

## **PERSEPSI WISATAWAN PASCA RELOKASI PEDAGANG KAKI LIMA DI KAWASAN MALIOBORO KOTA YOGYAKARTA**

**Sarah Quamilla Nugroho<sup>1</sup>, Titik Akiriningsih<sup>2</sup>, Made Prasta Yostitia Pradipta<sup>3</sup>**

Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta

quamilla2124@gmail.com<sup>1</sup>

Ai\_RienNha82@yahoo.com<sup>2</sup>

mprastayahood@gmail.com<sup>3</sup>

### **Abstract**

*The relocation of hawkers in Malioboro area has an impact on various parties, especially tourist who visit Malioboro area. This change has an impact on tourists' perception towards Malioboro area. Therefore, this research aims to determine the perception of tourists regarding the ambiance in Malioboro area after the relocation of the hawkers based on the satisfaction of tourist visits and to determine accessibility, facilities, and environment in Malioboro area after the relocation of the hawkers. This research applied descriptive research method with quantitative approach. The population in this research is tourist who have visited the Malioboro area before and after the relocation of hawkers with a sample of 100 respondents. The data were collected using questionnaires, observations, and interviews. There are 3 variables used to measure tourist perceptions, which are Accessibility, Facilities, Environment. The characteristics of tourists are dominated by female tourists with an age range of 20-29 years old, mainly from Central Java. And the result of data analysis shows that 25% of tourists give their perception of the environment of Malioboro area before the relocation of the hawkers and 31% of tourists give their perception of the environment of Malioboro area after the relocation of the hawkers. This study concluded that the perception of tourists is dominated by tourists who agree with the Malioboro area after the relocation of the hawkers.*

**Keywords:** *Tourist Perception, After Relocated, Hawkers, Malioboro Area.*

### **LATAR BELAKANG**

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) memiliki sejarah, budaya, dan warisan tradisional yang kaya. Keanekaragaman budaya, pemerintahan yang unik, kuliner yang menarik, serta keindahan alam menjadikan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) khas. Luas Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sekitar 3.185,8 km<sup>2</sup> dan terdiri dari empat kabupaten (Sleman,

Bantul, Gunungkidul, dan Kulon Progo) dan satu kota (Kota Yogyakarta). Kota Yogyakarta dikenal sebagai kota pariwisata, budaya, dan pelajar. Sebagai kota pariwisata, Yogyakarta mempunyai potensi besar untuk menjadi tujuan wisata setelah Bali. Hal ini dibuktikan dari jumlah kunjungan wisatawan di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang melampaui target yang ditetapkan Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) pada tahun 2022.

Berdasarkan data dari *bappeda.jogjaprovo.go.id*, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta mencatat total kunjungan wisatawan mencapai 19.3 juta orang pada tahun 2022, angka ini sepuluh kali lipat lebih besar dibanding target yang ditetapkan sebelumnya yaitu 2 juta wisatawan.

Yogyakarta memiliki budaya dan seni tradisional yang unik yang masih hidup hingga saat ini. Yogyakarta juga mempunyai daya tarik tersendiri untuk menarik wisatawan. Yogyakarta memiliki banyak tempat sejarah dan budaya yang menarik, termasuk Candi Prambanan, Candi Borobudur, yang merupakan Situs Warisan Dunia UNESCO, dan Taman Sari, yang dulunya merupakan kompleks Istana air. Gunung Merapi adalah lokasi pendakian populer di sekitar kota Yogyakarta. Yogyakarta tidak hanya memiliki kekayaan budaya dan sejarah yang luar biasa tetapi juga dikenal dengan suasana kota yang ramah dan hangat. Destinasi wisata favorit wisatawan di Kota Yogyakarta yaitu Kawasan Malioboro, Gembira Loka Zoo dan Taman Pintar (*jogjapolitan.harianjogja.com*, 2023).

Kawasan Malioboro merupakan salah satu daya tarik wisata populer yang berada di kota Yogyakarta. Terletak di pusat kota, Jalan sepanjang 2,5 km yang membentang dari Tugu Yoyakarta hingga Kraton Yogyakarta ini dikenal sebagai pusat perbelanjaan dan keramaian dengan banyak toko, pedagang kaki lima, dan warung makan. Selain itu, Kawasan Malioboro juga mempunyai nilai sejarah serta budaya yang tinggi, dengan banyaknya

bangunan tua dan kesenian tradisional yang masih dilestarikan hingga saat ini. Hal tersebut menjadikan Kawasan Malioboro sebagai ikon pariwisata di kota Yogyakarta.

Berdasarkan penelitian (Prayuda, dkk 2020) Kawasan Malioboro merupakan destinasi wisata yang menarik banyak wisatawan baik wisatawan domestik maupun mancanegara dengan bangunan bersejarah dan pusat pedagang kaki lima yang menjadi daya tarik. Dalam hal ini menjadikan masyarakat setempat berbongkondong membuka lahan usaha dalam perdagangan yang menyebabkan keberadaan pedagang kaki lima (PKL) semakin banyak dan tidak teratur serta cenderung mempersulit ruang untuk wisatawan bergerak, sehingga berkurangnya jalur pedestrian lebih-lebih jumlah pedagang kaki lima (PKL) yang ada hampir sama banyaknya dengan jumlah wisatawan yang ada di Kawasan Malioboro. Selain itu, keberadaan PKL yang jumlahnya semakin banyak di Kawasan Malioboro memicu citra wisata yang kurang baik serta tidak tertata dengan rapi.

Melihat permasalahan yang terjadi di Kawasan Malioboro membuat Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta mengeluarkan sebuah kebijakan untuk mengadakan relokasi PKL di Kawasan Malioboro. Hal ini telah tertuang dalam Peraturan Daerah Kota Yogyakarta No. 2 Tahun 2010 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Yogyakarta, pada pasal 80 mengatur peruntukan Kawasan Malioboro sebagai kawasan pedestrian (Budiarti

dan Mahadi, 2014: 13). Dimana pemberlakuan kawasan pedestrian ini telah direalisasikan sejak Februari 2022 oleh Pemerintah Kota Yogyakarta. Pemerintah Kota Yogyakarta telah melakukan relokasi PKL di sepanjang Kawasan Malioboro ke area yang telah disediakan secara khusus yaitu Teras Malioboro 1 (TM 1) dan Teras Malioboro 2 (TM 2) (Prayuda, dkk., 2020: 12).

Adanya perubahan ini tentu memberikan dampak bagi beberapa pihak, khususnya bagi wisatawan yang datang ke Kawasan Malioboro karena penataan menjadi berubah, dimana pedagang kaki lima (PKL) sudah tidak berada di sepanjang Malioboro seperti sebelumnya, membuat Kawasan Malioboro yang dulunya terlihat ramai dan penuh menjadi sepi namun rapi. Hal ini dapat mempengaruhi persepsi wisatawan saat berkunjung ke Kawasan Malioboro.

Persepsi menggambarkan pendapat atau kesan tentang pengalaman seseorang terhadap suatu objek yang menjadi stimulasi yang ditangkap oleh panca indera. Dalam mempersepsikan sesuatu, pengalaman masa lalu seseorang dapat berfungsi sebagai acuan (Apriani, dkk., 2020). Dalam kaitanya dengan pariwisata, persepsi terhadap objek wisata oleh wisatawan dapat bersifat positif dan negatif. Persepsi wisatawan terhadap destinasi wisata mempengaruhi *image* objek wisata, promosi dan berbagai sumber informasi bagi wisatawan baru, yang akan mengunjungi destinasi wisata tersebut (Suwena dan Widyatama, 2017). Pengukuran

persepsi wisatawan di setiap destinasi membantu mengidentifikasi kelemahan serta kekurangan yang terkait dengan kepuasan dan kemudian pihak terkait mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan berdasarkan pengukuran tersebut (Bhuiyan, dkk., 2021).

Menurut penelitian terdahulu persepsi wisatawan terhadap destinasi wisata atau wisata belanja dipengaruhi oleh *Attraction*, *Accessibility*, *Facilities*, dan *Environment* (Pradipta, 2023). Variabel *attraction* tidak digunakan dalam penelitian ini dikarenakan *attraction* atau daya tarik utama kawasan Malioboro adalah PKL yang berada di sepanjang jalan Malioboro. Berdasarkan pemaparan *research gap* yang telah dijelaskan, maka peneliti menggunakan variabel *accessibility*, *facilities*, dan *environment* untuk mengukur persepsi wisatawan dalam mengetahui kepuasan wisatawan pasca relokasi PKL di kawasan Malioboro. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : Persepsi Wisatawan Pasca Relokasi Pedagang Kaki Lima (PKL) di Kawasan Malioboro Kota Yogyakarta.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Persepsi Wisatawan**

Pemahaman tentang persepsi dalam konteks kegiatan pariwisata bisa diperoleh dengan melihat pengalaman dan pandangan dari para wisatawan yang telah mengikutinya

(Wulandari, 2022: 73). Istilah “wisatawan” merujuk pada individu yang melakukan perjalanan dari lokasi awalnya dengan tujuan tertentu seperti bisnis, bersenang-senang, atau pendidikan. Mereka mengunjungi beragam tempat dan biasanya mengikuti jadwal perjalanan yang telah dipersiapkan sebelumnya (Murphy, 1985: 4-5). Persepsi berperan penting sebagai faktor motivasi bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan pariwisata. Pandangan dan penilaian yang dimiliki oleh wisatawan terhadap suatu hal sangatlah subjektif dan dapat dipengaruhi oleh kualitas objek tersebut. Dalam industri pariwisata, setiap individu memiliki kepribadian yang berbeda-beda sehingga mereka akan menginterpretasikan fenomena-fenomena yang ada dengan cara pandang dan persepsi yang beragam pula (Fentri, 2017: 4). Pemahaman terhadap persepsi wisatawan menjadi faktor utama dalam mengembangkan sebuah destinasi pariwisata. Memahami preferensi, keinginan, dan harapan para pengunjung sangatlah penting dalam upaya pemasaran objek wisata tersebut (Warpani, 2007: 6). Dari uraian sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi wisatawan merujuk pada sudut pandang dan tanggapan seseorang ketika mereka melakukan aktivitas pariwisata terhadap berbagai objek, peristiwa, atau hubungan yang ada di daerah tujuan wisata tersebut. Persepsi wisatawan juga dapat berpengaruh dalam perkembangan suatu destinasi pariwisata.

## Pengukuran Persepsi Wisatawan

Pengukuran persepsi wisatawan di setiap destinasi membantu mengidentifikasi kelemahan serta kekurangan yang terkait dengan kepuasan dan kemudian pihak terkait mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan berdasarkan pengukuran tersebut (Bhuiyan, dkk., 2021). Berdasarkan studi persepsi wisatawan dari jurnal-jurnal sebelumnya pada sudut pandang yang berbeda terhadap kawasan wisata atau wisata belanja. Penelitian ini mengkaji 3 dimensi atau variabel yaitu *Accessibility*, *Facilities*, dan *Environment* untuk mengukur persepsi wisatawan di lokasi penelitian.

**Tabel 2. 1.**  
**Variabel Pengukuran Persepsi**  
**Wisatawan dan Atribut terkait**

Variabel	Atribut		Referensi
<i>Accessibility</i>	Kemudahan kawasan wisata	menuju	Furgon, A. Wijayanti, W. Subagiyo, A. 2020
	Aksesibilitas pejalan kaki	untuk	Prayuda, A.S. Priyo, E. Kasiwi, A. 2020
<i>Facilities</i>	Letak dan fasilitas umum	Kondisi	Furgon, A. Wijayanti, W. Subagiyo, A. 2020
	Ketersediaan informasi	pusat	Rajesh, R. 2013
	Adanya papan petunjuk menuju lokasi		Wulandari, R. 2022

Environment	Keselamatan, keamanan, dan kenyamanan wisatawan	Dion, G. 2022
	Kebersihan Kawasan secara keseluruhan	Suanmali, 2014
	Kerapian penataan tata ruang lokasi	Wulandari, R. 2022

*Sumber : Peneliti, 2023*

Tabel 2.1 menunjukkan berbagai dimensi atau variabel persepsi wisatawan dan atribut terkait yang telah dipaparkan oleh para peneliti dalam beberapa referensi yang relevan. Studi penelitian ini mengidentifikasi 3 dimensi atau variabel yaitu *Accessibility*, *Facilities*, dan *Environment* yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi wisatawan di Kawasan Malioboro pasca relokasi Pedagang Kaki Lima (PKL) berdasarkan kepuasan kunjungan wisatawan.

## METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan penelitian ini digunakan untuk mencapai setiap tujuan yang ada. Penelitian ini menggambarkan secara kuantitatif bagaimana persepsi wisatawan terhadap Kawasan Malioboro pasca relokasi Pedagang Kaki Lima (PKL).

Peneliti melakukan penelitian di Kawasan Malioboro yang berlokasi di Jalan Malioboro, Kelurahan Sosromenduran, Kecamatan Gedong Tengen, Kota Yogyakarta, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

55721. Pelaksanaan penelitian dilakukan dalam waktu enam bulan, mulai bulan Februari 2023 sampai Agustus 2023.

Dalam penelitian ini, karena tidak memiliki akses atau sumber daya yang cukup untuk mengukur keseluruhan populasi, peneliti menggunakan metode sampling. Sampel yang diambil merupakan sebagian kecil dari populasi yang ingin digeneralisasikan hasilnya yaitu wisatawan yang pernah berkunjung ke Kawasan Malioboro sebelum dan sesudah relokasi Pedagang Kaki Lima (PKL).

Teknik pengambilan sampel dengan cara teknik *Non Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Berdasarkan rumus Lemeshow (1997), diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah **96** responden yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi **100** responden.

Teknik atau metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket (kuesioner) dan wawancara secara langsung, karena peneliti membutuhkan data yang berkaitan langsung dengan wisatawan dan dengan teknik angket (kuisisioner) dan wawancara peneliti bisa lebih dekat dan mudah mendapatkan data.

Analisis Data dalam penelitian ini menggunakan metode yang berupa pernyataan dalam kuisisioner yang diukur menggunakan model *skala likert* yang berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu. Kemudian, diolah menggunakan

bantuan perangkat lunak yaitu *Partial Least Square* (PLS) atau SmartPLS versi 3.0 dan SPSS.

Untuk uji instrumen penelitian, dalam penelitian ini menguji validitas dan realibilitas. Uji Validitas menggunakan rumus *Pearson Product Moment* untuk menghitung tingkat hubungan antara item pertanyaan atau pernyataan dengan keseluruhan variabel. Sedangkan, Uji Realibilitas menggunakan rumus *Cronbach Alpha* untuk mengetahui sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran tersebut dipakai dua kali atau lebih. Realibitas berarti menunjukkan konsisten suatu alat pengukuran dalam mengukur gejala yang sama.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagaimana persepsi wisatawan terhadap Kawasan Malioboro Pasca Relokasi Pedagang Kaki Lima berdasarkan kepuasan kunjungan wisatawan. Berdasarkan hasil analisis data yang telah diolah melalui 2 software yaitu SmartPLS 3.0 untuk menguji validitas, realibilitas, uji determinasi dan hipotesis variabel yang dianalisis, serta SPSS untuk menganalisis hasil kuisioner variabel independen dan variabel dependen. Hasil Penelitian dijabarkan, sebagai berikut :

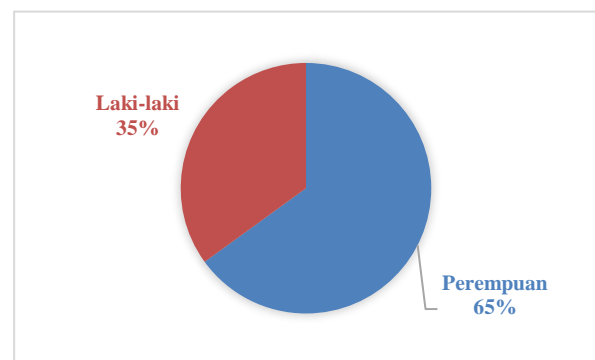
### 1. Klasifikasi Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sudah pernah mengunjungi Kawasan Malioboro sebelum dan sesudah relokasi Pedagang Kaki Lima (PKL) dengan

jumlah sampel 100 orang. Klasifikasi responden dideskripsikan berdasarkan hasil temuan lapangan yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan jenis kelamin, usia, dan asal daerah. Berikut adalah klasifikasi responden dari hasil penelitian :

#### A. Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Bagan 1.1  
Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

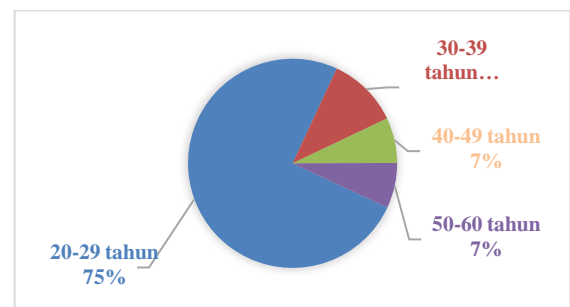


Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan Bagan 1.1 menunjukkan bahwa responden didominasi oleh perempuan dikarenakan jumlah presentase perempuan yaitu 65% lebih banyak dari laki-laki yang memiliki jumlah presentase 35%.

#### B. Klasifikasi Responden berdasarkan Usia

Bagan 1. 2  
Presentase Responden berdasarkan Usia

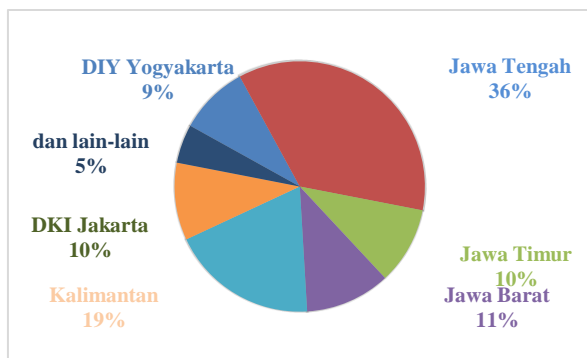


Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan Bagan 1.2 menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada rentang usia tertentu, yakni dominan pada kelompok usia antara 20 hingga 29 tahun.

### C. Klasifikasi Responden berdasarkan Asal Daerah

Bagan 1. 3  
Presentase Responden berdasarkan Asal Daerah



Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan Bagan 1.3 terlihat bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berasal dari Jawa Tengah dengan persentase tertinggi yaitu 36%. Sementara itu, responden yang berasal dari DIY Yogyakarta hanya menyumbang persentase sebesar 9%. Hal ini disebabkan karena penyebaran kuesioner secara luas melalui Google Formulir. Selain itu, peneliti juga memberikan prioritas pada responden yang berasal dari luar daerah DIY Yogyakarta agar hasil analisis data juga dipengaruhi oleh latar belakang budaya mereka.

## 2. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

### A. Hasil Uji Validitas

Tabel 1.1

Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r-hitung	r-tabel 5%	Ket.
Accessibility	X1.1	0,872	0,195	Valid
	X1.2	0,844	0,195	Valid
Facilities	X2.1	0,838	0,195	Valid
	X2.2	0,828	0,195	Valid
	X2.3	0,784	0,195	Valid
	X2.4	0,820	0,195	Valid
Environment	X3.1	0,860	0,195	Valid
	X3.2	0,869	0,195	Valid
	X3.3	0,880	0,195	Valid
	X3.4	0,827	0,195	Valid
Persepsi Wisatawan	Y.1	0,910	0,195	Valid
	Y.2	0,887	0,195	Valid
	Y.3	0,903	0,195	Valid
	Y.4	0,845	0,195	Valid

Sumber : Data Primer Diolah melalui SmartPLS versi 3.0, 2023

Berdasarkan Tabel 1.1 memperlihatkan bahwa apabila r-hitung lebih besar dari tabel r-tabel= 0,195 atau lebih, maka dari 14 item pertanyaan instrumen yang ada di Tabel 4.1 dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

### B. Hasil Uji Realibilitas

Tabel 1.2  
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Ket.
Accessibility	0,643	0,600	Reliabel
Facilities	0,835	0,600	Reliabel
Environment	0,883	0,600	Reliabel

Persepsi Wisatawan	0,910	0,600	Reliabel
--------------------	-------	-------	----------

Sumber : Data Primer Diolah melalui SmartPLS versi 3.0, 2023

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan uji realibilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Hasil dari Cronbach's Alpha realibilitas instrument *Accessibility* adalah sebesar 0,643, instrument *Facilities* adalah sebesar 0,835, instrument *Environment* adalah sebesar 0,883, instrument Persepsi Wisatawan adalah sebesar 0,910. Dari keempat instrument tersebut yang memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6 yaitu instrument *Accessibility*, *Facilities*, *Environment*, dan Persepsi Wisatawan yang berarti instrument-instrument tersebut dapat dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan.

### 3. Persepsi Wisatawan terhadap *Accessibility*

#### A. Kemudahan Menuju Kawasan Wisata

Tabel 1.3  
Pernyataan tentang  
Kemudahan Menuju Kawasan Malioboro

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	56	56%
2	Setuju	38	38%
3	Netral	6	6%
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-

Jumlah	100	100%
--------	-----	------

Sumber : Hasil Olah Data melalui SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 kemudahan menuju kawasan wisata responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 56%, setuju sebesar 38%, dan netral sebesar 6%. Dengan demikian, responden dalam penelitian ini sangat setuju bahwa untuk menuju ke Kawasan Malioboro sangat mudah.

#### B. Aksesibilitas untuk Pejalan Kaki

Tabel 1.4  
Pernyataan tentang Aksesibilitas Pejalan Kaki

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	48	48%
2	Setuju	49	49%
3	Netral	3	3%
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil Olah Data melalui SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 1.4 aksesibilitas untuk pejalan kaki responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 48%, setuju sebesar 49%, dan netral sebesar 3%. Dengan demikian, responden dalam penelitian ini setuju bahwa Kawasan Malioboro merupakan kawasan yang memiliki aksesibilitas yang mudah bagi pejalan kaki.



#### 4. Persepsi Wisatawan terhadap *Facilities*

##### A. Letak Fasilitas Umum

Tabel 1.5  
Pernyataan tentang Letak Fasilitas Umum

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	14	14%
2	Setuju	35	35%
3	Netral	28	28%
4	Tidak Setuju	20	20%
5	Sangat Tidak Setuju	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil Olah Data melalui SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 1.5 Fasilitas umum di Kawasan Malioboro mudah dijangkau dan ditemukan, sebesar 35% responden menyatakan setuju bahwa fasilitas umum yang ada di Kawasan Malioboro mudah dijangkau dan ditemukan.

##### B. Kondisi Fasilitas Umum

Tabel 1.6  
Pernyataan tentang Kondisi Fasilitas Umum

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	11	11%
2	Setuju	27	27%
3	Netral	37	37%
4	Tidak Setuju	23	23%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%

Jumlah	100	100%
--------	-----	------

Sumber : Hasil Olah Data melalui SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 1.6 fasilitas umum di Kawasan Malioboro sangat baik, bersih dan rapi, sebesar 37% responden menyatakan netral. Artinya, kondisi fasilitas umum di Kawasan Malioboro wajar seperti kondisi fasilitas umum di kawasan wisata lain.

##### C. Ketersediaan Pusat Informasi

Tabel 1.7

Pernyataan tentang Ketersediaan Pusat Informasi

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	12	12%
2	Setuju	35	35%
3	Netral	32	32%
4	Tidak Setuju	14	14%
5	Sangat Tidak Setuju	7	7%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil Olah Data melalui SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 1.7, sebesar 35% responden menyatakan setuju bahwa pusat informasi atau *Tourism Information Center* mudah ditemukan dan dijangkau. Hal ini didukung oleh letak pusat informasi yang berada di belakang Halte Malioboro 2 yang membuat wisatawan dengan mudah menemukan dan menjangkau pusat informasi atau *Tourism Information Center* yang berada di Kawasan Malioboro.

#### **D. Adanya Papan Petunjuk di Kawasan Malioboro**

Tabel 1.8  
Pernyataan tentang Adanya Papan Petunjuk

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	30	30%
2	Setuju	49	49%
3	Netral	11	11%
4	Tidak Setuju	8	8%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil Olah Data melalui SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 1.8, sebesar 49% responden setuju bahwa saat berada di Kawasan Malioboro responden dengan mudah menemukan papan petunjuk.

### **5. Persepsi Wisatawan terhadap *Environment***

#### **A. Keamanan dan Kenyaman Wisatawan**

Tabel 1.9  
Pernyataan tentang Keamanan dan Kenyamanan Wisatawan sebelum Relokasi PKL

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	12	12%
2	Setuju	30	30%
3	Netral	26	26%
4	Tidak Setuju	24	24%
5	Sangat Tidak Setuju	8	8%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil Olah Data melalui SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 1.9, sebesar 30% responden setuju bahwa saat berwisata di Kawasan Malioboro sebelum relokasi PKL responden merasa aman dan nyaman.

Tabel 1.10  
Pernyataan tentang Keamanan dan Kenyamanan Wisatawan pasca Relokasi PKL

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	24	24%
2	Setuju	47	47%
3	Netral	12	12%
4	Tidak Setuju	8	8%
5	Sangat Tidak Setuju	9	9%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil Olah Data melalui SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 1.10, terlihat bahwa 47% responden setuju dengan pernyataan bahwa responden merasa aman dan nyaman saat berwisata di Kawasan Malioboro pasca relokasi PKL. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap keamanan dan kenyamanan di Kawasan Malioboro pasca relokasi PKL.

#### **B. Kebersihan secara Keseluruhan**

Tabel 1.11  
Pernyataan tentang Kebersihan Kawasan Malioboro sebelum Relokasi PKL

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	8	8%

2	Setuju	17	17%
3	Netral	27	27%
4	Tidak Setuju	33	33%
5	Sangat Tidak Setuju	15	15%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil Olah Data melalui SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 1.11 hasil paling tinggi dari pernyataan tentang kebersihan lingkungan Kawasan Malioboro sebelum PKL direlokasi adalah 33% responden yang tidak setuju. Keadaan ini disebabkan oleh Kawasan Malioboro tampak sesak dan berlebihan sehingga mengurangi kebersihan di kawasan tersebut.

**Tabel 1.12**  
Pernyataan tentang Kebersihan Kawasan Malioboro pasca Relokasi PKL

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	33	33%
2	Setuju	41	41%
3	Netral	11	11%
4	Tidak Setuju	12	12%
5	Sangat Tidak Setuju	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil Olah Data melalui SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 1.12 sebesar 41% responden menyatakan setuju bahwa kebersihan lingkungan di Kawasan Malioboro setelah relokasi PKL lebih bersih dari sebelum dilakukannya relokasi PKL.

### C. Kerapian Penataan Tata Ruang

**Tabel 1.13**  
Pernyataan Kerapian Tata Ruang Kawasan Malioboro sebelum Relokasi PKL

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	25	25%
2	Setuju	20	20%
3	Netral	16	16%
4	Tidak Setuju	21	21%
5	Sangat Tidak Setuju	18	18%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil Olah Data melalui SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 1.13 persepsi wisatawan terhadap suasana Kawasan Malioboro sebelum relokasi PKL adalah sebesar 25% responden menyatakan sangat setuju, 20% responden menyatakan setuju, 16% responden menyatakan netral, 21% responden menyatakan tidak setuju, dan 18% responden menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian, responden dalam penelitian ini sebesar 25% menyukai suasana Kawasan Malioboro sebelum relokasi PKL.

**Tabel 1.14**  
Pernyataan Kerapian Tata Ruang Kawasan Malioboro pasca Relokasi PKL

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	40	40%
2	Setuju	39	39%

3	Netral	6	6%
4	Tidak Setuju	8	8%
5	Sangat Tidak Setuju	7	7%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil Olah Data melalui SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 1.14 menunjukkan bahwa 40% responden sangat setuju dengan pernyataan bahwa penataan tata ruang di Kawasan Malioboro pasca relokasi PKL sangat rapi. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap kerapian tata ruang di Kawasan Malioboro pasca PKL direlokasi.

#### D. Suasana Kawasan Malioboro

Tabel 1.15  
Pernyataan tentang Suasana Kawasan Malioboro sebelum Relokasi PKL

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	25	25%
2	Setuju	20	20%
3	Netral	16	16%
4	Tidak Setuju	21	21%
5	Sangat Tidak Setuju	18	18%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil Olah Data melalui SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 1.15 persepsi wisatawan terhadap suasana Kawasan Malioboro sebelum relokasi PKL adalah sebesar 25% responden menyatakan sangat setuju, 20%

responden menyatakan setuju, 16% responden menyatakan netral, 21% responden menyatakan tidak setuju, dan 18% responden menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian, responden dalam penelitian ini sebesar 25% menyukai suasana Kawasan Malioboro sebelum relokasi PKL.

Tabel 1.16  
Pernyataan tentang Suasana Kawasan Malioboro pasca Relokasi PKL

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1	Sangat Setuju	31	31%
2	Setuju	31	31%
3	Netral	16	16%
4	Tidak Setuju	16	16%
5	Sangat Tidak Setuju	6	6%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil Olah Data melalui SPSS, 2023

Berdasarkan data pada Tabel 1.16 ditemukan bahwa ada persentase yang sama yaitu sebesar 31%, baik untuk responden yang sangat setuju maupun setuju dengan situasi di Kawasan Malioboro pasca relokasi PKL. Sementara itu, ada juga kelompok-kelompok lain dengan persentase masing-masing seperti netral (16%), tidak setuju (16%), dan sangat tidak setuju (6%). Dari hasil tersebut menyatakan bahwa mayoritas dari total responden yaitu 31% memiliki persepsi positif mengenai suasana di Kawasan Malioboro pasca relokasi PKL.

## **Kesimpulan**

1. Hasil penelitian ini mempresentasikan persepsi wisatawan yang sebagian besar adalah perempuan, berusia 20-29 tahun, dan berasal dari Jawa Tengah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua item pertanyaan valid dan reliabel. Variabel independen yang paling mempengaruhi variabel dependen adalah *Environment* sebesar 48,9%. Selanjutnya, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan setuju bahwa Kawasan Malioboro mudah dijangkau dan nyaman bagi pejalan kaki serta wisatawan setuju bahwa fasilitas umum, pusat informasi, dan papan petunjuk di Kawasan Malioboro mudah ditemukan dan dijangkau. Wisatawan juga memberikan penilaian cukup baik terhadap kondisi fasilitas umum. Kemudian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wisatawan setuju bahwa Kawasan Malioboro aman dan nyaman sebelum PKL direlokasi, tetapi tidak setuju bahwa Kawasan Malioboro bersih dan rapi. Sebanyak 25% wisatawan memiliki persepsi positif terhadap suasana Kawasan Malioboro sebelum relokasi PKL. Lalu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa wisatawan memberikan persepsi positif terhadap keamanan, kenyamanan, kebersihan dan kerapian Kawasan Malioboro pasca relokasi PKL. Sebanyak 31% wisatawan juga setuju bahwa suasana Kawasan Malioboro pasca relokasi PKL lebih baik dari sebelum relokasi PKL.

2. *Accessibility, Facilities, dan Environment* Kawasan Malioboro pasca relokasi Pedagang Kaki Lima (PKL) tidak ada perubahan yang signifikan. Jadi, Kawasan Malioboro pasca relokasi Pedagang Kaki Lima (PKL) memiliki *Accessibility, Facilities, dan Environment* yang sama seperti sebelum relokasi Pedagang Kaki Lima (PKL).

## **Saran**

Berdasarkan kesimpulan penulis di atas, maka peneliti mencoba memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Mengatur tata kelola lalu lintas dengan baik agar mengurangi kemacetan dan gangguan pada aktivitas wisatawan.
2. Membuat Teras Malioboro lebih menarik dan menonjol dari luar agar dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Teras Malioboro.
3. Menghias atau melukis trotoar pejalan kaki dengan motif atau warna yang khas dan ikonik sehingga dapat menciptakan identitas baru bagi Kawasan Malioboro pasca relokasi PKL.

Membantu promosi dan binaan bagi PKL yang telah direlokasi dari jalan Malioboro agar dapat mempertahankan atau meningkatkan pendapatan PKL.

**Daftar Pustaka**

- Allport, G. W. 1961. *The Individual and His Religion, A Psychological Interpretation*. New York: The Macmillan Company.
- Ambarwati, L., Indriastuti, A.K., Sari, N. 2018. *Pejalan Kaki: Riwayatmu Dulu dan Kini. Cetakan Pertama*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baron, R.A., & Byrne, D. 2005. *Psikologi Sosial*. Jilid II Edisi Kesepuluh (terjemahan Djuwita, R). Jakarta: Erlangga.
- Depdikbud. 1989. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Buku Satu. Jakarta: Balai Pustaka Utama.
- Fatoni, A. 2006. *Metodologi Penelitian dan Tehnik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Hanurawan, F. 2015. *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Irwanto. 2002. *Psikologi Umum (Buku PANDUAN mahasiswa)*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kartono, K. 2003. *Pemimpin dan Kepemimpinan (Apakah Kepemimpinan Abnormal Itu)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Lemeshow, S., Hosmer, D.W., Klar, J & Lwanga, S.K. 1997. *Besar sampel dalam penelitian kesehatan*. Jogjakarta: Gajahmada University Press.
- Meyers, K. 2009. *Panduan Dasar Pelaksanaan Ekowisata*. Jakarta: Unesco.
- Moleong, L. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Murphy, P.E. 1985. *Tourism a Community Approach*. London and New York.
- Nugroho, J.S. 2003. *Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Jakarta: Prenada Media.
- Nurdin, I. & Hartati, S. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cedeikia.
- Pradipta, M. P. Y. (2023). The Use of Wellness Tourism in Tourism Development: A Case Study in Baluwarti Village, Surakarta City. *Jurnal Pendidikan Dan Keluarga*, 15(01), 9. <https://doi.org/10.24036/jpk/vol15-iss01/1280>
- Rakhmat, J. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Singarimbun, M. 1989. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta LP3ES.
- Sudjana, Nana. 2004. *Dasar - Dasar Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Sinar Algensido Offset.
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharman. 2005. *Psikologi Kognitif*. Surabaya: Srikandi.
- Suwardi, E. 2006. *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan*. Sleman: Pustaka Widyatama.
- Thoha, M. 1993. *Kepemimpinan dalam Manajemen Suatu Pendekatan Perilaku*. Jakarta: Grafindo Pustaka.
- Waidi. 2006. *Pemahaman dan Teori Persepsi*. Bandung: Remaja Karya.
- Walgito, B. 2004. *Pengantar Psikologi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Walgito, B. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.

Warpani, S.P., & Warpani, I.P. 2007. *Pariwisata dalam Tata Ruang Wilayah*. Bandung: Institut Teknologi Bandung Press.