

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Sumber daya alam yang dimiliki oleh Indonesia sangat luar biasa dan setiap daerah memiliki keindahan alam yang unik dan beraneka ragam. Geografis dan topografi masing-masing wilayah di Indonesia menentukan karakteristik alamnya, dan masing-masing memiliki keunikan dan karakteristik yang beraneka ragam. Selain itu juga dengan kekayaan budaya yang masing-masing memiliki pesona tersendiri yang dilihat oleh dunia yaitu dari sabang sampai merauke, karena Indonesia terkenal sebagai negara dengan populasi etnis yang beragam. Kondisi tersebut menarik wisatawan asing (wisman) dan wisatawan nusantara (wisnu) untuk berkunjung menikmati pariwisata di Indonesia, sehingga terbukanya peluang untuk pariwisata Indonesia semakin berkembang (Afrina Sihombing & I. B. Hariyanto, 2019). Sebagai destinasi wisata global, Indonesia sangat menyadari kekuatan dan peluang yang dimilikinya, sehingga pariwisata menjadi salah satu bagian penting dari pembangunan nasional. Selain itu, saat ini juga destinasi wisata selalu menjadi topik yang dibicarakan saat sedang berkumpul untuk merencanakan libur yang menyenangkan dan berkesan, dimulai dari pemilihan tempat wisata, transportasi hingga informasi sebelum atau saat berkunjung ke tempat wisata yang telah direncanakan. Oleh karena itu, untuk mengetahui hal tersebut perlu dibuatnya strategi promosi untuk memberikan informasi kepada calon wisatawan mengenai suatu produk wisata yang dapat dikunjungi. Menurut Kotler dan Keller (2016) promosi adalah kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk memperkenalkan, membujuk, dan mengingatkan wisatawan tentang produk atau layanan wisata agar tercipta minat berkunjung (Senangsa & Sirait, 2022). Selanjutnya, dengan kondisi aksesibilitas yang perlu diperhatikan untuk kenyamanan dan keamanan calon wisatawan saat ingin berkunjung ke suatu destinasi tersebut. Menurut Yoeti (2008) aksesibilitas adalah kemudahan wisatawan dalam mencapai suatu destinasi wisata yang meliputi kondisi sarana dan prasarana transportasi, petunjuk arah, dan infrastruktur (Edo et al., 2023). Hal tersebut merupakan dua faktor yang akan

mempengaruhi minat kunjungan wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007) minat kunjungan wisatawan adalah dorongan psikologis seseorang untuk melakukan kunjungan ke suatu destinasi wisata yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal seperti promosi, aksesibilitas, dan daya tarik wisata (Indrianty et al., 2025).

Pariwisata budaya, terutama yang berkaitan dengan situs arkeologi seperti candi, selalu menjadi salah satu destinasi favorit untuk kegiatan liburan. Karena dalam aktivitasnya pengunjung dapat mengetahui sejarah candi tersebut sekaligus menikmati keindahan dari bangunan candi tersebut. Salah satunya, Keraton Ratu Boko yang terletak di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta (Kasus et al., n.d.). Keraton Ratu Boko juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti area wisata sejarah, spot foto estetik yang terkenal melalui pemandangan sunset nya, pemandu wisata (guide) yang menjelaskan sejarah situs, area parkir, mushola, toilet, pusat informasi, serta jalur khusus yang memudahkan pergerakan pengunjung. Dengan fasilitas tersebut, jumlah kunjungan wisatawan terus meningkat, terutama pada musim liburan panjang. Berdasarkan data pada libur lebaran tahun ini yang diambil dari Instagram @ratubokopark bahwa jumlah pengunjung yang datang ke Keraton Ratu Boko mengalami peningkatan dari tahun kemarin yaitu tahun ini berjumlah 5.899 pengunjung. Selain area utama situs, terdapat fasilitas pendukung berupa Andrawina Resto yang berada di luar pintu masuk Keraton Ratu Boko tetapi masih berada satu kawasan. Andrawina Resto menyuguhkan panorama yang menakjubkan, meliputi pemandangan kota Yogyakarta, kemegahan Gunung Merapi, serta keindahan Candi Prambanan, sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan, terutama untuk kegiatan makan malam atau acara kantor. Suasana city light malam hari, makanan khas Yogyakarta, serta pertunjukan “Bandung Bondowoso Show” menjadikan restoran ini sebagai fasilitas pendukung yang memperkaya pengalaman wisatawan.

Walaupun telah didukung oleh daya tarik serta fasilitas yang cukup memadai, terdapat fenomena masalah yang menghambat peningkatan minat

kunjungan wisatawan ke Keraton Ratu Boko. Salah satu permasalahan utama adalah aksesibilitas yang belum optimal. Jalan menuju Keraton Ratu Boko berada di wilayah perbukitan dengan kondisi yang berkelok, menanjak, dan relatif sempit, sehingga menjadi kendala bagi kendaraan besar seperti bus pariwisata maupun wisatawan yang kurang berpengalaman berkendara di jalur berbukit. Akibatnya, meskipun promosi mampu menarik minat wisatawan, banyak calon pengunjung yang mengurungkan niat karena kendala akses fisik menuju lokasi. Di sisi lain, promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola masih belum berjalan maksimal. Masih banyak wisatawan yang tidak mengetahui keberadaan Keraton Ratu Boko maupun Andrawina Resto sebelum tiba di lokasi. Idealnya, promosi destinasi dan fasilitas pendukung dapat berjalan beriringan untuk meningkatkan ketertarikan dan pengalaman wisatawan. Namun kenyataannya, promosi Andrawina Resto belum sepenuhnya menjangkau wisatawan Keraton Ratu Boko, begitu pula sebaliknya. Ketidakseimbangan antara promosi dan aksesibilitas ini membuat citra destinasi belum berkembang optimal. Promosi yang cukup menarik belum mampu meningkatkan kunjungan secara signifikan karena akses menuju lokasi masih sulit, sementara upaya perbaikan aksesibilitas belum didukung oleh promosi yang merata. Permasalahan ini merupakan fenomena penting yang perlu diperhatikan karena dapat menghambat pengembangan wisata secara berkelanjutan.

Meski promosi yang dilakukan oleh Andrawina Resto bertujuan untuk menarik minat wisatawan datang ke Keraton Ratu Boko, kenyataannya masih ada kesenjangan antara harapan dan keadaan di lapangan. Idealnya, promosi bisa menjangkau lebih banyak orang dan membuat objek wisata ini dikenal luas sebagai salah satu daya tarik tambahan saat mengunjungi Keraton Ratu Boko. Promosi yang baik seharusnya bisa memperkuat citra restoran dan mendorong orang untuk datang, baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Namun di lapangan, promosi yang dilakukan masih terbatas. Serta aksesibilitas yang belum memadai untuk kendaraan besar sehingga dapat mengurungkan niat calon wisatawan untuk berkunjung. Maka dari itu, banyak wisatawan yang bahkan belum tahu mengenai Andrawina Resto

maupun Keraton Ratu Boko sebelum benar-benar datang ke lokasi. Hal ini menunjukkan kalau strategi promosi yang sekarang belum sepenuhnya efektif dan aksesibilitas juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi hal tersebut.

Berdasarkan hasil penelusuran berbagai penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa sebagian besar penelitian mengenai minat kunjungan wisatawan berfokus pada aspek promosi, daya tarik wisata, dan fasilitas pariwisata secara umum. Namun, masih jarang penelitian yang secara spesifik membahas keterkaitan antara strategi promosi dan aksesibilitas terhadap minat kunjungan wisatawan pada destinasi budaya yang memiliki fasilitas pendukung seperti restoran di kawasan wisata. Sebagian penelitian, seperti yang dilakukan oleh (Umur et al., 2022) hanya menyoroti pengaruh strategi promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung ulang tanpa mempertimbangkan faktor aksesibilitas. Penelitian lainnya, kemudian (Hanifa & Komaryatin, 2024) yang dalam pembahasannya mengaitkan aksesibilitas dengan kepuasan pengunjung, namun belum meneliti hubungan langsung antara aksesibilitas dan minat kunjungan wisatawan. Dengan demikian, masih terdapat celah penelitian (gap research) yang cukup jelas, yaitu kurangnya kajian yang meneliti pengaruh promosi dan aksesibilitas secara simultan terhadap minat kunjungan wisatawan pada destinasi budaya yang didukung oleh fasilitas kuliner seperti Andrawina di kawasan Keraton Ratu Boko. Selain itu Novelty dalam penelitian ini terletak pada pengujian pengaruh promosi dan aksesibilitas secara simultan terhadap minat kunjungan wisatawan pada objek wisata Keraton Ratu Boko. Meskipun penelitian terdahulu telah membahas variabel promosi, daya tarik wisata, amenities, maupun aksesibilitas, sebagian besar belum menguji secara bersama-sama pengaruh promosi dan aksesibilitas terhadap minat kunjungan dalam konteks destinasi wisata budaya. Selain itu, penelitian ini memberikan data empiris terbaru yang secara spesifik dilakukan pada Keraton Ratu Boko sebagai salah satu destinasi wisata sejarah di Daerah Istimewa Yogyakarta.

**Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan ke Keraton Ratu Boko Tahun 2023**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Kunjungan (orang)</b>
Januari	13.432
Februari	8.126
Maret	7.721
April	9.458
Mei	9.925
Juni	15.516
Juli	14.563
Agustus	10.570
September	8.990
Oktober	8.635
November	9.324
Desember	17.246
Total	133.506

Berdasarkan data kunjungan wisatawan ke Keraton Ratu Boko tahun 2023, tercatat total sebanyak 133.506 pengunjung dengan rata-rata sekitar 11.126 orang per bulan. Jumlah wisatawan mengalami peningkatan signifikan pada bulan-bulan tertentu. Seperti Desember (17.246 pengunjung), Juni (15.516 pengunjung), dan Juli (14.563 pengunjung) yang bertepatan dengan masa liburan akhir tahun, liburan sekolah, serta perayaan Idul Fitri. Sementara itu, tingkat kunjungan terendah terjadi pada Februari (8.126 pengunjung) dan Maret (7.721 pengunjung) yang berada di luar periode wisata (Zayid, 2024). Pola fluktuatif ini menunjukkan bahwa minat wisatawan untuk berkunjung ke Keraton Ratu Boko masih bersifat musiman dan belum merata sepanjang tahun. Kondisi tersebut menentukan bahwa strategi promosi yang diterapkan belum sepenuhnya optimal dalam menarik kunjungan di luar musim liburan, ditambah dengan faktor aksesibilitas yang masih menjadi kendala bagi sebagian wisatawan. Oleh karena itu, data ini menjadi dasar penting untuk

menganalisis sejauh mana pengaruh strategi promosi dan aksesibilitas terhadap minat kunjungan wisatawan, agar kedepannya strategi pemasaran dan perbaikan infrastruktur dapat dilakukan secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Karena itu, perlu ada penelitian lebih lanjut untuk melihat seberapa besar pengaruh promosi terhadap minat kunjungan wisatawan ke Keraton Ratu Boko didukung juga dengan pengaruh dari aksesibilitasnya. Hasil penelitian ini nantinya bisa membantu mengevaluasi strategi promosi dan aksesibilitas yang sudah ada dan memberikan saran agar promosi bisa lebih tepat sasaran dan aksesibilitas bisa lebih baik ke depannya. Dengan begitu, penelitian ini diharapkan dapat mengetahui strategi pemasaran dan aksesibilitas yang digunakan oleh Keraton Ratu Boko dalam menarik minat kunjungan wisatawan untuk berkunjung ke Keraton Ratu Boko.

## **B. Permasalahan Penelitian**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, pada subbagian ini akan diuraikan secara sistematis mengenai identifikasi masalah, pembatasan masalah, dan perumusan masalah. Ketiga komponen ini disusun untuk memperjelas fokus kajian dan batas ruang lingkup penelitian, sehingga pelaksanaan penelitian dapat terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

### **1. Identifikasi Masalah**

Penelitian ini dilaksanakan pada wilayah kajian “Ekonomi Pariwisata” dengan tema “Kewirausahaan Pariwisata” dan sub tema “Kewirausahaan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal” yang dalam hal ini berkaitan dengan strategi promosi kewirausahaan di dalam sebuah objek wisata, yaitu dalam “Pengaruh Promosi dan Aksesibilitas terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke Keraton Ratu Boko”

Keraton Ratu Boko merupakan salah satu situs bersejarah yang memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata, namun Keraton Ratu boko belum menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam jumlah pengunjung. Permasalahan ini disebabkan oleh beberapa faktor yang saling berkaitan. Adapun permasalahan nya sebagai berikut:

1. Aksesibilitas menuju lokasi masih menjadi kendala utama, karena infrastruktur jalan menuju Keraton Ratu Boko belum sepenuhnya memadai untuk menunjang kenyamanan dan kemudahan mobilitas wisatawan.
2. Strategi promosi destinasi wisata belum dilakukan secara maksimal dan masih kurang bervariasi, sehingga informasi mengenai potensi wisata Keraton Ratu Boko dan fasilitas pendukung seperti Andrawina Resto belum tersebar secara luas.
3. Minimnya inovasi dalam promosi menyebabkan rendahnya kesadaran masyarakat, baik lokal maupun luar daerah, terhadap keberadaan dan daya tarik wisata Keraton Ratu Boko.
4. Kurangnya informasi dan edukasi publik mengenai nilai sejarah dan budaya Keraton Ratu Boko menjadi penghambat dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan.
5. Rendahnya jumlah kunjungan wisatawan berdampak pada terbatasnya pengembangan sumber daya manusia dalam pengelolaan kawasan wisata.
6. Minimnya tenaga kerja yang kompeten di sektor pariwisata turut memengaruhi kualitas pelayanan dan pengalaman wisata di lokasi tersebut.

Berdasarkan uraian faktor-faktor di atas, maka dapat di tarik kesimpulan bahwa minat kunjungan wisatawan ke Keraton Ratu Boko sangat dipengaruhi oleh promosi, aksesibilitas, kesadaran masyarakat, serta kualitas sumber daya manusia yang terlibat dalam pengelolaan kawasan wisata.

#### **1. Pembatasan Masalah**

Penelitian ini difokuskan pada dua aspek utama dari permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya, yaitu mengenai promosi dan aksesibilitas. Secara khusus, penelitian ini akan membatasi ruang lingkup kajian pada pengaruh promosi yang dilakukan oleh Keraton Ratu Boko, serta kondisi

aksesibilitas menuju lokasi terhadap peningkatan jumlah pengunjung ke kawasan wisata Keraton Ratu Boko. Pembatasan ini dilakukan untuk menjaga fokus penelitian agar lebih terarah dan mendalam, mengingat terdapat berbagai faktor lain yang juga memengaruhi jumlah pengunjung, seperti kualitas pelayanan, daya tarik wisata, kesadaran masyarakat, ketersediaan sumber daya manusia. Namun, dalam konteks penelitian ini, faktor-faktor tersebut tidak akan dibahas secara mendalam, kecuali sejauh mana hal tersebut berkaitan langsung dengan efektivitas promosi yang dilakukan oleh pihak Keraton Ratu Boko.

Dengan begitu, penelitian ini tidak bertujuan untuk mengkaji seluruh aspek pengelolaan wisata Keraton Ratu Boko, melainkan lebih difokuskan pada bagaimana strategi promosi dan aksesibilitas yang ada dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan daya tarik wisatawan ke kawasan Keraton Ratu Boko secara keseluruhan.

## **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah promosi yang di terapkan oleh Keraton Ratu Boko berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan ke Keraton Ratu Boko?
2. Apakah aksesibilitas menuju Keraton Ratu Boko berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan ke Keraton Ratu Boko?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan pada promosi dan aksesibilitas Keraton Ratu Boko terhadap peningkatan minat kunjungan wisatawan ke Keraton Ratu Boko?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh jawaban atas permasalahan tersebut melalui pendekatan ilmiah yang sistematis, objektif, dan dapat dipertanggung jawabkan. Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari promosi yang diterapkan oleh Keraton Ratu Boko terhadap minat kunjungan wisatawan ke Keraton Ratu Boko.
2. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari aksesibilitas terhadap minat kunjungan wisatawan ke Keraton Ratu Boko.
3. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh promosi dan aksesibilitas Keraton Ratu Boko terhadap minat kunjungan wisatawan ke Keraton Ratu Boko.

### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Secara umum, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini meliputi hal-hal berikut, yaitu:

#### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pariwisata, dengan memberikan gambaran mengenai hubungan antara promosi, aksesibilitas, dan minat kunjungan wisatawan. Selain itu, Penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan bagi studi selanjutnya yang mengkaji permasalahan serupa.
- b. Diharapkan dapat memperkaya kajian akademik terkait penerapan strategi promosi pada destinasi wisata budaya yang terintegrasi dengan fasilitas pendukung seperti restoran atau amenitas lainnya.
- c. Selain itu, penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai landasan dalam pengembangan teori mengenai pengaruh aksesibilitas terhadap perilaku wisatawan dalam menentukan keputusan berkunjung.

- d. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan empiris bagi peneliti berikutnya yang hendak mengkaji secara lebih mendalam berbagai faktor yang memengaruhi minat kunjungan wisatawan pada destinasi bersejarah atau kawasan wisata terpadu.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pengelola Keraton Ratu Boko, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi untuk merancang strategi promosi yang lebih efektif serta memperhatikan faktor aksesibilitas demi meningkatkan minat kunjungan wisatawan.
- b. Bagi pengelola Keraton Ratu Boko, penelitian ini dapat memberikan masukan untuk meningkatkan sinergi antara destinasi wisata dan fasilitas pendukung sehingga mampu menarik lebih banyak wisatawan.
- c. Bagi pemerintah daerah dan pelaku pariwisata, penelitian ini dapat menjadi rujukan dalam pengambilan kebijakan yang berhubungan dengan pengembangan promosi dan perbaikan aksesibilitas destinasi wisata

## E. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam skripsi dengan judul, “Pengaruh Promosi dan Aksesibilitas terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke Keraton Ratu Boko” pembahasannya dikelompokkan dalam lima bagian dengan sistematika penyusunan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan serta manfaat penelitian dan sistematika penulisan. Bab ini berfungsi untuk pengantar awal dari penelitian ini untuk menjelaskan arah penelitian ini, yaitu yang berfokus pada pengaruh promosi dan aksesibilitas dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berkaitan erat dengan teori-teori dalam penelitian terdahulu yang berhubungan dengan promosi yang dilakukan oleh Keraton Ratu Boko serta

aksesibilitas untuk menuju ke Keraton Ratu Boko dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke Keraton Ratu Boko.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang lokasi dan waktu pelaksanaan penelitian, metode yang digunakan, sumber data, teknik penentuan informan, prosedur pengumpulan data, serta teknik analisis data untuk mendapatkan tujuan dari penelitian ini yaitu pengaruh dari promosi dan aksesibilitas Keraton Ratu Boko dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke Keraton Ratu Boko.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan hasil dan pembahasan, menjelaskan tentang hasil penelitian mengenai pengaruh promosi yang dilakukan oleh Keraton Ratu Boko dan aksesibilitas menuju Keraton Ratu Boko terhadap peningkatan minat kunjungan wisatawan ke Keraton Ratu Boko. Selain itu, dibahas pula faktor-faktor yang menjadi pendukung maupun penghambat dalam pelaksanaan promosi di Keraton Ratu Boko. Selanjutnya, bab ini menguraikan pengaruh promosi di Keraton Ratu Boko serta aksesibilitas terhadap minat kunjungan wisatawan ke Keraton Ratu Boko melalui sampel-sampel yang sudah di dikumpulkan kemudian di lanjutkan dengan penelitian lebih mendalam.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisi rangkuman hasil penelitian yang disusun berdasarkan temuan analisis, yang secara langsung menjawab permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, serta memuat saran sebagai bentuk rekomendasi penulis berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian.