

BAB II

PARIWISATA DAN PELAKU PARIWISATA DAERAH ISTIMEWA

YOGYAKARTA

1. Perkembangan Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta terletak di bagian tengah-selatan pulau Jawa, secara geografis terletak pada 7033'-8012' Lintang Selatan dan 110000'-110050' Bujur Timur, dengan luas 3.185,80 km². Secara administratif terdiri dari 1 kota dan 4 kabupaten, 78 kecamatan dan 438 kelurahan/desa. Kondisi topografi Daerah Istimewa Yogyakarta beraneka ragam, mulai dari berbentuk dataran, lereng pegunungan serta daerah pantai. (sumber: buku statistik kepariwisataan 2013)

Yogyakarta dikenal sebagai sebutan kota perjuangan, pusat kebudayaan dan pusat pendidikan juga dikenal dengan kekayaan potensi pesona alam dan budayanya sampai sekarang dan masih tetap merupakan daerah tujuan wisata yang terkenal di Indonesia dan Mancanegara. Pariwisata Yogyakarta meliputi: wisata budaya, wisata alam, wisata kuliner, hiburan & rekreasi, minat khusus, MICE (*Meeting, Invensi, Convensi, Expo*), wisata pendidikan dan wisata belanja.

Tempat pariwisata yang mempunyai potensi besar antara lain: Candi Prambanan dan Ratu Boko, Keraton Kasultanan Yogyakarta Hadiningrat, Kota Tua Kota Gedhe, Makam Raja-raja Mataram Kota Gedhe, museum, dan adat-

istiadat serta kesenian tradisionalnya, sampai sekarang masih terjaga/lestari. Begitu juga dengan potensi keindahan alam daerah Yogyakarta yang tidak kalah mempesona, seperti kawasan Kaliurang dan gunung Merapi, puncak Suroloyo, bukit Menoreh, gunung Gambar, pegunungan purba nglanggeran, Gumuk Pasir, Desa Wisata, Goa pindul, air terjun maupun keindahan pantai selatan (pantai Kukup, Baron, Krakal, Kukup, Siung, Parangtritis, Ngrehan, Sundak, Sadeng dan lain-lain).

Potensi pariwisata yang ada di Yogyakarta memberikan peluang pelaku bisnis untuk menjual produk-produk penunjang pariwisata seperti tour travel, hotel, restoran, pusat oleh-oleh dan souvenir, alat transportasi, penyelenggara event dan minat khusus yang diadakan di Yogyakarta.

Wisatawan mempunyai minat dan pengetahuan yang berbeda-beda sehingga memerlukan informasi tentang tempat pariwisata maupun akomodasi yang diperlukan. Informasi dan promosi secara integrasi harus selalu dilakukan baik oleh Dinas pariwisata maupun pelaku pariwisata untuk menarik wisatawan membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan.

Pemerintah dalam hal ini Dinas Pariwisata Yogyakarta mengatur tentang sistem informasi, *event* dan merangkul beberapa komunitas dalam mengembangkan pariwisata dengan beberapa langkah promosi maupun pembangunan infrastruktur obyek wisata.

Obyek pariwisata yang baru dikembangkan dan dipromosikan semakin bervariasi seperti obyek wisata pantai di Gunung Kidul, museum lilin dan 3D deMata, wisata *offroad* di Merapi, wisata *Adventure* di Wonosari, Taman Sari, pusat oleh-oleh XT Square, desa wisata dan lain sebagainya. Semakin banyak obyek pariwisata yang dipopulerkan maka perkembangan bisnis perhotelan, pusat perbelanjaan modern, restoran, UMKM yang membuat batik ataupun *merchandise*.

2. Pelaku dan produk Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta

Perputaran bisnis pariwisata di Indonesia pada tahun 2013 hanya kuliner saja mencapai +/-208 triliun rupiah belum termasuk travel, persewaan kendaraan, hotel dan penerbangan. Perkembangan pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta memberikan peluang kepada pelaku pariwisata dalam mengembangkan produknya seperti hotel/penginapan, pusat dan produk oleh-oleh, rumah makan, tour travel, persewaan kendaraan, obyek pariwisata serta penyelenggara event baik event budaya maupun seni.

Pelaku pariwisata Yogyakarta sebagian besar bergabung pada organisasi resmi seperti Asosiasi Biro Perjalanan Wisata (ASITA), Asosiasi Perusahaan Penjual Tiket Penerbangan Indonesia (ASTINDO), Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), maupun sebuah komunitas independen seperti komunitas tukang becak, komunitas Liburan Jogja. Komunitas tersebut terbentuk secara online maupun offline dan langsung berhadapan dengan para wisatawan.

Pemerintah melalui Dinas pariwisata Yogyakarta memberikan fasilitas dan infrastruktur dalam menunjang semua kegiatan yang dilakukan oleh pelaku pariwisata. Dinas pariwisata memberikan fasilitas kegiatan-kegiatan (event) yang dilakukan di Yogyakarta seperti ArtJog, Festival Kesenian Yogyakarta, fashion week, Jogja Java Carnival, Bienale, Festival Film Dokumenter, Jogja Asian Film Festival, Pasar Kangen dan lain sebagainya.

Pelaku pariwisata berbasis komunitas semakin berkembang dengan tujuan utama meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta baik melalui event, liburan atau sosial. Pelaku pariwisata yang tergabung dalam sebuah komunitas sangat membantu untuk mempopulerkan pariwisata Yogyakarta seperti Edu Hostel, Sheraton Jogja, Bakpiapia Jogja, Resmile Motor, Salaka Pondoh, Dagadu, Tourbalijava, Wirawisata Goa Pindul, Ayu mandiri Tour and Travel. Semua tergabung dalam komunitas Liburan Jogja sebagai wadah informasi bagi wisatawan yang membutuhkan informasi tentang pariwisata Yogyakarta.

Liburan Jogja merupakan sebuah komunitas para pelaku pariwisata Yogyakarta yang didalamnya terdapat sahabat-sahabat yang memiliki visi sama untuk mengkampanyekan dan mempromosikan pariwisata Yogyakarta dengan lebih baik melalui sosial media yang ada seperti twitter, website dan sebagainya. Liburan Jogja dalam melakukan promosi menggunakan akun twitter @liburan_Jogja yang terhubung dengan twitter atau website para anggota komunitas. Dalam akun tersebut menjadi tempat untuk bertanya bagi para

follower mengenai obyek-obyek yang menarik, sejarah obyek, kuliner yang perlu dicoba, penginapan, dan lain sebagainya.

Profile singkat dari pelaku pariwisata yang tergabung dalam Liburan Jogja antara lain:

1. Edu Hostel merupakan penginapan berkonsep dormitory yang umumnya dipergunakan oleh backpacker. Dormitory sebuah ruang / kamar yang bisa dipakai beramai-ramai atau istilahnya sharing room. Untuk para penginap dipisahkan antara pria dan wanita. Tapi banyak juga yang digabung berada dalam satu ruangan. Tempat tidurnya dengan model bunkbed (2 atau 3 tingkat tempat tidur) serta ada juga yang single.
2. Sheraton Mustika Yogyakarta Resort & Spa merupakan penginapan sekelas hotel bintang 5 grup dari Starwood. (Sheraton.com/Yogyakarta)
3. Resmile Motor merupakan penyedia jasa sewa kendaraan roda dua
4. Wirawisata Goa Pindul adalah tempat pariwisata di Kabupaten Gunung Kidul. Wisata cubing dan pertualang menyusuri goa pindul dan sungai oyot merupakan andalan dari Wirawisata Goa Pindul.
5. Bakpiapia Jogja merupakan jenis oleh-oleh khas Yogyakarta dengan makanan khas bakpia yang sudah di modifikasi.
6. Dagadu sebuah merek oleh-oleh khas Yogyakarta berupa cinderamata, oblong dengan jargon khas, plesetan kata unik.
7. Ayu Mandiri Tour & Travel. Menyediakan jasa travel untuk wilayah Yogyakarta dan Indonesia.

8. TourBali Java adalah travel agent untuk pariwisata bali dan Yogyakarta baik tour individual maupun kelompok/Group.
9. Salaka Pondoh adalah oleh-oleh khas yang berbahan dasar dari salak pondoh.
10. Maryamku, adalah toko oleh-oleh seperti carica, roti cane, slondok dan lain-lain

Salah satu kegiatan yang dilakukan secara bersamaan adalah terbentuknya sebuah komunitas baik online maupun offline untuk mendukung strategy promosi seperti event Liburan Jogja 1 yang di laksanakan pada bulan Januari 2012. Kegiatan tersebut diawali dengan terbentuknya kerjasama untuk program promosi melalui social media dengan membuat peta wisata liburan jogja. Melalui social media terutama twitter mengadakan kuiz atau lomba penulisan essay tentang Yogyakarta dan dipilih 10 orang pemenang. Pemenang penulisan essay diajak tour Yogyakarta gratis dan wajib live report melalui twitter baik kegiatan, tempat yang dikunjungi maupun kesan-kesan tentang Yogyakarta.

Semua kegiatan mendapatkan sponsor dari Edu Hostels, Goa Pindul, Ayu Mandiri tour travel, Resmile Motor, Bakpiapia, TourBaliJava, Roemah Pelantjong, Dagadu, Hotel Sheraton, Salaka Pondoh, Abirama. Social Strategy diawali dengan bergabungnya pelaku pariwisata dalam satu komunitas Liburan Jogja dengan melakukan kegiatan mengundang pelancong atau wisatawan yang sudah ataupun belum pernah ke Yogyakarta.

Komunitas liburan jogja mengadakan kuis atau lomba penulisan essay yang bercerita tentang jogja dan kuis tersebut di publish melalui twitter. Follower dari Liburan Jogja ataupun pelaku pariwisata yang mempunyai akun twitter bisa mengikuti kuis tersebut dan di pilih 10 pemenang essay untuk di berikan liburan gratis di Yogyakarta selama 2 hari dua malam (Sabtu-Minggu). Sepuluh pemenang diajak pariwisata ke tempat pariwisata yang belum populer (pada waktu itu Goa Pindul, Pantai Indrayanti) dan juga menginap di Edu Hostel, serta berkegiatan di Sheraton, makan malam di Oemah Jowo, belanja gratis di Roemah Pelantjong, Salaka, Coklat Cokro, dan juga Dagadu. Peserta diwajibkan live report melalui twitter tentang kegiatan, dan tempat pariwisata Yogyakarta.

Komunitas liburan jogja melakukan kegiatan promosik untuk masing-masing produknya secara bersinergi baik melalui sosial media dengan link ke masing-masing account atau ID Sosial medianya. Selain kegiatan online juga melakukan kegiatan offline sehingga Yogyakarta semakin terkenal dengan moto “Karena berlibur itu bisa dilakukan di Negeri sendiri”