

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KULINER DI PAJIMATAN IMOIRI YOGYAKARTA

A vibrant photograph of various Indonesian dishes. In the foreground, there's a large green banana leaf platter with a small white bowl of shredded meat and a pile of green vegetables. To the right, a metal tray holds several pieces of fried chicken. In the background, several stainless steel pots with lids are visible, suggesting a buffet or a busy kitchen setting. The overall scene is colorful and appetizing.

Dr.Badraningsih Lastariwati, M.Kes
Prof.Dr. Ir.Agus Djoko Santosa, MS

**STRATEGI PENGEMBANGAN
WISATA KULINER
PAJIMATAN
IMOGIRI YOGYAKARTA**

Penulis :

Dr. Badraningsih Lastariwati, M.Kes

Prof. Dr.Ir.Agus Djoko Santosa, Ms



STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KULINER PAJIMATAN IMOGIRI YOGYAKARTA

© Penerbit Kepel Press

Penulis:

Dr. Badraningsih Lastariwati, M.Kes
Prof. Dr. Ir. Agus Djoko Santosa, Ms

Desain Sampul:
Emmanuella Regina

Desain Isi:
Resida Simarmata

Cetakan Pertama, November 2022
Diterbitkan oleh **Penerbit Kepel Press**
Puri Arsita A-6, Jl. Kalimantan Ringroad Utara, Yogyakarta
Telp: (0274) 884500; Hp: 081 227 10912
email: amara_books@yahoo.com

Anggota IKAPI

ISBN: 978-602-356-476-7

Hak cipta dilindungi Undang-Undang Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku, tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

Percetakan Amara Books

Isi di luar tanggung jawab percetakan

KATA PENGANTAR

Sektor pariwisata di Yogyakarta dewasa ini merupakan salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan. Perkembangan sektor industri pariwisata diramalkan menjanjikan masa depan lebih baik, kondisi yang dinamis dari sektor pariwisata semakin mendapatkan perhatian dari pemerintah. Bagi pemerintah daerah sektor pariwisata merupakan salah satu pemasok Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang cukup besar. Semakin berkembangnya industri wisata di DIY, tentunya menjadi daya dorong bagi hadirnya sarana prasarana penunjang berupa sarana singgah hotel, *homestay*. Tidak kalah penting adalah keberadaan aktivitas usaha kuliner melalui produk yang unik dan bervariasi, baik dalam pemakaian bahan olahan, racikan, layanan maupun kemasan.

Pajimatan Imogiri Yogyakarta, merupakan salah satu destinasi wisata budaya dan wisata kuliner berbasis kearifan lokal yang memperhatikan nilai faktor kepuasan pelanggan. Upaya ini menjadi daya dorong untuk diprioritaskan mendukung berkembangnya jasa wisata kuliner. Langkah strategis yang dilakukan *stakeholder* industri wisata di Kabupaten Bantul layak mendapatkan perhatian melalui upaya mengembangkan wilayah Pajimatan Imogiri sebagai wilayah destinasi wisata kuliner unggulan.

Melalui kajian wisata kuliner semoga memberikan kontribusi signifikan bagi industri wisata. Kehadiran buku ini diharapkan bisa menjadi referensi berharga bagi pengguna. Masukan yang diberikan akan membantu memperbaiki dan menyempurnakan buku ini. Akhir kata izinkan kami mengucapkan terima kasih tak terhingga.

Yogyakarta, 1 September 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	3
DAFTAR ISI.....	5
DAFTAR TABEL	7
DAFTAR GAMBAR	9
BAB I PENDAHULUAN	11
1.1 Latar Belakang	11
1.2. Tinjauan Pustaka	16
1.3. Citra Produk.....	22
1.4. Harga produk	26
1.4. Promosi	27
1.6. Kualitas Pelayanan	28
1.7. Kepuasan Pelanggan	29
BAB II LANDASAN TEORI	31
2.1. Subyek Bahasan	31
2.2. Teknik Analisa Data	33
1.10. Dimensi dan variabel.....	35
BAB III KERAGAAN DESA WISATA.....	41
3.1. Karakteristik Respondent	42
3.2. Uji Instrument	45
3.3. Analisis deskriptif	49

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55
4.1. Analisis Kualitatif menggunakan N Vivo	55
4.2. Analisis Kuantitatif	70
4.3. Uji kecocokan Keseluruhan Model	77
BAB V STRATEGI PERCEPATAN PENINGKATAN WISATA KULINER	111
5.1. Analisis Lingkungan Internal (ALI).....	114
5.2. Analisis Lingkungan Eksternal (ALE)	116
5.3. Faktor Penentu Keberhasilan	120
5.4. Sintesis Kelemahan dari indikator pengukur tingkat kesadaran pelaku wisata kuliner.....	121
BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	127
6.1. Kesimpulan	127
6.2. Rekomendasi	129
DAFTAR PUSTAKA.....	131

DAFTAR TABEL

Tabel.1.1. Bagian tumbuhan yang dipergunakan untuk “Pecel” ...	19
Tabel.2.1. Dimensi dan indikator kajian	35
Tabel.3.1. Deskripsi data respondent berdasarkan sex rasio	42
Tabel.3.2. Distribusi usia respondent.....	43
Tabel.3.3 Distribusi tingkat Pendidikan respondent.....	44
Tabel.3.5. Uji validitas variabel citra	46
Tabel.3.6. Uji Validitas Variabel harga	46
Tabel.3.7. Uji Validitas Variabel Promosi	47
Tabel.3.8. Uji Validitas Variabel kualitas layanan	47
Tabel.3.8. Uji Validitas Variabel kepuasan pelanggan (Y).....	48
Tabel.3.9. Hasil uji reliabelitas	48
Tabel.3.10. Klasifikasi uji reliabelitas	49
Tabel.3.11. Penilaian respondent terhadap citra	50
Tabel.3.12. Penilaian respondent terhadap harga produk	51
Tabel.3.13. Penilaian respondent terhadap promosi.....	52
Tabel.3.14. Penilaian respondent terhadap layanan pelanggan	53
Tabel.3.15. Penilaian respondent terhadap kepuasan pelanggan ..	54
Tabel.4.1 Informan dalam penelitian	61
Tabel.4.2. Jawaban Respondent terkait dengan kepuasan pelanggan	62
Tabel 4.3. Tabel Uji Multikolinieritas	77
Tabel.4.4. Uji validitas pembentuk citra produk	78
Tabel.4.5. Reliabelitas Konstruk dan varians Ekstrak Relibility (Citra)	79
Tabel.4.6. Uji validitas harga	80
Tabel.4.7. Reliabelitas Konstruk dan varians Ekstrak Relibility	81
Tabel.4.8. Uji validitas promosi	82
Tabel.4.9. Reliabelitas Konstruk dan varians Ekstrak Relibility (Promosi).....	83
Tabel.4.10. validitas kualitas pelayanan	84
Tabel.4.11. Reliabelitas Konstruk dan varians Ekstrak Relibility (kualitas pelayanan).....	85
Tabel.4.12. Validitas kepuasan pelanggan	86
Tabel.4.13. Reliabelitas Konstruk dan varians Ekstrak Relibility ...	86

Tabel.4.14. Hasil Goodness of Fit Model Struktural	88
Tabel.4.15. Evaluasi terhadap Koef. Model Struktural dan hubungannya dengan Hipotesis pertama	89
Tabel.4.16. Evaluasi terhadap Koef. Model Struktural dan hubungannya dengan Hipotesis ke dua	90
Tabel.4.17. Evaluasi terhadap Koef. Model Struktural dan hubungannya dengan Hipotesis ke tiga.....	91
Tabel.4.18. Evaluasi terhadap Koef. Model Struktural dan hubungannya dengan Hipotesis ke empat.....	92
Tabel.4.19. Evaluasi terhadap Koef. Model Struktural dan hubungannya dengan Hipotesis ke lima	92
Tabel.4.20. Evaluasi terhadap Koef. Model Struktural dan hubungannya dengan Hipotesis ke enam	94
Tabel.4.21. Evaluasi terhadap Koef. Model Struktural dan hubungannya dengan Hipotesis ke tujuh.....	95
Tabel.4.22 Evaluasi terhadap Koef. Model Struktural dan hubungannya dengan Hipotesis ke delapan.....	97
Tabel.4.23. Evaluasi terhadap Koef. Model Struktural dan hubungannya dengan Hipotesis ke sembilan	98
Tabel.4.24. Rincian eavaluasi terhadap koefisien model struktural, terkait dengan Hipotesisya.,	99
Tabel.4.25. Persamaan Struktural Kealitas pelayanan	100
Tabel.4.26. Persamaan Struktural Kepuasan pelanggan.....	100
Tabel 4.27. Persamaan Regresi Kualitas Pelayanan	105
Tabel 4.28. Persamaan Regresi Kepuasan pelanggan	110
Tabel.5.1. Kondisi Diharapkan dari kondisi yang ada saat ini dalam pelaksanaan peningkatan wisata kuliner	113
Tabel 5.2. Faktor internal	114
Tabel 5.3. Faktor eksternal	115
Tabel.5.4. Rincian evaluasi terhadap koefisien model struktural, terkait dengan Hipotesisya.	122
Tabel.5.5. Kebijakan dan strategi Indikator peningkatan apresiasi seni budaya masyarakat.....	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar.1. Hubungan antara variable independent dengan variable dependent.....	35
Gambar.2.1.Paradigma Hubungan Variabel Latent dengan dukungan variable manifest.....	39
Gambar 3.1.Distribusi Jumlah dan Persentase respondent	42
Gambar 3.2.Persebaran Usia respondent	43
Gambar.3.3.Distribusi tingkat pendidikan	44
Gambar.1. Input data dan presentasi data mentah (text) dari Respondent.....	58
Gambar 2. Persentasi dimensi KEPUASAN dengan NVivo	59
Gambar 3. Persentasi peta 3 dimensi kepuasan pelanggan dengan NVivo.....	59
Gambar. 5 Kerangka pikir hubungan dimensi dengan indikator kepuasan pelanggan	60
Gambar.6 Citra produk Wisata Kuliner"\"Pecel\" dengan kepuasan pelanggan	63
Gambar.6.b. Bubur Lemu, dengan beragam sayur salah satu kuliner yang banyak digemari	64
Gambar.6.b. Nasi, Sayur Pecel, dengan lauk tempe gembus	65
Gambar.6.c. Peyek kacang diameter 20 cm	66
Gambar.8. Pencarian pemahaman text kepuasan melalui text Quarry	68
Gambar.9. Kepuasan dan usia dalam NVivo.....	69
Gambar.10. Diagram batang Kepuasan menurut usia	70
Gambar.4.1 Path Citra produk (standardized)	78
Gambar.4.2.Path harga produk (standardized).....	80
Gambar.4.3.Path promosi (standardized).....	82
Gambar.4.4.Path Kualitas Pelayanan (standardized)	83

Gambar.4.5. Path kepuasan pelanggan (standardized).....	85
Gambar.4.6. Analisis Model pengukuran (SD).....	87
Gambar.4.7. Analisis Model pengukuran (Tvalue)	88
Gambar.5.2. Analisis keruangan peningkatan wisata kuliner. ...	117

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dewasa ini merupakan salah satu sektor yang terus tumbuh dan berkembang. Pertumbuhan sektor ini mendapatkan perhatian besar dari pemerintah karena memberikan kontribusi signifikan pada Pendapatan Asli Daerah (PAD). Dibutuhkan usaha cukup keras untuk meningkatkan kinerja (*performance*) dunia kepariwisataan di DIY melalui tata cara pengelolaan yang baik. Diharapkan lebih lanjut mengenai kemampuan pengelolaan industri pariwisata yang profesional dan peka terhadap perubahan zaman.

Arah pembangunan kepariwisataan DIY juga semakin jelas dan mantap, mengacu kepada Perda DIY No. 1 Th. 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata (RIPPARDA) DIY, yang menjadi sumber rujukan utama untuk memandu arah pengembangan kepariwisataan DIY yang berwawasan budaya. Perda tersebut secara eksplisit telah memberikan rambu-rambu yang harus dipatuhi oleh seluruh *stakeholder* kepariwisataan DIY, tuntutan sinergitas antarsektor, serta pembagian peran para pelaku pembangunan, untuk mencapai visi pembangunan kepariwisataan yang telah ditetapkan (Dinas Pariwisata DIY, 2020). Melalui peluncuran slogan Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu *Jogja Istimewa*, diharapkan

semakin menambah semangat seluruh *stakeholder* kepariwisataan DIY mewujudkan kepariwisataan DIY yang benar-benar istimewa. Keistimewaan tersebut diharapkan dapat tercermin mulai dari tata kelola pemerintahannya yang baik, manajemen pengelolaan daya tarik wisata yang baik, maupun industri kepariwisataan yang berkualitas. Salah satu sektor yang sangat mendukung dalam pemasukan daerah adalah sektor wisata.

Pariwisata secara sosiologis terdiri atas tiga interaksi yaitu interaksi bisnis, interaksi politik dan interaksi kultural (Sunaryo, 2000). Interaksi bisnis adalah interaksi di mana kegiatan ekonomi yang menjadi basis materialnya dan ukuran-ukuran yang digunakannya adalah ukuran-ukuran yang bersifat ekonomi. Interaksi politik adalah interaksi di mana hubungan budaya dapat membuat ketergantungan dari satu budaya terhadap budaya lain atau dengan kata lain dapat menimbulkan ketergantungan suatu bangsa terhadap bangsa lain yang dipicu oleh kegiatan persentuhan aktivitas pariwisata dengan aktivitas eksistensial sebuah negara. Sedangkan interaksi kultural adalah suatu bentuk hubungan di mana basis sosial budaya yang menjadi modalnya. Dalam dimensi interaksi kultural dimungkinkan adanya pertemuan antara dua atau lebih warga dari pendukung unsur kebudayaan yang berbeda. Berangkat dari pemahaman bahwa model yang digunakan untuk pengembangan kawasan wisata adalah model terbuka maka berarti tidak tertutup kemungkinan akan terjadi kontak antara aktivitas kepariwisataan dengan aktivitas masyarakat sekitar kawasan wisata. Kontak-kontak ini tidak bisa dibatasi oleh kekuatan apapun apalagi ditunjang dengan adanya sarana pendukung yang memungkinkan mobilitas masyarakat. Kontak yang paling mungkin terjadi adalah kontak antara masyarakat sekitar dengan pengunjung atau wisatawan. Masyarakat sekitar berperan sebagai penyedia jasa kebutuhan wisatawan.

Kontak ini apabila terjadi secara massif akan mengakibatkan keterpengaruhannya pada perilaku, pola hidup dan budaya masyarakat setempat. memperkuat sehingga bisa terbentuk suatu kebudayaan baru. Dengan demikian diharapkan akan semakin memperkuat ciri



Kebijakan pemerintah dalam bidang budaya dan kebudayaan menyangkut pariwisata. Regulasi yang dilaksanakan oleh pemerintah dalam bidang seni budaya, tidak untuk memberatkan masyarakat secara umum. Tetapi sebagai langkah penyempurnaan dan memudahkan untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan terhadap masyarakat perlunya wisata kuliner yang ada Pajimatan Imogiri, berbasis kearifan lokal untuk senantiasa terjaga oleh masyarakat. Walaupun secara empiris adalah benar akan tetapi pelaksanaan regulasi yang memiliki jeda atau frekuensi waktu relatif cepat akan memberatkan dan menyulitkan bagi para pemangku kepentingan baik di tingkat pemerintah maupun di tingkat masyarakat.

Kebijakan dalam peningkatan pemahaman dan pengetahuan bagi masyarakat terhadap wisata kuliner berbasis kearifan lokal, di DIY umumnya dan Kabupaten Bantul pada khususnya, dimana pemahaman dan pengetahuan masyarakat, berarti memberikan penyuluhan, sosialisasi, dan diseminasi di tingkat masyarakat dengan maksud untuk meningkatkan kesadaran pentingnya wisata berbasis kearifan lokal bagi masyarakat untuk saat ini dan masa depan.



Penerbit Kepel Press

Puri Arsita A-6
Jl. Kalimantan, Ringroad Utara, Yogyakarta
Telepon: 0274-884500, 081-227-10912
e-mail: amara_books@yahoo.com

 Amara Percetakan Penerbitan
(Penerbit Amara Books)  @Penerbitamara

ISBN : 978-602-356-476-7



9 786023 564767