

**PERAN DINAS PARIWISATA DAN DINAS KEBUDAYAAN KOTA
YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN KEGIATAN WISATA
YANG BERDAYA SAING NASIONAL**

NASKAH PUBLIKASI



**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 Fakultas Hukum Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta.**

Disusun Oleh :

Nama : Luthfi Anuhgrah

Nim : 20140610330

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

NASKAH PUBLIKASI

PERAN DINAS PARIWISATA DAN DINAS KEBUDAYAAN KOTA
YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN KEGIATAN WISATA
YANG BERDAYA SAING NASIONAL

Diajukan Oleh:

Nama : Luthfi Anuhgrah
NIM : 20140610330


Distujui Oleh:
Dosen Pembimbing



Sunarno, S.H., M.Hum
NIK. 19721228200004153046

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta




DR. Trisno Raharjo, S.H., M.Hum.
NIK. 19710409199702153028

**PERAN DINAS PARIWISATA DAN DINAS KEBUDAYAAN KOTA
YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN KEGIATAN WISATA
YANG BERDAYA SAING NASIONAL**

Luthfi Anuhgrah
Mahasiswa Program Studi Ilmu Hukum FH UMY
Email: anuhgrah@gmail.com

ABSTRAK

Skripsi ini membahas tentang peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam meningkatkan kegiatan wisata berdaya saing nasional di Kota Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dan empiris yaitu dengan mengkaji bahan-bahan pustaka (studi kepustakaan). Dan berdasarkan fakta-fakta empiris yang di ambil dari wawancara dengan responden. Karena itu, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, yang mencakup hasil wawancara dengan responden dan bahan hukum primer, sekunder, dan tersier.

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui sejauh apa peran Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kota Yogyakarta juga faktor penghambat dan faktor pendukung Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan dalam menjalankan tugasnya.

Adapun hasil dari penelitian ini bahwa kebijakan Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam pengembangan Pariwisata untuk meningkatkan kegiatan wisata yang berdaya saing nasional adalah pengembangan pemasaran dan promosi, peningkatan SDM, pengembangan aksesibilitas. Faktor pendukung dalam pengembangan pariwisata adalah citra Kota Yogyakarta, ketersediaan anggaran, ketersediaan sarana dan prasarana dan pertumbuhan komunikasi elektronik. Faktor penghambatnya adalah faktor kurangnya sarana dan prasarana pendukung, dan lain-lain

Kata kunci: Pariwisata, Kebudayaan, Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan.

I. PENDAHULUAN

Pariwisata selalu menjadi sektor yang terus dikembangkan pemerintah. DPR RI telah menetapkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan yang menggantikan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990. Secara regulatif, undang-undang tersebut bertujuan untuk mendorong usaha kecil dan menengah agar dapat membantu terciptanya *Sustainable Tourism Industry*. Undang-undang sebelumnya dianggap tidak mampu untuk menjawab tantangan dan harapan ke depan bagi pariwisata Indonesia. Sektor pariwisata dapat dikatakan bersentuhan langsung dengan masyarakat dengan tingkat ekonomi yang paling bawah, karena mereka yang akan melakukan kontak langsung dengan para wisatawan asing. Untuk itulah Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 ini ditetapkan, sehingga para pengrajin, pemandu wisata, dan para pelaku wisata kecil dan menengah dapat dibina dan dikembangkan sesuai dengan aturan yang berlaku.

Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Pengembangan sektor pariwisata yang dilakukan dengan baik dan maksimal akan mampu menarik wisatawan domestik maupun wisatawan asing untuk

datang dan membelanjakan uangnya dalam kegiatan berwisatanya¹. Dari transaksi itulah masyarakat daerah wisata akan terangkat taraf hidupnya serta negara akan mendapat devisa dari wisatawan asing yang menukar mata uang negaranya dengan rupiah.

Pasal 4 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan dapat diketahui bahwa pariwisata bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, mempererat persahabatan antar bangsa.

Melihat pentingnya peranan pariwisata dewasa ini, maka banyak negara-negara penerima wisatawan tergerak perhatiannya untuk mencari sesuatu sistem bagaimana mengukur lalu lintas wisatawan ke negara tersebut. Sistem itu tidak saja sekedar digunakan untuk mengukur jumlah kedatangan wisatawan dan lama menginap wisatawan dinegara tersebut, tetapi juga untuk menghitung jumlah penerimaan sektor industri serta susunan dan arus produksi yang dihasilkan di negara penerima itu sebagai akibat pengeluaran baik oleh wisatawan asing maupun domestik.

Kota Yogyakarta merupakan salah satu dari 25 kota di Indonesia yang mendapatkan penghargaan dari kementrian pariwisata dan ekonomi kreatif

¹ Ps 1 Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan

sebagai kota tujuan wisata favorit di Indonesia. Selain itu prestasi yang membanggakan ditorehkan oleh kota Yogyakarta dan mendapatkan penghargaan pariwisata tingkat Internasional untuk katagori *The Best Print Advertisement* dari *Tourism Promotion Organization (TPO) for Asian Pacific Cities* yang berpusat di Korea Selatan. Kota Yogyakarta telah mendapatkan empat kali penghargaan dari TPO sejak tahun 2009 secara berturut-turut dalam kategori berbeda. Tahun 2009 Kota Yogyakarta mendapatkan penghargaan *The Best Public Relations*, tahun 2010 memperoleh penghargaan *The Best Campaign*, tahun 2011 meraih *The Best Website*², serta menjadi kota pemenang anugerah kesehatan pada tahun 2017³.

Kota Yogyakarta merupakan sentral dari Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga animo wisatawan yang datang ke Kota Yogyakarta paling tinggi diantara kabupaten yang lain seperti Kabupaten Sleman, Gunung Kidul, Kulon Progo dan Bantul. Pemerintah perlu menerapkan *good tourism governance* yaitu tata kelola kepariwisataan yang baik dan melibatkan seluruh pemangku kepentingan bidang pariwisata secara aktif. Agar jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Kota Yogyakarta semakin bertambah sehingga berdampak pada pendapatan asli daerah Kota Yogyakarta yang semakin meningkat dari sektor pariwisata maupun perekonomian masyarakat

² Susanto. "Kota Yogyakarta dan Mendapatkan Penghargaan Pariwisata Tingkat Internasional" dalam <http://mediainfokota.jogjakota.go.id>, diakses pada tanggal 17 Desember 2017, pukul 09.54 WIB.

³ Ikrar, "kota Yogyakarta optimis pertahankan penghargaan tertinggi kota sehat Indonesia" dalam <http://jogja.tribunnews.com>, di akses pada tanggal 17 Desember 2017 pukul 09.57 WIB.

yang dapat memberikan dampak kesejahteraan yang tinggi. Karena pemerintah tidak akan bisa melakukan pengembangan pariwisata tanpa adanya dukungan dari seluruh stakeholders yang ada.

Hal tersebut tidak lain dan tidak bukan dikarenakan adanya peranan dari Dinas Pariwisata dan juga Dinas Kebudayaan yang ada di Yogyakarta, Keberhasilan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dalam menawarkan konsep pariwisata menurut ciri khasnya melalui slogan atau *city branding* merupakan keberhasilan sektoral, belum banyak dilakukan di beberapa daerah yang lain. Kekhawatiran yang muncul ialah terletak pada sistem pengembangan pariwisata nasional yang belum maksimal dan belum dilakukan secara holistik dengan konsep pengembangan yang sistematis. Akibatnya, beberapa sektor pariwisata Indonesia belum tereksplor dengan baik, padahal objek wisata tersebut menyuguhkan keindahan alam dan keunikan budaya yang sebetulnya mampu untuk dijual secara maksimal. Identifikasi permasalahan pengembangan sektor pariwisata di Indonesia ialah berkaitan dengan masalah marketing yang belum maksimal sehingga perlu adanya perbaikan secara signifikan.

Pengembangan suatu objek wisata yang direncanakan dengan baik tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi yang memperbaiki taraf, kualitas dan pola hidup masyarakat setempat tetapi juga peningkatan dan pemeliharaan lingkungan yang baik. Namun demikian, perlu disadari bahwa

upaya-upaya pengembangan pariwisata yang dilaksanakan oleh pemerintah sangat membutuhkan dukungan penuh dan partisipasi dari masyarakat yang ada pada akhirnya diharapkan dapat terwujud iklim pariwisata yang kondusif bagi tumbuh dan kembangnya pariwisata Indonesia yang berdaya saing. Sesuai dengan diberlakukannya Otonomi Daerah maka peran pemerintah pusat dalam pengembangan pariwisata nasional akan membagi tugas dan kewenangan kepada Pemerintah Daerah. Salah satu tugas penting yang akan diserahkan oleh Pemerintah Pusat kepada daerah adalah perencanaan dalam pengembangan pariwisata khususnya untuk masing-masing daerah di Indonesia. Pelimpahan tugas ini akan menuntut peran aktif dan proaktif daerah untuk mengembangkan berbagai peluang pariwisata di daerahnya dan secara professional merancang strategi-strategi pengembangan pariwisata daerahnya masing-masing, pariwisata yang maju, berkembang dan berkelanjutan.

II. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan jenis penelitian hukum empiris. Yang dimaksud dengan jenis penelitian hukum empiris yakni mengkaji pelaksanaan ataupun implementasi dari ketentuan hukum positif yang berlaku (perundang-undangan) guna mencapai tujuan yang telah ditentukan. penelitian hukum empiris dilakukan melalui studi lapangan (*Field Research*) untuk mencari dan sumber hukum dalam arti sosiologis yaitu sebagai suatu keinginan dan kepentingan yang ada di dalam masyarakat⁴.

B. Data Penelitian

Dalam jenis penelitian hukum empiris diperlukan data dan bahan penelitan. Data diperoleh dengan melakukan penelitian di lapangan (*Field Research*) melalui pengamatan, observasi, maupun wawancara dengan informan. Adapun bahan penelitiannya meliputi bahan hukum primer, bahan hukum, sekunder dan bahan hukum tersier.

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mempunyai kekuatan mengikat seperti peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, dokumen kontrak, dan perjanjian internasional (traktat).

⁴ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, 2007, *Dualisme Penelitian Hukum*, Yogyakarta, Fakultas Hukum Universitas Yogyakarta, hlm 25.

Bahan hukum sekunder adalah kajian teoritis yang berupa pendapat hukum, ajaran (doktrin) dan teori hukum sebagai penunjang bahan hukum primer yang diperoleh dari hasil penelitian, buku teks, rancangan undang-undang, jurnal ilmiah, surat kabar, internet, dan wawancara dengan narasumber.

Bahan hukum tersier dan atau bahan non-hukum adalah bahan penelitian yang dapat menjelaskan bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder, yang berupa kamus, ensiklopedia, leksikon atau dokumen non hukum (misal: statistik, gambar, demografi, dan sebagainya).

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian hukum empiris kualitatif ada tiga macam teknik yaitu wawancara, pengamatan dan observasi. Ketiga teknik tersebut dapat digunakan secara sendiri-sendiri maupun secara bersamaan sekaligus.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode analisis terhadap jenis penelitian hukum empiris kualitatif yaitu berupa metode deskriptif yaitu metode analisis yang digunakan untuk memaparkan suatu fenomena secara jelas dan rinci. Penggunaan metode ini menempatkan peneliti sebagai pelapor (pemberi informasi) sesuai hasil penelitian yang dilakukan.

III. PEMBAHASAN

A. 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 Kepariwisataaan 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.

B. 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.

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:

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.

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:

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.

C. 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:

a. 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.

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.

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.

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.

1. 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.

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.

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.

IV. PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Peran Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam meningkatkan kegiatan wisata yang berdaya saing nasional yaitu dengan menggunakan strategi pemasaran serta pembangunan atau pun peremajaan obyek wisata yang telah ada agar menjadi lebih menarik wisatawan. Selain itu juga dengan menambah SDM yang ada serta pengembangan produk wisata yang ada merupakan daya tolong tersendiri untuk menjadikan kota Yogyakarta di sektor wisata menjadi lebih unggul di bandingkan kota-kota lainnya yang ada di Indonesia.
2. Faktor penunjang dalam meningkatkan kegiatan wisata adalah ketersediaan sarana dan prasarana, ketersediaan anggaran yang memadai, perkembangan Teknologi dan juga adanya citra Kota Yogyakarta itu sendiri. Sedangkan faktor penghambat dalam meningkatkan kegiatan wisata terdiri dari beberapa faktor yaitu: faktor hukum, faktor lembaga, faktor masyarakat, dan faktor penegakan hukum.

A. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diambil penulis memberikan saran- saran sebagai berikut :

1. Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta lebih kreatif melalui peningkatan dan memunculkan obyek pariwisata yang baru sehingga dapat melengkapi obyek wisata yang selama ini telah ada dan perlunya mengadakan penyuluhan ke masyarakat yang berada di daerah kawasan wisata tentang kesadaran menjaga kawasan-kawasan wisata agar dapat terjaga kelestariannya.
2. Perlu adanya pembentukan kelompok-kelompok kecil di masyarakat yang di bina langsung oleh Dinas Pariwisata maupun Dinas Kebudayaan dalam melestarikan, mengembangkan, serta menjaga pariwisata dan budaya yang telah ada, kelompok yang dimaksud yaitu berupa kelompok sadar wisata (POKDARWIS) dan juga kelompok sadar budaya (POKDAYA).
3. Adanya acara-acara ataupun event yang mengangkat tema tentang pariwisata maupun kebudayaan misalnya sepeda santai keliling museum dengan demikian peserta yang ikut bisa merasakan sensasi berwisata yang berbeda dan memahami kebudayaan-kebudayaan yang tersimpan di tiap-tiap museum yang ada, di harapkan hal ini dapat menjadi peluang pengembangan kegiatan wisata yang berdaya saing nasional.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Bambang Sunaryo, 2013, *Kebijakan Pembangaunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Inonesia*, Yogyakarta: Gava Media.
- Hamidi Jazim, 2000. *Yuridprudensi tentang Penerapan Asas-asas Umum Penyelenggaraan Pemerintahan yang Layak*, PT. Tata Nusa, Jakarta.
- I Gede Pitana, 2009, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Muljadi, A.J, 2016, *Kepariwisata dan Perjalanan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad, 2010, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Oka O Yuti, 1994, *Pemasaran Pariwisata*, Bandung: Angkasa Bandung
- Salah Wahab, 1997, *Pemasaran Pariwisata*, Jakarta: PT Pratnya Paramita
- Salah Wahab, 1989, *Manajemen Kepariwisata*, Jakarta : PT. Pradnya Paramita.
- Soerjono Soekanto, 1981, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Sondang P Siagian, 2000. *Administrasi Pembangunan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Winarna Surya Adisubrata, 2002, *Otonomi Daerah di Era Reformasi*, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) AMP YKPN.

UNDANG-UNDANG:

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisatan.

Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2012 tentang Keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta.

Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah.

Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pembentukan, Susunan, Kedudukan, dan Tugas Pokok Dinas Daerah.

Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 4 Tahun 2010 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata.

Peraturan Wali Kota Yogyakarta Nomor 101 Tahun 2011 tentang Perubahan Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 80 Tahun 2008 tentang Fungsi, Rincian Tugas dan Tata Kerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta.

Keputusan Walikota Yogyakarta Nomor 557//KEP 2007 tentang Rencana Aksi Daerah Bidang Pariwisata Kota Yogyakarta.

JURNAL

- Artaya Ari, Kewenangan Pemerintah Kabupaten Badung Dalam Pengendalian Perizinan Pembangunan Sarana Akomodasi Pariwisata, *Jurnal Magister Hukum Udayana*, Volume 5 Nomor 3 (Juni 2016).
- Dewi Anisa, Alkurturasi Budaya Pada Perkembangan Kraton Yogyakarta, *Jurnal PESAT Universitas Gunadarma Depok*, Volume 3 Nomor 14 (April 2018).
- Harjiyatni, Perlindungan Hukum Benda Cagar Budaya Terhadap Ancaman Kerusakan di Yogyakarta, *Mimbar Hukum Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada*, Volume 24 Nomor 2 (Mei 2012).
- Lahilote, Kajian Yuridis Terhadap Agen Perjalanan (Travel Agent) Dalam Bisnis Pariwisata, *Jurnal Al Syir'ah*, Volume 8 Nomor 11 (Februari 2010).
- Luthfi Rakhman, Peran Pariwisata Terhadap Kesajahteraan Masyarakat di Sektor Lapangan Pekerjaan dan Perekonomian Tahun 2009-2013; Studi Kasus Kota Batu, *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, Universitas Brawijaya Malang, Volume 7 Nomor 2 (Juni 2013).
- Novantara, Rancang Bangun Aplikasi Multimedia Interaktif Sebagai Mdia Promosi Pariwisata Kota Cirebon Menggunakan Adobe Flash, *Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika Universitas Kuningan*, Volume 1 Nomor 1 (Mei 2016).
- Prabawa, Kajian Hukum Terhadap Perjanjian Build Operate and Transfer (BOT) Untuk Melindungi Hak Milik Atas Tanah Dalam Rangka Menunjang Sektor Pariwisata, *Kumpulan Jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum*, Volume 1 Nomor 1 (Januari 2014).
- Primantara, Perlindungan Hukum terhadap Wisatawan dalam Pasokan Jasa Pariwisata oleh Biro Perjalanan Wisata, *Jurnal Magister Hukum Udayana*, volume 4 Nomor 2 (Maret 2015).
- Sutama I Ketut, Pariwisata Spiritual di Bali dari Perspektif Stakeholders Pariwisata, *Jurnal Perhotelan dan Pariwisata Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali*, Volume 3 Nomor 2 (April 2013).
- Yuli Aditya, City Branding sebagai strategi pengembangan pariwisata ditinjau dari aspek hukum *Qistie Jurnal Ilmu Hukum*, Volume 5 Nomor 1 (Februari 2011).