

Daya Tarik Kampung Ketandan Yogyakarta sebagai Wisata Budaya bagi Generasi Milenial

Anindya Novita Sari, Istijabatul Aliyah

Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Sebelas Maret

Abstrak

Kampung Ketandan Yogyakarta merupakan salah satu destinasi wisata budaya yang terletak di Kota Yogyakarta, tepatnya di sekitar Malioboro. Kampung Ketandan Yogyakarta merupakan tempat tumbuh dan berkembangnya kebudayaan China di Kota Yogyakarta. Kampung ini memiliki keunikan berupa kekhasan arsitektur, kuliner khas China yang dijajakan, suasana yang ditawarkan, dan event-event yang diselenggarakan. Keunikan inilah yang mampu menarik wisatawan untuk datang mengunjungi Kampung Ketandan Yogyakarta. Tujuan dalam melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pandangan awal wisatawan terhadap Kampung Ketandan, alasan wisatawan mengunjungi Kampung Ketandan, tingkat kepuasan wisatawan terhadap wisata budaya Kampung Ketandan, hal yang didapatkan wisatawan setelah mengunjungi Kampung Ketandan, dan alasan wisatawan untuk mengunjungi kembali Kampung Ketandan. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pengumpulan data dengan survei kuesioner untuk mendapatkan jawaban dari tujuan penelitian. Pengumpulan data dilakukan secara online dengan kriteria responden adalah mahasiswa atau masyarakat umum berusia 17-25 tahun, tidak bertempat tinggal di Kota Yogyakarta, dan pernah melakukan kunjungan ke Kampung Ketandan Yogyakarta minimal satu kali. Hasil dari penelitian ini mayoritas wisatawan memilih untuk mengunjungi Kampung Ketandan Yogyakarta dengan alasan untuk melihat event yang diselenggarakan. Setelah melakukan kunjungan, suasana yang didapatkan merupakan daya tarik bagi sebagian besar wisatawan. Sebagian besar wisatawan mendapatkan pengalaman berupa wawasan terkait Budaya China yang tumbuh dan berkembang di Kampung Ketandan. Mayoritas wisatawan akan melakukan kunjungan ulang ke Kampung Ketandan Yogyakarta ketika ingin berwisata dan ketika ada event

Kata kunci: Wisata Budaya, Daya Tarik Wisata, Kampung Ketandan Yogyakarta.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang untuk mengunjungi tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan yang ditawarkan suatu wisata tertentu dalam jangka waktu sementara (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata). Sektor pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor penting dalam memajukan perekonomian negara. Ini dikarenakan pajak yang didapat dari sektor ini digunakan sebagai tumpuan dalam Pendapatan Asli Daerah dan menjadi penyumbang devisa negara. Menurut Kementerian Pariwisata, sektor pariwisata pada Tahun 2015 menempati peringkat ke-4 dalam sektor-sektor penyumbang devisa bagi Indonesia, dengan besar devisa US\$ 11.629,9 juta (Kementerian Pariwisata, 2015). Pertumbuhan wisatawan pada bulan Januari hingga April 2019 mencapai 5,12 juta kunjungan dan diprediksikan akan terus berkembang (Badan Pusat Statistika, 2019).

Pendit mengungkapkan bahwa terdapat 8 (delapan) jenis pariwisata yang sudah dikenal, yaitu salah satunya adalah wisata budaya (Pendit, 1994). Wisata budaya merupakan jenis kegiatan pariwisata yang dikembangkan pada suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang menggunakan kekuatan budaya sebagai obyek dan daya tarik wisata (Pendit, 1994). Indonesia yang memiliki kekayaan budaya yang tumbuh dan berkembang membuat wisata budaya banyak ditemukan. Terdapat pula kota-kota di Indonesia yang mendapat julukan kota budaya, salah satunya Kota Yogyakarta.

Kota Yogyakarta merupakan salah satu kota, sekaligus Ibukota Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Kota ini memiliki banyak predikat, salah satunya Kota Budaya. Disebut kota budaya karena terdapat Keraton Kasultanan Yogyakarta dan banyak peristiwa budaya dan pentas seni baik tradisional maupun kontemporer, yang telah masuk dalam kalender kegiatan budaya di Yogyakarta (Dinas Pariwisata, Seni, dan Budaya Kota Yogyakarta, 2002). Banyaknya keunikan dan kekhasan Yogyakarta membuat kota ini sebagai daerah tujuan wisata kedua setelah Bali (Murdiyastomo, 2017). Salah satu keunikan kota ini yang kemudian berkembang menjadi daerah tujuan wisata adalah Kampung Ketandan.

Kampung Ketandan terletak di Ngupasan, Kecamatan Gondomana, tepatnya di utara Pasar Beringharjo. Kampung ini merupakan kampung yang memiliki keunikan berupa sejarah dan budaya etnis Tionghoa yang berada di Yogyakarta. Keberadaan kampung ini tidak lepas dari masyarakat Etnis Tionghoa yang menjadi salah satu penggerak perekonomian dan memegang peranan penting dalam perkembangan sejarah dan kebudayaan Yogyakarta (visitingjogja.com, 2017). Keunikan ini dapat dilihat dari segi arsitektur sejumlah bangunan yang masih menggunakan corak arsitektur perpaduan China, Eropa, dan Jawa.



Gambar 1: Kampung Ketandan Yogyakarta
Sumber: Google.com

Wisatawan juga dapat merasakan makanan khas China yang diujakan oleh masyarakat sekitar. Selain itu, entrance kampung ini berupa gapura yang merupakan kerjasama antara Yogyakarta dengan Shanghai dalam sektor kebudayaan, menambah citra kawasan kampung ini sebagai kawasan pecinan (idntimes.com, 2019). Event-event kebudayaan juga banyak diadakan, terutama saat perayaan Tahun Baru Imlek. Adanya daya tarik wisata yang beragam terutama event budaya yang diselenggarakan, meningkatkan jumlah wisatawan yang datang mengunjungi Kampung Ketandan (tribunews.com, 2020). Terdapat 5 tujuan dilakukan penelitian ini, yaitu:

- a. Untuk mengetahui pandangan awal wisatawan terhadap Kampung Ketandan
- b. Untuk mengetahui alasan wisatawan mengunjungi Kampung Ketandan
- c. Untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan terhadap wisata budaya Kampung Ketandan
- d. Untuk mengetahui hal yang didapatkan wisatawan setelah mengunjungi Kampung Ketandan
- e. Untuk mengetahui alasan wisatawan untuk mengunjungi kembali Kampung Ketandan

2. TINJAUAN TEORI

2.1. Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa sanksekerta, yaitu pari yang berarti sempurna, lengkap, tertinggi dan wisata yang berarti perjalanan. Sehingga dapat diartikan pariwisata sebagai perjalanan yang lengkap. Pariwisata juga diartikan sebagai fenomena sosial, budaya, dan ekonomi yang bercirikan adanya pergerakan orang dari suatu tempat ke tempat yang tidak pernah dikunjungi untuk kepentingan bisnis maupun pribadi (UNWTO, 2008). Yoeti mendefinisikan pariwisata sebagai suatu perjalanan yang dilakukan sementara, berpindah dari suatu tempat ke tempat lain untuk menikmati perjalanan, guna memenuhi keinginan, rekreasi, dan bertamasya (Yoeti, 1996).

2.2. Pariwisata Budaya

Pariwisata budaya merupakan salah satu jenis pariwisata yang memiliki maksud atau tujuan perjalanannya untuk memperkaya informasi dan menambah pengetahuan mengenai negara lain, selain itu juga mendapat kepuasan dan hiburan melalui hasil kebudayaan suatu bangsa (Wahab, 1992). Sedangkan Sillberberg mendefinisikan pariwisata budaya sebagai kunjungan wisatawan yang didorong keterkaitan pada objek atau peninggalan sejarah, seni, ilmu pengetahuan dan gaya hidup yang dimiliki oleh suatu masyarakat daerah tertentu (Sillberberg dalam Wilopo, 2017).

Pariwisata budaya muncul karena adanya daya tarik wisata budaya di suatu daerah daya tarik wisata budaya merupakan daya tarik wisata yang berupa hasil olah cipta, rasa dan karsa manusia sebagai makhluk budaya (RIPPARNAS pasal 14 ayat 1). Daya tarik wisata budaya berdasarkan wujudnya dibedakan menjadi wisata budaya berwujud (*tangible*) dan wisata budaya yang tidak berwujud (*intangible*).

2.3. Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata atau biasa disebut "tourist attraction" adalah istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah (Yoeti, 1985). Daya tarik dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat (Pendit, 1994). Sedangkan berdasarkan Undang-Undang tentang kepariwisataan menjelaskan daya tarik sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan,

kemudahan, dan nilai dapat berupa keaneragaman alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi kunjungan wisatawan (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata). Daya tarik ini sangat berhubungan dengan Travel motivation atau travel fashion, karena wisatawan ingin mengunjungi dan mendapatkan pengalaman dalam kunjungannya.

2.4. Minat dan Perilaku Wisatawan

Minat sering diartikan sebagai teknik-teknik yang didasarkan pada asumsi kesukaan konsumen terhadap merk, pangsa pasar, serta keamanan untuk membeli ulang (Dharmesta, 1995). Dalam buku *Consumer Behavior in Tourism* yang ditulis Swarbrooke dan Horner mengatakan, bahwa perilaku konsumen merupakan proses yang dilakukan oleh individu atau kelompok ketika memilih, membeli, menggunakan atau mengatur produk jasa, perencanaan atau pengalaman untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan (Swarbrooke dan Horner, 2003). Perilaku konsumen ini menopang semua aktivitas marketing yang dilakanakan untuk pengembangan, promosi, dan menjual produk wisata.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukakan dengan menggunakan kuesioner yang disebar secara online kepada orang yang pernah mengunjungi wisata budaya Kampung Ketandan, dengan usia responden 17 - 25 tahun dan minimal responden sebanyak 30 responden. Kuesioner terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang dapat menjawab tujuan diadakannya penelitian. Berikut pertanyaan yang ditanyakan di dalam kuesioner:

- 1) Data pribadi responden
- 2) Darimana responden mengetahui Kampung Ketandan?
- 3) Hal yang pertama kali muncul ketika mendengar tentang Kampung Ketandan?
- 4) Apa alasan anda mengunjungi Kampung Ketandan?
- 5) Sudah berapa kali mengunjungi Kampung Ketandan?
- 6) Bagaimana aksesibilitas Kampung Ketandan
- 7) Apa menurut responden Kampung Ketandan menarik? Hal apa yang membuat menarik?
- 8) Seberapa puas ketika anda mengunjungi Kampung Ketandan? Jika tidak puas, mengapa?
- 9) Apa yang anda dapat setelah mengunjungi Kampung Ketandan?
- 10) Apa yang membuat anda ingin mengunjungi kembali Kampung Ketandan?

Jawaban hasil kuesioner yang telah terkumpul, dikompilasi dalam bentuk diagram dan dibuat tabel pengelompokan jawaban yang serupa untuk diolah secara kuantitatif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampung Ketandan Yogyakarta merupakan salah satu destinasi wisata budaya yang merupakan salah satu ikon dari Kota Yogyakarta, yang membuat destinasi ini banyak dikunjungi oleh wisatawan dalam maupun luar kota. Jumlah wisatawan meningkat ketika terdapat event-event budaya tionghoa, bahkan mencapai 30.000 orang per harinya (tribunnews.com, 2020).

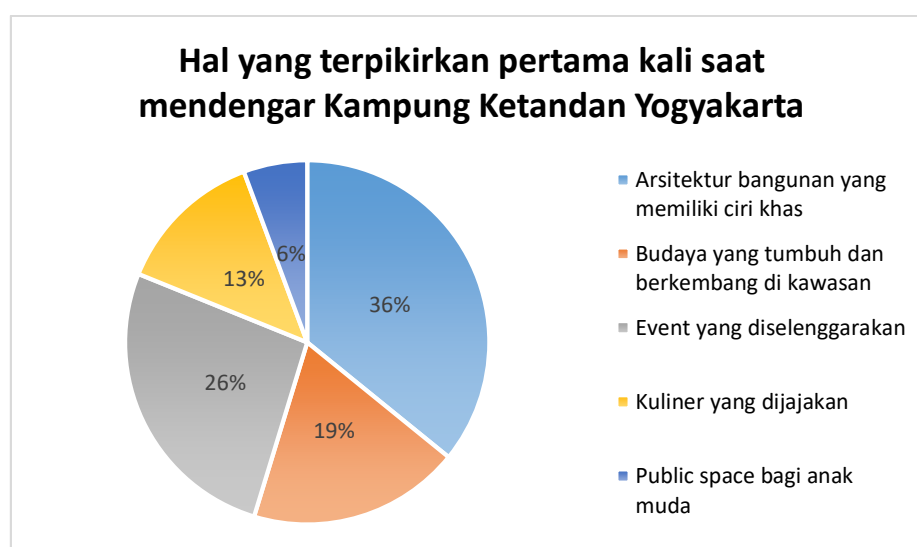
Responden yang mengisi kuesioner sebanyak 53 orang dengan kriteria responden bukan masyarakat Kota Yogyakarta, berusia 17-25 tahun, dan pernah mengunjungi Kampung Ketandan atau hanya sekedar menyaksikan eventnnya minimal 1 kali. Responden mayoritas berasal dari Kota Surakarta sebanyak 15 orang dan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta selain Kota Yogyakarta sebanyak 15 orang, namun ada yang berasal dari Jakarta, Bekasi, Tangerang, Tegal, Pekalongan, dan Solo Raya seperti Boyolali, Sukoharjo, dan Karanganyar.

Sebanyak 47,2% responden mengetahui Kampung Ketandan dari teman/keluarga, 34% nya mengetahui dari sosial media, dan 18,8% mengetahui dari media lain seperti karena mengunjungi Malioboro, website pariwisata Yogyakarta, dan tugas. Sebanyak 33 orang atau 62,3% menganggap aksesibilitas menuju Kampung Ketandan mudah, 15,1% menganggap aksesibilitas menuju Kampung Ketandan sangat mudah, dan 20,8% menganggap susah serta 1,9% sangat susah. Pandangan awal responden terkait Kampung Ketandan sangat beragam. Dan dapat dilihat pada **Tabel 1** berikut ini

Tabel 1: Hal yang terpikirkan pertama kali ketika mendengar Kampung Ketandan Yogyakarta

Hal yang terpikirkan pertama kali	Jumlah Responden
Arsitektur bangunan yang memiliki ciri khas	19
Budaya yang tumbuh dan berkembang di kawasan	10
Event yang diselenggarakan	14
Kuliner yang dijajakan	7
Public space bagi anak muda	3
Total	53

Sumber: Olahan Penulis, 2020



Gambar 2: Diagram Presentase Alasan Responden Berkunjung ke Kampung Ketandan Yogyakarta

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2020

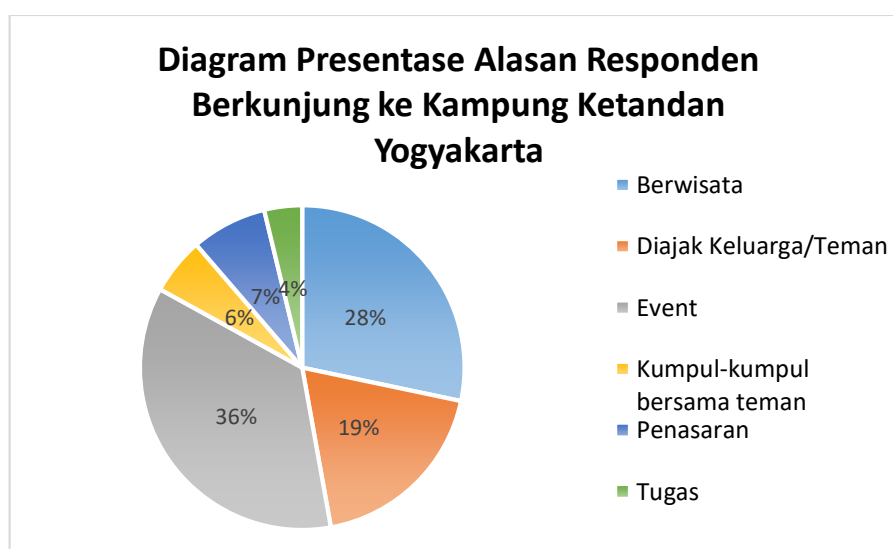
Dari Gambar 2 dapat dilihat bahwa mayoritas responden akan memikirkan tentang Arsitektur bangunan yang khas jika mendengar Kampung Ketandan, yaitu sebesar 36% responden. Sedangkan 26% responden memandang Kampung Ketandan karena event-event kebudayaan yang diselenggarakan terutama saat Hari Raya Imlek. Hal yang terpikirkan pertama kali oleh responden ketika mendengar Kampung Ketandan selanjutnya adalah Budaya China yang tumbuh dan berkembang di Kampung Ketandan terbesar ke 3 dengan jumlah responden 19% responden. 13% responden memikirkan kuliner yang dijajakan dan 6% responden memilih public space bagi anak muda ketika mendengar Kampung Ketandan Yogyakarta.

Mayoritas responden mengunjungi kampung ketandan sebanyak 1 kali, sedangkan 30,2% responden mengunjungi Kampung Ketandan sebanyak 2-5 kali, dan 17% nya lebih dari 5 kali. Alasan-alasan yang mendasari responden mengunjungi kampung ketandan dapat dilihat pada Tabel 2

Tabel 2: Alasan yang mendasari melakukan kunjungan Kampung Ketandan Yogyakarta

Alasan Mengunjungi	Jumlah Responden
Berwisata	15
Diajak Keluarga/Teman	10
Event	19
Kumpul-kumpul bersama teman	3
Penasaran	4
Tugas	2
Total	53

Sumber: Olahan Penulis, 2020



Gambar 3: Diagram Presentase Alasan Responden Berkunjung ke Kampung Ketandan Yogyakarta

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2020

Berdasarkan pada **Gambar 3**, sebagian besar alasan dari Kunjungan ke Kampung Ketandan Yogyakarta adalah ingin melihat event yang berlangsung di kampung tersebut yang dipilih oleh 36% responden. Selain itu, alasan lain yang mendasari kunjungan responden ke Kampung Ketandan Yogyakarta adalah untuk berwisata, sebesar 28% responden. Diajak keluarga/teman merupakan alasan untuk melakukan kunjungan dan dipilih 19% responden. Sebanyak 7% responden melakukan kunjungan karena penasaran, 6% responden karena ingin berkumpul dengan teman di Kampung Ketandan Yogyakarta, dan 4% responden melakukan kunjungan karena ada tugas sehingga mengharuskan responden mengunjungi Kampung Ketandan Yogyakarta.

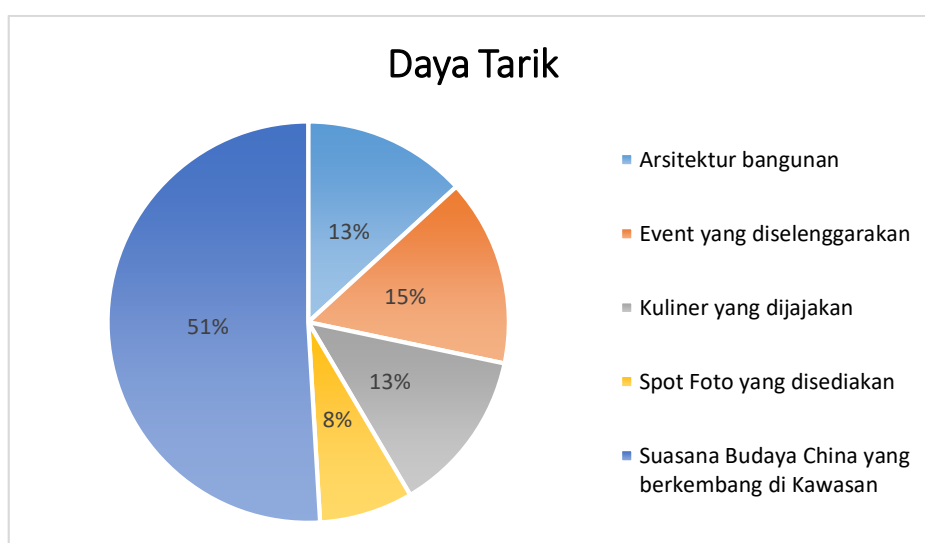
Hampir seluruh responden menganggap bahwa Kampung Ketandan Yogyakarta Menarik, hanya 3,8% responden yang menjawab tidak menarik. **Tabel 3** menunjukkan hal yang membuat responden tertarik dengan Kampung Ketandan Yogyakarta

Tabel 3: Daya Tarik Kampung Ketandan Yogyakarta

Daya Tarik	Jumlah Responden
Arsitektur bangunan	7
Event yang diselenggarakan	8
Kuliner yang dijajakan	7
Spot Foto yang disediakan	4
Suasana Budaya China yang berkembang di Kawasan	27
Total	53

Sumber: Olahan Penulis, 2020

Terdapat beberapa hal yang membuat para responden tertarik dengan Kampung Ketandan Yogyakarta. Suasana budaya China yang berkembang di kawasan merupakan hal yang paling menarik bagi sebagian besar responden, yaitu sebesar 51%. Sebanyak 15% responden merasa event-event yang diselenggarakan di Kampung Ketandan cukup menarik bagi mereka. Arsitektur bangunan yang memiliki ciri khas dan kuliner khas Tionghoa yang dijajakan memiliki daya tarik bagi 13% responden, dan 8% responden memilih spot foto yang instagramable sebagai daya tarik dari Kampung Ketandan Yogyakarta. **Gambar 4** merupakan diagram presentase mengenai daya tarik Kampung Ketandan Yogyakarta:



Gambar 4: Diagram Presentase Daya Tarik Kampung Ketandan Yogyakarta

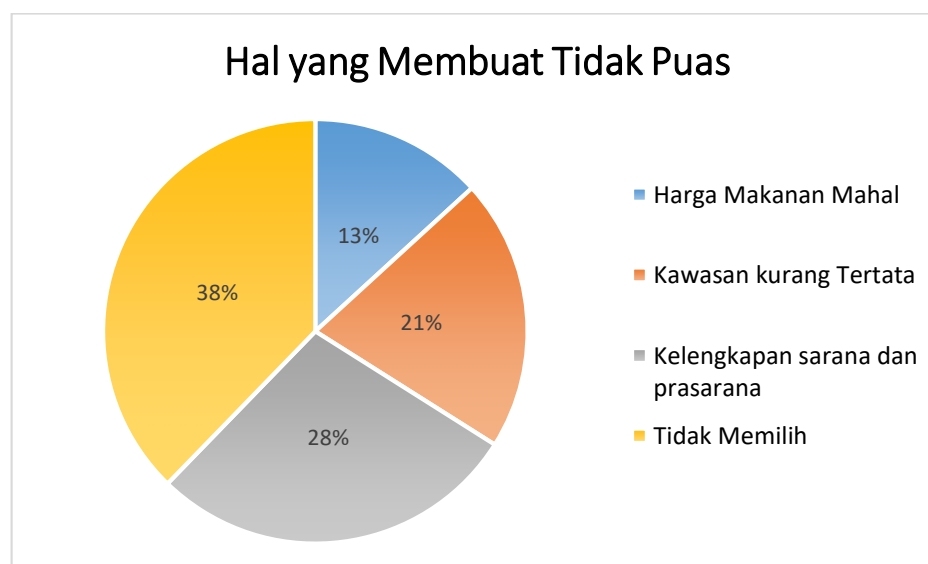
Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2020

Terkait tingkat kepuasan responden terhadap Kampung Ketandan Yogyakarta, sebanyak 73,6% responden merasa puas dan 18,9% responden merasa sangat puas, serta 7,5% responden merasa tidak puas. **Tabel 4** menunjukkan hal yang membuat responden tidak puas ketika berkunjung ke Kampung Ketandan Yogyakarta serta **Gambar 5** merupakan diagram prosentasenya.

Tabel 4: Hal yang Membuat Tidak Puas Ketika Berkunjung ke Kampung Ketandan Yogyakarta

Hal yang membuat tidak puas	Jumlah Responden
Harga Makanan Mahal	7
Kawasan kurang Tertata	11
Kelengkapan sarana dan prasarana	15
Tidak Memilih	20
Total	53

Sumber: Olahan Penulis, 2020



Gambar 5: Diagram Presentase Alasan yang Membuat Wisatawan Tidak Puas Ketika Berkunjung ke Kampung Ketandan Yogyakarta

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2020

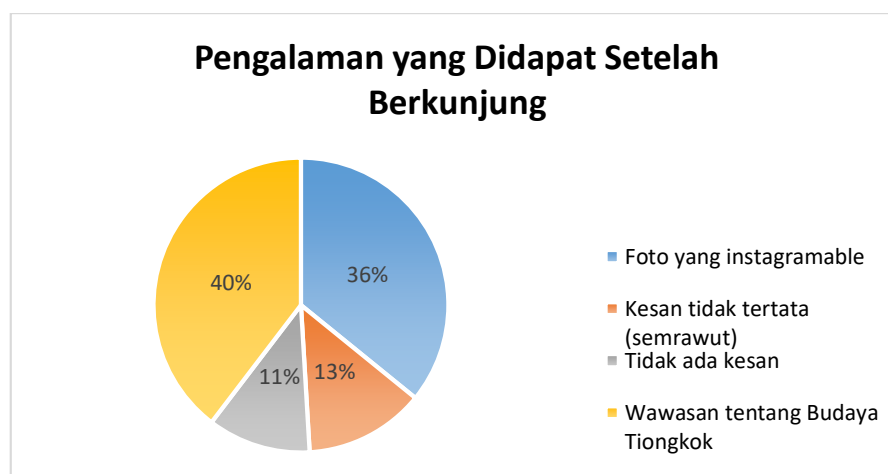
Berdasarkan diagram diatas, 38% responden tidak memilih alasan apapun. Kurang lengkapnya sarana dan prasarana merupakan alasan yang mendasari 28% responden merasa tidak puas dengan Kampung Ketandan Yogyakarta. Selain itu, 21% responden juga merasa tidak puas karena kawasan yang semrawut atau kurang tertata dan 13% responden merasa harga makanan yang mahal membuat mereka tidak puas dengan Kampung Ketandan Yogyakarta. Selain menanyakan terkait tingkat kepuasan dan alasan yang membuat responden merasa tidak puas, peneliti juga menanyakan terkait pengalaman yang didapatkan responden setelah mengunjungi Kampung Ketandan Yogyakarta. Pengalaman yang didapatkan responden setelah mengunjungi Kampung Ketandan Yogyakarta dapat dilihat pada **Tabel 5**

Tabel 5: Pengalaman yang Didapat Setelah Mengunjungi Kampung Ketandan Yogyakarta

Pengalaman yang didapat	Jumlah Responden
Foto yang instagramable	19
Kesan tidak tertata (semrawut)	7
Tidak ada kesan	6
Wawasan tentang Budaya Tiongkok	21
Total	53

Sumber: Olahan Penulis, 2020

Sebanyak 40% responden menyatakan setelah mengunjungi Kampung Ketandan mendapat wawasan terkait Budaya China yang berkembang di kawasan, ini sesuai dengan citra kawasan Kampung Ketandan sebagai kawasan pecinan yang berada di Kota Yogyakarta. Selain itu, 36% responden menyatakan bahwa foto yang *instagramable* juga didapatkan setelah mengunjungi Kampung Ketandan Yogyakarta. Namun, masih terdapat 13% responden setelah mengunjungi Kampung Ketandan mendapat kesan yang tidak tertata atau semrawut, serta 11% responden tidak mendapat kesan apa apa. **Gambar 6** menunjukkan diagram prosentase terkait pengalaman yang didapat setelah berkunjung ke Kampung Ketandan Yogyakarta



Gambar 6: Diagram Presentase Pengalaman yang Didapat Setelah Berkunjung ke Kampung Ketandan Yogyakarta

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2020

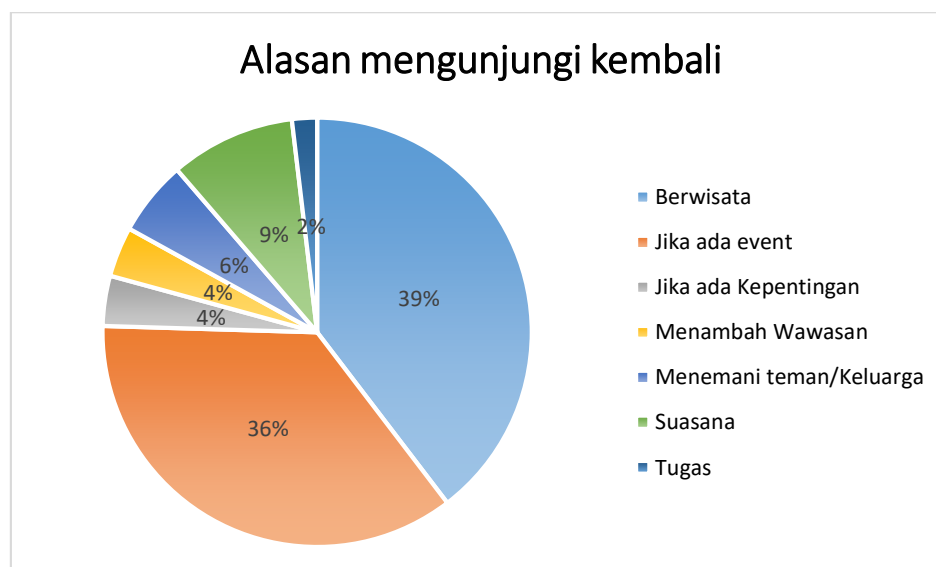
Dari pengalaman yang didapatkan responden terkait pengalaman yang didapat setelah melakukan kunjungan, selanjutnya responden diminta untuk menjawab tentang kemungkinan untuk melakukan kunjungan ulang Kampung Ketandan Yogyakarta. **Tabel 6** merupakan alasan yang mendasari responden untuk melakukan kunjungan ulang.

Tabel 6: Alasan Melakukan Kunjungan Kembali ke Kampung Ketandan Yogyakarta

Alasan mengunjungi kembali	Jumlah Responden
Berwisata	21
Jika ada event	19
Jika ada Kepentingan	2
Menambah Wawasan	2
Menemani teman/Keluarga	3

Suasana	5
Tugas	1
Total	53

Sumber: Olahan Penulis, 2020



Gambar 7: Diagram Presentase Alasan Wisatawan Mengunjungi Kembali Kampung Ketandan Yogyakarta

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2020

Mayoritas responden akan mengunjungi kembali Kampung Ketandan jika ingin berwisata, yaitu sebesar 39% responden. Sedangkan 36% responden akan mengunjungi kembali Kampung Ketandan Yogyakarta jika diselenggarakannya event kebudayaan. 9% responden akan kembali mengunjungi karena menyukai suasana di Kampung Ketandan, sedangkan 6% responden akan mengunjungi Kampung Ketandan lagi ketika diajak atau menemani teman/keluarga. Selain itu, alasan yang membuat responden ingin mengunjungi kembali Kampung Ketandan Yogyakarta adalah karena ada kepentingan, menambah wawasan, dan keperluan tugas.

2. KESIMPULAN

Mayoritas wisatawan ketika mendengar nama “Kampung Ketandan Yogyakarta” hal yang terpikir pertama kali adalah arsitektur bangunan di sekitar kawasan yang memiliki keunikan, berupa arsitektur kuno yang memadukan gaya China, Eropa, dan Jawa. Sebagian besar wisatawan mengunjungi Kampung Ketandan karena ingin menghadiri event-event budaya yang diselenggarakan terutama saat Hari Raya Imlek. Ketika melakukan kunjungan, daya tarik berupa suasana budaya China disekitar kawasan yang dirasa masih kental, sehingga membuat wisatawan merasa mengunjungi China yang sesungguhnya. Wisatawan sudah cukup puas terhadap Kampung Ketandan Yogyakarta. Ketika diberi pertanyaan mengenai alasan yang membuat mereka tidak puas, sebagian besar memilih tidak menjawab. Namun, terkait ketidak lengkapan sarana prasana pada kawasan juga menjadi alasan yang membuat sebagian besar wisatawan tidak puas.

Setelah melakukan kunjungan, sebagian besar wisatawan mendapatkan pengalaman berupa wawasan terkait kebudayaan Negara China, namun masih ada wisatawan yang mendapatkan kesan tidak baik, seperti merasa Kampung Ketandan Yogyakarta masih semrawut atau kurang tertata, bahkan masih ada sedikit wisatawan yang tidak memiliki kesan setelah melakukan kunjungan. Sebagian besar wisatawan akan melakukan kunjungan ulang ke Kampung Ketandan Yogyakarta ketika ingin berwisata dan ketika terdapat event yang berlangsung di kampung budaya ini. Event juga merupakan daya tarik yang dimiliki Kampung Ketandan selain suasana yang disajikan.

Oleh karena itu, pengelolaan Kampung Ketandan Yogyakarta harus dioptimalkan kembali dengan melengkapi sarana prasarana penunjang pariwisata di dalam kawasan. Selain itu, dapat lebih melakukan penataan kawasan agar kesan *semrawut* yang didapatkan wisatawan dapat diminimalisir. Pengelolaan Kampung Ketandan Yogyakarta juga perlu melakukan reservasi bangunan-bangunan budaya dan menambah aktivitas terutama event, karena suasana budaya China yang didapat dan event yang diselenggarakan merupakan daya tarik wisatawan untuk mengunjungi Kampung Ketandan Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2017. *Kampung Pecinan Ketandan*. <https://visitingjogja.com/12817/kampung-pecinan-ketandan>. Diakses pada 11 Mei 2020.
- Bappenas. 2016. *Pembangunan Pariwisata*. https://www.bappenas.go.id/files/penyusunan_rkp_2017/seri_multilateral_meeting/Pembangunan_Pariwisata_Update_2_Maret_2016.pdf. Diakses pada 11 Mei 2020.
- Basiya dan Hasan Abdul Rozak. 2012. *Kualitas Daya Tarik Wisatawan, Kepuasan, dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah*. Semarang: Universitas Stikubang.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran "Analisa perilaku konsumen" Edisi pertama cetakan ketiga*. Yogyakarta: BPFYogyakarta.
- Damarjati, Tunggul. 2017. *Kampung Ketandan Jogja, Serasa Berlibur di Shanghai*. <https://jogja.idntimes.com/travel/destination/tunggul-damarjati/mengintip-kampung-ketandan-kawasan-di-malioboro-yang-mirip-shanghai/3>. Diakses pada 11 Mei 2020.
- Khotimah, Khusnul, Wilopo, dan Luchman Hakim. 2017. *Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Mahatma, Christi. 2020. *Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta 2020 di Kampung Ketandan Jogja Masih Bisa Dikunjungi hingga Besok*. <https://travel.tribunnews.com/2020/02/07/pekan-budaya-tionghoa-yogyakarta-2020-di-kampung-ketandan-jogja-masih-bisa-dikunjungi-hingga-besok>. Diakses pada 11 Mei 2020
- Nyoman.S. Pendit. 2002. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : Pradya Paramita.
- Republik Indonesia. 2009. *Undang - Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*. Jakarta: Sekretaris Negara.
- Republik Indonesia. 2009. *Peraturan Pemerintah tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Nasional Tahun 2010-2025*. Jakarta: Sekretaris Negara.
- Salah Wahab. 1992. *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta: Penerbit Pradnya Paramita.
- Swarbrooke, John and Horner, Susan (2003). *Consumer Behaviour in Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- United Nations. 2008. *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. United Nation World Tourism Organization. <https://www.unwto.org>. Diakses pada 14 April 2020.
- Yoeti, Oka A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Penerbit Angkasa.