

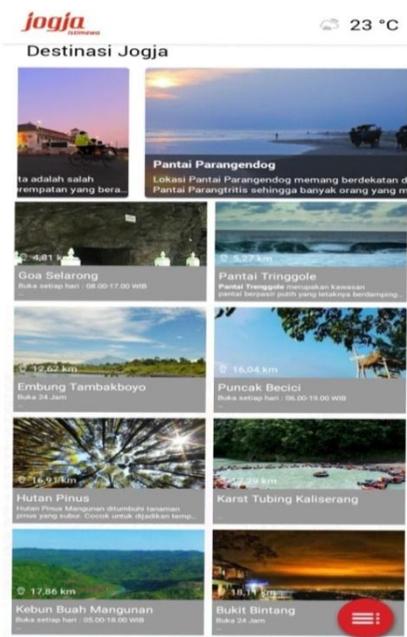
## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran umum objek penelitian

Karyawan Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan objek dalam penelitian ini, penelitian ini meneliti tentang bagaimana Dinas Pariwisata dalam membangun pariwisata halal dengan adanya *city branding*. Bagaimana program Dinas Pariwisata dalam membangun pariwisata halal, Apa saja faktor pendukung dan penghambatnya saat membangun pariwisata halal dan bagaimana strategi dan implementasi Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dalam membangun pariwisata halal. Di bab sebelumnya, peneliti menyinggung tentang *city branding* Yogyakarta dan pariwisata halal. Di bab ini peneliti menuliskan lebih detail tentang perkembangan pariwisata halal di Yogyakarta.

#### 1. Gambaran umum Daerah Istimewa Yogyakarta



([www.visitingjogja.com](http://www.visitingjogja.com)) diakses tanggal 20 September 2019

Daerah Istimewa Yogyakarta adalah salah satu provinsi di Indonesia yang terletak di Pulau Jawa, dengan letak astronomis antara 70 33' LS - 8 12' LS dan 110 00' BT - 110 50' BT. Dengan luas daerah 3.185,80 km Daerah Istimewa Yogyakarta terbagi dalam lima daerah utama, yaitu empat kabupaten dan satu kota. Empat kabupaten tersebut adalah Kabupaten Kulonprogo, Kabupaten Bantul, Kabupaten Sleman, dan Kabupaten Gunung Kidul, serta satu Kota Yogyakarta. Kelima daerah tersebut memiliki kondisi wilayah yang berbeda antara satu dan yang lainnya serta masing-masing memiliki potensinya sendiri. (<http://portal.jogjaprov.go.id/pemerintahan/situs-tautan/view/kondisi-geografis> diakses 20 september 2019).

Dalam membangun kepariwisataannya, Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki bagian khusus dalam kepengurusannya, yaitu Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta yang beralamat kantor di Jl Malioboro No. 56 Yogyakarta. Untuk membagikan informasi terkait kepariwisataan di Yogyakarta, Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta membuat website resminya yaitu [www.visitingjogja.com](http://www.visitingjogja.com) Selain memiliki website resmi, Dinas Pariwisata Yogyakarta juga memanfaatkan sosial media di era saat ini, yaitu dengan membuat akun instagram dengan nama @visitingjogjacom, akun facebook dengan nama akun @visitingjogjacom, dan twitter dengan nama akun @visiting\_jogja.

Di akun instagram ini masyarakat dapat melihat segala informasi tentang kepariwisataan Yogyakarta.

*City branding* Daerah istimewa adalah ”Jogja Istimewa” yang dimana logo “Jogja Istimewa” yang berwarna merah dan menggunakan huruf kecil disetiap kata-nya. Logo “Jogja Istimewa” juga mempunyai makna dan cerita dalam pembentukannya. Dikutip dari Tim 11, rebranding Jogja (dalam Wahida 2018) “Jogja Istimewa” mempunyai banyak makna dan cerita, sebagai berikut :



([www.visitingjogja.com](http://www.visitingjogja.com) diakses tanggal 20 september 2019)

a. Makna dan cerita “jogja istimewa”

- 1) Logo “jogja istimewa” menggunakan warna merah bata yang melambangkan dan memperlihatkan sisi keraton, dan warna merah melambangkan keberanian dengan tetap berakar pada kearifan lokal.

Menurut wisatawan Daerah Istimewa Yogyakarta adalah kota dengan tingkat keamanan yang cukup baik. Karena dengan statusnya yang istimewa dimana Sri Sultan sebagai Gubernur memiliki pengawalan keamanan yang tinggi, baik bagi keluarga kerajaan maupun bagi masyarakatnya. Karena memiliki tingkat keamanan yang tinggi, Yogyakarta menjadi kota investasi yang selalu meningkat di setiap tahunnya. Dari segi investasi, Yogyakarta terus mengalami perkembangan sepanjang waktu, terutama terhitung dari tahun 2008 hingga saat ini. Kemungkinan karena dari segi keamanan yang tinggi nilai investasi yang ada untuk Yogyakarta semakin meningkat, dan kemungkinan besar akan terus meningkat ke depannya. Isu-isu yang ada tentang Yogyakarta terutama tentang keamanan Yogyakarta kemungkinan besar hanya dibuat dengan sengaja oleh oknum-oknum tertentu yang menginginkan agar Yogyakarta terlihat sebagai kota yang tidak aman, baik dimata masyarakat lokal Yogyakarta sendiri maupun di mata masyarakat Indonesia. Sehingga dengan berita-berita tersebut kemungkinan dapat mengurangi nilai investasi di kota Yogyakarta. Jadi dapat dikatakan bahwa Yogyakarta adalah kota yang aman untuk dijadikan kota investasi.

- 2) “jogja istimewa” menggunakan huruf kecil tanpa kapital yang berarti kesederajatan antar masyarakat.

Penduduk lokal Yogyakarta dianggap oleh wisatawan sebagai penduduk yang ramah kepada pendatang dan wisatawan, berperilaku sopan santun kepada sesamanya, bertutur kata halus kepada sesamanya apalagi kepada orang tua. Penduduk lokal Yogyakarta dianggap wisatawan menyambut para wisatawan atau pendatang dengan ramah dan sopan.

- 3) Font yang digunakan dalam penulisan “jogja istimewa” menggunakan font modern dengan original font aksara jawa yang berarti modern, simple dan dinamis dengan akar kebudayaan Yogyakarta.

Arti logo dari city branding “jogja istimewa” yang menyebutkan modern, simple dan dinamis dengan akar budaya Yogyakarta sepertinya di iytakan oleh wisatawan. Dimana terlihat Yogyakarta saat ini tidak kalah dengan kota-kota besar lainnya di Indonesia dengan kemodernitasnya. Tetapi dalam kemodernitasnya, Yogyakarta tetap terlihat berbudaya menurut wisatawan. seperti dalam beberapa hal yang dipersepsikan dan dirasakan olehh wisatawan. Wisatawan mempersepsikan Yogyakarta sebagai kota dengan cuaca yang hangat dengan suasana yang romantis. Pemikiran demikian datang dari

wisatawan yang memiliki usia 25 tahun ke bawah. Banyaknya cafe-cafe unik dan lucu di Yogyakarta menambah romansa Yogyakarta semakin menjadi kota yang asik, indah, dan keren. Menurut pengalaman wisatawan walaupun banyak masyarakat Yogyakarta yang sudah mengikuti era kemodernan tapi masih banyak juga masyarakat Yogyakarta yang hidup dengan budaya Yogyakarta yang sudah mendarah daging. Kadaan masyarakat yang begini membuat wisatawan yang pernah tinggal di Yogyakarta memberikan nilai plus sendiri terhadap masyarakat Yogyakarta. Wisatawan juga mengatakan bagaimana keluarga Keraton yang walaupun sudah sering mengadakan perjalanan ke luar daerah atau luar negeri, mereka akan tetap mencintai budaya Yogyakarta dan tidak melupakannya.

- 4) Bentuk font yang simple, modern, dan dinamis juga melambangkan semangat youth (muda), woman (perempuan), dan netizen (masyarakat internet).

Arti logo “jogja istimewa” yang melambangkan semangat youth, woman, dan netizen dapat dirasakan oleh wisatawan dengan berbagai macam persepsi dan pengalaman yang dirasakan. Menurut wisatawan, masyarakat Yogyakarta adalah masyarakat yang kreatif dimana masyarakat Yogyakarta dapat memanfaatkan potensi alam yang ada di Yogyakarta. Potensi

alam seperti pantai dan gunung dimanfaatkan masyarakatnya untuk dapat menarik perhatian wisatawan berkunjung ke daerahnya, hingga dapat menambah perekonomian masyarakatnya. Hingga kini muncul banyak desa wisata yang dikelola oleh masyarakat lokalnya sendiri Yogyakarta dirasakan oleh wisatawan sebagai kota yang unik dan menarik. Setiap sudut Yogyakarta memiliki keunikan sendiri yang dapat menarik perhatian wisatawan, baik dari segi budaya maupun alamnya. Menurut wisatawan lokasi-lokasi wisata di Yogyakarta banyak mereka ketahui dari sosial media seperti instagram. Hal ini menunjukkan warga Yogyakarta dapat menggunakan media baru internet untuk meningkatkan kepariwisataan di Yogyakarta.

5) Kata “jogja” huruf “g” di tengah pada logo menyerupai angka “9” yang berarti 9 reanisanse yang diimplementasikan dalam “jogja gumregah” yaitu bidang :

a) Pendidikan

Wisatawan mempersepsikan Yogyakarta adalah kota pendidikan karena terlihat banyaknya universitas-universitas yang berdiri di Yogyakarta. Terutama yang paling diketahui oleh wisatawan adalah Universitas Gajah Mada. Wisatawan yang mengatakan Yogyakarta adalah Universitas Gajah Mada adalah wisatawan yang notabennya pelajar. Dimana

Universitas Gajah Mada adalah salah satu universitas ternama di Indonesia yang terletak di Yogyakarta. Selain Universitas Gajah Mada, banyak lagi universitas atau perguruan tinggi unggulan lain yang ada di Yogyakarta. Perguruan Tinggi yang ada di Yogyakarta antara lain Universitas Islam Indonesia, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta, Universitas Teknologi Yogyakarta, Universitas Ahmad Dahlan, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, dan masih banyak lagi yang lainnya. Banyaknya universitas, perguruan tinggi dan sekolah yang ternama di Yogyakarta, sehingga banyak pelajar yang datang dari luar daerah Yogyakarta untuk menimba ilmu di kampus-kampus tersebut. Banyaknya pelajar yang ada di Yogyakarta sehingga tidak heran Yogyakarta mendapat julukan dengan kota pelajar.

b) Pariwisata

Menurut wisatawan Yogyakarta merupakan salah satu daerah yang worth to visit terutama bagi para wisatawan. Yogyakarta layak menjadi salah satu tujuan daerah wisata. Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki kekayaan alam yang luar biasa, hingga bermunculan lah wisata-wisata alam di Yogyakarta sendiri. Potensi alam seperti pantai dan gunung

dimanfaatkan masyarakatnya untuk dapat menarik perhatian wisatawan berkunjung ke daerahnya, hingga dapat menambah perekonomian masyarakatnya. Hingga kini muncul banyak desa wisata yang dikelola oleh masyarakat lokalnya sendiri. Worth to visit bagi wisatawan yang ingin berlibur, dikatakan demikian bahwa Yogyakarta adalah daerah yang sudah tidak asing lagi, baik di dalam maupun luar negeri. Yogyakarta terkenal dalam berbagai macam aspek baik di luar maupun luar negeri, sehingga menarik perhatian wisatawan. Daerah Istimewa Yogyakarta tidak hanya sebagai kota besar di Indonesia yang dikenal oleh hampir oleh keseluruhan daerah di Indonesia, tetapi juga sudah terkenal hingga luar Indonesia. Terlihat dari banyaknya turis asing yang datang di Yogyakarta.

c) Teknologi

Perkembangan teknologi di Yogyakarta menurut wisatawan belum cukup mengalami peningkatan yang signifikan. Terutama teknologi transportasi. Wisatawan merasakan bahwa transportasi umum di Yogyakarta belum sepenuhnya dapat memfasilitasi kebutuhan wisatawan. Banyak wisatawan yang mengeluhkan kondisi transportasi umum di Daerah Istimewa Yogyakarta. Beberapa wisatawan

menyatakan bingung menggunakan angkutan umum. Angkutan umum mana yang digunakan untuk ke daerah-daerah yang akan ditujunya. Trans Jogja adalah salah satu angkutan umum yang paling mudah digunakan di Yogyakarta, karena dengan tarif yang cukup minim dan keterangan denah lokasi-lokasi haltenya. Tetapi sebagai mana kita tahu bahwa Trans Jogja belum mencapai keseluruhan daerah di Yogyakarta. Beruntung dengan adanya angkutan online yang beroperasi di Yogyakarta memudahkan wisatawan untuk berpergian mengunjungi tempat-tempat yang ditujunya. Angkutan online dianggap memiliki tarif yang lebih rendah dibandingkan dengan taxi atau ojek yang ada. Angkutan umum seperti bus kota dianggap wisatawan kurang mencukupi kebutuhan wisatawan untuk berpergian menuju tempat wisata, dimana angkutan umum seperti angkot cenderung lambat.

#### d) Ekonomi

Dari segi perekonomian menurut wisatawan yang pernah tinggal di Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta mengalami peningkatan yang cukup terlihat. Dimana dengan Yogyakarta dianggap oleh wisatawan sebagai salah satu kota yang aman untuk investasi. Sehingga banyak investor yang

datang ke Yogyakarta, dan tentunya dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Yogyakarta. Kekreatifan masyarakat lokal Yogyakarta dalam memanfaatkan potensi alam yang dimiliki Daerah Istimewa Yogyakarta, memunculkan lokasi-lokasi wisata baru di Yogyakarta yang menarik perhatian wisatawan. Banyaknya muncul desa wisata yang dikelola oleh masyarakat setempat menurut wisatawan juga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Yogyakarta.

e) Energi

Energi alam yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta menurut wisatawan adalah hal yang luar biasa. Dan masyarakat Yogyakarta sadar akan hal tersebut, sehingga bermunculan lokasi-lokasi wisata baru yang ingin dikunjungi oleh wisatawan.

f) Pangan

Menurut wisatawan, masalah pangan bukanlah sesuatu yang harus dikhawatirkan oleh masyarakat Yogyakarta. Dimana di Daerah Istimewa Yogyakarta dapat dijumpai berbagai macam makanan dari yang berharga murah meriah sampai mahal. Dan menurut wisatawan tidak

membutuhkan budget yang tinggi untuk urusan makanan jika berkunjung ke Yogyakarta.

g) Kesehatan

Wisatawan sepertinya tidak terlalu menyinggung tentang kesehatan yang termasuk salah satu pengertian ari city branding Yogyakarta “jogja istimewa”. Sepertinya kondisi tentang kesehatan Yogyakarta tidak terlalu terlihat di mata wisatawan.

h) Keterlindungan warga

Menurut wisatawan tentang keterlindungan warga, wisatawan menjumpai bahwa Yogyakarta adalah salah satu kota dengan tingkat keamanan yang cukup. Apalagi dengan kekuatan Sultan sebagai Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta. Tetapi ada pula wisatawan yang menyatakan bahwa di Yogyakarta saat ini banyak dijumpai anarkisme dari para pelajar. Hal ini dikatakan wisatawan sedikit mengganggu kehidupan di Yogyakarta, terutama warga lokal dan tentunya anarkisme dapat mengganggu keamanan masyarakat Yogyakarta, apalagi jika anarkisme dilakukan di jalan-jalan.

i) Tata ruang dan lingkungan

Tata ruang dan lingkungan Daerah Istimewa Yogyakarta yang menjadi salah satu gerakan dari “city branding” sepertinya belum dianggap baik oleh wisatawan. Dimana banyak wisatawan yang mengeluhkan tentang beberapa hal terkait dengan tata ruang dan lingkungan Yogyakarta. beberapa diantaranya adalah :

- i. Munculnya gedung-gedung bertingkat yang semakin mengalahkan keistimewaan Yogyakarta.
- ii. Wisatawan menganggap bahwa jalanan di daerah perkotaan Yogyakarta kecil dan sangat macet dibandingkan dengan kota-kota lain.
- iii. Wisatawan menganggap Yogyakarta terlalu banyak lampu lalu lintas dan banyak jalan yang hanya digunakan satu arah. Banyaknya jalan satu arah di Yogyakarta ini banyak yang tidak diketahui oleh wisatawan.
- iv. Infrastruktur dan tata kota Jogja serta pemerintah dianggap wisatawan kurang dapat menanggulangi kemacetan Yogyakarta. Terutama jika ada event-event tertentu, misalnya di waktu malam minggu dan skaten.

6) Dalam mencapai jogja gumregah tersebut “kebudayaan” harus selalu menjadi payung dan arus utama nya.

Menurut filosofi city branding “jogja istimewa”, dalam mencapai seluruh bidang dalam “Jogja Gumregah” tersebut, “kebudayaan” adalah asas dan pedoman dalam menjalankannya. Menurut persepsi wisatawan hal ini sepertinya berlaku dimana banyak wisatawan yang mempersepsikan Yogyakarta sebagai “kota budaya”. Menurut wisatawan Yogyakarta adalah kota yang terkenal dengan budayanya yang masih tetap terjaga hingga saat ini. Wisatawan berpendapat Daerah Istimewa Yogyakarta adalah kota budaya, dimana kebudayaannya terlihat dari salah satu aspek yang sangat menonjol yaitu Kraton Yogyakarta. Pada zaman dahulu sebenarnya banyak daerah di luar Yogyakarta yang juga memiliki kerajaan di dalamnya, tapi banyak yang hilang seiring berjalannya waktu dan bertambahnya zaman.

Yogyakarta berbeda, hingga saat ini Kraton masih berfungsi seperti sebelum-sebelumnya. Dari Kraton Yogyakarta sendiri dapat diambil teladan bahwa mempertahankan kebudayaan dimulai dari pemimpinnya terlebih dahulu, yang akan menjadi teladan bagi masyarakatnya. Keluarga Kraton, termasuk sultan dan anak-

anaknya, walaupun sudah berkembangnya zaman, dan sering mengadakan perjalanan ke luar negeri, tetapi masih tetap membawa budaya Yogyakarta. Dalam Kraton Yogyakarta sendiri dapat dijumpai orang-orang yang masih memakai pakaian adat Yogyakarta di hari-hari biasa, bukan hanya di hari-hari istimewa atau perayaan. Hingga saat ini pemimpin dan masyarakat Yogyakarta dapat bekerja bersama-sama melestarikan kebudayaan Yogyakarta yang ada. Yogyakarta dengan keistimewaannya terutama dalam pemerintahannya, adalah salah satu bukti budaya yang dapat dipertahankan hingga saat ini oleh Yogyakarta. Sistem pemerintahan dengan kerajaan dan Sultan sebagai pemimpinnya, masih dipertahankan dari dahulu hingga saat ini. Dan Negara Indonesia menghormati keputusan sistem kepemimpinan Yogyakarta hingga saat ini.

Menjadi kota budaya juga terlihat dari bagaimana Jogja melahirkan tokoh-tokoh seniman yang ikut berpartisipasi dalam kelestarian budaya Yogyakarta. Budaya yang ada di Yogyakarta tidak terlepas dari sejarahnya. Yogyakarta juga kota sejarah, dimana dalam sejarahnya Yogyakarta memiliki pengaruh besar terhadap kemerdekaan Indonesia. Dan wisatawan dapat melihat sejarah- sejarahnya hingga saat ini di

Yogyakarta dengan mengunjungi meseum-museum dan gedung-gedung bersejarah yang ada di Yogyakarta yang masih dipertahankan hingga saat ini. Demikian adalah persepsi dari para wisatawan tentang Yogyakarta sebagai kota budaya, dimana dalam city branding “jogja istimewa” dalam mencapai dan mengimplementasikan “Jogja Gumregah” kebudayaan adalah asas dan arus utamanya. Namun dalam pengalaman wisatawan juga memberikan pernyataan bahwa adanya pembangunan infrastruktur di Yogyakarta seperti mall, hotel, dan bangunan-bangunan tinggi yang menutupi beberapa ikon budaya Yogyakarta seperti Tugu dan Kraton. Hal-hal seperti ini menurut wisatawan dapat mengurangi keistimewaan dan budaya di Yogyakarta.

- 7) Titik pada huruf “j” melambangkan filosofi “cokro manggilan” , yaitu “ wiji wutuh, wutah pecah, pecah tuwuh, dadi wiji “, yang menjadi pedoman untuk pembangunan yang lestari dan lestari dengan alam, agar tercapai kehidupan dengan lingkungan yang lebih baik.

Arti filosofi dari city branding “jogja istimewa” dalam “cokro manggilan” yang menjadi pedoman untuk pembangunan yang lestari dan lestari dengan alam agar tercapai kehidupan dengan lingkungan yang lebih baik

sepertinya belum terlihat di mata wisatawan. Terutama bagi wisatawan yang pernah tinggal di Yogyakarta atau yang sering berkunjung ke Yogyakarta. Terlihat dari banyaknya bangunan-bangunan megah dan tinggi saat ini di Yogyakarta seperti mall dan hotel. Masalah banyaknya gedung-gedung dan bangunan tinggi di Yogyakarta hingga kini menjadi isu yang sensitif di masyarakat Yogyakarta, dimana masyarakat Yogyakarta sendiri menginginkan pemerintah Yogyakarta untuk tidak memberikan izin dengan mudah kepada para pihak yang akan membangun gedung-gedung tersebut. Terlihat seperti adanya beberapa oknum yang memanfaatkan kedudukannya dan tentunya untuk mendapatkan keuntungan sendiri. Wisatawan memberikan saran dan pemikirannya terkait hal ini. Wisatawan berharap agar pemerintah Yogyakarta terutama Sri Sultan menegaskan kembali peraturan dan prinsipnya yang pernah beliau katakan bahwa hotel dan bangunan-bangunan yang ada di Yogyakarta tidak boleh melebihi besar dan tingginya Kraton, yaitu maksimal dengan delapan lantai.

- 8) Pada logo “jogja” huruf “g” dan “j” saling memangku yang melambangkan bahwa pemimpin harus bercermin pada rakyat,

sehingga dapat tercipta pembangunann oleh pemerintah yang tetap memanusiakan manusianya atau masyarakatnya.

Menurut wisatawan hingga saat ini Kraton di Yogyakarta masih berfungsi seperti sebelum-sebelumnya. Dari Kraton Yogyakarta sendiri dapat diambil teladan bahwa mempertahankan kebudayaan dimulai dari pemimpinnya terlebih dahulu, yang akan menjadi teladan bagi masyarakatnya. Keluarga Kraton, termasuk sultan dan anak-anaknya, walaupun sudah berkembangnya zaman, dan sering mengadakan perjalanan ke luar negeri, tetapi masih tetap membawa budaya Yogyakarta. Dalam Kraton Yogyakarta sendiri dapat dijumpai orang-orang yang masih memakai pakaian adat Yogyakarta di hari-hari biasa, bukan hanya di hari- hari istimewa atau perayaan. Hingga saat ini pemimpin dan masyarakat Yogyakarta dapat bekerja bersama-sama melestarikan kebudayaan Yogyakarta yang ada.

- 9) Warna merah di atas putih pada logo, melambangkan bahwa Yogyakarta selalu memiliki ruh ke Indonesia an, dengan sejarah panjangnya dalam Nusantara.

Filosofi dalam logo “jogja istimewa” merah diatas putih, mengartikann bahwa Yogyakarta selalu memiliki ruh Indonesia. Dimana Daerah Istimewa Yogyakarta berpengaruh

besar dalam kemerdekaan Republik Indonesia pada sejarahnya.

- 10) Selain memiliki warna resminya dengan merah bata “jogja istimewa” juga dapat difleksibelkan dengan warna-warna lain, dengan pengartian jogja dapat menampung kekhasan akar budaya masing-masing stake holder nya yang mewarnai kehidupan di Yogyakarta, dan membentuk kemajemukan Bhineka Tuggal Ika.

Sebagaimana diketahui Yogyakarta adalah kota pelajar, dimana banyak pelajar yang datang dari luar daerah Yogyakarta untuk menimba ilmu dan tinggal di Yogyakarta. Selain sebagai kota pelajar, Yogyakarta juga disebut sebagai kota wisata, karena banyaknya lokasi wisata yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Karena menjadi kota wisata dan kota pelajar, tentunya banyak pendatang yang datang ke Yogyakarta. Akhirnya muncullah berbagai macam suku budaya yang mengisi kehidupan di Yogyakarta dan berbaur dengan masyarakat lokal Yogyakarta. Hal ini menjadikan Yogyakarta banyak dipenuhi oleh berbagai macam suku, ras dan budaya yang berbeda-beda.

- 11) Kata “jogja istimewa”, pemilihan kata “istimewa” dalam city branding Yogyakarta, mengartikan bahwa “istimewa” adalah sesuatu yang berbeda dan lain dari yang lain ( spesial )

Penentuan kata “jogja istimewa”, “istimewa” adalah kata dari bahasa Indonesia yang memiliki arti dasar spesial, dan berbeda dari yang lain. Menurut pengalaman wisatawan, Yogyakarta memang layak disebut sebagai daerah yang istimewa, dalam arti spesial dan berbeda dari daerah yang lain. Yang membuat Yogyakarta istimewa dan berbeda dari yang lain mencakup beberapa hal menurut wisatawan.

- 12) “Jogja Istimewa” tidak menggunakan Bahasa Inggris sebagai bahasa Internasional, tetapi tetap menggunakan Bahasa Indonesia karena kecintaan dan kebanggaan terhadap bahasa kita sendiri. Secara pengucapan, kata “istimewa” juga mudah diucapkan oleh lidah warga Indonesai maupun lidah warga internasional.

- 13) Kata “istimewa” bukan hanya menunjukkan status Yogyakarta yang diistimewakan oleh Indonesia, tetapi juga mengartikan sebagai ruh kehidupan masyarakat Yogyakarta. untuk mencapai maqom keistimewaan tersebut masyarakat Yogyakarta harus bekerja keras untuk kehidupan lebih baik dari yang lain. Tim 11, rebranding Jogja (dalam wahida 2018)

Jika dibandingkan dengan kota-kota besar lainnya, Yogyakarta masih dapat dikatakan dalam kategori baik atau tidak buruk, dimana dapat kita lihat kota-kota besar lainnya di Indonesia memiliki tingkat kemacetan yang tinggi. Selain tingkat kemacetan yang tinggi banyak juga gedung-gedung yang tinggi jika dibandingkan dengan Yogyakarta. Namun karena statusnya Yogyakarta yang istimewa banyak masyarakat yang menganggap dan kurang setuju dengan banyaknya gedung-gedung tinggi dan besar yang dibangun di Yogyakarta.

Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki berbagai macam potensi wisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan. Wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta dapat menikmati konsep wisata yang ditawarkan. Potensi-potensi wisata yang dapat dinikmati di Yogyakarta oleh wisatawan adalah sebagai berikut:

1. Wisata Alam

Kekayaan alam yang dimiliki Yogyakarta sudah tidak diragukan lagi di mata wisatawan. Beberapa wisata alam yang dapat dinikmati saat berkunjung ke Yogyakarta antara lain : wisata merapi, hutan mangrove, kebun buah, bukit-bukit, air terjun, kebun teh, waduk, dan lain-lain.

## 2. Wisata budaya dan sejarah

Yogyakarta kaya sekali akan budaya dan sejarahnya yang terus terjaga hingga saat ini. Di Yogyakarta terdapat banyak sekali candi sebagai peninggalan sejarah yang terus dijaga, dan kehidupan keraton dan sekitarnya yang masih aktif hingga sekarang. Yogyakarta juga sering mengadakan berbagai macam event budaya yang unik dan menarik, seperti Grebe Sekaten, Topo bisu, dan lain-lain.

## 3. Wisata museum

Di Yogyakarta juga terdapat banyak sekali museum sebagai tempat pemeliharaan peninggalan sejarah. Beberapa museum di Yogyakarta yang sering dikunjungi wisatawan antara lain adalah Museum Benteng Vredenburg, Museum Affandi, De Arca Statue Art Museum, Museum Perjuangan, Museum Batik, Museum TNI AU Dirgantara, dan lain-lain.

## 4. Wisata pantai

Baru-baru ini, Yogyakarta sangat terkenal dengan potensi pantai yang dimiliki, terutama di daerah Gunung Kidul dan Bantul. Beberapa lokasi wisata pantai yang populer di Yogyakarta adalah Pantai Parangtritis, Pantai Nglambor, Pantai Pok Tunggal, Pantai Baron, Pantai Depok, dan lain-lain.

## 5. Wisata minat khusus

Saat ini pertumbuhan pariwisata di Yogyakarta semakin meningkat dan berkembang. Beberapa tahun terakhir di Yogyakarta ini muncul banyak sekali desa wisata dengan menawarkan potensi yang dimiliki oleh masing-masing desanya kepada wisatawan. Wisata minat khusus artinya kegiatan wisata yang ditawarkan oleh pengelola masing-masing lokasi wisata kepada wisatawan. Beberapa lokasi wisata yang menawarkan minat khusus misalnya di Merapi menawarkan larva tour, lalu ada cave tubing di Gua Pindul, dan beberapa lokasi di Yogyakarta juga menawarkan kursus membatik kepada wisatawan seperti di Museum Batik Yogyakarta ([www.visitingjogja.com](http://www.visitingjogja.com) , diakses 20 september 2019)

## 6. Wisata kuliner

Di Yogyakarta banyak sekali makanan khas yang dapat dinikmati oleh wisatawan, keanekaragaman kuliner dan rasanya yang unik menarik perhatian wisatawan. Beberapa makanan khas Yogyakarta yang wajib dikunjungi saat ke Yogyakarta adalah wedang ronde, wedang secang, kue moto kebo, gudeg, sate klatak, kue kipo, bakpia, dan lain-lain.

## 7. Wisata hiburan dan rekreasi

Untuk sekedar berekreasi dan hiburan dengan teman-teman ataupun keluarga, Yogyakarta menawarkan Jogja Java Carnival, Pasar Satwa dan taman Hias (PASTY), ada juga Kebun Binatang Gembiraloka.

## 8. Wisata belanja

Yogyakarta juga menawarkan wisata belanja, dimana di Yogyakarta wisatawan dapat mendapatkan berbagai macam barang, mulai dari yang harga murah hingga barang bermerek dengan harga jutaan rupiah. Beberapa lokasi belanja yang wajib diketahui wisatawan adalah Pasar Beringharjo, Pasar Klitikan, dan Bursa Argo Jogja ([www.pariwisata.jogjakota.go.id](http://www.pariwisata.jogjakota.go.id) diakses 20 september 2019).

## **2. Sejarah Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta**

Dinas pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta ditetapkan berdasarkan peraturan daerah provinsi DIY Nomor: 6 tahun 2008 tentang pembentukan dan organisasi dinas daerah di lingkungan pemerintah provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada saat pertama kali didirikan, dinas pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta berlokasi di Jl. Malioboro 56 Yogyakarta, yang kemudian pada bulan januari 2019 hingga saat ini berkedudukan di Jl. Janti No.4, karang janbe, Banguntapan , kec. Banguntapan , Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55198.

a. Letak geografis dinas pariwisata Yogyakarta

Dinas pariwisata kota Yogyakarta terletak di Jl. Janti KM 4, Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta (0274) 587486. Letak geografis Dinas Pariwisata sangat strategis bagi masyarakat maupun karyawannya sendiri. Hal ini dikarenakan kantor dinas pariwisata terletak di pinggir jalan dan berada tepat dibelakang Jogja Expo Center (JEC) yang mudah terlihat oleh siapapun di jalan janti, banguntapan. Rumah karyawan yang bekerja pada Dinas pariwisata juga tidak terlalu jauh dari kantor sehingga membuat karyawan lebih mudah dan tidak menghabiskan waktu yang lama dalam menempuh perjalanan ke kantor dinas pariwisata.

b. Visi & misi dinas pariwisata Yogyakarta

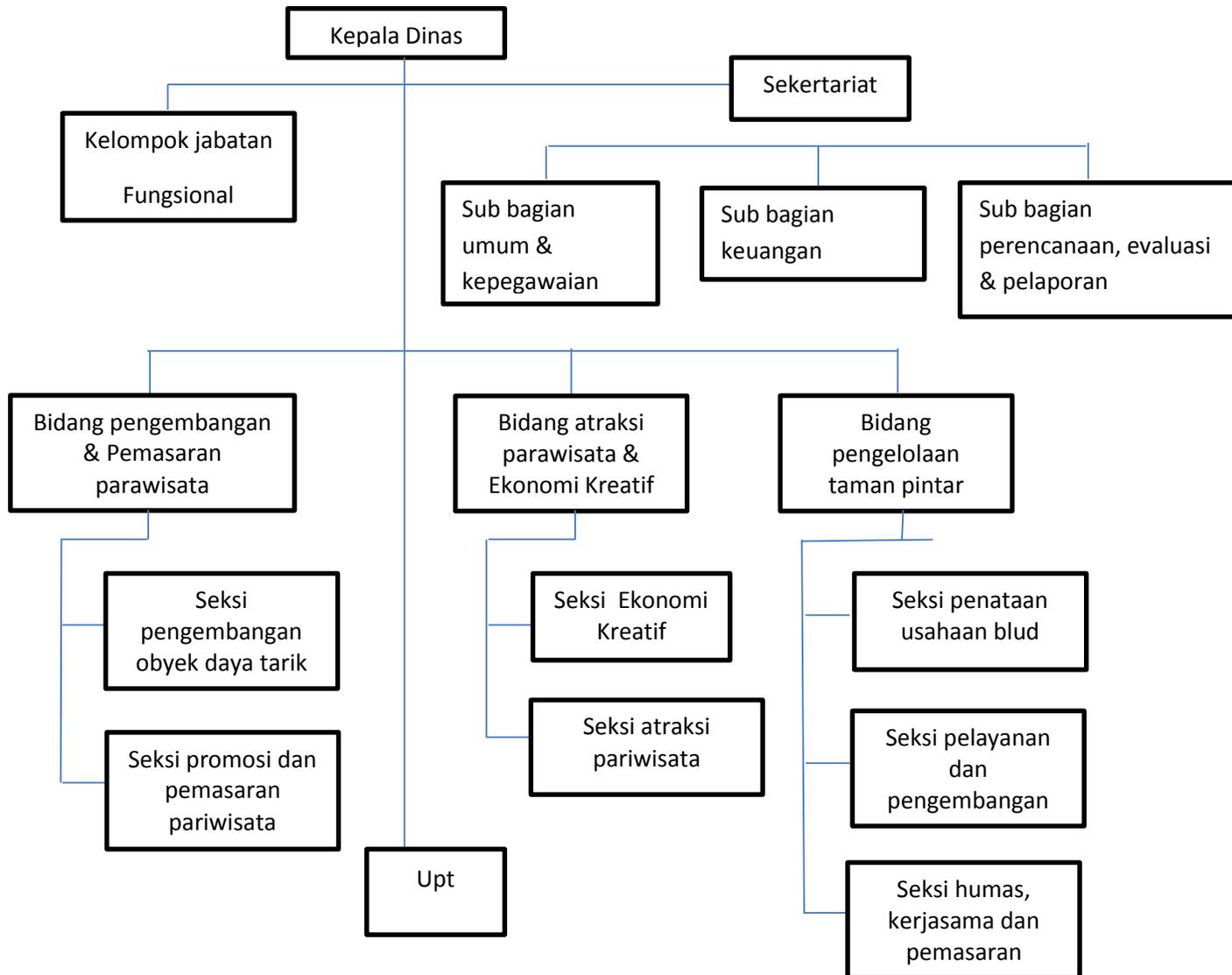
Setiap organisasi harus mempunyai visi dan misi yang jelas. Dengan adanya visi dan misi maka aktivitas dan program akan terarah sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Adapun visi dan misi Dinas pariwisata Yogyakarta yaitu :

Visi :“Terwujudnya Yogyakarta sebagai salah satu destinasi terkemuka di Asia Tenggara pada tahun 2025 berdasarkan keunggulan produk wisata yang berkualitas, berwawasan budaya, berwawasan lingkungan, berkelanjutan dan menjadi salah satu pendorong tumbuhnya ekonomi kerakyatan.”

Misi :

- 1) Mewujudkan destinasi pariwisata DIY yang berbasis budaya, lingkungan, kreatif dan inovatif, maju berkembang dan mampu menggerakkan peningkatan perekonomian masyarakat yang berkelanjutan.
- 2) mewujudkan wisata dan sapta pesona bagi seluruh masyarakat DIY untuk meningkatkan pertumbuhan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat melalui sektor kepariwisataan.  
([www.visitingjogja.com](http://www.visitingjogja.com) diakses tanggal 20 september 2019)

### 3. Struktur organisasi dinas pariwisata Yogyakarta



([www.visitingjogja.com](http://www.visitingjogja.com) diakses tanggal 20 september 2019)

#### **4. Tugas dan Fungsi Dinas Pariwisata**

Berdasarkan Peraturan Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Kelembagaan Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta, Dinas Pariwisata memiliki tugas untuk melaksanakan urusan bidang pariwisata, kewenangan dekonsentrasi serta tugas pembantuan yang diberikan oleh pemerintah. Untuk melaksanakan tugasnya, maka Dinas Pariwisata mempunyai fungsi sebagai berikut :

1. Penyusunan Program Kerja
2. Perumusan Kebijakan Teknis Bidang Pariwisata
3. Pengelolaan Pengembangan Kapasitas Pariwisata
4. Penyelenggaraan Pemasaran Pariwisata
5. Pemberian Fasilitas Bidang Pariwisata Kabupaten/Kota
6. Pelaksanaan Pelayanan Umum Bidang Pariwisata
7. Pemanfaatan Budaya untuk Promosi Pariwisata
8. Pemberdayaan Sumberdaya dan Mitra Kerja Bidang Pariwisata
9. Pelaksanaan Kegiatan Ketatausahaan
10. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Gubernur sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Susunan Organisasi Dinas Pariwisata terdiri dari :

- a. Pimpinan : Kepala
- b. Pembantu Pimpinan : Sekretariat yang terdiri dari Subbagian
- c. Pelaksana : Bidang-bidang, UPT, Kelompok Jabatan Fungsional

([www.visitingjogja.com](http://www.visitingjogja.com) diakses tanggal 20 september 2019)

## B. Deskripsi Data

Pada penelitian ini, data diperoleh melalui wawancara langsung kepada dua responden dinas pariwisata yang berada di dinas pariwisata kota Yogyakarta dan dinas pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, dua responden tersebut berasal dari bidang yang berbeda dan dinas yang berbeda. Wawancara yang dilakukan dengan dua responden tersebut berdurasi waktu 30 sampai 70 menit di dinas pariwisata masing- masing dengan dibantu alat perekam berupa *handphone* (HP), waktu pelaksanaannya dilakukan pada sela-sela kesibukan karyawan yaitu pada hari jumat sekitar jam 11 siang. Hal ini dilakukan agar wawancara tidak mengganggu pekerjaan karyawan.

Penelitian ini diberikan waktu selama satu sampai dua minggu dalam pelaksanaannya jumlah dan karakteristik responden akan disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4.1**

### **Deskripsi data responden**

<b>Nama Responden</b>	<b>Posisi</b>
<b>Aan</b>	<b>Promosi</b>
<b>Fitri</b>	<b>Pariwisata</b>
<b>Marlina</b>	<b>Pemasaran</b>

---

Dari tabel diatas responden tersebut telah memenuhi kriteria untuk menjadi informan yaitu, karyawan tetap, bekerja selama lebih dari 5 tahun dan bersedia menjadi informan serta mengetahui sejarah dan perkembangan dari dinas pariwisata itu sendiri.

## **1. Hasil Wawancara dan pembahasan**

Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan dan memaparkan tentang hasil temuan penelitian di lapangan yang telah dilakukan oleh peneliti. Hasil temuan lapangan yang akan dipaparkan yaitu tentang *city branding* daerah istimewa Yogyakarta dan pembangunan pariwisata halal di Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain *city branding* peneliti juga mencari tau bagaimana strategi dan implimentasi dinas pariwisata dalam membangun dan mengembangkan pariwisata halal. *City branding*, pembangunan pariwisata halal, strategi dan implementasi pariwisata halal nantinya akan menjadi sebuah penilaian dan evaluasi terhadap pembangunan dan pengembangan pariwisata halal di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam mencari tahu tentang pembangunan pariwisata halal ini peneliti menggunakan metode wawancara dengan karyawan Dinas Pariwisata Yogyakarta. Wawancara ini dilakukan di kantor Dinas Pariwisata.

Selain mencari tahu bagaimana pembangunan dan pengembangan pariwisata halal dengan melakukan wawancara kepada karyawan, peneliti juga mencari data penelitian dengan melakukan observasi lapangan. Observasi dilakukan dengan mengunjungi lokasi penelitian, memperhatikan keadaan lapangan, melakukan percakapan dengan beberapa petugas yang sedang bertugas di kantor dinas.

Berikut adalah hasil penelitian yang didapat dilapangan oleh peneliti :

### **A. Program dinas pariwisata dalam membangun pariwisata halal**

Pariwisata halal merupakan pariwisata yang mengedepankan nilai-nilai Islami dalam setiap aktvitasnya. Namun, istilah pariwisata halal secara definisi

di kalangan pelaku wisata masih cenderung asing. Pariwisata halal lebih dimaknai sebagai wisata religi, yaitu kunjungan-kunjungan ke tempat ibadah untuk berziarah atau tempat-tempat ibadah lainnya. Padahal, pariwisata halal tidak terfokus pada objek saja, tetapi adab perjalanan dan fasilitas lainnya. Objek pariwisata halal pun tidak harus objek yang bernuansa Islam, seperti masjid dan peninggalan sejarah Islam. Objek pariwisata halal berlaku untuk semua tempat, kecuali tempat ibadah agama lain. Pariwisata halal memberikan makna kepada masyarakat bahwa masyarakat muslim harus ber-Islam dimanapun dan kapan pun. Terkait dengan keberadaan pariwisata halal di Yogyakarta ini, Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta menyampaikan bahwa:

*“Pemerintah sangat respon dengan adanya wisata halal dan ditindak lanjuti dengan memonitori ke lapangan serta memberikan sosialisasi tentang sertifikasi halal yang dapat dibuktikan dengan telah mendaftar ke MUI. Dan juga dari pihak Dinas Pariwisata sendiri telah memberikan fasilitas halal pada setiap destinasi wisata yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta berupa mushola, toilet terpisah, tanda jalan untuk para pengandang disabilitas dan lansia agar memudahkan mereka dalam berwisata.”* (Hasil wawancara dengan Seksi pemasaran ibu Marlina pada tanggal 3 oktober 2019).

Keberadaan pariwisata halal di Daerah Istimewa Yogyakarta mendapatkan respon yang cukup baik dari pemerintah. Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta memberikan ijin dengan keberadaan pariwisata halal ini. Kemudian setelah respon baik dari pemerintah daerah maka pihak Dinas Pariwisata

memberikan sosialisasi bagi masyarakat tentang pemahaman pariwisata ini agar semakin dikenal diterima oleh masyarakat.

*“sebelum adanya pariwisata halal sebenarnya kita memang sudah memberikan fasilitas ibadah, toilet, dan makanan halal di hampir setiap destinasi wisata di jogja. Bahkan untuk mencari makanan yang tidak halal cukup sulit ya dikarenakan kesadaran masyarakat tentang makanan halal tersebut.”*(Hasil wawancara dengan Seksi pemasaran ibu Marlina pada tanggal 3 oktober 2019).

Wisata halal merupakan segala bentuk aktivitas wisata yang tidak bertentangan dengan syariat Islam, hal ini disampaikan oleh Ibu Fitri saat ditemui di kantor Dinas Pariwisata sebagai berikut :

*“Wisata halal adalah wisata yang semua kegiatannya sesuai dengan syariat Islam dan tidak bertentangan dengan syariat Islam itu sendiri. Program Dinas Pariwisata dalam membangun pariwisata halal ini berupa memberikan sosialisasi kepada pedagang bahwa pentingnya makanan halal, kemudian nanti kembali diawasi oleh Dinas Pariwisata, dan dengan memenuhi fasilitas bagi wisatawan berupa: mushola, toilet terpisah, makanan halal, penginapan yang berbasis syariah.”*

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa program dinas pariwisata dalam membangun pariwisata halal. Meliputi :

- 1) Mendirikan tempat ibadah
- 2) Pengadaan toilet terpisah antara laki-laki dan perempuan
- 3) Menngharuskan adanya makanan halal dengan disertai sertifikat halal

- 4) Mengawasi hotel syariah yang harus berbasis kaidah islam
- 5) *Muslim friendly environment*

Program yang telah dibuat oleh dinas pariwisata ini diharap untuk diterapkan guna mengembangkan pariwisata halal Yogyakarta, program dinas pariwisata ini sangat penting bagi pengunjung dalam berwisata, dan menarik perhatian wisatawan muslim untuk datang berkunjung.

wisata halal merupakan perjalanan wisata pada umumnya, untuk wisatawan muslim dimana terdapat dukungan ketersediaan produk dan jasa wisata sesuai dengan kaidah atau norma Islam, serta kenyamanan untuk melaksanakan ibadah saat melakukan perjalanan wisata.

## **B. Faktor pendukung dan dan faktor penghambat Dinas Pariwisata Yogyakarta dalam membangun pariwisata halal**

Hubungan antara faktor pendukung dapat dianggap sebagai faktor penting dalam menarik permintaan dan penawaran pada mekanisme pasar dalam hal perilaku wisatawan. Faktor pendukung dapat dianggap sebagai permintaan dari perilaku wisatawan, yang terdiri dari godaan internal individu untuk berkomunikasi dan mendapatkan pengalaman di objek wisata baru yang menjadi dasar alasan untuk bepergian. Faktor pendukung adalah bagian penawaran dalam hubungan ini, di mana mereka dirancang untuk memenuhi dan mendorong lebih banyak orang untuk berkunjung objek wisata tertentu.

1. Faktor pendukung dalam membangun pariwisata Halal di Yogyakarta adalah sebagai berikut:

1) Kebiasaan masyarakat

Kebiasaan masyarakat yang dimaksud pada penelitian ini adalah kebiasaan masyarakat yang telah melakukan dan menerapkan konsep halal pada kehidupan sehari-harinya. Masyarakat Yogyakarta dari belum adanya wisata halal pun memang telah menyadari pentingnya konsep halal ini.

*”Kalok faKtor pendukungnya sudah jelas karna kita memang telah melakukan ini dari sebelum adanya pariwisata halal dan menjadi suatu kebiasaan dan juga masyarakat telah menyadari pentingnya konsep halal ini.”*(Hasil wawancara dengan Seksi pemasaran ibu marlina pada tanggal 3 oktober 2019).

2) Dukungan Pemerintah

Pemerintah daerah istimewa Yogyakarta sangat mendukung dengan adanya pariwisata halal ini, dikarenakan konsep wisata halal ini memang sedang menjadi perbincangan atau basa lainnya *“hot issue”*. Dengan kebiasaan yang diterapkan masyarakat Yogyakarta maka pemerintah menyadari bahwa Yogyakarta layak menjadi pariwisata halal.

*“FaKtor pendukung dan penghambatnya opasti ada karena kita ingin membangun sesuatu yang mungkin tidak semua*

*orang paham dan mengerti tentang pariwisata halal ini, kita harus benar benar mengkaji sebelum benar benar mulai membangun pariwisata ini. Apa saja keunggulan dari pariwisata halal ini, apa saja yang ingin kita usung, apa saja yang kita harapkan juga. Akan tetapi banyak juga yang mendukung dalam membangun pariwisata ini, entah itu dari pemerintah daerah masyarakat ataupun pemuka agama, karna memang pariwisata halal ini sedang sangat dilirik dan jogja sudah mencapai kriteria dari pariwisata halal tersebut. Karna banyaknya yang mendukung dan memang dorongan dari berbagai pihak jogja membangun pariwisata halal tersebut.”(Hasil wawancara dengan Seksi pengembangan ibu Fitri pada tanggal 27 september 2019).*

Dengan adanya faktor pendukung dari kebiasaan masyarakat Yogyakarta dan dukungan pemerintah maka, dinas pariwisata harus lebih gencar lagi dalam membangun pariwisata halal tersebut.

2. Faktor penghambat dalam membangun pariwisata Halal di Yogyakarta adalah sebagai berikut:

1) Pemahaman masyarakat

Seperti yang kita ketahui tidak semua masyarakat Yogyakarta beragama muslim dan tidak semua masyarakat Yogyakarta memahami tentang pariwisata halal ini.

*“factor penghambatnya pasti ada karena kita ingin membangun sesuatu yang mungkin tidak semua orang paham dan mengerti tentang pariwisata halal ini, kita harus benar benar mengkaji sebelum benar benar mulai membangun pariwisata ini. Apa saja keunggulan dari pariwisata halal ini, apa saja yang ingin kita usung, apa saja yang kita harapkan juga.”*(Hasil wawancara dengan Seksi pengembangan ibu Fitri pada tanggal 27 september 2019).

Seperti yang dikatakan ibu Fitri bahwa dalam membangun sector pariwisata halal ini memang harus memberikan pemahaman kepada masyarakat agar menegrti bagaimana konsep parriwisata halal ini.

2) Tidak dipublikasikan dengan masif

Seperti yang dikatakan oleh ibu Marlina saat ditemui di kantor dinas pariwisata pada tanggal 3 september kemarin bahwa Pemerintah Yogyakarta memang masih belum mempublikasikan dirinya adalah termasuk wisata halal karna kekhawatiran oleh pihak Dinas Pariwisata karna masyarakat masih belum terlalu memahami tentang konsep pariwisata halal ini, terlebih dari piham umat non-muslim.

*“iya mbak. Yogyakarta yang telah mendjadi pariwisata halal ini memang benar. Hanya saja dari pihak kami tidak terlalu mengekspose dan mempublikasiakannya karena kami masih menyatukan persepsi masyarakat tentang baiknya pariwisata halal ini. Dari Dinas Pariwisata sedang melakukan pembinaan kepada*

*masyarakat dalam memahami konsep pariwisata halal ini. Setelah semua sudah 1 pendapat dan 1 pemahaman disitulah kami mengekspose dan mempublikasikan pariwisata halalnya Yogyakarta.”*

### 3) Kurangnya sosialisasi dan pembinaan

Faktor penghambat lainnya yaitu kurangnya sosialisasi dan pembinaan dari Dinas Pariwisata untuk masyarakat, hal ini memang benar terjadi walaupun sebenarnya inilah yang harus lebih dijalankan oleh Dinas Pariwisata dalam mengenalkan pariwisata halal agar lebih di terima oleh masyarakat.

*“Faktor penghambatnya memang kita masih kurang dalam arti kurang dari sosialisasi pemahaman masyarakat tentang pariwisata halal.”(Hasil wawancara dengan Seksi pemasaran ibu Marlina pada tanggal 3 oktober 2019).*

Setuju dengan pendapat bu marlina, ibu juga mengatakan bahwa pihak Dinas Pariwisata dirasa kurang dalam melakukan sosialisasi dan pembinaan kepada masyarakat Yogyakarta.

*“kami sejauh ini sedang lebih meningkatkan dalam membina msyarakat dan bersosialisasi tentang pariwisata halal ini, terlebih kepada yang non-muslim agar tidak terjadi perpecahan pemahaman.”(Hasil wawancara dengan Seksi promosi ibu aan pada tanggal 13 september2019).*

Faktor penghambat diatas seharusnya tidak terjadi dilihat dari karyawan dinas pariwisata yang mestinya bisa menghandle kekurangan tersebut, dari mulai pemahaman masyarakat yang masih belum mengerti tentang pariwisata halal ini, kemudian, kurangnya sosialisasi dan pembinaan kepada masyarakat hingga kehalalan Yogyakarta sebagai pariwisata halal yang tidak dipublikasikan secara massif. Dinas pariwisata memiliki banyak karyawan yang kompeten dalam bidang tersebut, maka dinas pariwisata harus merubah penghambat ini menjadi pendukung suatu saat nanti.

### **C. Strategi Dinas Pariwisata dalam membangun pariwisata halal**

Strategi dalam membangun pariwisata adalah faktor yang sangat penting karna inilah yang akan mengatur bagaimana jalannya pariwisata halal kedepan. Bagaimana strategi yang dibangun oleh Dinas Pariwisata agar pariwisata halal semakin dikenal oleh masyarakat dan para wisatawan dalam mengembangkan pariwisata halal yang dimilikinya sehingga semakin menarik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

*“Strateginya satu, kita melakukan pembinaan kepada hotel hotel dan kepada fasilitas umum untuk menerapkan wisata halal, seperti memberikan tempat ibadah, kemudian untuk toilet terpisah, dan khususnya dihotel untuk klasifikasi hotel didalam kewenangan PHRI kabupaten dalam pembinaan tapi dalam pendampingan dari pihak provinsi. Kami memang punya tuntutan bahwa semua hotel yang diklafikasi dan reklasifikasi itu harus memperhatikan itu. Itu menjadi satu*

*point dalam penilaian. Kalau misalnya pointa tidak masuk ya cacatan juga untuk hotelnya.harus ada atau menjalankan SOP nya itu menjadi 1 poin penilaian. Itu yang kita lakukan. Kemudian juga di beberapa destinasi di DIY kita sudah mulai memperhatikan point point lain seperti ramah difebe, ramah manula, friendly muslim. Nah begitu yang kita lakukan selama ini dan masi berjalan. Seperti halnya program apa saja yang kita lakukan itulah implementasi yang Dinas Pariwisata lakukan sejauh ini.” (Hasil wawancara dengan Seksi pemasaran ibu Marlina pada tanggal 3 oktober 2019).*

Seperti yang dikatakan oleh ibu Marlina bahwa Dinas Pariwisata dalam membangun pariwisata halal melakukan berbagai strategi dan implementasi seperti: pembinaan kepada pihak hotel, pembinaan kepada pedagang tidak boleh melakukan kecurangan, dan akan mengimplementasikan program-program yang telah dibuat oleh Dinas Pariwisata dalam membangun pariwisata halal tersebut.

Berbeda dengan bu Marlina, ibu Fitri lebih merujuk kepada menarik wisatawan dengan cara melakukan kegiatan yang berbasis agama agar wisatawan semakin tertarik dalam mengunjungi pariwisata halal.

*“Strateginya ya begitu mbak, Dinas pariwisata selain melakukan promosi digital kami juga melakukan kajian dengan mengundang pemuka agama yang menarik sehingga semakin menarik wisatawan untuk mendatangi kajian dan Jogja juga. Selain itu jogja juga mempunyai destinasi wisata halal yang memang mempunyai potensi untung dikembangkan di Jogja,*

*dan juga melakukan promosi dari digitas, mulut ke mulut, Koran dan lainnya. Tapi dengan adanya program yang telah dibuat oleh Dinas Pariwisata kita juga mengimplementasikannya kepada masyarakat.”*

Sedangkan ibu Aan mengatakan sama seperti ibu Marlina bahwa Dinas Pariwisata akan mengimplementasikan program-program yang telah diusung agar semakin mengoptimalkan dalam membangun pariwisata halal ini.

*“strategi pembangunan pariwisata halal adalah melakukan pembinaan kepada masyarakat, pedagang asongan, pedagang kaki lima, hotel-hotel dll. Selain itu juga kita tetap terus mengawasi mereka mbak agar tidak terjadi hal-hal yang tidak kita inginkan. Implementasinya ya itu program-program dinas pariwisata yang sudah dibuat harus kita terapkan semaksimal mungkin agar pariwisata halal ini semakin berkembang.”*

Kesimpulannya adalah pihak Dinas Pariwisata mengoptimalkan dalam membangun pariwisata halal ini agar semakin berkembang dengan adanya strategi dan implementasi tersebut.