesai nganter anak sekolah saya biasanya ke sini sambil nungguin jemput anak. Ya kan disini suasananya beda daripada di rumah, bisa lihat orang lalu-lalang, kalau di rumah terus suntuk mbak".

(Sumber: Wawancara, 6 April 2018)

Selain itu, pada malam hari banyak para muda-mudi yang akan datang mengunjungi Malioboro untuk bercengkrama dengan teman-temannya sembari menikmati kuliner dan menyeruput kopi hitam yang disajikan beberapa angkringan milik masyarakat Yogya. Para pengunjung juga dapat menikmati alunan lagu yang akan dimainkan oleh seniman lagu jalanan. Suasana seperti inilah yang mejadi ciri khas dari jalan Malioboro.

Namun, sangat disayangkan beberapa dari pengunjung mengeluhkan keadaan Malioboro yang saat ini sedang gencar melakukan berbagai perbaikan. Pengunjung yang sudah beberapa kali mengunjungi

kawasan Malioboro mengaku akan mulai merasa gerah pada waktu siang hari. Hal ini mungkin disebabkan banyaknya pohon yang ditebang saat membangun trotoar dan Malioboro kini sudah tak serindang dulu. Masyarakat atapun pengunjung berharap agar pembangunan tersebut segera diselesaikan.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

Adapun hasil identifikasi atraksi yang ditawarkan Malioboro adalah wisata kuliner, wisata belanja baik yang tradisional maupun modern, arsitektur bangunan khas masa kolonial Belanda, dan penampilan musik seniman jalanan. Kedua, aksesibilitas yakni terkait moda transportasi yang mudah didapatkan di dan menuju Malioboro yaitu taksi dan ojek online, becak, serta andong. Akses yang dimaksud juga adalah kemudahan pengunjung mendapatkan informasi tentang Malioboro selain karena citranya yang sudah terkenal pengunjung juga dapat mengakses informasi melalui internet. Ketiga, amenities atau fasilitas-fasilitas penunjang kegiatan wisata di kawasan daya tarik wisata Malioboro antara lain adalah hotel, halte, tempat duduk, petunjuk jalan untuk tunanetra, petunjuk jalan mengarah Malioboro, lahan parkir yang dibagi menjadi 3 lokasi, ATM *centre*, kedai-kedai yang berada sepanjang jalan Malioboro, juga pertokoan souvenir. Keempat, ancillary atau kelembagaan yang ada di kawasan daya tarik wisata Malioboro terdiri atas dua yaitu UPT (Unit Pelaksanaan Teknis) dan Asosiasi Pedagang yang bertanggungjawab atau berada di bawah naungan UPT Malioboro, seperti asosiasi Tri Dharma, PEMALNI, Handayani, dan PPLM. Kemudian Motivasi wisatawan melakukan kunjungan ke kawasan daya tarik wisata Malioboro terdiri atas dua, yaitu pertama faktor pendorong (faktor dari dalam diri wisatawan) antara lain untuk keluar dari kejenuhan, *refreshing*, dan rasa ingin tahu. Kedua, faktor penarik (faktor yang menarik wisatawan berkunjung atau dari Malioboro) antara lain adalah citra Malioboro yang sudah populer, harga murah, serta suasana.

4.2 Saran

Adapun saran adalah sebagai berikut.

- 1) Saran kepada Pemerintah agar memperhatikan pengembangan Malioboro, menambah fasilitas pendukung, serta mempercepat penataan jalan di Malioboro.
- 2) Saran kepada pengelola Malioboro agar lebih memperhatikan penataan warung pedagang, penambahan jumlah dan kebersihan fasilitas toilet umum serta pemberian sanksi terhadap pengunjung yang melanggar aturan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anom, M. Par, Dr. Drs. I Putu dan Mahagangga, S.Sos., M.Si, I Gusti Agung Oka. 2019. *Handbook Ilmu Pariwisata Karakter dan Prospek*. Jakarta: Prenada Media (Divisi Kencana)
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baharuddin, Aris. dkk. 2016. "Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Malioboro Kota Yogyakarta". Makassar: Ad'ministare Vol. 3 No. 2.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP.
- Gunawan, Myra P. 2007. "Leisure, Rekreasi, Pariwisata Dalam Berbagai Dimensi Metropolitan". Bandung: *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*. Vol 18; No 1:49-64.
- Harsono, Nanang Rudi dan Yusrizal Firdaus. 2017. "Motivasi Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata di Desa Pawan Kabupaten Rokan Hulu", Pekanbaru: *Jom FISIP*. Vol. 4; No. 1.
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Publisher Graznido.
- KBBI. 2018. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. [Online] Available at: <http://kbbi.web.id/fenomena> [Diakses 16 Maret 2018]
- Kurniawan, Muhammad Arief. 2007. "Status dan Peran Malioboro Mall Sebagai Objek Wisata Belanja di Malioboro Yogyakarta". Tesis. Yogyakarta: Pascasarjana Universitas Gadjah Mada.
- Menuh, Ni Nyoman. 2015. "Karakteristik Wisatawan Backpacker Mancanegara dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Pariwisata di Kuta, Bali". Tesis. Denpasar: Pascasarjana Universitas Udayana.
- Muljadi, A.J. dan H. Andri Warman. 2014. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nawawi, Hadari dan Mimi Martini. 1996. *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nisa, Ahsanul Fathiyatun dan Ragil Haryanto. 2014. "Kajian Keberadaan Wisata Belanja Malioboro Terhadap Pertumbuhan Jasa Akomodasi di Jalan Sosrowijayan dan Jalan Dagen". Semarang: *Jurnal Teknik*. Vol. 3; No. 4:933-948.
- Nurhidayati, Sri Endah. 2003. "Motivasi dan Pola Konsumsi Wisatawan Dalam Kegiatan Rekreasi Di Obyek Agrowisata Kebun The Wonosari Lawing Malang". Tesis. Surabaya: Pascasarjana Universitas Airlangga.
- Pitana, I Gede dan I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung :Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suryawan, I. B., & Mahagangga, I. G. A. O. (2017). *Penelitian Lapangan 1. Denpasar: Cakra Media dan Fakultas Pariwisata Universitas Udayana*.

- Sari, Fitria dkk. 2014. "Tinjauan Terhadap Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Air Terjun Aek Martua Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau". Pekanbaru: Jom FISIP. Vol. 1; No. 2.
- Surtina, Fitria dkk. 2014. "Dibalik Fakta dan Mitos Fenomena Super Blue "Blood" Moon". Badung. Universitas Pedidikan. Vol. 1:Hal.32.