

## **Partisipasi stakeholder dalam pengelolaan pariwisata warisan budaya di kawasan Ratu Boko, Yogyakarta**

**Rahmat Slamet Suyoto; Edhi Wardoyo; Susianti\***

Politeknik “API” Yogyakarta

*\*E-mail korespondensi: susianti.se@gmail.com*

### **Abstract**

*This study aims to determine the effect of the implementation of Sapta Pesona in the Ratu Boko Region on the comprehension of domestic tourists. The role of the Ratu Boko area is not just the city center, but also a major tourism asset for the city of Yogyakarta, even Indonesia. Ratu Boko's attraction is not only the place, but the atmosphere of life is also a special attraction, which is not found in other places. Thus, the Ratu Boko Region bears various burdens, competing for dominance with one another. As a consequence, there has been a shift in function from cultural space to commercial space, a process that has taken place since the 1980s, which is characterized by the development of large-scale trading and service activities, land disputes between residential and commercial areas which, if not careful, can lead to prolonged conflicts. In this study, the variable studied was the implementation of Sapta Pesona among street vendors. Based on the results of statistical tests with a significance level of 5%, overall (simultaneously) the variables safe, orderly, clean, comfortable, beautiful, friendly and memorable have a significant effect on tourist comprehension. Based on the results of the questionnaire from 100 respondents, it was concluded that the average tourist comprehension of the implementation of Sapta Pesona among the street vendors of Ratu Boko Yogyakarta tends to be poor (close to negative).*

---

**Keywords:** *ratu boko area, sapta pesona, tourism management, cultural heritage*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelaksanaan Sapta Pesona di Kawasan Ratu Boko terhadap komprehensi wisatawan nusantara. Peran Kawasan Ratu Boko bukan hanya sekedar pusat kota, tetapi juga merupakan aset utama kepariwisataan Kota Yogyakarta, bahkan Indonesia. Daya tarik Ratu Boko bukan hanya tempatnya saja, tetapi suasana kehidupannya juga merupakan daya tarik yang khas, yang tidak dipunyai tempat-tempat lain. Dengan demikian, Kawasan Ratu Boko menanggung beban yang bermacam-macam, yang berebut dominasi satu dengan lainnya. Sebagai konsekuensinya, terjadi pergeseran fungsi dari ruang kultural menjadi ruang komersial, proses tersebut terjadi sejak dekade 80an, yang dicirikan dengan berkembangnya kegiatan perdagangan dan jasa skala besar, perebutan lahan antara perumahan dan komersial yang kalau tidak hati-hati bisa menimbulkan konflik berkepanjangan. Dalam penelitian ini, variabel yang diteliti adalah pelaksanaan Sapta Pesona di kalangan pedagang kaki lima. Berdasarkan hasil uji statistik dengan tingkat signifikansi 5%, secara keseluruhan (serempak) variabel aman, tertib, bersih, nyaman, indah, ramah dan kenangan berpengaruh secara signifikan terhadap komprehensi wisatawan. Berdasarkan hasil kuesioner dari 100 responden diperoleh kesimpulan bahwa rata-rata komprehensi wisatawan terhadap pelaksanaan Sapta Pesona di kalangan pedagang kaki lima Ratu Boko Yogyakarta adalah cenderung kurang baik (mendekati negatif).

---

**Kata kunci:** *kawasan ratu boko, sapta pesona, pengelolaan pariwisata, warisan budaya*

## PENDAHULUAN

Pariwisata kini telah menjadi tumpuan harapan pemasukan, devisa bagi Indonesia. Hal ini karena pariwisata mampu menambah pajak, meningkatkan investasi modal serta menyerap tenaga kerja yang banyak (Wheatcraf, 2004:28). Kegiatan pari-wisata sudah menjelma menjadi suatu industri berupa industri pari-wisata yang menghasilkan produk-produk wisata, guna meningkatkan pariwisata di Indonesia maka Pemerintah berusaha memperbaiki dan mengembangkan segala aspek yang membangkitkan selera wisata-wan untuk berkunjung, seperti promosi di berbagai negara (Alma, 2002:289).

John Naisbit dalam bukunya yang terkenal *Global Paradox* menyatakan bahwa pariwisata pada permulaan abad ke 21 akan menjadi *Globalizatin of the world's largest industry* dengan mengemukakan angka-angka fantastis yang terjadi pada tahun 2020 antara lain: 1).Jumlah wisatawan global akan meningkat menjadi 1,204 milyar orang. 2).Dengan penerimaan hasil devisa sebesar US \$ 3,4 trilyun. 3).*Tourist expenditures* 11% dari uang yang dibelanjakan konsumen dari seluruh dunia. 4).Investasi sektor pariwisata diperkirakan mencapai 10,7% dari jumlah wisatawan. 5).Menyedot tenaga kerja sebanyak 254 juta tenaga kerja atau 1 diantara 10 orang bekerja di sektor pariwisata.

Yogyakarta dikenal di seluruh Indonesia sebagai pusat pendidikan, pusat kebudayaan dan daerah tujuan wisata utama yang potensial. Yogyakarta sebagai salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia yang mempunyai banyak variasi (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, 2012 (a): 1. 2), dengan predikat sebagai kota pelajar dan kota budaya, Yogyakarta mempunyai keunggulan kompetitif dalam rangka pembangunan daerah yaitu sumber daya manusia, sumber daya budaya dan pariwisata. Ketiga elemen tersebut menjadi komponen keunggulan pembangunan ekonomi di Yogyakarta (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta).

Dalam buku petunjuk wisata Yogyakarta disebutkan bahwa daya tarik dan potensi yang dimiliki Yogyakarta disebabkan oleh beberapa hal yaitu: 1).Keadaan historis Yogyakarta sejak beberapa abad lalu merupakan pusat pemerintahari dan pusat pengembangan kebudayaan. 2).Peranan Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai pusat pendidikan, sangat terkenal di seluruh penjuru tanah air, bahkan juga di luar negeri. 3).Keadaan alam Daerah Istimewa Yogyakarta memberikan pesona keindahan tersendiri, baik yang berupa gunung, pantai dan dataran rendahnya, maupun peninggalan-peninggalan sejarah berupa candi-candi dan bangunan kuno. 4).Kesemuanya sangat baik diguna-kan sebagai bahari studi maupun rekreasi, 5).Letak Daerah Istimewa Yogyakarta sangat strategis, di tengah pulau Jawa sehingga mudah dijangkau dari segala penjuru tanah air. Didukung oleh potensi-potensi wisata daerah lain yang mengelilingi dengan jarak yang relatif dekat, mem-perkuat posisi maupun peranan Yogyakarta sebagai tempat menginap wisatawan.

Di tengah kemajuan sektor pariwisata, muncul sektor informal dalam kegiatan perdagangan yang lebih banyak ditangani oleh masyarakat golongan bawah. Sektor ini diartikan sebagai unit-unit usaha yang tidak atau sedikit sekali menerima proteksi ekonomi secara resmi dari pemerintah (Hidayat, 2008:75). Sektor informal ini umumnya berupa usaha skala kecil dengan modal, ruang lingkup dan pengembangan yang terbatas. Salah satu bentuk aktivitas sektor informal adalah pedagang kaki lima. Hidayat (2008) mengemukakan sekitar 50% dari mereka yang terlibat sektor informal adalah pedagang kaki lima. Widarti (2004) juga menyatakan bahwa pedagang kaki lima dalam sektor informal merupakan bidang yang penting karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah banyak.

Mereka yang masuk kategori pedagang kaki lima mayoritas berada dalam usia kerja utama (*prime age*). Tingkat pendidikan yang rendah dan tidak adanya keahlian tertentu menyebabkan mereka sulit menembus sektor formal. Pedagang kaki lima

menongkrongi sepanjang kota yang ramai. Pedagang kaki lima dipandang sebagai penyebab kesemrawutan kota baik dari tinjauan visual wajah kota maupun dari tinjauan pergerakan kota dan lalu lintas.

Penelitian mengenai Sapta Pesona telah dilakukan oleh Maryatin (2004) dengan memfokuskan penelitian pada sikap wisatawan nusantara terhadap Sapta Pesona di kawasan Ratu Boko Yogyakarta. Penelitian mengenai sikap wisatawan terhadap keberadaan pedagang kaki lima pernah dilakukan oleh Mariani (2004). Adapun penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pelaksanaan Sapta Pesona di kalangan pedagang kaki lima terhadap pandangan (komprehensi) wisatawan nusantara.

### **Batasan masalah**

Agar masalah yang diteliti dapat terkonsentrasi, maka peneliti membatasi penelitian sebagai berikut: 1).Penelitian dilakukan di kawasan Ratu Boko Yogyakarta. 2).Materi yang diteliti adalah atribut Sapta Pesona di kalangan pedagang kaki lima Ratu Boko Yogyakarta. 3).Responden yang menjadi subyek penelitian adalah wisatawan nusantara yang berkunjung di kawasan Ratu Boko Yogyakarta periode 15 Februari - 15 Maret 2022.

### **Keaslian penelitian**

Penelitian mengenai Sapta Pesona telah dilakukan oleh Maryatin (2004) dengan memfokuskan penelitian pada sikap wisatawan nusantara terhadap Sapta Pesona di kawasan Ratu Boko Yogyakarta. Studi mengenai keberadaan pedagang kaki lima dilakukan oleh Mariani (2004). Adapun penelitian ini memfokuskan pada ada tidaknya pengaruh pelaksanaan Sapta Pesona di kalangan pedagang kaki lima terhadap komprehensi wisatawan nusantara.

### **Tinjauan pustaka**

Membudayakan sadar wisata berdasarkan Sapta Pesona memerlukan koordinasi antara Pemerintah daerah, swasta, organisasi masyarakat dan lain-lain guna menyelaraskan langkah dalam mewujudkan disiplin nasional dan jati diri bangsa.

Penelitian mengenai Sapta Pesona telah dilakukan oleh Maryatin (2004) dengan memfokuskan penelitian pada sikap wisatawan nusantara terhadap Sapta Pesona di kawasan Ratu Boko Yogyakarta. Studi yang dilakukan Maryatin (2004) menyatakan bahwa sikap wisatawan nusantara terhadap Sapta Pesona adalah positif dan tidak terdapat perbedaan sikap wisatawan nusantara terhadap Sapta Pesona berdasarkan jenis kelamin, usia dan tingkat pendidikan wisatawan.

Studi mengenai pedagang kaki lima telah dilakukan oleh Mariani (2004) dengan memfokuskan penelitian pada sikap wisatawan nusantara di Ratu Boko. Dalam hasil studinya Mariani (2004) menyimpulkan bahwa sikap wisatawan nusantara di Ratu Boko cukup baik.

### **Kepariwisataan**

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari suatu tempat menuju tempat lain, dimana tujuan dari perjalanan tersebut bukan untuk mencari nafkah (Yoeti, 2007: 63). Ciri-ciri dari pariwisata tersebut adalah produknya tidak bisa disimpan, permintaannya tergantung musim, dipengaruhi dari luar yang tidak diperkirakan sebelumnya dan berhubungan erat dengan biaya dan pendapatan yang elastis (Mill, 2010: 168).

Dalam pasal 1 Undang-Undang RI No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan dinyatakan bahwa: 1).Pariwisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. 2).Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. 3).Pariwisata adalah

segala sesuatu serta usaha-usaha yang terkait dibidangnya. 4).Kepariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.

Dampak dari industri pariwisata secara makro dibagi menjadi dua yaitu *direct effect* dan *induced effect*. *Dirrect effect* adalah efek yang secara langsung mempengaruhi perekonomian di suatu negara yaitu seperti meningkatkan posisi neraca pembayaran, meningkatkan pen-dapatan nasional dan masalah ketenagakerjaan, sedangkan *induced effect* adalah efek yang terjadi secara tidak langsung akibat dari industri pariwisata, seperti *mullplier effect* dalam perekonomian masyarakat setempat.

### **Sapta pesona**

Sapta Pesona itu sendiri memegang peranan penting dalam pariwisata. Sapta Pesona merupakan unsur yang terkandung di dalam setiap produk pariwisata yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur peningkatan kualitas produk pariwisata (Dinas Pariwisata Dati II Yogyakarta).

Sapta pesona menurut Musanef (2005) merupakan suatu upaya untuk meningkatkan citra pariwisata yang dilakukan secara terus menerus dan pada gilirannya akan menciptakan jati diri bangsa yang kokoh, kuat dan disiplin nasional yang mantap. Sapta pesona itu sendiri merupakan inti kegiatan kampanye nasional sadar wisata dengan tujuh butir upaya strategi yang mempunyai daya tarik tersendiri. Setiap unsur yang terkait dengan kepariwisataan hendaknya dapat menerapkan atribut-atribut Sapta Pesona baik dalam bidang tugasnya maupun dalam kegiatannya sehari-hari. Atribut-atribut Sapta Pesona terdiri dari (Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta):

### **Aman**

Kondisi yang memberikan suasana dan rasa tenteram bagi wisatawan. Aman dalam arti penggunaan sarana dan prasarana serta fasilitas yang aman dari gangguan teknis maupun gangguan seperti pencopetan, pemerasan, penodongan dan gangguan lainnya.

### **Tertib**

Keadaan yang mencerminkan suasana tertib dan teratur serta disiplin dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini semua petugas diharapkan mampu melakukan pembinaan dan pelayanan yang baik dan lancar pada masyarakat maupun wisatawan dalam memelihara ketertiban umum dan melaksana-kan pelayanan sesuai prosedur yang berlaku. Suasana tertib dalam menghadapi wisatawan lebih ditujukan untuk tertib peraturan waktu, mutu pelayanan dan dari segi informasi.

### **Bersih**

Kondisi yang menampilkan sifat bersih dan sehat. Bersih harus selalu tercermin pada lingkungan dan sarana pariwisata yang bersih dan rapi. Bersih dari segi lingkungan yaitu wisatawan akan menemukan lingkungan yang bersih dan bebas dari sampah, limbah, pencemaran maupun kotoran yang lainnya. Bersih dari segi bahari yaitu wisatawan mendapatkan bahari yang bersih baik pada makanan, minuman maupun bahari lainnya yang digunakan dalam proses penyajian.

### **Nyaman**

Keadaan lingkungan yang mem-berikan suasana yang segar, nyaman dan tenteram. Kondisi lingkungan yang asli tercipta dengan upaya menciptakan suasana penataan lingkungan, pertamanan dan penghijauan pada jalur wisata.

### **Indah**

Kondisi yang menunjukkan penataan yang teratur, tertib dan serasi sehingga memancarkan keindahan. Indah, dilihat dari sudut tata warna yang serasi, selaras dengan lingkungan sekitarnya baik interior maupun eksterior, serta menunjukkan sifat dan ciri kepribadian nasional.

### **Ramah tamah**

Sifat perilaku masyarakat yang akrab dalam pergaulan, hormat dan sopan dalam berkomunikasi, suka senyum, suka memberikan pelayanan dan ringan kaki untuk membantu tanpa pamrih, yang dilakukan oleh semua pihak.

### **Kenangan**

Merupakan upaya untuk menciptakan situasi yang selalu berkesan di hati wisatawan, dalam pengertian kenangan tercakup didalamnya yaitu kenangan dari segi akomodasi yang nyaman, kenangan dari segi atraksi budaya yang mempesona, kenangan dari segi makanan dan buah-buahan yang lezat khas daerah dan kenangan dari segi cinderamata.

### **Pedagang kaki lima**

Pedagang kaki lima merupakan sub sektor dari sektor informal yang paling banyak diminati. Pedagang kaki lima kiranya merupakan fenomena sosial dan keberadaannya merupakan bagian yang inheren dari masyarakat bahkan dapat dikatakan merupakan salah satu ciri dan karakteristik dari negara ber-kembang, walaupun dijumpai pula keberadaannya di negara maju sekalipun (Tjitra, 2006: 8).

Selanjutnya menurut Hidayat (2008), ciri-ciri pedagang kaki lima adalah: 1).Kegiatannya tidak terorganisasi dengan baik. 2).Kebijakan pemerintah tidak sampai pada sektor ini. 3).Setiap unit usaha tidak harus memiliki ijin. 4).Pola kegiatannya tidak harus teratur. 5).Mudah keluar masuk pada unit usahanya. 6).Modal, peralatan dan perputaran usahanya kecil. 7).Teknologi yang digunakan sederhana. 8).Tidak memerlukan persyaratan pendidikan formal. 9).Pada umumnya bekerja sendiri atau dengan pembantu yang tidak dibayar. 10).Sumber modal dari tabungan sendiri atau lembaga keuangan tidak resmi. 11).Hasil produknya dikonsumsi berbagai golongan

Hidayat (2008) memberikan pengertian bahwa pedagang kaki lima (PKL) merupakan struktur kelompok usaha terbawah, dalam jenjang dunia dagang.

Keberadaan pedagang kaki lima akan sangat berarti jika dimanfaatkan sebagai penggerak perekonomian golongan ekonomi lemah.

Hasil studi empiris tahap I, oleh Sukamdi (2009) menunjukkan bahwa pedagang kaki lima merupakan aktivitas ekonomi andalan bagi tenaga kerja yang tidak mampu masuk dalam sektor formal. Begitupun halnya dalam penelitian tahap II, menunjukkan bahwa kelangsungan kerja dari usaha pedagang kaki lima sangat ditentukan oleh tiga hal, yakni kualitas sumber daya manusia yang menyangkut aspek fisik (umur, jenis kelamin, kemampuan fisik) dan aspek non fisik (keahlian, pendidikan, pengetahuan). Institusi pemerintah daerah sebagai penentu legalitas lokasi usaha dan financial, koperasi sebagai institusi yang secara operasional memberikan wadah usaha.

Permasalahan pedagang kaki lima secara nyata dirasakan di kota-kota dan negara berkembang pada umumnya serta negara maju pada kasus-kasus tertentu. Di Indonesia, pedagang kaki lima perkotaan bahkan menjadi tumpuan kehidupan yang semakin besar sejak terjadinya krisis ekonomi pada tahun 1998.

Penilaian senada juga disampaikan Sudibyo (2002) bahwa sumber daya alam dan pedagang kaki lima turut membantu stabilitas ekonomi nasional selama ini, sekaligus menjadi modal bagi perkembangan ekonomi selanjutnya. Pengelolaan yang baik akan memberi kontribusi pada pembangunan, begitupun pedagang kaki lima sanggup berperan mendukung perekonomian dalam negeri selama masa krisis.

Bila menengok ke belakang mengenai asal-usul pedagang kaki lima ini, maka istilah *pie powder* dapat dijadikan sebagai referensinya. *Pie powder* menurut Heilbruner (2002) dalam sejarah Eropa merupakan pedagang keliling yang membawa barang dagangan dengan cara memikul atau memasukannya ke dalam peti kecil yang disandang dibahunya. Mereka tidak menetap pada satu tempat tertentu, melainkan berpindah-pindah dari satu tempat ke tempat lain dan tidak jarang mereka mengikuti rute tentara yang sedang berperang (bahkan ada yang menyangkanya sebagai bagian dari tentara yang bersangkutan).

Istilah pedagang kaki lima di Indonesia merupakan peninggalan jaman penjajahan Inggris, yang diambil dari ukuran lebar *trottoar* yang waktu itu dihitung dalam *feet*-(kaki) ada lima kaki (sekitar satu setengah meter), sehingga orang yang berjualan di atas *trottoar* tersebut kemudian disebut pedagang kaki lima (Galang, 2003).

### **Komprehensi**

Dalam bidang pemasaran, komprehensi sebagai salah satu tanggapan (respon) konsumen atas beberapa rangsangan yaitu bagai-mana menyimpan informasi yang diterima dalam ingatan konsumen dan bagaimana ingatan tersebut dapat dipertahankan dan menjadi bagian dari imej merek. Konsumen akan memberikan pandangannya secara menyeluruh mengenai informasi yang diterimanya.

### **Kerangka pemikiran**

Studi yang dilakukan Maryatin (2004) menyatakan bahwa sikap wisatawan nusantara terhadap Sapta Pesona di kawasan Ratu Boko Yogyakarta adalah positif dan tidak terdapat perbedaan sikap wisatawan nusantara terhadap Sapta Pesona di kawasan Ratu Boko Yogyakarta berdasarkan jenis kelamin, usia dan tingkat pendidikan wisatawan.

Studi mengenai pedagang kaki lima telah dilakukan oleh Mariani dengan memfokuskan penelitian pada sikap wisatawan nusantara terhadap keberadaan pedagang kaki lima di Ratu Boko. Dalam hasil studinya Mariani (2004) menyimpulkan bahwa sikap wisatawan nusantara terhadap keberadaan pedagang kaki lima (variabel kebersihan, keamanan dan ketertiban) di Ratu Boko cukup baik.

Dalam penelitian ini, variabel yang akan diteliti adalah pelaksanaan Sapta Pesona di kalangan pedagang kaki lima. Responden dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang berkunjung di kawasan Ratu Boko pada periode 15 Februari - 15 Maret 2022 dengan batasan usia 17-56 tahun.

### **Data dan obyek penelitian**

Dalam suatu penelitian biasanya menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Demikian pula dengan penelitian ini, penulis menggunakan kedua jenis data tersebut. Data primer diperoleh dari hasil survei dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Selain itu, data peneliti juga melakukan observasi yaitu pengamatan langsung untuk mengetahui persepsi wisatawan. Data sekunder diperoleh dari berbagai literatur, laporan, buku- buku atau dari hasil penelitian terdahulu.

Obyek penelitian adalah atribut-atribut Sapta Pesona di kalangan pedagang kaki lima di sepanjang kawasan Ratu Boko. Kawasan Ratu Boko yang mempunyai batas sebelah utara berbatasan dengan jalan Pasar Kembang dan jalan Kleringan, sebelah timur berbatasan dengan jalan Mayor Suryotomo, sebelah selatan berbatasan dengan

Jalan Secodiningratan dan Jalan KH Ahmad Dahlan, sebelah barat berbatasan dengan jalan Bayangkara.

### **Populasi dan sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009: 72). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah semua wisata-wan nusantara yang berkunjung di kawasan Ratu Boko Yogyakarta periode waktu 15 Februari - 15 Maret 2022.

Sampel adalah bagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (Djarwanto dan Subagyo, 2006: 108). Penarikan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Menurut Djarwanto dan Subagyo (2006: 144) *purposive sampling* adalah suatu metode sampel *non – prohabilitas* yang mampu memenuhi kriteria tertentu suatu penelitian, dengan catatan bahwa sampel tersebut *representatif*. Sampel yang representatif merupakan sampel yang mampu mewakili populasi sehingga dapat diambil kesimpulan berupa generalisasi. Sampel dalam peneliti-an ini adalah wisatawan nusantara yang berkunjung di kawasan Ratu Boko periode tanggal 15 Februari - 15 Maret 2022 dengan batasan usia 17-56 tahun. Karena usia ini dianggap usia yang matang dan mampu memberikan penilaian atas suatu obyek.

Representasi sampel tergantung pada (1) tingkat keyakinan yang diinginkan, (2) besarnya kesalahan (*error*) yang dapat ditoleransi, dan (3) besarnya penyebaran (*dispersi*) dalam populasi yang diperkirakan secara umum (Palumbo, 2007: 279).

### **Gambaran umum pedagang kaki lima Ratu Boko Yogyakarta**

Kawasan Ratu Boko adalah sebagaimana tercantum di dalam Peraturan Daerah Kota Madya Dati II Yogyakarta No. 5 Tahun 1991, merupakan satu wilayah fungsional yang didominasi oleh jalan Ratu Boko. Kawasan ini memiliki luas 322,82 Ha (Direktorat Tata Perkotaan dan Pedesaan, III-1).

Ratu Boko merupakan salah satu tujuan utama kunjungan wisatawan ke Yogyakarta. Peran Ratu Boko bukan hanya sekedar pusat kota, tetapi adalah aset utama kepari-wisataan Kota Yogyakarta, bahkan Indonesia. Daya tarik Ratu Boko bukan hanya tempatnya saja, tetapi suasana kehidupannya juga merupa-kan daya tarik yang khas, yang tidak dipunyai tempat-tempat lain. Dengan demikian Ratu Boko menanggung beban yang bermacam-macam, yang berebut dominasi satu dengan lainnya. Sebagai konsekuensinya, terjadi pergeseran fungsi dari ruang kultural menjadi ruang komersial, proses tersebut terjadi sejak dekade 80an, yang dicirikan dengan berkembangnya kegiatan perdagangan dan jasa skala besar, perebutan lahiri antara perumahan dan komersial serta semakin padat dan semrawutnya kegiatan di Ratu Boko.

Perubahan yang besar terjadi setelah dekade 80an, dimana kegiatan pariwisata meningkat tajam. Oleh karena itu kegiatan yang berkembang adalah yang erat kaitannya dengan kepariwisataan, yaitu perhotelan dan jasa pelayanan, seperti rumah makan, biro perjalanan dan perdagangan buah tangan (*souvenir*), di samping itu, jalur di kiri kanan Ratu Boko juga berubah fungsi, dan perumahan ke perdagangan eceran skala kecil, sebagai luberan dari kegiatan perdagangan di jalur Ratu Boko.

Perkembangan Ratu Boko sebagai kawasan perdagangan dimulai dengan munculnya orang Cina yang mendirikan toko di sepanjang jalan tersebut tetapi mulai ramai setelah terbentuknya *growongan/arcade* di depan toko selebar tiga meter pada tahun 70an. Pelebaran jalan dan pembuatan *arcade* ini adalah realisasi dari himbauan Presiden untuk mem-benahi Ratu Boko dan juga kesadaran untuk menghidupkan toko di sepanjang Ratu Boko. Pada mulanya *arcade* tersebut dimaksud-kan sebagai tempat berlindung bagi pejalan kaki tetapi pedagang kaki lima mengisi dan memanfaatkan

ruang-ruang tersebut sehingga akhir-nya terjadi ekspansi kegiatan pedagang kaki lima di siang hari dan lesehan di malam hari.

Pedagang kaki lima di siang hari menjual berbagai macam barang seperti aneka souvenir, batik, makanan khas dan barang kebutuhan lainnya. Aktivitas malam pun berkembang, disaat toko-toko tutup sekitar pukul 9 malam pedagang lesehan dengan aneka makanan dan minuman mulai menggelar dagangannya. Salah satu ciri khas pedagang kaki lima di Ratu Boko adalah kehidupannya sangat tergantung dan sektor pariwisata. Saat ini terdapat lebih dan 850 pedagang kaki lima dan tebih dari di sepanjang kawasan Ratu Boko.

Keberadaan pedagang kaki lima semakin mantap dengan dibentuknya oragnisasi dan paguyuban, sehingga bisa dikatakan bahwa keanggotaan organisasi atau koperasi tersebut merupakan lisensi untuk berdagang di Ratu Boko. Tidak kurang dari 5 paguyuban yang dibentuk oleh pedagang kaki lima dan tanpa paksaan para pedagang kaki lima juga menjadi anggota beberapa organisasi yang menjadi wadah penyalur aspirasi mereka dan untuk meningkatkan kesejahteraan.

Pada awalnya, pedagang kaki lima hanya boleh berjualan menghadap toko sesuai dengan SK Walikota No. 056 Tahun 1987, namun pada perkembangannya SK Walikota: No. 311 Tahun 1996 membolehkan pedagang kaki lima Ratu Boko berjualan membelakangi toko dengan aturan tidak boleh menghilangkan fungsi trotoar dan tidak mengganggu akses toko. Namun pada kenyataannya kebijakan ini menjadikan kawasan Ratu Boko penuh sesak oleh pedagang kaki lima yang terlihat semraut.

Pemerintah Daerah mengeluarkan Perda tentang Peraturan Pedagang Kaki Lima No. 26 Tahun 2002 meliputi kewajiban pedagang kaki lima. Ada 3 kewajiban pedagang kaki lima di Ratu Boko yaitu: 1).Membayar retribusi harian melalui Dinas Pasar sebesar Rp. 300 siang hari dan Rp 300 malam hari. 2).Membayar pajak, 3).Mebayar retribusi kebersihan sebesar Rp. 4.500/bulan

### **Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen**

Pada bagian ini dipaparkan implikasi hasil pengujian hipotesis terhadap hubungan variabel-variabel yang dipergunakan dalam penelitian ini disertai interpretasi dari penulis. Hipotesis 1 terbukti bahwa keamanan di kalangan pedagang kaki lima Ratu Boko memiliki pengaruh positif terhadap komprehensi wisatawan. Rata-rata responden menjawab bahwa mereka merasa aman dalam artian terbebas dari keisengan dan pemaksaan pedagang kaki lima saat berbelanja di pedagang kaki lima Ratu Boko. Hal ini senada dengan studi yang dilakukan oleh Mariani (2004) bahwa wisatawan mempunyai sikap yang cukup baik terhadap keamanan pedagang kaki lima di Ratu Boko.

Hipotesis 2 terbukti bahwa Ketertiban di kalangan pedagang kaki lima Ratu Boko memiliki pengaruh positif terhadap kompre-hensi wisatawan. Responden rata-rata berpendapat bahwa pedagang kaki lima di Ratu Boko sudah cukup tertib baik dari segi penataan maupun pelayanan. Hal ini sesuai dengan studi yang dilakukan oleh Mariani (2004) bahwa wisatawan mempunyai sikap yang cukup baik terhadap ketertiban pedagang kaki lima di Ratu Boko.

Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa Kebersihan di kalangan pedagang kaki lima Ratu Boko memiliki pengaruh positif terhadap komprehensi wisatawan tidak terbukti. Rata-rata responden berpendapat bahwa pedagang kaki lima belum mampu menjaga kebersihan baik dari segi lingkungan, peralatan untuk menyajikan makanan dan minuman maupun bahan makanan dan minumannya.

Hipotesis 4 terbukti bahwa Kenyamanan di kalangan pedagang kaki lima Ratu Boko memiliki pengaruh positif terhadap kompre-hensi wisatawan. Rata-rata konsumen menjawab bahwa mereka tidak mempermasalahkan sempitnya ruang untuk berbelanja



dan responden juga berpendapat lingkungan sekitar pedagang kaki lima berjualan sudah cukup nyaman.

Pada hipotesis 5 terbukti bahwa Keindahan di kalangan pedagang kaki lima Ratu Boko memiliki pengaruh positif terhadap kompre-hensi wisatawan. Responden rata-rata berpendapat bahwa pedagang kaki lima di Ratu Boko mampu memelihara keindahan baik dari segi tata letak maupun pengaturan tenda bongkar pasang yang tidak mengganggu keindahan lingkungan.

Pada hipotesis 6 terbukti bahwa Keramahtamahan di kalangan pedagang kaki lima Ratu Boko memiliki pengaruh positif terhadap komprehensi wisatawan. Responden rata-rata berpendapat bahwa pedagang kaki lima di Ratu Boko mempunyai sikap yang ramah, menyenangkan dan kekeluargaan.

Pada hipotesis 7 terbukti bahwa Kenangan di kalangan pedagang kaki lima Ratu Boko memiliki pengaruh positif terhadap komprehensi wisatawan. Responden rata-rata berpendapat bahwa pedagang kaki lima di Ratu Boko mampu menciptakan suasana berkesan bagi wisatawan.

### **Komprehensi wisatawan terhadap sapta pesona di kalangan pedagang kaki lima di kawasan Ratu Boko Yogyakarta**

Berdasarkan data olahan menggunakan aplikasi Software SPSS 10 diperoleh nilai mean sebesar 3,0867 dan nilai median sebesar 3,1667. Karena mean < median berarti bahwa rata-rata responden mempunyai kecenderungan komprehensi yang kurang baik (mendekati negatif) terhadap pelaksanaan Sapta Pesona di kalangan pedagang kaki lima Ratu Boko Yogyakarta. Wisatawan mempunyai pandangan bahwa pelaksanaan Sapta Pesona di kalangan pedagang kaki lima Ratu Boko masih perlu diperbaiki.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan permasalahan yang ada dan hasil analisis yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa: 1).Keamanan di kalangan pedagang kaki lima Ratu Boko memiliki pengaruh positif terhadap komprehensi wisatawan. 2).Ketertiban di kalangan pedagang kaki lima Ratu Boko memiliki pengaruh positif terhadap komprehensi wisatawan. 3).Kebersihan di kalangan pedagang kaki lima Ratu Boko memiliki pengaruh negatif terhadap komprehensi wisatawan. 4).Kenyamanan di kalangan pedagang kaki lima Ratu Boko memiliki pengaruh positif terhadap komprehensi wisatawan. 5).Keindahan di kalangan pedagang kaki lima Ratu Boko memiliki pengaruh positif terhadap komprehensi wisatawan. Keramahtamahan di kalangan pedagang kaki lima Ratu Boko memiliki pengaruh positif terhadap komprehensi wisatawan, 6).Kenangan di kalangan pedagang kaki lima Ratu Boko memiliki pengaruh positif terhadap komprehensi wisatawan.

Berdasarkan uji statistik dengan tingkat signifikansi 5%, secara keseluruhan (serempak) variabel aman, tertib, bersih, nyaman, indah, ramah dan kenangan berpengaruh secara signifikan terhadap kompre-hensi wisatawan. Berdasarkan hasil kuesioner dari 100 responden diperoleh kesimpulan bahwa rata-rata komprehensi wisatawan terhadap pelaksanaan Sapta Pesona di kalangan pedagang kaki lima Ratu Boko Yogyakarta adalah cenderung kurang baik (mendekati negatif).

### **Saran**

Untuk Pedagang Kaki Lima Ratu Boko Yogyakarta dimana hasil Penelitian yang telah dilakukan dengan memperhatikan kesimpulan yang didapat, maka peneliti memberikan saran kepada pedagang kaki lima di kawasan Ratu Boko Yogyakarta agar melaksanakan Sapta Pesona dengan lebih baik lagi guna mewujudkan kawasan Ratu

Boko yang lebih menarik untuk dikunjungi dan menjadi tempat favorit bagi para wisatawan. Selain itu, peneliti juga memberikan saran kepada pihak-pihak yang berkepentingan (Pemda, koperasi, paguyuban) agar memberikan pembinaan dan pendampingan kepada pedagang kaki lima mengenai pelaksanaan Sapta Pesona.

Saran untuk peneliti yang ingin menguji ulang hasil penelitian ini, yaitu jumlah sampel yang lebih diperbanyak dan mencari responden yang lebih representatif. Peneliti juga menyarankan agar dalam menyusun pernyataan-pernyataan dalam kuesioner lebih baik lagi agar mudah dimengerti dan tidak menimbulkan salah penafsiran bagi responden. Selain itu, agar menyertakan variabel-variabel kenangan dalam kuesioner komprehensi karena dalam penelitian ini pernyataan-pernyataan kuesioner yang mewakili komprehensi belum mencakup variabel-variabel kenangan sehingga hasil analisis yang diperoleh belum maksimal dan masih banyak kekurangan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B., (2002). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta: Bandung.
- Arikunto, S. (2007). *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktek*. Bhineka Cipta: Yogyakarta.
- Dimara, D. (2008). *PKL di Jakarta dalam Mulyanto dan Haris Dieter Evers (Eds). Urbanisasi: Masalah Kota di Jakarta*. PPSM - YTKI/FES: Jakarta.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi DIY. (2012a) *Laporan akhir: pendataan dan pemetaan potensi budaya dan pariwisata*. CV. Multivisi Karya: Yogyakarta.
- Direktorat Tata Perkotaan dan Pedesaan. (2007). *Laporan akhir: penyusunan rencana pembangunan prasarana dan sarana Kawasan Ratu Boko*. Yogyakarta
- Djarwanto, P. S. dan Pangestu, S. (2006). *Statistik induktif*. edisi ketiga, BPFE: Yogyakarta.
- Galang. (2003). *Pariwisata berkelanjutan dan dampaknya bagi pembangunan*: PT. Rosda Karya: Jakarta.
- Gujarati, D. (2002). *Ekonometrika dasar. terjemahan oleh sumarno zain*. Erlangga: Jakarta.
- Heilbruner, R. L. (2002). *Terbentuknya masyarakat ekonomi*. Ghalia Indonesia: Jakarta.
- Hidayat. (2008). *Pengembangan sektor informal dalam pembangunan nasional: masalah dan prospek*. Pusat Penelitian Ekonomi dan SDM, FE UNPAD: Bandung.
- John, A. H dan Jagdish, N. S. A. (2002). Theory of buyer behavior. *Journal of Marketing*, 49(3), 141.
- Mariani. (2004). *Sikap wisatawan nusantara terhadap keberadaan pedagang kaki lima di Kawasan Ratu Boko*. Skripsi tidak diterbitkan. Program Studi Manajemen Pariwisata STIE Pariwisata "API": Yogyakarta.
- Maryatin. (2004). *Sikap wisatawan nusantara terhadap sapta pasona di kawasan ratu boko Yogyakarta*. Skripsi. Program Studi Manajemen Pariwisata STIE Pariwisata "API": Yogyakarta.
- Mill, Robert Christie. (2010). *Tourism: the international bussiness* - edisi bahasa Indonesia. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Natzir, M. (2003). *Metode penelitian*. Ghalia Indonesia: Jakarta.
- Palumbo, D. J. (2007). *Statistics In political and behavioral science*. USA: Colombia University Press: New York.