

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta

1. Visi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta

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

2. Misi Dinas Pariwisata 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
- d. kebudayaan dan pariwisata yang berkualitas;
- e. Meningkatkan koordinasi internal maupun antar mitra serta memperluas jaringan kebudayaan dan pariwisata di tingkat lokal dan nasional.

3. Tujuan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta

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

4. Rencana aksi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta

- a. Pengembangan Kawasan Wisata beserta potensi yang ada di dalamnya sebagai obyek wisata alternatif yang dapat dikunjungi oleh para wisatawan;
- b. Peningkatan kualitas dan kuantitas pelayanan industri pariwisata sebagai fasilitas yang diberikan kepada wisatawan;
- c. 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 di Kota Yogyakarta;

- d. 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;
- e. Pengembangan dan peningkatan kuantitas serta kualitas fasilitas, sarana dan prasarana yang menunjang keindahan dan kenyamanan Kota Yogyakarta;
- f. Peningkatan kesadaran masyarakat dan seluruh stake holder terhadap persoalan kepariwisataan di Kota Yogyakarta;
- g. Kemudahan aksesibilitas bagi siapapun yang berkunjung ke Kota Yogyakarta;
- h. 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.

- i. Memperbanyak event-event wisata, seni dan budaya, ekspo, maupun konvensi berskala local, regional, nasional, maupun internasional;
- j. Pengembangan dan pembinaan kesenian dan kebudayaan berbasis masyarakat dan kewilayahan sebagai penyangga utama kepariwisataan di Kota Yogyakarta.

5. Kebijakan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta

- a. 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;
- b. 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.

6. Program dan kegiatan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta

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

- e. Festival, Lomba, dan Gelar Seni Budaya;
- f. Pembinaan Industri Pariwisata.

7. Struktur organisasi Dinas Pariwisata 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 Administrasi Data dan Pelaporan;
 - 3) Sub Bagian Keuangan.
- c. Bidang Pembinaan dan Pengembangan Pariwisata, terdiri dari:
 - 1) Seksi Pengembangan Usaha dan Jasa Pariwisata;
 - 2) Seksi Pembinaan dan Pengembangan Pelaku Pariwisata.
- d. Bidang Promosi dan Kerjasama Pariwisata, terdiri dari :
 - 1) Seksi Kerjasama Pariwisata;
 - 2) Seksi Promosi dan Pemasaran Pariwisata.
- e. Bidang Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata, terdiri dari:
 - 1) Seksi Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata;
 - 2) Seksi Pengembangan Atraksi Budaya.
- f. Unit Pelayanan Teknis (UPT);
- g. Kelompok Jabatan Fungsional.

8. Tugas pokok, kedudukan, dan tugas Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta

a. Tugas pokok

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

b. Kedudukan

Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta merupakan unsur pelaksana Pemerintah Daerah dibidang pariwisata. Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dipimpin oleh Kepala Dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah.

c. Penjabaran tugas

Bidang pembinaan dan pengembangan pariwisata dalam struktur organisasi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta 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	1
5	Staff seksi Pengembangan usaha dan jasa	1

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta.

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

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

- 1) Merencanakan, melaksanakan, mengendalikan, mengevaluasi dan melaporkan kegiatan seksi;
- 2) Menyiapkan bahan kajian, bimbingan dan pembinaan serta petunjuk teknis yang berkaitan dengan pembinaan dan pengembangan pelaku pariwisata;
- 3) Melaksanakan kerjasama pembinaan pelaku pariwisata dengan pihak terkait;

- 4) Melaksanakan fasilitas uji kompetensi pelaku pariwisata;
- 5) Mengumpulkan, mengolah data dan informasi, menginventarisasi permasalahan serta melaksanakan pemecahan permasalahan yang berkaitan dengan pembinaan dan pengembangan pelaku pariwisata;
- 6) Melaksanakan analisis dan pengembangan kinerja seksi;
- 7) Melaksanakan tugas lain yang dirikan oleh Kepala Dinas;
- 8) Melaksanakan kampanye sadar wisata secara berkelanjutan;
- 9) Melaksanakan fasilitasi pembentukan dan pembinaan kelompok pelaku pariwisata berbasis komunitas lokal.

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

- 1) Merencanakan, melaksanakan, mengendalikan, mengevaluasi, dan melaporkan kegiatan seksi;
- 2) Menyiapkan bahan kebijakan, bimbingan dan pembinaan serta petunjuk teknis yang berkaitan dengan pembinaan dan pengembangan pelaku pariwisata;
- 3) Melaksanakan inventarisasi dan monitoring perkembangan potensi usaha dan jasa kepariwisataan;
- 4) Melaksanakan pembinaan dalam rangka pengembangan usaha dan jasa pariwisata;
- 5) Melaksanakan fasilitas dan kerjasama pengembangan paket wisata di Yogyakarta dan luar daerah;

- 6) Melaksanakan klasifikasi usaha dan jasa pariwisata;
- 7) Mengumpulkan, mengolah data dan informasi, menginventarisasi permasalahan-permasalahan serta melaksanakan pemecahan permasalahan yang berkaitan dengan pengembangan usaha dan jasa pariwisata;
- 8) Melaksanakan analisis dan pengembangan kinerja seksi;
- 9) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh kepala bidang;
- 10) Melaksanakan sosialisasi kebijakan pemerintah di bidang usaha dan jasa pariwisata bersama-sama dengan pihak terkait.

Program kerja Seksi Pembinaan Dan Pengembangan Pelaku Pariwisata adalah :

- 1) Pendampingan gerak rumangsa;
- 2) Pengembangan wawasan kepariwisataan bagi pelaku pariwisata kreatif;
- 3) Gelar kreatifitas pelaku pariwisata;
- 4) Kampanye sapta pesona.

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.

Program kerja Seksi pengembangan usaha dan jasa pariwisata:

- 1) *Surveillance* usaha jasa pariwisata;
- 2) *Survey* indeks kepuasan wisatawan;
- 3) *Monitoring* jumlah kunjungan hotel dan restoran/rumah makan.

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.

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

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

B. Gambaran Umum Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta

Pada awalnya dinas kebudayaan satu atap bersama dengan dinas pariwisata, di bentuk berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 10 tahun 2008, berlokasi di Jl. Suroto No. 11 Yogyakarta. Sebelum menjadi pariwisata dan kebudayaan, nama organisasi ini telah mengalami dua kali perubahan nama yaitu dinas pariwisata yang di bentuk berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 1996 dengan nama dinas pariwisata

kotamadya daerah tingkat II Yogyakarta dan pada tahun 2000 di ubah lagi menjadi dinas pariwisata seni dan budaya berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 19 Tahun 2000. Pada pertamakali didirikan berkantor di Gedung Dwisatawarsa Jl. Pekapalan Alun-alun utara Yogyakarta, kemudian pada tahun 2001 sampai saat ini berkedudukan di Jl. Suroto No.11 Yogyakarta¹⁵.

Adapun yang alasan terpisahnya kedua dinas ini didasari oleh Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 5 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Yogyakarta dan Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 61 Tahun 2016 tentang Susunan Organisasi, Kedudukan, dan Tugas.

Urusan Kebudayaan DIY pada mulanya menjadi wewenang Dinas Pendidikan dan Kebudayaan DIY. Melalui Keputusan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta nomor: 353/KPTS/1994 tanggal 26 Oktober 1994 tentang Pembentukan Dinas Kebudayaan Provinsi DIY, maka urusan Kebudayaan menjadi dinas tersendiri . Dinas Pendidikan dan Kebudayaan DIY menjadi Dinas Kebudayaan DIY dan Dinas Pendidikan dan Pengajaran. Pada mulanya kepala Dinas dilaksanakan oleh Plt Drs. Wahyuntana yang sekaligus masih merangkap di Dinas Pendidikan dan Pengajaran, dan pada tahun ini belum ada pejabat eselon III dan IV serta belum ada kantor resmi¹⁶.

¹⁵ Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 5 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Yogyakarta

¹⁶ Keputusan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta nomor: 353/KPTS/1994 tanggal 26 Oktober 1994 tentang Pembentukan Dinas Kebudayaan Provinsi DIY

Baru pada 26 November 1997 di lakukan peresmian Dinas Kebudayaan DIY, peresmian Kantor Dinas di sisi timur lapangan kepatihan, dan pada 27 November 1997 di lakukan pelantikan pejabat eselon II, III, dan IV. Pada saat itu Drs. Wahyuntana resmi menjadi pelaksana harian.

Pada tahun 1998 Kepala Dinas dijabat oleh KMT Putronagoro sampai pensiun pada tahun 2000, yang selanjutnya ketugasan kepala dinas dilaksanakan oleh Ir. Kismo Sukirdo

Sesuai kebijakan Pemerintah mengenai otonomi daerah, penyerahan kewenangan, dan urusan, pada tahun 2001 Dinas Kebudayaan DIY bergabung dengan Dinas Pariwisata DIY, Kanwil Pariwisata DIY, Kanwil Pendidikan dan Kebudayaan DIY (Bidang Sejarah dan Nilai tradisi dan Bidang Museum dan Purbakala) menjadi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata DIY dengan Kepala Dinas Ir. Djoko Budhi Sulistyو (Oktober 2001- 30 September 2006).

Dengan terbitnya SK pensiun Ir. Djok Budhi Sulistyو kemudian di lantik Ir. Condroyono sebagai Kepala Dinas sejak 30 September 2006 sampai 23 juli 2008. Untuk mengisi kekosongan setelah Ir. Condroyono menginjak masa pensiun kemudian di lantik Plt. Dra. Dyan Anggraini (23 Juli 2008 – 22 Desember 2008) 22 Desember 2008 – 2010 Drs. Djoko Dwiyanto, Mhum. 2010 - sekarang Drs. GBPH Yudaningrat, MM

1. Visi Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta

Terwujudnya tata nilai budaya masyarakat yang berbasis pada nilai-nilai luhur budaya lokal didukung oleh pemerintah yang katalistik

2. Misi Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta

- a. Meningkatkan kualitas pelayanan melalui manajemen yang akuntabel profesional dan beretika sesuai dengan tata nilai budaya masyarakat;
- b. Melestarikan, melindungi, dan mengembangkan asset budaya DIY sebagai upaya mewujudkan jati diri masyarakat;
- c. Menjadikan ketahanan budaya sebagai jiwa dan semangat pemerintahan yang katalistik;
- d. Menjadikan DIY sebagai pusat budaya dengan berbagai event budaya nasional dan internasional.

3. Struktur organisasi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta

Unsur Organisasi Dinas Kebudayaan, terdiri dari :

- a. Pimpinan Kepala Dinas;
- b. Wakil Kepala Dinas;
- c. Sekretaris Dinas;
- d. Pembantu Pimpinan : Sekretariat yang terdiri dari Subbagian-subbagian;
- e. Pelaksana:
 - 1) UPTD;
 - 2) Bidang-bidang yang terdiri dari Seksi-seksi.

3) Kelompok Jabatan Fungsional

Organisasi Dinas Kebudayaan, terdiri dari :

- a. Sekretariat, terdiri dari:
 - 1) Subbagian Umum;
 - 2) Subbagian Keuangan;
 - 3) Subbagian Program, Data, dan Teknologi Informasi.
- b. Bidang Perencanaan:
 - 1) Seksi Perencanaan sektoral;
 - 2) Seksi Perencanaan Kewilayahan.
- c. Bidang Sejarah, Bahasa, dan Sastra Jawa:
 - 1) Seksi Sejarah;
 - 2) Seksi Bahasa Jawa;
 - 3) Seksi Sastra Jawa.
- d. Bidang Permusiuman:
 - 1) Seksi Promo dan Inovasi;
 - 2) Seksi Pembinaan dan Edukasi;;
 - 3) Seksi Fasilitasi dan Pengembangan.
- e. Bidang Adat dan Tradisi:
 - 1) Seksi Adat dan Tradisi;
 - 2) Seksi Seni Tradisi Kerakyatan;;
 - 3) Seksi Seni Tradisi Klasik.
- f. Bidan Seni dan Film:
 - 1) Seksi Seni Kontemporer;

- 2) Seksi Seni Rupa;
 - 3) Seksi Seni Film.
- g. Bidang Pelestarian warisan Budaya dan Nilai Budaya:
- 1) Seksi Warisan Budaya;
 - 2) Seksi Tata Nilai Sosial Budaya;
 - 3) Seksi Tata Nilai Iptek.

C. Peranan Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta Dalam Meningkatkan Kegiatan Berdaya Saing Nasional di Sektor Wisata

Dinas pariwisata dan dinas kebudayaan merupakan salah satu Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang berada dalam pemerintahan Kota Yogyakarta dengan peran yang disandangnya sebagai penyelenggara urusan pemerintah daerah khususnya di bidang pariwisata dan kebudayaan Kota Yogyakarta. Sesuai dengan tugas dan fungsinya Dinas Pariwisata dan Dinas 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 Dinas 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 Dinas 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. Didalam penerapannya perlu adanya penyusun 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 serta potensi Kepariwisataaan yang ada di Kota Yogyakarta, maka strategi pengembangan kepariwisataan Kota Yogyakarta terbagi dalam komponen-komponen pengembangan yang terstruktur sebagai berikut:

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

Pemantapan 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.

1. Strategi Pengembangan Pemasaran dan Promosi

Pemasaran dan promosi memegang peran utama tersampainya pesan dan informasi mengenai industri kepariwisataan di Kota 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, misal pemasaran industri Pariwisata melalui internet (*applied technology*).

2. Strategi Pengembangan Aksesibilitas

Pengembangan aksesibilitas pada sektor kepariwisataan difokuskan kepada kemudahan dan kemurahan biaya pencapaian dari 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 relatif besar, baik melalui penciptaan sektor-sektor 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.

3. Strategi Pengembangan Produk

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 Kepariwisataan Yogyakarta sampai saat ini relatif memadai (dalam arti kuantitas dan keragamannya), meskipun secara kualitas masih perlu untuk diperbaiki secara berlanjut. 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 Kota 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. Di lain 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.

4. Strategi pengembangan Aktifitas Pendukung

Pengembangan aktivitas pendukung kepariwisataan diarahkan kepada penciptaan keragaman aktivitas atau kegiatan yang dapat mendorong tumbuhnya kegiatan pariwisata di Kota Yogyakarta, serta mencintakan lapangan kerja potensial bagi masyarakat 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.

5. Strategi Dalam Peningkatan SDM

Peningkatan sumberdaya manusia dibidang kepariwisataan diarahkan pada 2 saran yaitu:

- a. Dunia Pendidikan Kepariwisataan;
- b. Dunia Usaha.

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.

6. Strategi Pengembangan Dalam Sistem Informasi dan Media Center

Pengembangan sistem 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 Kota Yogyakarta secara luas.

D. Parameter Keberhasilan Pengembangan Pariwisata

Pada dasarnya keberhasilan kebijakan pengembangan bidang pariwisata dapat dilihat dengan beberapa parameter. Parameter keberhasilan pengembangan bidang pariwisata antara lain

1. Peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung

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. Berikut ini adalah data kunjungan wisatawan mancanegara maupun lokal ke wisata Kota Yogyakarta pada tahun 2017.

Tabel 2

Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara maupun lokal wisata Kota Yogyakarta tahun 2017

Bulan	Kunjungan Museum	Kunjungan Situs Sejarah & Budaya	Kunjungan Kampung Wisata & Obyek Wisata lain	Jumlah
Januari	135.476	151.754	530.054	817.284
Febuari	77.150	100.518	330.529	508.197
Maret	90.584	111.106	459.043	660.733
April	99.937	135.009	509.952	744.898
Mei	90.571	141.979	497.914	730.464
Juni	65.944	92.379	289.365	447.688
Juli	135.822	175.609	554.323	865.754
Agustus	89.562	127.837	316.517	533.916
September	72.597	113.270	317.214	503.081
Oktober	100.379	121.904	404.747	627.030
November	85.600	98.419	327.671	511.690
Desember	182.605	234.196	810.297	1.227.096
TOTAL WISATAWAN DI TAHUN 2017				8.177.831

Sumber : Statistik kepariwisataan di kota Yogyakarta tahun 2017

Keterangan :

- a. Kunjungan museum terdiri dari 14 Museum di Kota Yogyakarta yaitu:

Museum Sonobudoyo, Museum Sasmitaloka Pangsar Soedirman, Museum Taman Siswa Dewantara Kirti Griya, Museum Sasana Wiratama P. Diponegoro, Museum Pusat Dharma Wiratama, Museum Perjuangan, Museum Benteng Vredeborg, Museum Biologi UGM, Museum Puro Pakualaman, Museum Bahari, Museum Kereta Keraton, Museum Batik Indonesia, Museum Sandi, dan De Mata Art Museum.

- b. Kunjungan situs sejarah dan budaya terdiri dari 5 situs di Kota Yogyakarta yaitu: Kraton Yogyakarta, Pagelaran Kraton, Taman sari, Istana Gedung Agung, dan Makam Raja Mataram.

- c. Kunjungan kampung wisata dan obyek wisata lain terdiri dari 6 obyek wisata di Kota Yogyakarta yaitu:

Kampung wisata Dipowinatan, Taman Pintar, Gembira Loka, Purawisata, Kebun Plasma Nutfah, dan Jogja Gallery.

Berdasarkan pada tabel tersebut di atas dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan Kota Yogyakarta pada tahun 2017 sejumlah 8.177.831 wisatawan. Wisatawan paling banyak berkunjung pada bulan Januari (817.284 orang) kemudian di bulan Juli (865.754 orang) dan bulan Desember (1.227.096 orang). Tren tertinggi terjadi pada bulan-bulan tersebut karena bertepatan dengan liburan sekolah maupun cuti bersama

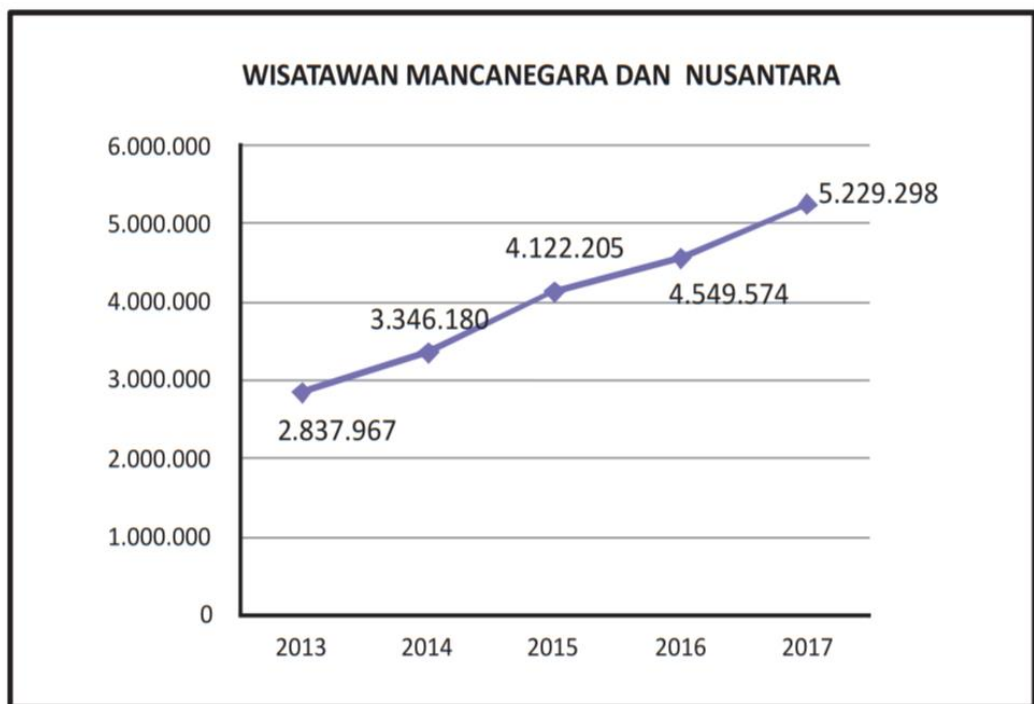
long weekend sehingga mendorong adanya fluktuasi kunjungan wisatawan ke Yogyakarta.

Perbandingan capaian kinerja 5 tahun terakhir Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dapat dilihat pada gambar berikut ini

Gambar 1

Grafik Jumlah Kunjungan Wistawan di Kota Yogyakarta

Tahun 2017



Sumber : Statistik kepariwisataan di kota Yogyakarta tahun 2017

Dari data di atas dapat diketahui bahwa target kunjungan wistawan dari tahun 2013-2017 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.

Pemerintah Kota Yogyakarta juga secara rutin menyelenggarakan promosi wisata internasional ke berbagai negara seperti Taiwan, Kanada, Jerman, Jepang, dan lainnya, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk meningkatkan kepercayaan wisatawan, khususnya wisatawan asing. Untuk tahun-tahun mendatang, Kota 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 wisatawan yang berkunjung

Dengan meningkatnya lama tinggal wisatawan sangatlah besar artinya dalam mengembangkan seluruh aspek yang terkait dengan kegiatan wisata. 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 yang ada di Kota Yogyakarta Tahun 2017:

Tabel 3

Lama tinggal wisatawan mancanegara maupun lokal di hotel bintang
tahun 2017

BULAN	HOTEL BINTANG					
	Wisatawan Mancanegara			Wisatawan Lokal		
	Total Lama menginap	Total Tamu menginap	LoS= LM/TM	Total Lama menginap	Total Tamu menginap	LoS= LM/TM
Januari	17.792	40.123	2,26	191.750	334.725	1,75
Februari	22.079	55.879	2,53	171.958	481.609	2,01
Maret	24.257	56.980	2,35	182.565	325.673	1,78
April	27.377	49.879	1,82	197.258	349.755	1,77
Mei	28.170	62.434	2,22	232.770	520.658	2,24
Juni	28.579	63.765	2,23	152.572	376.598	2,47
Juli	32.994	69.755	2,11	211.589	413.954	1,96
Agustus	39.008	61.760	1,58	172.062	398.968	2,32
September	34.501	72.976	2,12	159.472	298.796	1,87
Oktober	28.167	62.190	2,21	169.336	321.547	1,90
November	28.275	61.432	2,17	183.346	323.799	1,77
Desember	31.545	64.136	2,03	249.958	501.358	2,01
Jumlah rata-rata	28.562	60.109	2,14	189.553	375.960	1,99

Sumber : Statistik kepariwisataan di Yogyakarta tahun 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa lama tinggal wisatawan mancanegara di hotel bintang tertinggi pada bulan Juni yaitu 2,23 hari sedangkan wisatawan lokal pada bulan Agustus yaitu 2,32 hari. Adapun lama menginap di hotel bintang terendah wisatawan mancanegara pada bulan Agustus sebesar 1,58 hari dan wisatawan lokal pada bulan Januari sebesar 1,77 hari. Dengan semakin banyaknya

jumlah wisatawan secara tidak langsung hal tersebut akan menaikkan juga pendapatan asli daerah (PAD) Kota Yogyakarta.

3. Sumbangan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Peranan pariwisata dalam memberikan hal sumbangan pada pendapatan asli daerah telah disadari oleh pemerintah daerah, sehingga aspek ini menjadi tolok ukur keberhasilan pariwisata. Berdasarkan data Statistik Kepariwisata Yogyakarta 2017 jumlah pendapatan asli daerah sub sektor pariwisata Kota Yogyakarta Tahun 2017 adalah sebagai berikut :

Tabel 4

Jumlah Pendapatan Asli Daerah (PAD) Sub Sektor Pariwisata di Kota Yogyakarta tahun 2017

No	Sumber	Jumlah Nominal
1	Pajak hotel dan restaurant	Rp. 171.695.183.383
2	Pajak tontonan dan hiburan	Rp. 13.662.360.780
3	Retribusi penggunaan aset milik pemda	Rp. 884.245.300
TOTAL PENDAPATAN		Rp. 186.241.789.463

Sumber : Statistik kepariwisataan di Yogyakarta tahun 2017

Dari data di atas dapat diketahui bahwa kontribusi terbesar pendapatan asli daerah Kota Yogyakarta di dapat sub sektor pariwisata yang ada. Dengan anggaran yang di peroleh inilah pemerintah Kota Yogyakarta dapat merenovasi tatanan Kota menjadi lebih indah.

4. Faktor Belanja dan Pengeluaran Wisatawan

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 49,53%. Adapun lapangan usaha yang di maksud yaitu:

Tabel 5

Jumlah usaha perjalanan wisata Kota Yogyakarta

No	Jenis Usaha	2015	2016	2017
1	Biro Perjalanan/Wisata	289	157	190
2	Agen Perjalanan/Wisata	16	16	16
3	Jumlah	305	173	206

Sumber : Statistik kepariwisataan di Yogyakarta tahun 2017

Tabel 6

Jumlah usaha makana dan minuman yang sudah di bina oleh Kota

Yogyakarta

No	Klasifikasi	2015	2016	2017
1	Restaurant/rumah makan	327	350	161
2	Cafe	41	11	59

Sumber : Statistik kepariwisataan di Yogyakarta tahun 2017

Tabel di atas merupakan beberapa jenis usaha yang telah berkerja sama maupun dii bina oleh pemerintah Kota Yogyakarta guna memberi

fasilitas kepada para wisatawan yang berkunjung. Selain itu juga dari berbagai jenis usaha tersebutlah pendapatan asli daerah berasal contohnya dengan biro perjalan wisata yang berkerja sama dengan beberapa intansi seperti hotel, restaurant, obyek wisata, dan juga toko oleh-oleh. Dengan demikian secara tidak langsung perekonomian di Kota Yogyakarta pun meningkat dengan bertambahnya atau pun bnyaknya wisatawan yang berkunjung.

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.

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.

E. Faktor Penunjang dan Penghambat Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam pengembangan pariwisata di Kota Yogyakarta

Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam mengoptimalkan perannya untuk meningkatkan kegiatan wisata yang berdaya saing nasional dipengaruhi oleh faktor ketersediaan ketersediaan sarana-prasarana, anggaran, dan juga partisipasi masyarakat. Berikut akan dipaparkan bagaimana faktor-faktor tersebut dapat mendukung dalam pengoptimalan peran Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta:

1. Faktor Penunjang

a. 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 Dinas Kebudayaan Kota

Yogyakarta. Ketersediaan sarana dan prasarana akan berpengaruh pada efektivitas program dan tugas yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta.

b. Ketersediaan Anggaran Yang Memadai

Salah satu unsur yang paling penting dalam terselenggaranya suatu program atau kegiatan adalah adanya 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 selalu berkembang setiap tahunnya cukup pesat. Maka anggaran yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta cukup besar. Namun untuk porsi pendanaan Dinas Pariwisata dan Dinas 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.

c. Perkembangan Teknologi

Berkembangnya teknologi khususnya di bidang komunikasi elektronik yang semakin canggih seperti 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.

d. 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.

2. Faktor Penghambat

Adapun faktor penghambat yang di temukan oleh Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan dalam menjalankan tugasnya terdiri dari beberapa faktor yaitu :

a. Faktor Hukum

Sebutan Yogyakarta, sebagai kota kebudayaan, kota pelajar, dan kota pariwisata sudah sangat lekat sebagai bagian dari laju pertumbuhannya. Tentu bukan tanpa alasan, Yogyakarta memiliki atmosfer kebudayaan yang sangat mendukung masyarakat untuk berkembang, baik dalam hal seni maupun budayanya. Salah satu faktor terhambatnya perkembangan kepariwisataan di Kota Yogyakarta ini di karenakan adanya pembangunan hotel dalam jumlah banyak secara bersamaan yang tidak sebanding dengan terbatasnya objek wisata, menimbulkan banyak dampak negatif. Dampak yang paling dirasakan adalah kekeringan dan kemacetan lalu lintas. Demi mengatasi masalah

tersebut pemerintah Kota Yogyakarta mengeluarkan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2012 tentang Bangunan Gedung dan juga Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 77 Tahun 2013 Tentang Pengendalian Pembangunan Hotel. Sayangnya langkah bijak Pemerintah Daerah terkesan terlambat dan peraturan ini hanya berlaku efektif tertanggal 1 Januari 2014 sampai dengan 31 Desember 2016. Sedangkan terkait masalah perizinan ada 104 permohonan perizinan yang masuk ke Dinas Perizinan kota Yogyakarta per 31 Desember 2013 sampai 31 Desember 2017 terdapat 11 izin pembangunan hotel baru telah dikeluarkan untuk dibangun di wilayah Wirobrajan, Pakualaman, Gondokusuman, Jetis, Danurejan, dan Gedongtengen.

b. Faktor Lembaga

Pada kenyataannya Dinas Pariwisata dan Dinas kebudayaan Kota Yogyakarta masih memiliki banyak kekurangan salah satunya terkait pemasaran. Walaupun pemerintah Kota Yogyakarta sudah berusaha semaksimal mungkin dalam mempromosikan sektor pariwisata yang ada masih dirasa kurang dalam mengembangkan destinasi wisata yang ada di karenakan daerah tujuan wisata lain di Indonesia telah berkembang cukup pesat menyaingi daerah-daerah lain yang telah berkembang sebelumnya, daerah-daerah wisata yang baru berkembang dengan pesat tidak mau harus berbagi pasar wisata dengan daerah lain sehingga daerah tujuan wisata yang

telah berkembang terlebih dahulu seperti Bali, Yogyakarta, dan Bandung, harus siap bersaing dengan daerah tujuan wisata yang sedang berkembang seperti Batam, Lampung, Malang, 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.

c. Faktor Masyarakat

Kurangnya tingkat kesadaran masyarakat terhadap perkembangan pariwisata menjadi Faktor utama dalam pemerataan hasil-hasil kepariwisataan secara langsung. 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 penciptaanya 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. Faktor Penegakan Hukum

Pembangunan terjadi di banyak sektor, dan salah satunya adalah di sektor pariwisata. Hotel merupakan salah satu bentuk dari pembangunan di sektor pariwisata. Namun, apabila suatu pelaku usaha akan mendirikan hotel harus memiliki izin, yang salah satunya adalah izin lingkungan yaitu izin bagi kegiatan yang wajib memiliki AMDAL atau UKL-UPL dalam rangka perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup sebagai prasyarat memperoleh izin usaha dan atau kegiatan. Walaupun pemerintah sudah berupaya semaksimal mungkin untuk meminimalisir akan ijin pembanguunan hotel kan tetapi banyak oknum-oknum pemerintah yang masih melanggar aturan yang ada demi kepentingan pribadi, ini lah yang menjadikan kurang maksimalnya peranan Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan dalam meningkatkan kegiatan wisata yang berdaya saing nasional.