

**PENGARUH PASAR MODERN TERHADAP MINAT BERBELANJA
WISATAWAN DI KOTA YOGYAKARTA (STUDI KASUS PADA
HAMZAH BATIK MALIOBORO)**

ARTIKEL ILMIAH

Disiapkan sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Disusun Oleh:

Nama : Brigita Agnes Enjelita Atiani
NIM : 216683
Program Studi : Pariwisata
Jenjang : S-1

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA
2025**

**PENGARUH PASAR MODERN TERHADAP MINAT
BERBELANJA WISATAWAN DI KOTA YOGYAKARTA
(STUDI KASUS PADA HAMZAH BATIK MALIOBORO)**

Brigita Agnes Enjelita Atiani

216687

a. ABSTRAK

- b. Yogyakarta merupakan destinasi unggulan yang terus berkembang melalui perpaduan kekayaan budaya, peningkatan infrastruktur, serta tren wisata berkelanjutan, sehingga menarik minat wisatawan dan mendorong pertumbuhan sektor pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pasar modern terhadap minat berbelanja wisatawan di Kota Yogyakarta, dengan studi kasus pada Hamzah Batik Malioboro. Menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 100 responden dan dianalisis menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasar modern berpengaruh signifikan terhadap minat belanja wisatawan, dengan nilai signifikansi $< 0,001$ dan (R^2) sebesar 0,231. Hal ini menunjukkan bahwa kenyamanan, pelayanan, dan nuansa budaya yang dihadirkan oleh pasar modern turut mendorong peningkatan minat belanja. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan strategi wisata belanja yang berorientasi pada integrasi budaya dan modernitas.
- c. **Kata Kunci:** Pasar Modern, Minat Belanja, Wisatawan, Hamzah Batik, Yogyakarta.

***THE INFLUENCE OF MODERN MARKETS ON TOURISTS'
SHOPPING INTEREST IN YOGYAKARTA (A CASE STUDY AT
HAMZAH BATIK MALIOBORO)***

Brigita Agnes Enjelita Atiani

216687

ABSTRACT

- d. *Yogyakarta is a leading destination that continues to grow through a combination of rich cultural heritage, improved infrastructure, and sustainable tourism trends, attracting tourists and driving the growth of the tourism sector. This study aims to examine the influence of modern markets on tourists' shopping interest in Yogyakarta, using Hamzah Batik Malioboro as a case study. A quantitative approach was employed, with data collected through questionnaires distributed to 100 respondents. Data analysis was conducted using simple linear regression. The results indicate that modern markets have a significant influence on tourists' shopping interest, with a significance value of < 0.001 and a coefficient of determination (R^2) of 0.231. These findings suggest that comfort, service quality, and the integration of cultural elements offered by modern markets contribute to increased shopping interest among tourists. This research is expected to inform strategies for developing shopping tourism that integrates cultural heritage and modern retail concepts.*
- e. **Keywords:** *Modern Market, Shopping Interest, Tourist Behavior, Hamzah Batik, Yogyakarta.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Minat wisatawan untuk berkunjung ke Yogyakarta terus meningkat berkat daya tariknya yang kaya akan budaya, sejarah, alam, dan kuliner. Tempat-tempat ikonik seperti Keraton Yogyakarta, Malioboro, dan Candi Prambanan masih menjadi favorit, sementara wisata alam dan edukatif juga berkembang pesat. Peningkatan infrastruktur, seperti Bandara YIA dan jalan tol, serta promosi digital yang masif turut mendorong pertumbuhan ini. Tren wisata berkelanjutan mulai mendapat perhatian guna menjaga keseimbangan antara perkembangan pariwisata dan pelestarian budaya. Berdasarkan data kunjungan Januari hingga Desember, terlihat adanya fluktuasi jumlah wisatawan yang mencerminkan musim liburan dan faktor eksternal lainnya. Informasi ini penting untuk merancang strategi promosi dan pengelolaan destinasi agar Yogyakarta semakin kuat sebagai tujuan wisata unggulan.



Gambar 1. Grafik Kunjungan Wisatawan Tahun 2024

Sumber: Badan Pusat Statistik DIY

Gambar diatas menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Yogyakarta selama satu tahun di 2024, dari Januari hingga Desember. Data dalam grafik menunjukkan adanya fluktuasi jumlah wisatawan sepanjang tahun. Pada awal tahun, jumlah kunjungan cukup tinggi, sekitar 450.000 wisatawan pada Januari, namun mengalami penurunan signifikan pada bulan Februari. Setelah itu, terjadi peningkatan kembali pada bulan April, diikuti oleh fluktuasi hingga pertengahan tahun. Pada bulan Juli, jumlah wisatawan mencapai titik terendah sekitar 250.000 kunjungan, kemudian mengalami tren peningkatan secara bertahap hingga akhir tahun. Grafik ini mencerminkan pola kunjungan wisata yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti musim liburan, cuaca, dan kebijakan wisata daerah.

Wisata belanja merupakan bagian tidak terpisahkan dari daya tarik Yogyakarta, melengkapi kekayaan budaya, sejarah, dan alam yang menarik wisatawan. Destinasi seperti Malioboro, Pasar Beringharjo, serta sentra kerajinan di Kotagede dan Kasongan menawarkan berbagai produk lokal, mulai dari batik hingga kuliner khas. Tren wisata belanja terus berkembang dengan hadirnya pusat perbelanjaan modern dan toko oleh-oleh kekinian yang menggabungkan unsur tradisional dengan inovasi. Aktivitas ini tidak hanya memberikan pengalaman menarik bagi wisatawan, tetapi juga berkontribusi terhadap perekonomian masyarakat, mendukung industri kreatif, serta melestarikan budaya lokal.

Dengan dukungan infrastruktur dan aksesibilitas yang semakin baik, wisata belanja semakin memperkuat daya tarik Yogyakarta sebagai destinasi wisata unggulan. Seiring dengan meningkatnya minat wisata belanja, pasar modern di Yogyakarta mengalami perkembangan pesat, ditandai dengan kehadiran berbagai pusat perbelanjaan seperti Hamzah Batik, Mall Malioboro, dan Plaza Ambarrukmo. Pasar modern kini tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga menjadi daya tarik wisatawan, menciptakan persaingan dengan pasar tradisional, serta memengaruhi tata ruang kota.

Minat belanja wisatawan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas produk, persepsi harga, ulasan pelanggan, dan strategi promosi. Hamzah Batik menjadi salah satu ikon wisata belanja di kawasan Malioboro yang tidak hanya menjual batik berkualitas tinggi, tetapi juga menawarkan pengalaman budaya yang khas. Didirikan oleh Hamzah Sulaeman, toko ini menggabungkan unsur tradisional dan edukatif dalam konsepnya, mulai dari suasana belanja bernuansa Jawa, kuliner tradisional, hingga pertunjukan seni. Strategi ini menjadikan Hamzah Batik lebih dari sekadar tempat belanja, tetapi juga sebagai tempat pelestarian budaya lokal yang mendukung industri kreatif dan ekonomi masyarakat sekitar.



Gambar 2. Tampak depan Hamzah Batik

Sumber: dokumentasi penulis

Namun, dalam beberapa tahun terakhir terjadi perubahan perilaku konsumsi wisatawan yang mulai berpindah ke pasar modern dan platform digital. Pasar modern dianggap lebih praktis dan nyaman, sementara toko tradisional seperti Hamzah Batik mulai menghadapi tantangan karena menurunnya kunjungan langsung. Selain itu, meningkatnya belanja daring turut menggeser pola konsumsi oleh-oleh khas Yogyakarta. Hal ini berdampak pada operasional toko fisik serta kontribusinya terhadap ekosistem pariwisata lokal. Berdasarkan observasi penulis, Hamzah Batik menjadi contoh menarik untuk menelusuri sejauh mana pasar modern memengaruhi minat wisatawan berbelanja, khususnya di kawasan Malioboro, dan bagaimana toko-toko tradisional dapat bertahan di tengah persaingan modernisasi dan digitalisasi.

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang yang telah disampaikan, penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut: Apakah pasar modern Hamzah

Batik Malioboro berpengaruh terhadap minat berbelanja wisatawan di kota Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pernyataan masalah yang telah diungkapkan oleh penulis tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui apakah pasar modern Hamzah Batik berpengaruh terhadap minat berbelanja wisatawan di kota Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat penelitian yang penulis teliti mengenai Pengaruh Minat Berbelanja Wisatawan Hamzah Batik di Malioboro sebagai berikut:

1. Manfaat secara Teoritis

Manfaat bagi penulis, Penulis menjadikan penelitian ini sebagai pengalaman yang sangat berharga, meningkatkan kemampuan penulis dalam membuat suatu jurnal, belajar membuat jurnal yang baik dan benar. belajar bertanggung jawab dan jujur dalam pembuatan jurnal tersebut, mengetahui pengembangan apa saja yang telah dilakukan untuk menarik minat wisatawan untuk berbelanja ke Hamzah Batik Malioboro Yogyakarta.

2. Manfaat secara Praktis

Serta adapun beberapa manfaat bagi pembaca sebagai berikut :

- a. Manfaat Bagi pembaca, Sebagai media informasi tentang toko Hamzah Batik Sebagai acuan atau pun dasar untuk penelitian yang akan datang, memberi wawasan yang luas kepada pembaca tentang toko Hamzah

Batik di Malioboro Yogyakarta.

- b. Manfaat bagi Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo Yogyakarta dapat menciptakan lulusan yang kompeten dan berwawasan dalam bidang pariwisata.
- c. Manfaat bagi pengelola tempat wisata, dengan adanya penulisan jurnal ini bisa menjadi sumber informasi berharga bagi pengelola untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan wisatawan yang belum bisa dijawab, pengelola juga bisa mempergunakan penelitian ini sebagai pengembangan pengelola untuk tempat wisata.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I . PENDAHULUAN

Bagian ini mencakup konteks latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan masalah, manfaat dan tata cara penulisan.

BAB II. LITERATUR DAN KAJIAN TEORI

BAB II membahas tentang artikel terdahulu, teori memiliki kesamaan, hipotesis yang diajukan.

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab ini meliputi pendekatan penelitian yang digunakan, jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, kelompok populasi dan sampel, instrumen penelitian, cara pengumpulan data, evaluasi validasi dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat semua hasil dari penelitian secara lengkap, termasuk pengaruh pasar modern terhadap minat berbelanja wisatawan di Hamzah Batik malioboro yogyakarta.

BAB V. PENUTUP

Bab V penutup dimana akan dikemukakan simpulan hasil penelitian dan saran terkait dengan hasil penelitian.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Pentingnya memahami peran pasar modern, khususnya Hamzah Batik, dalam mendukung perkembangan wisata belanja di Yogyakarta sebagai salah satu daya tarik utama pariwisata kota tersebut. Seiring meningkatnya minat wisatawan terhadap aktivitas belanja, terjadi pergeseran pola konsumsi dan ekspektasi wisatawan yang mendorong inovasi pada sektor ritel berbasis budaya. Hamzah Batik, sebagai representasi pasar modern yang mengintegrasikan unsur tradisional, edukatif, dan komersial, menjadi contoh menarik untuk dikaji guna melihat bagaimana strategi integratif tersebut memengaruhi minat belanja wisatawan serta kontribusinya terhadap pelestarian budaya lokal dan penguatan ekonomi kreatif masyarakat. Penelitian ini menjadi penting untuk memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai dinamika wisata belanja berbasis budaya dan dampaknya terhadap pengembangan destinasi pariwisata berkelanjutan.

Berdasarkan hasil analisis data, disimpulkan bahwa keberadaan pasar modern seperti Hamzah Batik Malioboro memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat berbelanja wisatawan di Kota Yogyakarta. Hal ini terlihat dari hasil uji regresi linier sederhana yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan persepsi wisatawan terhadap kualitas pasar modern berdampak langsung pada peningkatan minat belanja mereka. Nilai signifikansi $< 0,001$ dan koefisien regresi sebesar 0,342 menegaskan

bahwa pasar modern menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan berbelanja wisatawan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,231 menunjukkan bahwa 23,1% variasi minat belanja wisatawan dapat dijelaskan oleh keberadaan pasar modern, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Temuan ini mengindikasikan bahwa Hamzah Batik tidak hanya berfungsi sebagai tempat jual beli produk oleh-oleh, tetapi juga berperan sebagai daya tarik wisata budaya. Konsep toko yang menggabungkan kenyamanan pasar modern dengan unsur menjadikan Hamzah Batik sebagai destinasi yang mampu menarik wisatawan. Dengan demikian, integrasi antara unsur budaya dan pendekatan modern dalam pengelolaan pasar dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan minat belanja wisatawan sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di Yogyakarta.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan temuan dari penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Hamzah Batik

Disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, kenyamanan suasana belanja, serta keunikan atraksi budaya yang ditawarkan. Upaya inovatif seperti pertunjukan seni, workshop batik, serta kolaborasi dengan pelaku kreatif lokal dapat memperkuat daya tarik pasar modern berbasis budaya.

2. Bagi Pemerintah Daerah dan Dinas Pariwisata

Dukungan terhadap pelaku usaha lokal yang mengusung konsep modern dengan sentuhan budaya tradisional perlu diperkuat guna mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen, yaitu Pasar Modern. Untuk penelitian berikutnya, disarankan agar mengembangkan model dengan menambahkan variabel lain seperti promosi digital, pengalaman berbelanja, atau brand awareness agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, M., Hamid, A., & Midesia, S. (2023). Analisis Perbandingan Prilaku Konsumen Dan Minat Berbelanja Pada Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Di Kota Langsa. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, Vol.5,(1), 39-62. DOI: <https://doi.org/10.32505/jim.v5i1.4858>
- Bayhaqi, H., & Aslami, N. (2022). Identifikasi pasar, segmen dan target pasar sasaran bisnis asuransi. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(1), 111-118.
- Darma B, 2021. *Statistika Penelitian Menggunakan Spss*. Jakarta: Guepedia. 17-18
- Dafa, F. (2022). Analisis Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Minat Berbelanja Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG). Doi : <https://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/1784>
- Diantanti, N. P., Pradeta, F. D., & Natasya, V. (2022). *The Effect of Price and Product Diversity for Purchase Decisions. Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media*, 11(2), 73-80. DOI: <https://doi.org/10.35457/translitera.v11i2.2476>
- Damayanti, R. A., & Puspitasari, A. Y. (2024). Kajian potensi daya tarik wisata heritage di Indonesia. *Jurnal Kajian Ruang*, 4(1), 13-34. DOI: <http://dx.doi.org/10.30659/jkr.v4i1.36639>
- Dongoran, N. R. A. (2023). Revitalisasi Ruang Publik Koridor Jalan Malioboro Kota Yogyakarta Dengan Pendekatan konservasi Arsitektur Studi kasus: Persimpangan Jalan Pasar Kembang dan Jalan Abu Bakar Ali hingga persimpangan jalan perwakilan (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta). DOI: <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/29275>
- Ernawati,S. (2021) Pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung di kawasan amahami kota bima. *insight Management Journal*, 1(2).50-54.
- ERVINA, S. (2024). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Kain Tapis dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pengrajinan Kain Tapis Desa Negeri Katon Kecamatan Negeri Katon Kabupaten Pesawaran) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung). DOI : <https://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/32957>
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian (Empat)*. PT. Rajawali Persada.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). Uji Asumsi Klasik (M. Pradana, Ed.; pp. 40–59). *Eureka media aksara*, juni 2024 anggota ikapi jawa tengah no. 225/JTE/2021.
- JDIH Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. (2019). UU No 10 Tahun 2009 Tentang Pariwisata. diakses dari <https://jdih.kemenparekraf.go.id/katalog-1-produk-hukum>.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [*Canarium Indicum L.*]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Nengsih, T. A., Kurniawan, F., & Prasaja, A. S. (2021). Analisis Perbandingan Keputusan Membeli di Pasar Tradisional dan Modern. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 6(1), 17-31. DOI: <https://doi.org/10.30631/ijoeib.v6i1.759>
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Surakarta: Pradina Pustaka.
- Nawarcono, W., Palupi, R., & Ekowati, D. (2023). Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern: Studi Kasus Pedagang Pasar Prawirotaman Yogyakarta. *Kajian Ekonomi dan Bisnis*, 18(1), 73-83. DOI: <https://doi.org/10.51277/keb.v18i1.161>
- Octadelfira, T., Zulkarnain, Z., & Syapsan, S. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli dalam meningkatkan keputusan pembelian pada pasar oleh-oleh modern di kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12(3), 572-596.
- Pameling, D. P., Sari, G., & Faradea, N. (2024). Pengaruh Pasar Modern terhadap pasar tradisional di era digital. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(4), 162218-16223. DOI: <https://doi.org/10.31004/jrpp.v7i4.3741>
- Rahima, A. (2024). Revitalisasi Bahasa Daerah Hampir Punah Sebagai Dokumentasi Bahasa. *Pengabdian Deli Sumatera*, 3(2), 51–56.
- Saskara, I. K., Wirawan, I. W., & Ardiasa, I. K. (2022). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kota Denpasar Bali: Study

Kasus Pasar Kreneng. *Jurnal Akses*, 14(1). DOI: <https://doi.org/10.70358/jurnalakses.v14i1.884>

Sugiarto, Ihalauw J.J, Hendratono T, Damiasih, Widjaja A.W. (2023), metode penelitian kuantitatif untuk pariwisata Yogyakarta: ANDI.

Sugiarto. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Pariwisata. Yogyakarta: Andi.

Sihombing, I. R., Manik, S., Erika, E., & Sidauruk, T. (2024). Analisis Persaingan Pasar Tradisional dan Pasar Modern dalam Prespektif Daya Minat Beli Pengunjung. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(3), 710-724. DOI: <https://doi.org/10.54373/ifiijeb.v4i3.135>

Sugiyono, D. (2022). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sulistyo, A., Suhartapa, S., & Annisa, R. N. (2022). Pengaruh Narasi Produk Dan Foto Produk Terhadap Presepsi Kualitas Dan Minat Beli Wisatawan Melalui Portal Digital Agoda. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 9(2), 18-38. DOI: <https://doi.org/10.32477/jrm.v9i2.45>

Suniyatul, S. (2023). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Terhadap Minat Belanja Masyarakat Di Pasar Lempong Buntan Barat. *INVESTI: Jurnal Investasi Islam*, 4(2), 570-585. DOI: <https://doi.org/10.32806/ivi.v4i2.140>

Susanto, B., & Astutik, P. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*, 1(1), 36-46.

Yani Balaka, M., & Aryan, F. (2022). Metodologi Penelitian kuantitatif. Bandung: Widina.

Yudha, E. P., Kurniawan, A., & Hermawan, M. F. (2023, June). Daya Tarik Konsumen Terhadap Pasar Modern Versus Pasar Tradisional. In *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Agribisnis*, 7 (1), 118-124, DOI: <https://jurnal.unigal.ac.id/prosiding/article/view/11490>