

HUBUNGAN PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KUNJUNGAN ULANG KE PASAR KLEWER

Dian Pramita Sari, Galing Yudana

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta

Abstrak

Surakarta memiliki berbagai macam destinasi wisata, salah satunya adalah wisata belanja. Pasar Klewer dikenal masyarakat sebagai ikon Kota Surakarta yang merupakan tempat pameran produk Kota Surakarta, yaitu batik. Keunikan yang dimiliki Pasar Klewer menarik kecenderungan wisatawan untuk berkunjung. Hasil dari penelitian yang dipublikasikan dalam artikel berjudul "*Preferensi Wisatawan Terhadap Wisata Pulau Samosir dengan Analisis Konjoin*" yang ditulis oleh Sari Kembaren, Pengarpen Bangun, dan Rahmat Sitepu pada tahun 2014 menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara preferensi wisatawan dengan pengambilan keputusan untuk melakukan suatu kunjungan ke suatu tempat wisata. Untuk itu penelitian ini mencari jawaban mengenai hubungan preferensi wisatawan dengan kunjungan ulang Ke Pasar Klewer. Metode yang digunakan untuk menjawab pertanyaan tersebut adalah kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear. Hasil dari penelitian ini membenarkan bahwa preferensi wisatawan memiliki keterkaitan positif dengan kemungkinan wisatawan berkunjung kembali ke Pasar Klewer.

Kata Kunci : Pasar Klewer, Kota Surakarta, Preferensi Wisatawan

PENDAHULUAN

Saat ini pariwisata merupakan pemasok devisa terbesar ketiga setelah devisa hasil ekspor kelapa sawit dan batu bara bagi Indonesia. Indonesia sedang gencar melakukan pengembangan dalam bidang pariwisata karena Indonesia memiliki kelimpahan modal daya tarik wisata. Selain itu pengembangan pariwisata saat ini juga didorong dengan ditetapkannya pariwisata sebagai sektor strategis karena devisa yang dihasilkannya dapat secara langsung dikonversi ke dalam rupiah. Selain karena alasan pemasok devisa yang memberikan keuntungan besar bagi Indonesia, sektor pariwisata ditetapkan sebagai sektor strategis nasional karena memiliki dampak yang besar dalam penyediaan lapangan pekerjaan (Kompas.com).

Menurut RPJP Kota Surakarta Tahun 2010-2025, secara geografis Kota Surakarta terletak pada jalur strategis perdagangan dan pariwisata Yogyakarta – Surakarta – Semarang – Surabaya dan Bali. Hal ini merupakan sebuah peluang bagi Kota Surakarta dalam pengembangan potensi pariwisata sebagai upaya peningkatan pendapatan daerah. Letak geografis Kota Surakarta tidak memiliki potensi yang menguntungkan untuk tujuan pariwisata berbasis alam. Letaknya yang jauh dari gunung dan laut memaksa Kota Surakarta mengembangkan pariwisata di bidang lain, yaitu wisata budaya dan sejarah. Kota Surakarta memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata budaya dan sejarah.

Pengertian dari wisata budaya adalah suatu jenis pariwisata, dimana motivasi orang-orang untuk melakukan perjalanan disebabkan karena adanya daya tarik seni-budaya di suatu tempat (Yoeti: 1996, 123).

Berdasarkan pengertian tersebut, wisata budaya di Kota Surakarta tidak dapat dipisahkan dari batik. Bapak W. Andrianto (bagian destinasi, Dinas Pariwisata Kota Surakarta) yang diwawancarai pada 7 Mei 2019 mengatakan bahwa batik merupakan sebuah proses untuk memberikan corak dan warna di sebuah bidang dengan menggunakan alat canting atau cap. Batik ini merupakan salah satu ciri khas Kota Surakarta yang menjadi tujuan wisatawan melakukan kegiatan wisata belanja. Diantara banyaknya destinasi wisata belanja yang memiliki komoditas batik di Kota Surakarta, menurut Bapak W. Andrianto Pasar Klewer memiliki kecenderungan paling banyak dikunjungi dibandingkan dengan destinasi wisata belanja batik lainnya.

Dalam Rencana Induk Pariwisata Kota Surakarta tahun 2016-2026 terdapat salah satu arah kebijakan pembangunan destinasi wisata, yaitu pemantapan Daya Tarik Wisata untuk meningkatkan daya saing produk dalam menarik kunjungan ulang wisatawan dan segmen pasar yang lebih luas. Sedangkan dalam beberapa penelitian menunjukkan bahwa preferensi wisatawan memiliki hubungan positif dengan pengambilan keputusan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata. Oleh karena itu, terumuskan rumusan masalah *“bagaimana hubungan antara preferensi wisatawan dengan kunjungan ulang ke salah satu destinasi wisata belanja batik di Kota Surakarta yang menjadi ikon kota Surakarta (Pasar Klewer)?”*

KAJIAN PUSTAKA

1. Pasar Klewer

Pasar Klewer saat ini telah menjadi Ikon Kota Surakarta. Selain karena

letaknya yang dekat dengan Kraton Surakarta, orang akan menangkap Kota Surakarta ketika menyebutkan Pasar Klewer, begitupun sebaliknya (Syafe'i, 2013). Pasar Klewer memiliki keunikannya tersendiri karena merupakan pusat perdagangan batik terbesar di Kota Surakarta. Di Pasar Klewer terdapat berbagai macam motif batik dari yang kuno hingga yang sedang menjadi tren saat ini. Inilah salah satu hal yang dapat dilihat dari Pasar Klewer bahwa Pasar Klewer merupakan salah satu bukti perkembangan batik. Keunikan lain yang dimiliki Pasar Klewer adalah fakta bahwa pedagangnya kebanyakan turun-temurun (Setyawan, 2013). Keunikan-keunikan inilah yang menjadikan Pasar Klewer memiliki daya tarik dikunjungi oleh wisatawan. Kegiatan yang paling menonjol yang dilakukan wisatawan di Pasar Klewer adalah untuk berbelanja. Selain itu, Pasar Klewer yang merupakan pusat perdagangan batik terbesar di Kota Surakarta juga memiliki fungsi sebagai outlet budaya. Batik yang merupakan salah satu bentuk kebudayaan memiliki nilai tersendiri untuk dapat menarik perhatian peminatnya. Kota Surakarta merupakan salah satu Kota yang memiliki batik sebagai suatu komoditas kebudayaan masyarakatnya. Kebanyakan dari produsen batik di Kota Surakarta memasarkan produknya ke Pasar Klewer (Fikri, 2018). Keterkaitan semacam ini yang akan mempengaruhi aktivitas ekonomi di bidang batik Kota Surakarta, salah satunya adalah kegiatan wisata belanja.

2. Wisata Belanja

Belanja adalah kegiatan yang menyenangkan, dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang secara suka rela

tanpa adanya paksaan untuk membeli sesuatu yang dibutuhkan (Timothy dalam Nisa dan Ragil, 2014). Wisata belanja disebut sebagai kegiatan wisata yang memanfaatkan kawasan komersial perdagangan retail sebagai tempat rekreasi untuk tujuan berkunjung dan melakukan aktivitas belanja untuk kebutuhan berwisata. Objek (atau yang kini disebut dengan destinasi) wisata belanja merupakan suatu tempat pusat penjualan produk lokal yang dikunjungi untuk berbelanja yang dapat dibawa ketika meninggalkan destinasi wisata (Nisa dan Ragil, 2014).

Wisata belanja berdampak pada aspek ekonomi dan spasial. Wisata belanja memberikan kenangan tersendiri kepada wisatawan mengenai daerah tujuan wisata yang dikunjungi (Josiam, Kinley & Kim dalam Choi, 2015:1). Melalui wisata belanja, wisatawan akan dengan mudah mengenal dan memahami kekhasan dan kebudayaan dari daerah tujuan wisata melalui aspek ekonomi dan sosial tersebut. Batik merupakan kekhasan yang dimiliki Kota Surakarta. Batik yang kebanyakan dituangkan dalam bidang kain inilah yang kemudian menjadi alasan wisatawan melakukan kegiatan wisata belanja.

3. Preferensi Wisatawan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, preferensi memiliki arti sebagai pilihan, kecenderungan, dan kesukaan. Sehingga preferensi dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk memilih sesuatu yang lebih disukai daripada yang lain dalam mengambil suatu keputusan seorang individu. Preferensi wisatawan merupakan hal yang penting diketahui aktor pengembang pariwisata terkait (Koranti, Sriyanto dan Sidik, 2013).

“Exploring Destination Psychological Ownership Among Tourists: Antecedents and Outcomes” menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara preferensi wisatawan terhadap destinasi wisata dengan *psychological ownership*. Dimana yang dimaksud dengan *psychological ownership* dalam artikel ini adalah rasa memiliki yang dimiliki oleh wisatawan terhadap destinasi wisata. *Psychological ownership* yang dimiliki wisatawan salah satunya dapat dilihat dari kunjungan ulang yang dilakukan. Dengan dilakukannya kunjungan ulang oleh wisatawan, maka dapat diketahui bahwa wisatawan memiliki kecenderungan lebih menyukai destinasi tersebut dibandingkan dengan destinasi lainnya.

METODE PENELITIAN

1. Metode yang Digunakan

Metode yang digunakan penulisan dalam artikel ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiono (2013; 3), metode kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan berlandaskan filsafat positivisme yang memiliki tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dengan analisis yang dilakukan secara statistik/ kuantitatif.

2. Data yang Digunakan

Data yang digunakan adalah preferensi wisatawan mengenai kunjungan ulang ke Pasar Klewer sebagai destinasi wisata belanja yang didapatkan melalui kuesioner. Kuesioner tersebut disampaikan kepada responden secara online. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan pilihan angka satu sampai empat yang menunjukkan tingkat preferensi

wisatawan untuk kembali mengunjungi Pasar Klewer. Responden yang didapat dari kuesioner ini berjumlah 50 responden.

3. Pengukuran yang Dilakukan

Pengukuran dilakukan dengan metode analisis regresi linear karena tujuan dari artikel ini adalah untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terkait dimana preferensi merupakan variabel bebas sedangkan kunjungan ulang merupakan variabel terikat. Dengan analisis regresi akan diketahui bagaimana keterkaitan antarvariabel tersebut dengan ketentuan nilainya -1 sampai 1. Dikatakan berhubungan positif jika hasil menunjukkan angka positif, dan dikatakan berhubungan negatif jika hasil menunjukkan angka negatif. Analisis regresi dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan software statistik SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan merupakan sarana untuk mengomunikasikan jawaban dari pertanyaan penelitian yang didapat dengan menggunakan metode ilmiah yang sesuai. Telah dijelaskan pada bagian sebelumnya bahwa untuk mendapat jawaban dari pertanyaan mengenai hubungan preferensi wisatawan dengan kunjungan kembali digunakan teknik analisis regresi linear yang dilakukan dengan software SPSS.

Sebelum memaparkan hasil analisis, berikut merupakan persentase latar belakang responden dalam penelitian ini.

Tabel 1. Persentase Latar Belakang Responden

Jenis Kelamin	
perempuan	60%
Laki-laki	40%
Usia	
17-19	22%
20-29	58%
30-40	14%
>40	6%
Kota Domisili	
Kota Surakarta	48%
Solo Raya	34%
Di luar Solo Raya	18%

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Selanjutnya adalah interpretasi yang dilakukan terhadap hasil perhitungan SPSS. Berikut merupakan interpretasi dari analisis regresi yang dilakukan menggunakan software SPSS.

Tabel 2. Anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7,915	1	7,915	53,782	,000 ^b
	Residual	7,065	48	,147		
	Total	14,980	49			

a. Dependent Variable: Kunjungan Ulang
b. Predictors: (Constant), Preferensi

Sumber: Analisis SPSS, 2019

Di dalam analisis regresi terdapat ketentuan bahwa untuk dapat dikatakan bahwa variabel bebas mempengaruhi variabel terkait ketika nilai signifikansi (Sig) memiliki nilai lebih kecil daripada probabilitas 0,05. Dari tabel di atas diketahui nilai signifikansinya adalah 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan variabel bebas mempengaruhi variabel terkait. Selanjutnya interpretasi untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat seperti pada tabel berikut.

Tabel 3. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,727 ^a	,528	,519	,38364

a. Predictors: (Constant), Preferensi

Sumber: Analisis SPSS, 2019

Dari tabel di atas dapat diketahui besarnya korelasi antara preferensi wisatawan sebagai variabel bebas dengan kunjungan ulang sebagai variabel terikat. Kolom R menunjukkan besarnya nilai korelasi antarvariabel tersebut yaitu 0,727. Sedangkan besarnya pengaruh preferensi wisatawan terhadap kunjungan kembali sebesar 52,8%. Interpretasi selanjutnya dilakukan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada variabel terikat karena perubahan yang terjadi pada variabel bebas seperti pada tabel berikut.

Tabel 4. Coefficients

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,434	,469		-,926	,359
	Preferensi	,346	,047	,727	7,334	,000

a. Dependent Variable: Kunjungan Ulang

Sumber: Analisis SPSS, 2019

Persamaan regresi dari tabel di atas sebagai berikut; $Y = a + bx$ yang memiliki arti setiap kenaikan (atau penurunan) satu satuan variabel X akan menaikkan (atau menurunkan) satu satuan variabel Y sebesar b. Dari tabel di atas didapatkan hasil bahwa setiap 1% kenaikan nilai preferensi wisatawan akan menaikkan nilai kunjungan ulang masyarakat sebesar 34,6%. Sehingga diketahui bahwa variabel preferensi memiliki pengaruh positif terhadap variabel kunjungan ulang.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Dengan metode regresi linear, penelitian ini membuktikan bahwa preferensi wisatawan memiliki hubungan positif terhadap kunjungan ulang wisatawan ke Pasar Klewer sebagai destinasi wisata belanja. Besarnya korelasi kedua variabel penelitian ini memiliki nilai

0,727 atau sebesar 52,8%; apabila terjadi penambahan nilai sebesar 1% perubahan pada preferensi akan menyebabkan kunjungan kembali akan mengalami kenaikan nilai sebesar 34,6%.

2. Saran

Dengan adanya penelitian ini diharapkan pemangku kepentingan yang menangani pengembangan wisata belanja khususnya Pasar Klewer dapat memahami preferensi masyarakat secara lebih mendalam untuk mengoptimalkan pengembangan pariwisata, khususnya wisata belanja batik di Kota Surakarta. Hal ini perlu dilakukan untuk menuju arah kebijakan seperti yang tercantum dalam dokumen perencanaan pariwisata Kota Surakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Yoeti, Oka. (1996). Pengantar Ilmu Pariwisata. Angkasa, Bandung.
- Choi, Mi Ju, Cindy Yoonjoung Heo & Rob Law. 2015. Progress in Shopping Tourism. Journal of Travel & Tourism Marketing. 10.1080/10548408.2014.969393
- Fikri, M Faqih. 2018. *Analisis Jaringan Perdagangan Batik di Pasar Klewer*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Koranti., Sriyanto dan Sidik. 2013. Analisis Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Di Wisata Taman Wisata Kopeng. Jurnal Ekonomi Bisnis. Volume 22 No.3: 242-254.
- Nisa dan Ragil. 2014. Kajian Keberadaan Wisata Belanja Malioboro Terhadap Pertumbuhan Jasa Akomodasi Di Jalan

Sosrowijayan Dan Jalan Dagen. *Jurnal Teknik PWK*. Volume 1 Nomor 3: 933-948.

Rencana Induk Pariwisata Kota Surakarta tahun 2016-2026

RPJP Kota Surakarta Tahun 2010-2025 Setyawan, Arif Budi. 2013.

Pengembangan Kota Solo sebagai Kota Wisata Kreatif. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syafe'i, M. 2013. *Pengaruh Keamanan dan Kenyamanan Pasar terhadap Minat Membeli bagi Konsumen di Pasar Batik Klewer*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/10/23/120730626/devisa-dari-pariwisata-ditargetkan-20-miliar-dollar-as-pada-2018>
diakses pada 7 Mei Pukul 19.00.

Lampiran

Berikut merupakan perolehan data dari kuesioner yang disebarakan kepada responden.

	X (Preferensi Wisatawan)				Y (Kunjungan Ulang)
	Terdapat berbagai macam produk batik (X1)	Harga yang Murah (X2)	Tempat yang nyaman (X3)	Nilai X	Nilai Y
1	4	4	4	12	4
2	3	4	3	10	3
3	3	3	3	9	3
4	4	4	2	10	3
5	4	4	3	11	3
6	4	4	3	11	3
7	3	3	4	10	3
8	3	4	3	10	3
9	3	3	3	9	3
10	3	4	3	10	3
11	3	3	3	9	3
12	3	4	4	11	3
13	3	2	2	7	1
14	3	4	4	11	3
15	3	4	3	10	3
16	4	4	2	10	3
17	4	4	4	12	4
18	4	4	2	10	3
19	3	3	3	9	3
20	3	3	2	8	3
21	3	4	3	10	3
22	3	3	3	9	3
23	3	3	3	9	3
24	4	4	2	10	3
25	4	4	4	12	4
26	3	4	3	10	3
27	3	3	3	9	3
28	3	3	3	9	3
29	3	4	3	10	3
30	3	3	3	9	3
31	4	3	3	10	3
32	3	4	4	11	3

	X (Preferensi Wisatawan)				Y (Kunjungan Ulang)
	Terdapat berbagai macam produk batik (X1)	Harga yang Murah (X2)	Tempat yang nyaman (X3)	Nilai X	Nilai Y
33	3	3	3	9	3
34	2	4	2	8	3
35	4	3	3	10	3
36	3	3	2	8	2
37	4	3	3	10	3
38	3	3	3	9	3
39	4	4	4	12	4
40	4	4	3	11	3
41	4	3	3	10	3
42	3	3	3	9	3
43	3	4	2	9	2
44	3	4	3	10	3
45	3	3	3	9	3
46	3	4	4	11	3
47	4	4	4	12	4
48	4	4	2	10	3
49	4	4	3	11	3
50	3	3	2	8	1