

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta

1. Visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta

Terwujudnya Kota Yogyakarta sebagai Kota Pariwisata berbasis budaya yang bertumpu pada kekuatan dan keunggulan budaya lokal dan dapat menjadi lokomotif pembangunan Kota Yogyakarta secara menyeluruh.

2. Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta

- a. Mengoptimalkan potensi serta daya tarik pariwisata dan budaya sebagai keunggulan kepariwisataan Yogyakarta;
- b. Menggali, melestarikan dan mengembangkan keunggulan dan keragaman budaya lokal baik yang bersifat *tangible* maupun *intangible* sebagai daya tarik kunjungan wisatawan;
- c. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia baik di lingkungan SKPD maupun di masyarakat dan stakeholders kebudayaan dan pariwisata serta meningkatkan dan mengembangkan pelayanan kebudayaan dan pariwisata yang berkualitas;
- d. Meningkatkan koordinasi internal maupun antar mitra serta memperluas jaringan (*network*) kebudayaan dan pariwisata di tingkat lokal dan nasional.

3. Tujuan

- a. Kegiatan pariwisata di Kota Yogyakarta dikembangkan dengan dasar dan berpusat pada budaya Jawa yang selaras dengan sejarah dan budaya Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat, kearifan local dan nilai-nilai luhur budaya bangsa;
- b. Menyempurnakan dan meningkatkan jaringan kerjasama wisata dengan pihak lain;
- c. Menjadikan daerah tujuan wisata terkemuka di Asia Tenggara.;
- d. Peningkatan kegiatan pariwisata dilaksanakan dengan menciptakan inovasi-inovasi yang tetap berlandaskan pada wisata budaya, wisata bangunan bersejarah, wisata pendidikan, wisata konvensi dan wisata belanja;
- e. Mempertahankan dan mengembangkan norma-norma religius/agama di dalam kehidupan masyarakat.

4. Kebijakan

- a. Melakukan inovasi/rekayasa dan pengembangan seluruh aspek kepariwisataan yang berlandaskan pada wisata budaya, wisata bangunan bersejarah, wisata pendidikan, wisata konvensi, wisata minat khusus dan wisata belanja;
- b. Mengembangkan dan melestarikan nilai-nilai positif budaya Jawa yang selaras dengan sejarah dan budaya Kraton Ngayogyakarta

Hadiningrat serta kearifan local, meningkatkan fasilitasi untuk proses paduan/akulturasi budaya Jawa dengan budaya nusantara dan asing.

5. Rencana Aksi

- a. Optimalisasi Pemasaran dan Kerjasama Pariwisata yang akan mendatangkan wisatawan ke Kota Yogyakarta serta menjadikan Kota Yogyakarta sebagai kota wisata yang terkemuka. Pemasaran pariwisata juga bertujuan untuk mengembalikan citra Yogyakarta sebagai kota wisata yang aman dan berkesan untuk dikunjungi;
- b. Pengembangan dan peningkatan kuantitas dan kualitas Wisata Minat Khusus sebagai alternative lain bagi wisatawan yang berkunjung ke Kota Yogyakarta serta dapat menambah daya tarik dan lama tinggal wisatawan di Kota Yogyakarta. Wisata minat khusus yang dikembangkan antara lain wisata belanja, wisata pendidikan, wisata budaya, wisata sejarah, wisata kuliner, wisata konvensi, dan sebagainya.
- c. Pengembangan Kawasan Wisata beserta potensi yang ada di dalamnya sebagai obyek wisata alternative yang dapat dikunjungi oleh para wisatawan;
- d. Peningkatan kualitas dan kuantitas pelayanan industri pariwisata sebagai fasilitas yang diberikan kepada wisatawan;
- e. Peningkatan kualitas dan kuantitas atraksi seni tradisional, kontemporer, maupun modern baik secara regular maupun incidental, khususnya

kesenian yang dipentaskan di malam hari sehingga menghidupkan malam-malam di Kota Yogyakarta;

- f. Memperbanyak event-event wisata, seni dan budaya, ekspo, maupun konvensi berskala local, regional, nasional, maupun internasional;
- g. Pengembangan dan pembinaan kesenian dan kebudayaan berbasis masyarakat dan kewilayahan sebagai penyangga utama kepariwisataan di Kota Yogyakarta;
- h. Pengembangan dan peningkatan kuantitas serta kualitas fasilitas, sarana dan prasarana yang menunjang keindahan dan kenyamanan Kota Yogyakarta;
- i. Peningkatan kesadaran masyarakat dan seluruh stake holder terhadap persoalan kepariwisataan di Kota Yogyakarta;
- j. Kemudahan aksesibilitas bagi siapapun yang berkunjung ke Kota Yogyakarta.

6. Program Dan Kegiatan

- a. Pengembangan Pariwisata;
- b. Pengembangan Pemasaran Pariwisata;
 - 1) Pengembangan Kerjasama dan Kemitraan Pariwisata;
 - 2) Pengelolaan dan Pengembangan Potensi Pariwisata;
- c. Pembinaan Industri Pariwisata;
- d. Pengembangan dan Pelestarian Seni dan Budaya;
- e. Festival, Lomba, dan Gelar Seni Budaya;

. Pelestarian, Pengembangan dan Pembinaan Seni dan Budaya.

7. Susunan organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta

Susunan organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, terdiri dari:

a. Kepala Dinas

b. Sekretariat, terdiri dari:

1) Sub Bagian Umum dan Kepegawaian;

2) Sub Bagian Keuangan;

3) Sub Bagian Administrasi Data dan Pelaporan.

c. Bidang Promosi dan Kerjasama Pariwisata, terdiri dari :

1) Seksi Promosi dan Pemasaran Pariwisata;

2) Seksi Kerjasama Pariwisata.

d. Bidang Pembinaan dan Pengembangan Pariwisata, terdiri dari:

1) Seksi Pembinaan dan Pengembangan Pelaku Pariwisata;

2) Seksi Pengembangan Usaha dan Jasa Pariwisata.

e. Bidang Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata, terdiri dari:

1) Seksi Pengembangan Atraksi Budaya;

2) Seksi Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata.

f. Bidang Kebudayaan, terdiri dari:

1) Seksi Pembinaan dan Pelestarian Nilai-Nilai Budaya;

2) Seksi Pengembangan dan Pelestarian Seni dan Cagar Budaya.

g. Unit Pelayanan Teknis (UPT);

h. Kelompok Jabatan Fungsional.

8. Kedudukan, Tugas Pokok dan Tugas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Kota Yogyakarta

a. Kedudukan

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan merupakan unsur pelaksana pemerintah daerah dibidang pariwisata dan kebudayaan. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dipimpin oleh Kepala Dinas yang berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah.

b. Tugas Pokok

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan pemerintahan daerah berdasarkan asas otonomi dan tugas pembantuan di bidang pariwisata dan kebudayaan.

c. Rincian Tugas

a. Bidang Pembinaan dan Pengembangan Pariwisata

Bidang Pembinaan dan Pengembangan Pariwisata mempunyai fungsi penyelenggaraan pembinaan dan pengembangan pariwisata. rincian tugas bidang pembinaan dan pengembangan pariwisata antara lain:

- 1) Menyelenggarakan pengumpulan data, informasi, permasalahan, peraturan perundang-undangan dan kebijaksanaan teknis yang berkaitan dengan pembinaan dan pengembangan pariwisata;
- 2) Menyelenggarakan perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, evaluasi, dan pelaporan kegiatan bidang;
- 3) Menyelenggarakan pembinaan dan pengembangan pelaku, usaha dan jasa pariwisata;

4) Menyelenggarakan analisis dan pengembangan kinerja bidang.

Bidang pembinaan dan pengembangan pariwisata dalam struktur organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan bertugas melakukan pembinaan dan pengembangan pariwisata di Kota Yogyakarta. Sumber Daya Manusia yang ada di bidang ini berjumlah lima orang. Dengan formasi seperti yang terlampir dalam tabel berikut ini:

Tabel 1
Formasi Pegawai Bidang Pembinaan dan Pengembangan
Pariwisata.

| No | Jabatan | Jumlah |
|----|---|--------|
| 1 | Kepala bidang pembinaan dan pengembangan pariwisata | 1 |
| 2 | Kepala seksi pembinaan pelaku pariwisata | 1 |
| 3 | Staff seksi pembinaan pelaku pariwisata | 1 |
| 4 | Kepala seksi Pengembangan usaha dan jasa pariwisata | 1 |
| 5 | Staff Seksi Pengembangan usaha dan jasa pariwisata | 1 |

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta.

Bidang Pembinaan dan Pengembangan Pariwisata di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta memiliki program kerja dan disesuaikan dengan dua seksi yang ada.

Seksi Pembinaan Dan Pengembangan Pelaku Wisata mempunyai rincian tugas antara lain :

- a. Mengumpulkan, mengolah data dan informasi, menginventarisasi permasalahan serta melaksanakan pemecahan permasalahan yang berkaitan dengan pembinaan dan pengembangan pelaku pariwisata.
- b. Merencanakan, melaksanakan, mengendalikan, mengevaluasi dan melaporkan kegiatan seksi.

- c. Menyiapkan bahan kajian, bimbingan dan pembinaan serta petunjuk teknis yang berkaitan dengan pembinaan dan pengembangan pelaku pariwisata.
- d. Melaksanakan kerjasama pembinaan pelaku pariwisata dengan pihak terkait.
- e. Melaksanakan fasilitas uji kompetensi pelaku pariwisata.
- f. Melaksanakan kampanye sadar wisata secara berkelanjutan.
- g. Melaksanakan fasilitasi pembentukan dan pembinaan kelompok pelaku pariwisata berbasis komunitas lokal.
- h. Melaksanakan analisis dan pengembangan kinerja seksi.
- i. Melaksanakan tugas lain yang dirikan oleh Kepala Dinas.

Program kerja Seksi Pembinaan Dan Pengembangan Pelaku Pariwisata adalah :

- a. Gelar kreatifitas pelaku pariwisata
- b. kampanye sapta pesona
- c. pendampingan gerak rumangsa
- d. pengembangan wawasan kepariwisataan bagi pelaku pariwisata kreatif

Secara umum tugas dari Seksi Pembinaan dan Pengembangan Pelaku Pariwisata adalah membina dan mengembangkan pelaku pariwisata di Kota Yogyakarta. Hal-hal yang berkaitan dengan perilaku para pelaku wisata dan pengembangannya menjadi fokus tugas dari seksi pembinaan dan pengembangan pelaku pariwisata. Program-program kerja dari seksi ini selalu berhubungan langsung dengan pelaku wisata Kota Yogyakarta.

Seksi Pengembangan Usaha dan Jasa Pariwisata mempunyai rincian tugas antara lain:

- a. Mengumpulkan, mengolah data dan informasi, menginventarisasi permasalahan-permasalahan serta melaksanakan pemecahan permasalahan yang berkaitan dengan pengembangan usaha dan jasa pariwisata.
- b. Merencanakan, melaksanakan, mengendalikan, mengevaluasi, dan melaporkan kegiatan seksi.
- c. Menyiapkan bahan kebijakan, bimbingan dan pembinaan serta petunjuk teknis yang berkaitan dengan pembinaan dan pengembangan pelaku pariwisata.
- d. Melaksanakan inventarisasi dan monitoring perkembangan potensi usaha dan jasa kepariwisataan.
- e. Melaksanakan pembinaan dalam rangka pengembangan usaha dan jasa pariwisata.
- f. Melaksanakan sosialisasi kebijakan pemerintah di bidang usaha dan jasa pariwisata bersama-sama dengan pihak terkait.
- g. Melaksanakan fasilitas dan kerjasama pengembangan paket wisata di Yogyakarta dan luar daerah.
- h. Melaksanakan klasifikasi usaha dan jasa pariwisata.
- i. Melaksanakan analisis dan pengembangan kinerja seksi.
- j. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh kepala bidang.

Program kerja Seksi pengembangan usaha dan jasa pariwisata

- a) *Monitoring* jumlah kunjungan hotel dan restoran/ rumah makan
- b) *Surveillance* usaha jasa pariwisata
- c) Survey indeks kepuasan wisatawan

Program kerja yang dilakukan oleh Seksi Pengembangan Usaha dan Jasa Pariwisata dalam bidang pembinaan dan pengembangan pariwisata adalah untuk meningkatkan kualitas pelayanan pihak swasta ataupun pengusaha hotel, restoran atau rumah makan dan travel agent terhadap wisatawan Kota Yogyakarta. Karena sejatinya dalam bidang pariwisata yang ditawarkan adalah pelayanan yang menyenangkan dan memuaskan bagi wisatawan, sehingga wisatawan merasa ingin kembali lagi untuk berwisata ke destinasi wisata tersebut. Selain untuk meningkatkan performa pelayanan, melalui program kerja seksi pengembangan usaha dan jasa pariwisata juga memberikan tips dan saran dalam hal manajemen perusahaan, sehingga pegawai seksi pengembangan usaha dan jasa pariwisata merupakan orang yang berkompeten dalam hal manajemen dalam usaha bidang pariwisata. Hal tersebut tidak lain adalah untuk memberikan citra positif bagi wisatawan yang datang ke Kota Yogyakarta, sehingga mereka ingin kembali lagi untuk berkunjung ke Kota Yogyakarta.

B. Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam Meningkatkan PAD dari Sektor Wisata

Dinas pariwisata dan kebudayaan merupakan salah satu Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang berada dalam pemerintahan Kota Yogyakarta dengan peran yang disandanginya sebagai penyelenggara urusan pemerintah daerah khususnya di bidang pariwisata dan kebudayaan Kota Yogyakarta. Sesuai dengan tugas dan fungsinya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta memiliki peranan yang sangat besar terutama dalam pengembangan pariwisata dan kelestarian kebudayaan yang ada di Kota Yogyakarta. Seperti yang tercantum pada misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta yaitu “terwujudnya Kota Yogyakarta sebagai Kota Pariwisata berbasis budaya yang bertumpu pada kekuatan dan keunggulan budaya lokal dan dapat menjadi lokomotif pembangunan Kota Yogyakarta secara menyeluruh”, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta berusaha mewujudkan Kota Yogyakarta sebagai Kota wisata yang bertumpu pada kekayaan budaya yang melekat pada kota Yogyakarta dengan mengoptimalkan keunggulan lokal, termasuk pemberdayaan masyarakat lokal.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta perlu untuk menyusun suatu acuan kegiatan yang berbentuk Rencana dan Program Kerja yang sesuai dengan berbagai kondisi, fleksibel, dengan berbagai perubahan dan dapat diterapkan (*applicable*) oleh para pelaku pariwisata (Pemerintah, swasta dan masyarakat) dan tentunya untuk kepentingan pengembangan “paket wisata” ini. Upaya pengembangan Kepariwisataaan memerlukan adanya

rencana strategis dan program-program yang mampu mendukung terhadap permasalahan penyelesaian, serta tanggap terhadap isu-isu yang berkembang.

Dengan melihat pada kondisi Kepariwisata Yogyakarta, maka strategi pengembangan kepariwisataan Yogyakarta terbagi dalam komponen-komponen pengembangan yang terstruktur sebagai berikut:

1. Pengembangan Produk;
2. Pengembangan Pemasaran dan Promosi;
3. Peningkatan SDM;
4. Aksesibilitas;
5. Sistem Informasi dan Media Center;
6. Aktifitas Pendukung.

Penajaman terhadap komponen-komponen pengembangan di atas dengan didukung oleh program-program sektor terkait akan memberikan dasar bagi pencapaian visi dan misi Kepariwisata daerah di Kota Yogyakarta. Implementasi terhadap keseluruhan Strategi dan program-program yang tertuang dalam strategi dan program Pengembangan Pariwisata ini pada akhirnya membutuhkan dukungan dari seluruh masyarakat pariwisata Yogyakarta serta dari sektor-sektor terkait.

a. Strategi Pengembangan Produk (termasuk Paket wisata)

Produk merupakan komponen pertama dari kepariwisataan, khususnya yang berbentuk obyek atau daya tarik wisata. Disamping juga produk-produk pendukung seperti akomodasi, pengelola perjalanan wisata, transportasi, sarana dan prasarana wisata. Produk Kepariwisata

Yogyakarta sampai saat ini relative memadai (dalam arti kuantitas dan keragamannya), meskipun secara kualitas masih perlu untuk diperbaiki secara kontinyu. Dengan perkembangan trend dan tuntutan atas riil *demend* yang terus berubah, baik dari pasar lokal nasional maupun internasional, maka perkembangan terhadap produk sebagai langkah untuk selalu mempertemukan antar permintaan dengan ketersediaan produk mutlak diperlukan melalui pemaketan inovatif. Keberadaan obyek daya tarik wisata yang telah ada sudah saatnya diintegrasikan, baik antara obyek itu sendiri maupun dengan produk-produk pendukungnya. Sselain itu juga untuk menciptakan nilai tambah bagi wisatawan dan peningkatan kenangan yang dapat diperoleh wisatawan selama berada di Yogyakarta, disamping memberikan berbagai pilihan kunjungan yang mampu meningkatkan lama tinggal wisatawan di Yogyakarta melalui penyediaan produk-produk wisatawan bertema dengan paket-paket yang beragam.

Sementara itu sebagai upaya penciptaan pemerataan pendapatan pada perekonomian regional, perlu adanya perkembangan terhadap berbagai potensi kepariwisataan yang dimiliki oleh daerah (khususnya pedesaan) mengingat pedesaan yang berada di Yogyakarta selain memiliki potensi seni dan budaya yang dapat dikemas menjadi atraksi pariwisata antara lain dengan pengemasan paket-paket wisata lokal yang unggul. Dilain pihak sebagai upaya untuk berkompetisi dengan daerah-daerah tujuan wisata lain (khususnya dengan Daerah Tujuan Wisata luar

negeri) perlu adanya ketersediaan produk/paket-paket wisata baru, dengan sasaran pada pasar potensial, berdaya beli tinggi dan segmen khusus.

b. Strategi Pengembangan Pemasaran dan Promosi

Seperti telah diuraikan dalam permasalahan bahwa pemasaran dan promosi memegang peran utama tersampainya pesan dan informasi mengenai industri kepariwisataan di Yogyakarta. Sebagian besar kegiatan pemasaran dan promosi pariwisata di Yogyakarta masih bersifat umum (*general promotion*) dan belum mengarah pada segmen-segmen pasar yang potensial. Untuk itulah strategi penajaman terhadap target pasar harus dilakukan dengan terlebih dahulu membagi-bagi pasar kedalam segmen selanjutnya pasar yang telah tersegmentasi tersebut (sebagai hasil dari studi pasar, minat dan motivasi wisatawan) dijadikan sebagai target penyampaian informasi, melalui berbagai media promosi yang sesuai dengan karakteristik pasar yang dituju dengan menggunakan *special package tours*.

Pengelolaan kegiatan pemasaran dan promosi, sesuai dengan sasaran pasar yang dituju harus dilakukan dengan teknik dan metode yang efektif dan efisien. Untuk itu perencanaan pengorganisasian, implementasi, dan evaluasi terhadap kegiatan-kegiatan pemasaran dan promosi dilakukan secara terintegrasi antara pelaku kepariwisataan dan sektor terkait, dengan menggunakan satu pintu yang dapat mencapai secara langsung pasar sasaran. Untuk lebih memberikan hasil yang efektif dan efisien, serta sebagai upaya untuk menyajikan informasi-informasi

yang aktual kepada para calon wisatawan dan pasar sasaran, perlu dilakukan penerapan teknologi dalam bidang pemasaran dan promosi pariwisata, dengan penekanan kepada kecepatan, kemudahan dan keterjangkauan harga, missal pemasaran industri Pariwisata melalui internet (*applied technology*).

c. Strategi Peningkatan Sumberdaya Manusia (SDM)

Peningkatan sumberdaya manusia dibidang kepariwisataan diarahkan pada 2 saran yaitu: 1). Dunia Pendidikan Kepariwisataan, dan 2). Dunia Usaha (praktis). kedua sasaran tersebut selanjutnya melalui kegiatan pengkajian ulang terhadap standart kurikulum yang diberikan pada dunia pendidikan kepariwisataan, dan melakukan pengawasan serta penilaian terhadap para pelaku usaha jasa pariwisata, untuk ditindaklanjuti dalam kegiatan sertifikasi

d. Strategi Pengembangan Aksesibilitas

Pengembangan aksesibilitas kepariwisataan dia arahkan kepada kemudahan dan kemurahan biaya pencapaian dari sumber-sumber wisatawan ke obyek dan daya tarik wisata, didalam obyek dan daya tarik wisata serta ke berbagai sarana dan fasilitas pendukung lainnya. Dalam hal pengembangan potensi-potensi daerah yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta, maka pengembangan akses harus diarahkan pula pada dukungan terhadap pengembangan daerah, khususnya yang memiliki potensi alam dan budaya yang relative besar, baik melalui penciptaan jalur-jalur wisata baru maupun optimalisasi instruktur yang telah ada

melalui kegiatan pariwisata. salah satu pendorong juga terletak pada disediakannya paket-paket wisata baru yang menjangkau pemerataan perkembangan daerah.

e. Strategi Perkembangan Sistem Informasi dan Media Center

Pengembangan system informasi dan media center diarahkan pada dukungan kepada pemasaran dan promosi kepariwisataan, baik melalui penciptaan alat-alat promosi baru maupun penerapan teknologi antara lain memanfaatkan bahan informasi berisi paket-paket inovatif.

Selain itu pengembangan sistem informasi dan media center diarahkan untuk mampu menjadi saluran bagi penyediaan informasi mengenai kepariwisataan, baik untuk wisatawan maupun masyarakat Yogyakarta, serta sebagai alat sosialisasi mengenai program-program kepariwisataan Yogyakarta, baik kepada masarakat pariwisata maupun masyarakat Daerah Yogyakarta secara luas.

f. Strategi Pengembangan Aktivitas Pendukung

Pengembangan aktivitas pendukung kepariwisataan diarahkan kepada penciptaan keragaman aktivitas atau kegiatan yang dapat mendorong tumbuhnya kegiatan pariwisata di Yogyakarta, serta mencintakan lapangan kerja potensial bagi masarakat luas. Terkait dengan aktivitas pendukung ini perlu didorong para pelaku pariwisata untuk selalu berinovasi mengembangkannya melalui kerjasama dengan masyarakat yang terkait terutama untuk mendukung penyediaan paket-paket wisata yang perlu dijadikan unggulan daerah.

Pada umumnya keberhasilan kebijakan pengembangan pariwisata dapat ditandai dengan beberapa parameter. Parameter keberhasilan pengembangan bidang pariwisata antara lain:

1) Peningkatan Jumlah wisatawan

Perkembangan yang meningkat dari jumlah wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Peningkatan ini tidak hanya dalam jumlah tetapi juga persentasenya. Kedua aspek ini menjadi sangat penting dalam menentukan keberhasilan pembangunan pariwisata. Jumlah kunjungan wisata Kota Yogyakarta tahun 2015 ditargetkan sebesar 2.924.646 dan terealisasi 3.250.681 orang. Berikut ini adalah data jumlah kunjungan wisatawan tahun 2015 berdasarkan rumus perhitungan.

Tabel 2
Jumlah Kunjungan Wisatawan Tahun 2015 berdasarkan Rumus Perhitungan.

| Bulan | 100% Kunjungan Kraton | 50 Kunjungan Taman Pintar | 50% Kunjungan Gembiraloka | 30% Kunjungan Museum | 90% Tamu menginap di Hotel | Jumlah |
|-----------|-----------------------------|------------------------------------|---------------------------------|----------------------------|-------------------------------------|-----------|
| Januari | 53.350 | 5.572 | 77.934 | 13.012 | 61.111 | 209.979 |
| Februari | 45.171 | 4.662 | 41.034 | 11.289 | 55.543 | 157.708 |
| Maret | 44.435 | 39.897 | 68.012 | 13.762 | 61.679 | 227.784 |
| April | 44.255 | 32.162 | 78.754 | 11.316 | 69.782 | 236.269 |
| Mei | 79.432 | 66.553 | 141.564 | 17.230 | 82.524 | 387.313 |
| Juni | 41.505 | 43.136 | 85.692 | 16.936 | 84.376 | 271.645 |
| Juli | 31.913 | 31.693 | 96.601 | 12.831 | 79.815 | 252.853 |
| Agustus | 44.009 | 17.831 | 56.045 | 13.717 | 113.416 | 245.018 |
| September | 29.216 | 14.823 | 43.228 | 12.088 | 137.015 | 236.370 |
| Oktober | 48.310 | 36.599 | 59.773 | 4.073 | 174.202 | 322.957 |
| November | 41.813 | 32.061 | 59.970 | 14.627 | 167.443 | 315.914 |
| Desember | 52.435 | 37.705 | 63.658 | 20.225 | 212.648 | 386.371 |
| Total | | | | | | 3.250.681 |

Keterangan = Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Yogyakarta = 100% kunjungan kraton + 50% kunjungan Taman Pintar + 50% Kunjungan KRKB Gembiraloka + 30 kunjungan museum + 90% tamu menginap di hotel

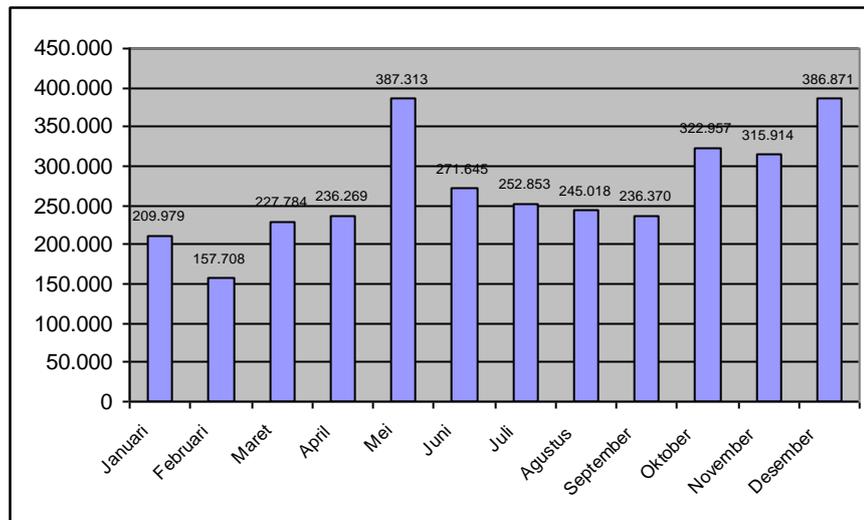
Sumber: Lakip Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta Tahun 2015

Berdasarkan pada tabel tersebut di atas dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan Kota Yogyakarta pada tahun 2015 sejumlah 3.250.681 wisatawan. Wisatawan paling banyak berkunjung pada bulan Mei (387.313 orang), kemudian di bulan Oktober 322.957 orang dan bulan Desember 386.871 orang. Tren tertinggi terjadi pada bulan-bulan tersebut karena bertepatan dengan liburan sekolah maupun cuti bersama *long weekend* sehingga mendorong adanya fluktuasi kunjungan wisatawan ke Yogyakarta. Dari tabel tersebut juga diketahui adanya fluktuasi kunjungan wisatawan ke Yogyakarta. Adapun jumlah wisatawan berdasarkan kategori wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3
Akumulasi Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Nusantara
Kota Yogyakarta Tahun 2015

| No | Bulan | Wisatawan Mancanegara | Wisatawan Nusantara | Total |
|----|---|-----------------------|---------------------|-----------|
| 1 | Januari | 15.359 | 194.620 | 209.979 |
| 2 | Februari | 15.869 | 141.840 | 157.708 |
| 3 | Maret | 15.295 | 212.489 | 227.784 |
| 4 | April | 16.413 | 219.856 | 236.269 |
| 5 | Mei | 21.235 | 366.078 | 387.313 |
| 6 | Juni | 22.215 | 249.430 | 271.645 |
| 7 | Juli | 25.344 | 227.509 | 252.853 |
| 8 | Agustus | 46.019 | 198.999 | 245.018 |
| 9 | September | 43.006 | 193.364 | 236.370 |
| 10 | Oktober | 53.337 | 269.620 | 322.957 |
| 11 | November | 48.529 | 267.385 | 315.914 |
| 12 | Desember | 70.462 | 316.409 | 386.871 |
| | Jumlah total Kunjungan Wisatawan Tahun 2015 | | | 3.250.681 |

Sumber: Lakip Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta Tahun 2015



Gambar 1
Grafik Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kota Yogyakarta
Tahun 2015

Berdasarkan pada tabel tersebut terlihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan Kota Yogyakarta pada tahun 2015 sejumlah 3.250.681 wisatawan. Wisatawan mancanegara paling banyak berkunjung pada bulan Desember sebesar 15.295 sedangkan wisatawan nusantara paling banyak berkunjung pada bulan Mei sebanyak 366.078 wisatawan dan paling sedikit pada bulan Februari sebesar 14.840 orang.

Perbandingan capaian kinerja 4 tahun terakhir Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 4
Perbandingan Capaian Kinerja 4 Tahun terakhir Perbandingan Jumlah
Kunjungan Wisatawan

| No | Tahun | Wisman | Wisnus | Jumlah | Target | Keterangan |
|----|-------|---------|-----------|-----------|-----------|------------|
| 1 | 2012 | 283.727 | 2.611.453 | 2.895.180 | 2.600.000 | 111% |
| 2 | 2013 | 179.387 | 2.536.093 | 2.715.480 | 2.704.000 | 100% |
| 3 | 2014 | 273.448 | 2.733.805 | 3.007.253 | 2.812.160 | 107% |
| 4 | 2015 | 393.082 | 2.857.599 | 3.250.681 | 2.924.646 | 111% |

Sumber: Lakip Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta Tahun 2015

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa target kunjungan wisatawan dari tahun 2012-2015 selalu tercapai dan melebihi target yang telah ditetapkan. Keberhasilan pencapaian target dimaksud merupakan keberhasilan seluruh stakeholder pariwisata dan kebudayaan Kota Yogyakarta bersama-sama masyarakat dan pemerintah dalam mempromosikan Kota Yogyakarta sebagai Kota Pariwisata berbasis budaya dan kota yang memang layak dikunjungi wisatawan baik mancanegara maupun nusantara.

Bila dianalisis maka wisatawan yang berkunjung ke Kota Yogyakarta pada tahun 2015 sebanyak 3.250.681 orang meningkat 243.428 orang atau 8% jika dibandingkan dengan tahun 2014, sedangkan bila dibandingkan dengan tahun 2013 maka terdapat kenaikan kunjungan sebesar 535.201 orang atau meningkat 12%.

Pemerintah Kota Yogyakarta secara rutin menyelenggarakan promosi wisata internasional ke berbagai negara seperti Jepang, Taiwan, Kanada, Jerman dan lainnya, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk meningkatkan kepercayaan wisatawan,

khususnya wisatawan asing. Untuk tahun-tahun mendatang, Yogyakarta akan dipromosikan sebagai pusat pariwisata Jawa di Berlin, Jerman, yang dilaksanakan atas kerjasama antara Pemerintah DIY dengan Asosiasi Perusahaan Perjalanan Indonesia (ASITA). Melalui kegiatan ini diharapkan Yogyakarta dapat menjadi pusat pariwisata di Pulau Jawa, atau bahkan menjadi penghubung pariwisata di pulau-pulau lain.

2) Lama Tinggal (*Length of Stay*) Wisatawan

Lama tinggal wisatawan ini sangat besar artinya dalam mengembangkan seluruh aspek yang terkait dengan pariwisata. Lama tinggal wisatawan dapat dihitung menggunakan rumus total lama tinggal tamu dibagi total jumlah tamu. Berikut ini adalah data lama tinggal wisatawan di Hotel Bintang Tahun 2015

Tabel 5
Lama Tinggal Wisatawan di Hotel Bintang Tahun 2015

| Bulan | HOTEL BINTANG | | | | | |
|-----------|---------------------|---------------------|-------------|-----------------------|---------------------|-------------|
| | Wisatawan Nusantara | | | Wisatawan Mancanegara | | |
| | Total Lama Menginap | Total Tamu Menginap | LoS = LM/TM | Total Lama Menginap | Total Tamu Menginap | LoS = LM/TM |
| Januari | 70.600 | 43.915 | 1.6 | 10.853 | 6274 | 1.7 |
| Februari | 76.120 | 46.533 | 1.6 | 13.519 | 6752 | 2.0 |
| Maret | 78.621 | 50.830 | 1.5 | 13567 | 7147 | 1.9 |
| April | 89.760 | 58.623 | 1.53 | 13808 | 7390 | 1.87 |
| Mei | 115.397 | 69.008 | 1.67 | 17795 | 9038 | 1.97 |
| Juni | 116.220 | 68.595 | 1.69 | 21104 | 10565 | 2.00 |
| Juli | 107.856 | 62.001 | 1.74 | 26699 | 13008 | 2.05 |
| Agustus | 138.923 | 80.125 | 1.73 | 48693 | 30004 | 1.62 |
| September | 186.040 | 94.680 | 1.96 | 61978 | 28480 | 2.18 |
| Oktober | 231.127 | 110.610 | 2.09 | 79513 | 37105 | 2.14 |
| November | 238.766 | 108.151 | 2.21 | 72797 | 35828 | 2.03 |
| Desember | 269.813 | 125.013 | 2.16 | 109909 | 50545 | 2.17 |

Sumber: Lkip Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta Tahun 2015

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa lama tinggal wisatawan mancanegara di hotel bintang tertinggi pada bulan September yaitu 2,18 hari sedangkan wisatawan nusantara pada bulan November yaitu 2,21 hari. Adapun lama menginap di hotel bintang terendah pada bulan Agustus sebesar 1,62 hari dan nusantara pada bulan Maret sebesar 1,5 hari.

Lama tinggal wisatawan baik mancanegara maupun nusantara pada hotel bintang dan non bintang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6
Lama Tinggal Wisatawan Tahun 2015

| No | Wisatawan | Hotel Bintang | Hotel Non Bintang | Rata-rata |
|----|-------------|---------------|-------------------|-----------|
| 1 | Nusantara | 2,12 | 2,24 | 2,18 |
| 2 | Mancanegara | 2,42 | 2,52 | 2,52 |

Sumber: Lakip Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta Tahun 2015

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan Kota Yogyakarta pada tahun 2015 mengalami peningkatan dan melebihi target yang telah ditetapkan, namun tidak demikian dengan lama tinggal wisatawan (LoS). Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yakni 2,10 hari, lama tinggal di Kota Yogyakarta pada tahun 2015 ini mengalami kenaikan menjadi 2,35 hari, namun kenaikan capaian tersebut masih di bawah target yang telah ditetapkan sebesar 2,72 hari.

Lama tinggal wisatawan apabila dibandingkan selama 4 tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7
Perbandingan Lama Tinggal Wisatawan Tahun 2012-2015

| No | Tahun | Capaian lama tinggal Wisatawan (LoS) | Target RPJMTD | Keterangan |
|----|-------|--------------------------------------|---------------|------------|
| 1 | 2012 | 2,63 hari | 2,62 hari | 100,003% |
| 2 | 2013 | 2,65 hari | 2,65 hari | 100% |
| 3 | 2014 | 2,10 hari | 2,69 hari | 78% |
| 4 | 2015 | 2,35 hari | 2,72 hari | 86% |

Sumber: Lakip Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta Tahun 2015

Apabila dilihat pada tabel di atas maka lama tinggal wisatawan pada tahun 2015 tidak dapat mencapai target RPJMD, namun bila dibandingkan capaian pada tahun 2014 terdapat kenaikan 0,25 hari.

3) Sumbangan terhadap PAD

Peranan pariwisata dalam memberikan sumbangan pada pendapatan asli daerah telah disadari oleh para pengambil kebijakan, sehingga aspek ini menjadi tolok ukur keberhasilan pariwisata.

Berdasarkan data Statistik Kepariwisata Yogyakarta 2014 jumlah pendapatan asli daerah sub sektor pariwisata Kota Yogyakarta Tahun 2010- 2014 adalah sebagai berikut :

Tabel 8
Jumlah Pendapatan Asli Daerah Sub Sektor Pariwisata
Kota Yogyakarta Tahun 2010-2014

| No | Tahun | Jumlah | Prosentase | |
|----|--------------|-----------------|------------|----------|
| | | | Proporsi | Kenaikan |
| 1 | 2010 | 50.477.624.960 | 52,7% | 8,4% |
| 2 | 2011 | 56.368.254.594 | 53,1% | 11,7% |
| 3 | 2012 | 76.842.242.512 | 50,2% | 36,3% |
| 4 | 2013 | 94.840.264.727 | 50,2% | 23,4% |
| 5 | 2014 | 116.146.936.925 | 49,0% | 22,5% |
| | Total | | | |

Sumber : Statistik Pariwisata Yogyakarta tahun 2014

Dari data di atas dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan kontribusi sub sektor pariwisata Kota Yogyakarta terhadap pendapatan asli daerah selama lima tahun terakhir dimana tahun 2014 kontribusi sub sektor pariwisata Kota Yogyakarta sebesar 116.146.936.925 atau memberikan kontribusi terhadap PAD sebesar 49%.

4) Belanja / Pengeluaran wisatawan

Banyak sektor yang diuntungkan dengan besarnya belanja wisatawan ini. Sektor pariwisata tidak diragukan lagi sumbangannya terhadap devisa dan penciptaan lapangan kerja. Industri pariwisata adalah industri padat karya, yang menciptakan pekerjaan berkualitas mencakup seluruh spectrum pekerjaan yang ada. Industri ini dapat mendorong tumbuhnya ekonomi dan usaha yang dilakukan pengusaha kecil di kota, pinggiran kota dan pedesaan.

Sampai saat ini gambaran mengenai sumbangan pariwisata terhadap perekonomian daerah umumnya masih terlihat dari sumbangannya terhadap Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) masing-masing daerah, yang dimasukkan kedalam sektor perdagangan, hotel, dan restoran. Namun demikian apabila melihat pada rangkaian kegiatan pariwisata yang terkait dengan berbagai sektor maka angka didalam PDRB belum dapat menunjukkan sumbangan yang sebenarnya pariwisata terhadap perekonomian daerah, baik sumbangan langsung, tak langsung, maupun ikutan.

Lapangan usaha yang mendukung sektor Pariwisata mempunyai sumbangan yang terbesar dari lapangan usaha lainnya. Lapangan usaha yang mendukung sektor pariwisata antara lain perdagangan, hotel, restaurant, angkutan, komunikasi dan jasa-jasa. Sumbangan lapangan usaha yang mendukung sektor pariwisata sebesar 48,51%.

Untuk mengetahui dampak riil perkembangan pariwisata terhadap daerah, perlu dicermati mata rantai dari kegiatan pariwisata itu sendiri yang sebenarnya terdiri dari beberapa lapisan, dimana aktifitas pariwisata pada masing-masing lapisan tersebut akan menciptakan dampak pada berbagai komponen, pelaku, atau sektor terkait diluar pariwisata. Mata rantai berbagai kegiatan pariwisata secara umum melibatkan berbagai sektor, dimana masing-masing, dimana masing-masing kegiatan terbentuk dari sistem-sistem yang berlainan. Dalam hal ini dapat disebut sektor-sektor atau kegiatan tersebut meliputi: Perhubungan atau transportasi, akomodasi, jasa boga, atraksi, obyek dan daya tarik, kerajinan cendramata, cargo pengangkutan, yang kesemuanya mengalir dari hulu ke hilir membenteng sistem kepariwisataan.

C. Faktor Pendukung dan Penghambat Kantor Badan Pariwisata Daerah dalam Pengembangan Pariwisata di Yogyakarta

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam mengoptimalkan perannya untuk meningkatkan pendapatan asli daerah

dipengaruhi oleh faktor ketersediaan anggaran, ketersediaan sarana-prasarana, dan juga partisipasi masyarakat. Berikut akan dipaparkan bagaimana faktor-faktor tersebut dapat mendukung dalam pengoptimalan peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta:

1. Faktor Pendukung

a. Citra Kota Yogyakarta

Kota Yogyakarta memiliki citra sebagai kota budaya, disamping sebagai kota pelajar dan kota perjuangan. Sebagai kota budaya, Yogyakarta memiliki berbagai kegiatan dan obyek budaya yang dapat dan telah dipromosikan sebagai obyek dan daya tarik wisata, misalnya Pasar Malam Sekaten, Festival Kesenian Kraton, dan upacara adat kraton Yogyakarta, keramaian Malioboro, padepokan tari Bagong Kussudiarjo, padepokan tari Didik Nini Thowok, kehidupan masyarakat kota Yogyakarta yang masih tradisional, desa-desa budaya dan desa kerajinan rakyat serta institut seni dan sekolah seni. Sumber-sumber ini selalu menciptakan kegiatan dan produk-produk budaya berkualitas dan tidak pernah berhenti, sehingga Yogyakarta tidak pernah kehabisan karya seni dan budaya.

b. Ketersediaan Anggaran

Salah satu unsur penting dalam terselenggaranya suatu program atau kegiatan adalah anggaran. Anggaran menjadi faktor penunjang segala bentuk program pemerintah dalam menjalankan tugas dan

fungsinya sebagai pelayan masyarakat. Besar kecilnya anggaran yang dimiliki tentu akan mempengaruhi efektivitas suatu program dan bisa menjadi kendala apabila anggaran yang dibutuhkan tidak sesuai.

Berkaitan dengan pariwisata Kota Yogyakarta yang perkembangan setiap tahunnya cukup pesat. Maka anggaran yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta cukup besar. Namun untuk porsi pendanaan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta lebih besar diberikan pada Bidang Kebudayaan, karena citra Kota Yogyakarta sebagai Kota Budaya harus terus melekat sehingga suntikan dana untuk bidang kebudayaan lebih besar dibandingkan bidang pariwisata.

Dalam rangka mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat, maka diperlukan banyak kegiatan untuk bisa merangkul masyarakat dalam pengembangan pariwisata, seperti kampanye sadar wisata, meningkatkan *softskill* masyarakat dan pelaku wisata hingga memfasilitasi masyarakat untuk ikut serta dalam kegiatan pengembangan pariwisata seperti LPKKM (Lembaga Pemberdayaan Komunitas Kawasan Malioboro) yang ada di Kawasan Wisata Malioboro. Namun kesemua kegiatan tersebut memerlukan anggaran yang tidak sedikit. Kegiatan dan program diprioritaskan kepada hal yang sifatnya darurat dan sangat penting saja. Melihat kondisi pariwisata Kota Yogyakarta yang perlu ada pembenahan terutama dalam bidang pembinaan dan pengembangan pariwisata maka

anggaran menjadi hal penting dan sangat mendukung untuk melakukan pembenahan tersebut.

c. Ketersediaan Sarana dan Prasarana

Ketersediaan sarana dan prasarana merupakan modal pemerintah untuk merealisasikan suatu program. Sarana dan prasarana yang memadai lebih memudahkan pemerintah untuk mengimplementasikan program yang sudah direncanakan. Selain itu sarana dan prasarana juga bisa menjadi ukuran optimal atau tidaknya pemerintah untuk melaksanakan tugas dan fungsinya sebagai pelayan masyarakat.

Dalam menjalankan tugas dan fungsinya di bidang pariwisata dan kebudayaan, tersedianya sarana dan prasarana tentu sangat dibutuhkan untuk menunjang pelaksanaan program dan kegiatan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta. Ketersediaan sarana dan prasarana akan berpengaruh pada efektivitas program dan tugas yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta.

d. Pertumbuhan Komunikasi Elektronik

Berkembangnya komunikasi elektronik yang semakin canggih seperti sistem satelit, telepon seluler, jaringan internet, memungkinkan pemanfaatannya sebagai jaringan informasi, komunikasi dan pemesanan baik tiket, hotel, ataupun segala jenis jasa pariwisata. Pengamatan mengenai manfaat pertumbuhan telekomunikasi elektronik untuk pertumbuhan pariwisata perlu dilihat dari dua sisi yaitu sisi internal dan

sisi eksternal. Sisi internal akan mampu meningkatkan kemudahan pasar wisata untuk melakukan akses terhadap informasi pariwisata, yang pada akhirnya memungkinkan perkembangan kegiatan internet akan menguntungkan para investor komunikasi elektronik yang pada dasarnya bukan dari sektor pariwisata, sehingga hal ini tidak secara langsung dapat memberikan kontribusi pendapat dari sektor pariwisata, tetapi dari sektor perhubungan. Indikasi manfaat terhadap perkembangan yang berada pada sisi kedua (eksternal) harus dipandang pada skala yang lebih luas, yaitu peningkatan pendapatan daerah, meskipun belum cukup mampu meningkatkan pendapatan sektor informal.

2. Faktor Penghambat

a. Persaingan antar Daerah Tujuan Wisata

Daerah tujuan wisata lain di Indonesia telah berkembang cukup pesat menyaingi daerah-daerah lain yang telah berkembang sebelumnya, daerah-daerah/ tujuan wisata yang baru berkembang dengan pesat tidak mau harus berbagi pasar wisata dengan daerah lain (terutama pasar internasional), sehingga daerah tujuan wisata yang telah berkembang terlebih dahulu seperti Bali, Yogyakarta dan Jakarta, harus siap bersaing dengan daerah tujuan wisata yang sedang berkembang seperti Batam, Sumatera, Jawa Tengah, Jawa Timur, Lombok, Sulawesi Selatan dan Utara, serta Kalimantan Timur. Hal ini diperkuat dengan kebijaksanaan pemerintah pusat yang mendorong pemerintah daerah untuk

mengembangkan pariwisata sebagai sumber devisa utama diluar minyak dan gas bumi yang menyebabkan daerah-daerah berlomba menggali potensi wisata dan mengembangkan promosi wisata.

b. Sarana dan Prasarana

Beberapa ancaman yang diidentifikasi berkenaan dengan sarana dan prasarana pariwisata adalah kompetisi yang kuat antar jaringan hotel berbintang, krisis ekonomi dan politik yang berakibat pada penurunan jumlah wisatawan dan tamu hotel dan peluang serta keinginan investasi yang menurun. Selain itu terdapat pula penyalahgunaan sarana akomodasi seperti kemungkinan munculnya praktek prostitusi pada hotel berbintang dan non bintang.

c. Globalisasi

Globalisasi tidak dapat dipandang hanya sebagai peluang saja tetapi juga dapat dipandang sebagai ancaman/ hambatan. Jika tidak ada kebijaksanaan yang mampu mengontrol peluang adanya globalisasi, melalui pemberian kesempatan seluas-luasnya kepada tidak saja investor luar daerah, tetapi juga investor daerah dan local termasuk sektor informal, maka globalisasi bahkan akan membunuh para investor daerah/ local termasuk sektor informal. Dengan demikian tingkat selektifitas investasi yang dibawa oleh para pengambil manfaat globalisasi ini sangat diperlukan agar kesinambungan (*sustainability*) kehidupan masyarakat tetap terjaga.

d. Kurangnya Tingkat Kesadaran Masyarakat Terhadap Kegiatan Pariwisata

Faktor utama dalam pemerataan hasil-hasil kepariwisataan secara langsung adalah melalui keterlibatan masyarakat lokal dalam kegiatan-kegiatan kepariwisataan. Hal ini dapat dilakukan apabila masyarakat telah memiliki persepsi yang positif terhadap pariwisata itu sendiri, yang dalam kelanjutannya memiliki kesadaran terhadap peluang yang dapat dimanfaatkan melalui kegiatan pariwisata, baik penciptaannya maupun pengelolaannya. Kesadaran masyarakat Yogyakarta terhadap kepariwisataan sebenarnya tergolong relatif tinggi, dalam arti sebagian besar masyarakat khususnya yang berada disekitar obyek dan daya tarik wisata telah sadar terhadap makna dan arti pentingnya pariwisata. Hanya saja kesadaran itu sendiri belum cukup apabila tidak disertai dengan upaya untuk merawat dan melestarikan kondisi yang mendukung kegiatan pariwisata itu dapat terus berlangsung. Dalam hal ini penyadaran dan peningkatan kepedulian masyarakat untuk terus merasa peduli perlu dilakukan secara berlanjut dan terprogram.

D. Analisis

Strategi kebijakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam mengembangkan pariwisata daerah telah berjalan dengan baik hal tersebut dapat dilihat dari adanya perencanaan, program dan kegiatan untuk mencapai tujuan pembangunan pariwisata di Yogyakarta yaitu mewujudkan

obyek dan daya tarik wisata budaya, alam, dan minat khusus, mewujudkan profesionalisme pelayanan pariwisata, dan mewujudkan produk wisata daerah yang dikenal secara luas yang merupakan suatu tahap pembangunan pariwisata jangka menengah untuk mewujudkan cita-cita dinas yakni mewujudkan obyek dan daya tarik wisata yang mampu mendukung upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan untuk mengembangkan kepariwisataan daerah adalah dengan menyusun strategi dan rencana pengembangan produk wisata, pengembangan tata ruang, pengembangan aksesibilitas, pengembangan kelembagaan dan sumberdaya manusia dan pengembangan pemasaran dan promosi. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam melakukan tugas dan fungsi telah melakukan perencanaan dan pengembangan kepariwisataan daerah yang dilaksanakan secara sistematis, bertahap dan berkesinambungan baik itu program dan kegiatan yang didanai dengan anggaran pembangunan, rutin maupun dana terobosan dan juga kegiatan dalam rangka mencapai target.

Program pengembangan dan peningkatan kualitas obyek dan daya tarik wisata mencakup berbagai kegiatan terkait dengan pengembangan dan rehabilitas fisik obyek dan daya tarik wisata. Program pelestarian dan penyelenggaraan atraksi wisata terdiri dari kegiatan bantuan penyelenggaraan event tradisional yang diselenggarakan oleh masyarakat dan penyelenggaraan atraksi wisata di obyek wisata. Program promosi wisata meliputi kegiatan pengadaan kelengkapan sarana pameran, baik didalam dan diluar daerah, serta

penyebaran informasi pariwisata. Program pengendalian aktivitas pariwisata meliputi kegiatan pengendalian obyek wisata pada hari-hari besar dan monitoring calendar of events. Program peningkatan kualitas SDM sektor pariwisata meliputi kegiatan pembinaan Pokok dasar Pariwisata, peningkatan kualitas SDM masyarakat pendukung kepariwisataan, dan pemberdayaan pelaku pariwisata. Program pelayanan perijinan, program informasi pariwisata terdiri dari pembuatan materi informasi pariwisata dan pembuatan fasilitas papan petunjuk pariwisata.

Keberhasilan pembangunan pariwisata akan mempunyai efek yang menguntungkan semua sektor pembangunan pariwisata yang akan berkembang akan menjadi lahan subur bagi pencipta lapangan kerja baru dalam bidang usaha transportasi, penginapan, penyediaan makanan dan jasa lain. Sasaran suplai produk pertanian, peternakan, kelautan dan kerajinan, pelestarian lingkungan dan peninggalan bersejarah, persahabatan dan pergaulan antar daerah dan Negara.

Kontribusi sektor pariwisata terhadap PAD di Kota Yogyakarta adalah melalui obyek pajak atau retribusi yang terus meningkat.. Kontribusi sektor pariwisata adalah peningkatan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) yang berasal dari sektor pariwisata antara lain perdagangan, hotel, restaurant, angkutan, komunikasi dan jasa-jasa, maka dapat diambil kesimpulan bahwa peran sektor pariwisata terhadap PDRB dari tahun ke tahun semakin penting. Oleh karena itu perlu adanya beberapa rencana atau rencana dalam mengimplementasikannya, yaitu:

1. Peningkatan investasi di bidang perhotelan dan restoran, dan pembangunan ODTW terutama yang menyangkut kualitasnya, misalnya kualitas pelayanan, kelengkapan sarana dan prasarana dan kenyamanan bagi wisatawan,
2. Meningkatkan *output* sektor pariwisata di luar bidang perhotelan dan restoran yang baik langsung maupun tidak langsung menyumbang PDRB Yogyakarta

Salah satu Rencana untuk meningkatkan pendapatan daerah di sektor pariwisata yang terpenting adalah menggali seni budaya yang terpendam yang menarik untuk dipertontonkan. Hal ini berhubungan dengan pengembangan wisata budaya yang menjadi salah satu sasaran pembangunan industri pariwisata Yogyakarta. Keberhasilan pengembangan pariwisata di Yogyakarta tidak terlepas dari kerja keras dari semua pihak baik Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, masyarakat, dan sektor swasta serta kerjasama dengan instansi-instansi baik vertikal maupun horisontal baik di dalam dan diluar Kota Yogyakarta.

Dukungan program dari instansi lain tersebut sangat perlu karena pariwisata merupakan kegiatan yang tidak bias mandiri dari kesuksesannya merupakan perwujudan dari kemantapan dan keberhasilan sektor lain seperti keamanan, lingkungan hidup, sarana dan prasarana, kordinasi lintas instansi dalam rangka pembangunan kepariwisataan. Dukungan dari sektor swasta dan masyarakat juga harus dilibatkan dalam pengembangan pariwisata, karena mereka yang diharapkan menjadi pelaku utama pariwisata di lapangan dan akan banyak berhadapan secara langsung dengan wisatawan. Kota Yogyakarta telah menetapkan dalam pola dasar pembangunannya bahwa pariwisata diharapkan menjadi andalan untuk

meningkatkan pendapatan daerah, sekaligus menciptakan pemerataan pendapatan masyarakat.

Pertumbuhan usaha industri kepariwisataan dipandang sebagai sumber pendapatan daerah melalui pajak dan retribusi. Diprediksikan bahwa tujuan industri pariwisata dapat menyumbang pendapatan daerah melalui pajak dan retribusi dapat tercapai. Kenaikan pendapatan daerah sektor pariwisata terutama dari pajak dan retribusi akan mengalami kenaikan yang cukup besar. Oleh karena itu, yang perlu dilakukan adalah investasi dan usaha di bidang pariwisata selalu didorong agar dapat tumbuh dengan cepat dan dapat segera memberikan manfaat sebaik-baiknya kepada masyarakat, termasuk masyarakat golongan menengah-bawah.