

## PERSEPSI WISATAWAN MANCANEGERA TERHADAP FASILITAS DAN PELAYAAAN DI CANDI PRAMBANAN

**Kartika F. Nicamah**

Alumni Magister Kajian Pariwisata  
Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada

### **Abstract**

*Candi Prambanan is the largest Hindu temple complex in Yogyakarta and became an icon of tourism, has been recognized by UNESCO as a cultural site. The study aims to analyze and describe the perception of foreign tourists before the visit to the quality of amenities and services at Prambanan. The method used is qualitative by linking the three variables, namely the perception before the visit, expectations and perceptions of the quality of an object. Data collection techniques using interviews. The process of data analysis data collection (interviews, observation, documents) and performed data reduction, encoding in accordance with the parameters and indicators and interpretation. The validity of the test is done by using triangulation. The results showed that the perception of tourists before been stated that the Prambanan temple is beautiful, has a unique architecture, and has an interesting history. The motivation is the need curiosity. The expectation is hoping to see the splendor of the temple, can learn the difference Hindu and Buddhist architecture, hoping temple which will be seen to be greater than imagined, and can see a large temple complex. While the perception after the visit is to have a very high historical value, has an interesting legend, the temple complex of Prambanan temple has great though many temples were missing but did not detract from the beauty, has a very unique architecture and interesting, Prambanan temple complex is well organized. Prambanan Temple is also safe, comfortable, clean, and beautiful as a city park. Thus, comparison of perceptions and expectations of tourists before and after berkunjung is appropriate or even exceed expectations.*

### **Keywords:**

*Tourist's Perception, Expectations, Prambanan*

### **Intisari**

Candi Prambanan merupakan kompleks candi Hindu terbesar di Yogyakarta dan menjadi ikon pariwisata, telah diakui oleh UNESCO sebagai situs budaya. Penelitian bertujuan menganalisis dan mendeskripsikan persepsi wisatawan mancanegara sebelum berkunjung terhadap kualitas fasilitas dan layanan di Candi Prambanan. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan mengaitkan tiga variabel, yaitu persepsi sebelum berkunjung, ekspektasi dan persepsi terhadap kualitas objek. Teknik pengambilan data menggunakan wawancara. Proses analisis data melakukan pengumpulan data (wawancara mendalam, observasi, dokumen) lalu dilakukan reduksi data, pengkodean sesuai dengan parameter dan indikator serta penafsiran. Uji keabsahan dilakukan dengan menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi wisatawan sebelum berkunjung menyatakan bahwa Candi Prambanan adalah indah, memiliki arsitektur yang unik, dan memiliki sejarah yang menarik. Motivasinya adalah kebutuhan rasa ingin tahu. Ekspektasinya adalah berharap dapat melihat kemegahan candi, dapat mempelajari perbedaan arsitektur Hindu dan Budha, berharap candi yang akan dilihat akan lebih besar dari yang dibayangkan, dan dapat menyaksikan kompleks candi yang besar. Sedangkan persepsi setelah berkunjung adalah memiliki nilai sejarah yang sangat tinggi, memiliki legenda yang menarik, Candi Prambanan memiliki kompleks candi yang besar walaupun banyak candi yang hilang namun tidak mengurangi keindahan, memiliki arsitektur yang sangat unik dan menarik, kompleks Candi Prambanan terorganisasi dengan baik. Candi Prambanan juga aman, nyaman, bersih, indah seperti taman kota. Dengan demikian, perbandingan persepsi dan ekspektasi wisatawan sebelum dan sesudah berkunjung adalah sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi.

### **Kata kunci:**

Persepsi Wisatawan, Ekspektasi, Candi Prambanan

### **PENDAHULUAN**

Pariwisata berkembang karena adanya gerakan manusia dalam mencari sesuatu yang belum diketahuinya, menjelajahi wilayah baru, mencari perubahan suasana, atau untuk mendapatkan perjalanan baru. Pariwisata ada dan berkembang karena wisatawan. Salah satu ciri berkembangnya pariwisata di suatu negara adalah dengan banyaknya wisatawan asing

yang masuk ke negara tersebut. Dengan adanya wisatawan asing yang masuk, maka akan terjadi pembangunan sarana dan prasarana pariwisata yang bertujuan untuk memfasilitasi wisatawan yang berkunjung (Pitana dan Gayatri, 2005).

Menurut data statistik PT. Taman Wisata Candi Prambanan, wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Candi

Prambanan meningkat tiap tahun. Peningkatan ini terjadi karena kualitas atraksi, fasilitas, infrastruktur serta layanan di Candi Prambanan, yang harus dijaga bahkan meningkatkan kualitas objek agar mampu menarik lebih banyak wisatawan mancanegara.

Suatu objek wisata harus meningkatkan kualitas objek menjadi lebih baik guna mendapatkan persepsi positif. Menurut Ismayanti (2010), membentuk persepsi positif tentang daerah tujuan wisata dengan berbagai atribut-atribut pariwisatanya pada diri wisatawan menjadi salah satu kunci untuk menjamin perkembangan suatu destinasi wisata. Untuk menciptakan persepsi yang positif, maka suatu objek wisata dituntut untuk memenuhi keinginan wisatawan (Pitana dan Gayatri, 2005). Untuk mengetahui seberapa besar keinginan pasar, diperlukan analisis persepsi. Persepsi terhadap kualitas objek yang menjadi tolok ukur untuk melihat tingkat mutu suatu objek. Penelitian ini lebih menekankan pengamatan terhadap persepsi wisatawan mancanegara sebelum berkunjung terhadap kualitas objek wisata Candi Prambanan.

Tujuan penelitian adalah mengetahui keinginan wisatawan sehingga dapat meningkatkan kualitas objek di Candi Prambanan. Tujuan khusus adalah: 1). Menganalisis dan mendeskripsikan persepsi wisatawan mancanegara sebelum mengunjungi Candi Prambanan; 2). Menganalisis persepsi wisatawan mancanegara terhadap kualitas infrastruktur dan pelayanan di Candi Prambanan.

## **METODOLOGI**

Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam (*depth interview*) terhadap wisatawan mancanegara, sebelum dan sesudah berkunjung ke Candi Prambanan. Selain wisatawan, pengelola Candi Prambanan juga diwawancarai guna memperoleh data primer tentang manajemen pengelolaan dan pelayanan wisatawan di Candi Prambanan. Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Kualitas Objek Candi Prambanan**

Kualitas objek wisata merupakan salah satu unsur penentu dalam menarik wisatawan berkunjung. Suatu objek wisata memiliki ketergantungan antara atraksi, fasilitas, infrastruktur, transportasi dan layanan. Hal ini

tentu saja sangat menentukan apakah suatu objek tersebut layak dikunjungi atau tidak. Suatu objek wisata memerlukan infrastruktur dan transportasi untuk mengunjungi tempat tujuan wisata. Selain itu, ketersediaan fasilitas juga penting dalam menyediakan kebutuhan wisatawan selama berada jauh dari tempat tinggalnya.

Candi Prambanan, salah satu objek wisata di Yogyakarta terletak di Jalan Raya Jogjakarta-Solo Km.17, sekitar 20 km sebelah timur Jogjakarta, 40 km sebelah barat Solo, dan 120 km sebelah selatan Semarang. Candi ini terletak persis di perbatasan antara propinsi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta, tepatnya di desa Prambanan yang wilayahnya dibagi antara Kabupaten Sleman dan Klaten. Tiket masuk kompleks Candi Prambanan adalah Rp 30.000,- untuk wisatawan nusantara dan \$18 untuk wisatawan mancanegara. Komplek Candi Prambanan terdiri dari banyak candi, seperti: Candi Ratu Boko, Candi Sewu, Candi Brubrah dan Candi Lumbung.

Kompleks Candi Prambanan menyediakan berbagai fasilitas guna melengkapi kebutuhan wisatawan saat berkunjung. Seiring meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara, maka objek wisata dilengkapi dengan pusat informasi guna memberikan informasi bagi wisatawan mancanegara yang membutuhkan kelengkapan informasi. Selain itu, sebelum memasuki area inti disediakan papan besar yang berisi gambar serta keterangannya. Hal ini dapat menambah wawasan bagi wisatawan mancanegara.

Bagi wisatawan yang membawa keluarga atau anak-anak, dapat mengunjungi fasilitas arena bermain anak di candi Prambanan. Selain itu, jika wisatawan ingin berkeliling Prambanan untuk melihat candi Brubrah, candi Lumbung dan candi Sewu, wisatawan dapat menggunakan kereta mini. Tarif kereta mini bagi wisatawan mancanegara gratis sedangkan bagi wisatawan domestik Rp 5.000 rupiah. Selain kereta mini, untuk berkeliling kompleks candi Prambanan, wisatawan mancanegara dapat menyewa sepeda dengan tarif Rp 10.000 rupiah untuk sepeda single dan Rp 20.000 rupiah untuk sepeda tandem.

Kawasan Candi Prambanan menyewakan empat lapangan bagi masyarakat umum yang membutuhkan, misalnya untuk berkemah, acara dinner, dan lain sebagainya. Lapangan tersebut adalah lapangan Siwa, lapangan

Brahma, lapangan Wisnu dan lapangan Garuda. Kawasan Candi Prambanan dilengkapi dengan museum, yang memiliki sejumlah koleksi benda purbakala, seperti: arca Lembu Nandi, reso Agastya, Siwa, Wisnu, Garuda, arca Gurga Mahisasuramardini. Di dalam museum terdapat fasilitas audio visual, dapat melihat sejarah Candi Prambanan, mulai dari waktu ditemukan, eskavasi dan pemugaran, hingga sekarang.

Candi Prambanan juga dilengkapi dengan fasilitas restoran, toko souvenir, penangkaran rusa, penangkaran cenderawasih, toilet, mushola, lahan parkir yang luas serta asuransi kesehatan. Prambanan mengasunrasikan setiap wisatawan yang berkunjung.

### **Persepsi Wisatawan Mancanegara sebelum Berkunjung**

Persepsi calon wisatawan akan timbul setelah membaca informasi mengenai objek yang akan dikunjunginya. Sebelum melakukan kunjungan, wisatawan selalu mempelajari obyek wisata yang akan menjadi tujuannya. Calon wisatawan akan mempertimbangkan berbagai alternatif yang ada sesuai dengan kriteria wisata dan motivasi perjalanannya sehingga dapat membuat keputusan yang tepat.

Dalam upaya mengenali daerah wisata atau obyek wisata sebagai tujuan berwisata, wisatawan mempelajari informasi-informasi yang diperoleh melalui iklan, buku maupun teman/kerabat. Informasi tersebut akan disesuaikan dengan tujuan dan keinginan dalam berwisata, apabila hal-hal tersebut belum sesuai dengan keinginannya, maka ia akan mencari alternatif lain. Dari hasil mempelajari informasi tersebut maka terbentuklah persepsi tentang obyek tersebut, yang oleh Kotler, Bowen dan Makens (2002) dikatakan sebagai proses yang dilalui seseorang dalam memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi untuk membuat gambaran yang memiliki makna, dengan kata lain dapat dikatakan persepsi membantu individu dalam menyeleksi, serta menginterpretasikan informasi menjadi suatu yang berarti.

Setelah informasi terkumpul dan merasa terpenuhi maka akan timbul sebuah harapan atau ekspektasi sebelum berwisata (Ismayanti, 2010). Hal ini dapat diartikan bahwa persepsi yang dimiliki calon wisatawan timbul karena informasi-informasi yang diperoleh. Pencarian informasi mengenai suatu objek dilandasi oleh

motivasi calon wisatawan untuk mengunjungi suatu objek, sehingga akan menimbulkan suatu ekspektasi sebelum melakukan kunjungan.

Persepsi wisatawan mancanegara sebelum berkunjung ke Candi Prambanan adalah bahwa candi tersebut besar, megah dan terbuat dari batu yang disusun menjadi bangunan yang tinggi. Persepsi ini banyak diungkapkan wisatawan yang mengunjungi Prambanan, karena informasi yang dipelajari dari *guide book* menunjukkan bahwa candi Prambanan merupakan kumpulan candi Hindu yang besar, dimana hampir di beberapa negara monumen kuno yang megah ini akan segera diakui menjadi simbol negara.

Persepsi lain adalah Prambanan memiliki arsitektur yang unik. Beberapa wisatawan mengatakan bahwa Prambanan memiliki arsitektur yang unik dan menarik. Menurut informasi yang telah dipelajari, denah candi mengikuti pola mandala, sementara bentuk candi yang tinggi menjulang merupakan ciri khas candi Hindu irancang menyerupai rumah Siwa, yaitu mengikuti bentuk gunung suci Mahameru, tempat para dewa bersemayam. Seluruh bagian kompleks candi mengikuti model alam semesta menurut konsep kosmologi Hindu, yakni terbagi atas beberapa lapisan ranah, alam. Dinding-dinding Prambanan menempel relief-relief yang mengandung cerita tersendiri. Selain itu, Prambanan memiliki tiga zona candi, mulai dari zona yang kurang suci hingga zona yang paling suci.

Terdapat wisatawan mancanegara yang memiliki persepsi bahwa candi Prambanan adalah tempat untuk bermeditasi. Hal ini dapat terjadi karena informasi yang dipelajari oleh wisatawan adalah menceritakan Prambanan merupakan bangunan tua yang didirikan pada abad ke 9 Masehi oleh raja-raja Dinasti Sanjaya. Selain itu, informasi menyebutkan di dalam Prambanan terdapat banyak arca dewa-dewa sehingga sangat bagus untuk bermeditasi. Beberapa wisatawan mengatakan bahwa Prambanan merupakan kompleks yang besar dan indah. Informasi yang dipelajari oleh wisatawan mengatakan bahwa Prambanan memiliki candi lebih dari satu. Prambanan memiliki tiga candi utama, yaitu candi Siwa, Brahma dan Wisnu. Selain itu, masih terdapat candi pendamping lainnya. Dengan memiliki candi yang banyak, candi Prambanan dilihat begitu indah.

Selain persepsi positif, wisatawan mancanegara sebelum mengunjungi Candi Prambanan juga memiliki persepsi negatif, yaitu candi Prambanan adalah kecil. Hal ini dapat timbul karena wisatawan mancanegara memiliki pengalaman yang begitu luas. Banyak wisatawan mancanegara yang mengunjungi berbagai macam candi di dunia, misalnya candi di Jepang, Angkor Watt atau candi-candi yang ada di Thailand. Ketika melihat gambar candi Prambanan calon wisatawan akan membandingkan antara candi yang telah dikunjungi dengan Prambanan yang ada di dalam gambar sehingga akan timbul persepsi bahwa prambanan adalah candi yang kecil.

Dengan demikian persepsi wisatawan mancanegara terhadap candi Prambanan adalah candi Prambanan megah dan besar, memiliki arsitektur yang unik dan menarik, tempat untuk bermeditasi, candi yang memiliki kompleks yang besar dan terlihat indah, serta candi Prambanan adalah candi yang kecil. Persepsi-persepsi tersebut berkemabang karena adanya informasi-informasi yang telah dipelajari sebelum berkunjung.

### **Motivasi**

Berdasarkan teori hierarki kebutuhan Abraham Maslow, teori X dan Y Douglas McGregor motivasi merupakan alasan yang mendasari sebuah perbuatan yang dilakukan oleh seorang individu. Seseorang dikatakan memiliki motivasi tinggi dapat diartikan orang tersebut memiliki alasan yang sangat kuat untuk mencapai apa yang diinginkannya (Abraham Maslow, 2013).

Wisatawan mancanegara yang akan mengunjungi Prambanan memiliki motivasi kebutuhan rasa ingin tahu dan kebutuhan kasih sayang. Calon wisatawan memiliki motivasi kebutuhan rasa ingin tahu dengan alasan kunjungan yang berbeda-beda.

Adapun alasan wisatawan mancanegara sebelum mengunjungi Candi Prambanan dikarenakan tertarik oleh informasi-informasi yang didapat sangat beragam, yaitu karena keunikan sejarah, arsitektur, serta merupakan candi terindah serta dilindungi oleh UNESCO. Selain itu wisatawan yang mengunjungi Candi Prambanan tertarik akan perbedaan agama serta perbedaan arsitektur antara Candi Hindu dan Budha. Hal ini menunjukkan bahwa peninggalan sejarah serta budaya suatu daerah sangat tinggi nilainya. Oleh karena itu, pemeliharaan dan pelestarian peninggalan

sejarah sangat penting, karena merupakan kekayaan yang dimiliki Indonesia yang dapat menarik minat kunjungan wisatawan mancanegara.

Informasi yang dipelajari oleh calon wisatawan dilandasi oleh motivasi yang ada di dalam dirinya sehingga calon wisatawan memutuskan untuk mengunjungi objek tersebut. Sebelum mengunjungi suatu objek wisata tentu calon wisatawan akan memiliki ekspektasi yang nantinya diharapkan dapat memuaskan perjalanannya.

### **Ekspektasi**

Ekspektasi adalah dalam membentuk pendapat tentang peristiwa masa depan, orang menggunakan semua informasi yang tersedia untuk menilai menggambarkan kemungkinan suatu peristiwa. Sederhana, ekspektasi yang dianggap paling mungkin benar menurut informasi yang tersedia (Kamus Bisnis, 2012). Ekspektansi merupakan sesuatu yang ada dalam diri individu yang terjadi karena adanya keinginan untuk mencapai hasil sesuai dengan tujuan. Ekspektansi merupakan salah satu penggerak yang mendasari seseorang untuk melakukan suatu tindakan.

Ekspektasi atau harapan calon wisatawan mancanegara dapat dipengaruhi oleh informasi yang diperoleh atau profil wisatawan, yaitu umur, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan atau kebangsaan sehingga ekspektasi yang ditemukan akan sangat beragam. Pada wisatawan mancanegara yang akan mengunjungi candi Prambanan pun memiliki ekspektasi yang beragam, diantaranya adalah ingin menyaksikan bagaimana kemegahan Candi Prambanan seperti yang dilihat di dalam gambar. Selain itu, wisatawan mancanegara mengatakan bahwa ingin melihat kompleks candi yang sangat besar, indah yang di dalamnya terdapat beragam jenis candi.

Wisatawan mancanegara juga berharap Candi Prambanan lebih besar daripada yang mereka bayangkan. selain itu, terdapat juga wisatawan yang berharap bahwa orang Indonesia akan ramah terhadap wisatawan mancanegara. Banyak juga diantara para wisatawan yang datang mengunjungi candi Prambanan tidak memiliki ekspektasi khusus, para wisatawan mancanegara datang mengunjungi candi Prambanan karena ingin melihat secara langsung dan nyata apa yang telah dilihat di gambar. Terdapat pula

wisatawan mancanegara yang mencoba untuk tidak berekspektasi namun lebih berfikir bahwa datang untuk mendapatkan pengalaman.

Banyak faktor yang mempengaruhi ekspektasi seseorang sebelum melakukan kunjungan ke suatu objek. Salah satunya adalah faktor informasi yang diperoleh, karakteristik wisatawan serta alasan mengunjungi suatu objek. Seorang wisatawan akan memiliki ekspektasi tinggi ketika memiliki informasi yang lengkap. Selain itu, karakteristik wisatawan juga mempengaruhi ekspektasi, misalnya kebangsaan. Wisatawan asal Eropa, Amerika, Australia dan sebagian Asia sangat menyukai wisata sejarah/budaya. Hal ini menyebabkan ekspektasi tinggi pada calon wisatawan tersebut. Selain informasi dan karakteristik wisatawan, alasan wisatawan mengunjungi suatu objek pun berpengaruh terhadap ekspektasi. Jika seorang wisatawan yang mengunjungi suatu objek tidak memiliki alasan yang kuat maka dia pun juga tidak memiliki harapan yang spesial. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa tidak ada perbedaan ekspektasi antara wisatawan mancanegara walaupun berbeda profil wisatawan.

Selain itu, terdapat juga wisatawan mancanegara yang akan mengunjungi Yogyakarta dikarenakan urusan pekerjaan sehingga tidak memiliki motivasi khusus untuk mengunjungi suatu objek. Dalam hal ini, calon wisatawan akan mencari informasi mengenai destinasi, bukan mengenai objek. Persepsi yang ditimbulkan akan mengarah pada persepsi suatu destinasi. Hal ini dilandasi oleh motivasi ingin ingin mengunjungi suatu destinasi sehingga ekspektasi yang ditimbulkan pun mengarah pada ekspektasi destinasi.

### **Persepsi Wisatawan Mancanegara terhadap Kualitas Objek (Setelah Berkunjung)**

Persepsi wisatawan mancanegara terhadap kualitas objek non fisik, yaitu keramahan, kebersihan, keamanan dan kenyamanan adalah sangat baik. Persepsi wisatawan mancanegara terhadap keramahan staff adalah sangat ramah, mudah tersenyum dan dapat berkomunikasi dengan baik. Persepsi wisatawan mancanegara terhadap kebersihan adalah sangat bersih dan tertata seperti taman kota. Persepsi wisatawan mancanegara terhadap keamanan adalah sangat aman dengan menggunakan helm saat memasuki candi Siwa. Sedangkan persepsi wisatawan mancanegara terhadap kenyamanan

candi Prambanan adalah sangat nyaman dan tidak ada masalah.

Pada saat mengunjungi Prambanan, wisatawan mancanegara lebih banyak menggunakan fasilitas toilet dibandingkan dengan fasilitas yang lain. Namun ada beberapa wisatawan mancanegara yang menggunakan fasilitas museum, audio visual, kereta mini, dan restoran. Menurut wisatawan mancanegara, fasilitas yang disediakan oleh candi Prambanan sangat lengkap dan bersih.

Namun ada beberapa keluhan dari wisatawan mancanegara, yaitu harga tiket yang relatif mahal, tidak tersedia fasilitas air minum di sekitar candi dan tidak ada peta kecil yang memuat letak-letak fasilitas yang disediakan di candi Prambanan.

Adapun persepsi wisatawan mancanegara terhadap kualitas objek candi Prambanan adalah sangat indah, bentuk bangunan unik, megah dan terkenal, candi Prambanan sangat menakjubkan, bangunan yang relatif tinggi dan memiliki konstruksi yang besar, sangat kaya akan sejarah dan budaya, candi Prambanan memiliki legenda yang menarik, memiliki arsitektur dan desain yang bagus, bangunan yang sangat mengesankan karena terbuat dari batu dan berbeda dengan Jepang yang terbuat dari kayu, lebih indah dari pada Angkor Watt, kompleks percandian yang besar namun banyak candi yang hilang tetapi tetap terlihat indah, Prambanan terorganisasi dengan baik, dan Prambanan memiliki fasilitas yang baik.

### **Perbandingan Ekspektasi dan Persepsi terhadap Kualitas Objek setelah Berkunjung**

Ekspektasi timbul karena adanya persepsi yang dilandasi oleh motivasi. Ekspektasi yang dimiliki oleh wisatawan mancanegara sebelum mengunjungi Candi Prambanan adalah berharap melihat kemegahan candi Prambanan, berharap candi Prambanan yang nantinya dilihat jauh lebih besar dari yang dibayangkan, ingin memahami perbedaan arsitektur Hindu dan Budha, berharap candi Prambanan adalah kompleks candi yang besar, berharap melihat secara nyata karena Prambanan sangat indah, berharap orang Indonesia akan ramah terhadap wisatawan mancanegara, dan tidak ada yang spesial hanya ingin melihat candi.

Berdasarkan hasil dari ekspektasi dan persepsi setelah berkunjung, terdapat ekspektasi yang

relevan dengan persepsi setelah berkunjung.

Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Perbandingan Ekspektasi dan Persepsi

<b>Ekspektasi</b>	<b>Persepsi terhadap kualitas objek</b>
Berharap melihat kemegahan candi Prambanan	Candi prambanan sangat megah dan terkenal
Berharap candi yang nantinya dilihat akan jauh lebih besar dari yang dibayangkan	Bangunan sangat tinggi dan memiliki kontruksi yang besar
Berharap candi Prambanan adalah kompleks candi yang besar	Kompleks percandian yang besar, walaupun banyak yang hilang tetapi masih terlihat indah
Berharap melihat candi secara nyata karena sangat indah	Candi Prambanan sangat indah
Berharap orang Indonesia akan ramah terhadap wisatawan mancanegara	Prambanan memiliki staff yang sangat ramah, mudah tersenyum, dan baik dalam berkomunikasi

Berdasarkan Tabel 1 di atas diketahui bahwa sebagian besar dari ekspektasi wisatawan mancanegara sebelum berkunjung sesuai dengan kualitas objek yang ada di candi Prambanan. Namun, terdapat satu ekspektasi yang belum bisa ditemukan ketika berkunjung ke Prambanan. Ekspektasi tersebut adalah memahami perbedaan arsitektur antara Hindu dan Budha. Ekspektasi untuk memahami arsitektur candi Prambanan (Hindu) harus menggunakan guide sehingga lebih memahami

bagaimana arsitektur candi Prambanan (Hindu), jika wisatawan mancanegara tidak menggunakan guide maka akan sulit untuk memahami makna-makna bangunan atau relief yang ada di candi Hindu.

Selain itu, terdapat beberapa persepsi wisatawan mancanegara terhadap kualitas objek (setelah berkunjung) timbul diluar dugaan atau diluar ekspektasi. Persepsi-persepsi tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Persepsi Wisatawan Mancanegara terhadap kualitas objek (setelah berkunjung)

<b>No</b>	<b>Persepsi Kualitas Objek (Setelah Berkunjung) Diluar Ekspektasi</b>
1	bentuk bangunan yang unik
2	sangat menakjubkan dan menarik
3	candi Prambanan sangat aman
4	sangat nyaman
5	sangat bersih
6	memiliki arsitektur dan desain yang bagus,
7	sangat kaya akan sejarah dan budaya
8	bangunan sangat mengesankan karena terbuat dari batu
9	Prambanan terorganisasi dengan baik
10	Prambanan memiliki fasilitas yang baik.
11	lebih indah dari Angkor Watt

Berdasarkan perbandingan antara ekspektasi dan persepsi sesudah berkunjung adalah ekspektasi calon wisatawan mancanegara sebelum mengunjungi Candi Prambanan adalah sesuai dengan yang diharapkan bahkan melebihi ekspektasi. Bahkan terdapat persepsi-persepsi baru yang ditimbulkan wisatawan setelah mengunjungi candi Prambanan diluar dari ekspektasi yang dimiliki oleh wisatawan mancanegara sebelum berkunjung.

## **KESIMPULAN**

Hasil dari persepsi dan ekspektasi sebelum berkunjung dibandingkan dengan hasil persepsi terhadap kualitas objek yang dimiliki oleh wisatawan mancanegara adalah sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan mana negara yang datang mengunjungi Candi Prambanan memiliki *better experience*. Ekspektasi yang dimiliki oleh wisatawan mancanegara sebelum berkunjung terpenuhi bahkan melebihi ekpektasi mereka.

## Saran

Informasi merupakan sarana yang sangat penting bagi wisatawan baik sebelum berkunjung maupun setelah berkunjung. Informasi sebelum berkunjung sangat penting karena informasi yang dipelajari dapat membentuk persepsi yang menimbulkan ekspektasi. Sedangkan informasi setelah berkunjung merupakan suatu *knowledge* baru setelah berkunjung. Informasi setelah berkunjung menjadi sangat penting bagi wisatawan karena merupakan jawaban dari persepsi maupun ekspektasi sebelum berkunjung. Oleh karena itu rekomendasi pada penelitian ini Melengkapi informasi-informasi yang ada di Prambanan, misalnya dengan memberikan *booklet* yang berisi informasi tentang candi Prambanan. Hal ini dapat menjadikan wisatawan mancanegara lebih banyak memahami sejarah, arsitektr serta keterangan-keterangan yang ada di Prambanan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abraham Maslow. diakses 3 Januari 2014.  
Diakses dari [http://id.wikipedia.org/wiki/Abraham\\_Maslow](http://id.wikipedia.org/wiki/Abraham_Maslow)
- Ghony, Djunaidi dan Fauzan Almanshur. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Guba, E.G and Lincoln. 1981. *Effective Evaluation*. San Fransisco: Jossey
- International Union of Offical Travel Organization (IOUTO)*. 1967.
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Kotler, Bowen J and Makens J. 2002. *Pemasaran Perhotelan dan Pariwisata*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Moelong, Lexy. 1989. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pitana, I Gde dan Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.