

PERSIAPAN DINAS PARIWISATA DAERAH TINGKAT II SLEMAN DALAM MENYAMBUT PARIWISATA 2005 DAN OTONOMI DAERAH

Sri Larasati *)

Abstract

In the next 2005 RIPPNAS and WTO report that either foreign or domestic tourist are still coming to Indonesia, even more than 8,4 to 10 millions in the end of 2010. The declaration of municipal authority written in UU No. 22, 1999 conduct Yogyakarta tourism development, especially Sleman district.

This research is done not only to know how far Sleman as the whole prepares in future, but found that government has already developed tourism sector as well, such like putting down in RIPPDA, without neglecting the national, regional and economics life. Tourism's growing supported by natural, human resources and another sides involve such as culture and business.

A. PENDAHULUAN

Pengembangan kepariwisataan saat ini semakin penting, tidak saja untuk meningkatkan devisa negara tetapi juga diharapkan untuk memperluas lapangan pekerjaan dan lapangan berusaha, sehingga dapat mengurangi angka pengangguran. Perubahan penting yang akan sangat mempengaruhi perkembangan kepariwisataan di Indonesia adalah globalisasi dan otonomi daerah

Berdasarkan proyeksi RIPPNAS II, kedatangan wisman hingga tahun 2005 akan dibanjiri oleh 15 negara yang menjadi pasar utama Indonesia antara lain ; Inggris, Jerman, Belanda, Italia, Perancis, Hongkong, Korea Selatan, Malaysia, Singapura, Australia,

dimana akan memberikan kontribusi sebesar $\pm 90\%$, sehingga ditahun 2005 pariwisata masih menjadi tumpuhan harapan, terutama didalam proses pemulihan perekonomian. World Tourism Organization mengatakan bahwa kontribusi pariwisata cukup signifikan dalam perekonomian dunia karena ada 10,6 % tenaga kerja adalah tenaga kerja pariwisata, 10,2 % GDP dunia berasal dari pariwisata, 10,7 % investasi modal ditanamkan pada pariwisata dan 10,5 % total belanja konsumen dialokasikan untuk Tourist Activities.

Pengembangan pariwisata memang memerlukan komitmen baik dari pelaku bisnis pariwisata, pemerintah maupun masyarakat, tanpa adanya keterpaduan maka usaha

*) Staff Pengajar STP AMPTA Yogyakarta

pengembangan tidak akan berhasil. Tantangan pariwisata semakin kompleks dan berat, oleh karena itu perlu mengedepankan strategi-strategi baru yang kreatif dan inovatif, karena potensi sudah ada tinggal bagaimana mengemasnya, disamping itu perlu adanya diagnosis yang akurat guna memperoleh solusi pengembangan. Diagnosis ini memerlukan data-data yang komperhensif dari hasil studi lapangan dengan mengacu pada beberapa aspek seperti asset, akses, manpower, manajemen, marketing, policy, dan lain-lain.

Pengembangan perlu adanya perencanaan yang matang agar sesuai dengan apa yang telah dirumuskan dan berhasil mencapai sasaran, baik ditinjau dari segi ekonomi, sosial, budaya, lingkungan hidup. Dalam upaya pengembangan perlu diwujudkan untuk memberikan daya tarik wisata yang lebih beragam serta mendistribusikan pengembangan pada wilayah yang lebih luas dan tidak terkonsentrasi hanya pada satu destinasi saja.

Yogyakarta merupakan DTW ke II setelah Bali dan berpotensi untuk dikembangkan menjadi komoditi unggulan yang mampu menciptakan kesejahteraan masyarakat. Kebijakan Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai DTW utama adalah berusaha meningkatkan peringkat dalam peta pariwisata Indonesia dengan insentif "memanipulasi" dan mengintegrasikan semua citra kota sebagai pusat budaya Jawa, pusat pendidikan, kota revolusi, kota antik, kota konvensi, tujuan wisata, serta kerajinan dengan mengintroduksi citra baru, misalnya ; Yogyakarta Konvensi dan wisata Belanja atau whatever, dengan keunggulan produk budaya, produk industri kerajinan berbasis sumber daya manusia, dengan

strategi "Sapta Pesona" dan Yogya Surga Belanja" harus dimasyarakatkan.

Daerah Tingkat II Sleman merupakan salah satu dari lima Kabupaten yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta yang mempunyai letak sangat strategis dalam jalur pariwisata, hal tersebut memberikan keuntungan dan kesempatan tersendiri bagi pengembangan pariwisatanya. Karena didukung oleh potensi sumber daya dan kepariwisata yang ada seperti Gunung merapi dengan segala aktivitas vulkanik nya, Taman Wisata Kaliurang dengan kawasan hutan tropis dengan kekayaan flora dan faunanya, Kawasan Wisata Agro Salak Pondoh, Peninggalan Sejarah yang tidak ada duanya serta kekayaan alam maupun budaya lainnya yang mempunyai kekuatan besar untuk dikembangkan daya tarik wisata yang dapat dikemas dalam paket wisata sehingga mampu menarik kunjungan wisata.

Didalam upaya pengembangan kawasan wisata yang bisa diandalkan bagi daerah diperlukan upaya-upaya nyata dan terpadu baik dalam konteks pengembangan produk maupun pengembangan pemasaran dan pengelolaan, rendahnya lama tinggal wisatawan dan menurunnya arus kunjungan wisatawan ke Daerah Istimewa Yogyakarta salah satunya adalah kurang variatif dan inovatif nya atraksi wisata yang disajikan, untuk itu perlu adanya pengembangan pariwisata secara nyata tidak hanya sekedar memperhatikan what to see dan what to buy saja tetapi lebih dari itu yaitu what to do nya.

B. PERMASALAHAN

Bertitik tolak dari adanya persaingan antara daerah tujuan wisata dan

pengembangan pariwisata serta otonomi daerah, maka permasalahan yang ada adalah "bagaimana persiapan yang dilakukan Daerah Tingkat II Sleman di Bidang Pariwisata untuk menyambut pariwisata 2005 dan otonomi daerah ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Agar dapat memperoleh gambaran yang lebih tentang pengembangan pariwisata di Daerah Tingkat II Sleman, maka tujuan utama penelitian ini diadakan adalah :

1. Untuk mengetahui kawasan dan daya tarik wisata Daerah Tingkat II Sleman yang bisa diandalkan untuk menggerakkan sektor lain
2. Untuk mengetahui upaya dan strategi peningkatan daya tarik pariwisata melalui diversifikasi produk yang berkualitas
3. Untuk mengetahui upaya peningkatan arus kunjungan wisata, lama tinggal wisatawan dan pendapatan daerah dari sektor pariwisata
4. Untuk mengetahui upaya menumbuhkan kesadaran para pelaku bisnis pariwisata, masyarakat akan pentingnya menjaga kelestarian potensi alam dan budaya.

D. METODOLOGI

Variabel penelitian ini merupakan objek penelitian hubungan antara variabel-variabel yang merupakan inti penelitian yaitu persiapan pariwisata Sleman dalam menghadapi pariwisata 2005 dan otonomi daerah, didalam penelitian ini juga dimungkinkan adanya pengaruh dua variabel

sebagai adanya perubahan variabel independen terhadap variabel dependen.

Prediksi sementara dari penelitian ini adalah :

1. Adanya pengembangan pariwisata merupakan persiapan Daerah Tingkat II Sleman dalam menyambut pariwisata 2005 dan otonomi daerah
2. Adanya pengembangan pariwisata dapat meningkatkan arus kunjungan, lama tinggal, pendapatan daerah dan masyarakat.

E. PEMBAHASAN

1. Diskripsi Variabel

a. *Pengembangan Pariwisata*

Kecenderungan mantapnya sektor pariwisata, menyebabkan perlu adanya pengembangan dengan memasukkan semua unsur pendukung kegiatan operasional pariwisata dan perangkat kebijakan yang ada. Arah pengembangan pariwisata daerah Tingkat II Sleman tidak lepas dari tujuan khusus, kondisi kepariwisataan dan sasaran yang ingin dicapai, dengan demikian pengembangan pariwisata perlu dicermati serta menyeluruh semua variabel yang terkait. Tujuan khusus yang dimaksud adalah menjadikan Daerah Tingkat II Sleman sebagai penggerak ekonomi regional Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta sekaligus mampu menjaga stabilitas lingkungan (Ekologis) dan kondisi sosial budaya yang berkembang didalamnya, sedangkan tujuan umum pengembangan pariwisata adalah untuk meningkatkan pendapatan daerah, devisa negara serta menumbuhkan daya

minat terhadap kegiatan perekonomian di Daerah Tingkat II Sleman.

Untuk menentukan arah program pengembangan sangat diperlukan untuk memperhatikan tingkat pengembangan objek yang ada, sehingga dapat diketahui objek-objek wisata yang sudah maju, objek wisata yang bersifat madya dalam pengembangannya dan objek wisata yang belum berkembang, sehingga dapat mudah diketahui perkiraan investasi.

Secara garis besar komponen-komponen penentu dalam arahan perencanaan pengembangan Daerah Tingkat II Sleman adalah sebagai berikut :

1). **Arahan Pengembangan Produk Pariwisata**

Dalam strategi dan pengembangan pariwisata, penyediaan sarana dan prasarana diarahkan agar wisatawan yang berkunjung merasa puas, nyaman dan aman serta banyak membelanjakan uangnya, adanya kecenderungan yang mengatakan bahwa wisman lebih banyak menguntungkan dari pada wisnus, karena anggapan ini berdasarkan pada jumlah pengeluaran dan lama tinggal yang lebih besar dari pada wisnus, tetapi dalam kenyataannya secara perhitungan nasional terungkap bahwa secara keseluruhan total nilai tambah wisnus mencapai 90 %, ini menunjukkan bahwa wisnus mempunyai peranan jauh lebih besar dan penyebarannya lebih luas dari pada wisman.

Upaya pengembangan yang mengacu pada wisnus relatif lebih mudah karena perilaku dan kebutuhan wisnus lebih mudah dikenali dan berada dalam lingkaran sosial

budaya dan wilayah yang sama serta pembentukan pasar domestik baru lebih mudah, sedangkan untuk wisman lebih diarahkan pada pengembangan berdasar pola kecenderungan objek wisata yang bercorak bisnis, budaya dan gunung merapi. Berdasarkan pola kecenderungan tersebut maka arah kebijakan produk wisata Daerah Tingkat II Sleman dapat dirinci sebagai berikut :

- a). Pengembangan Wisata Lingkungan dengan memanfaatkan potensi cagar alam dan hutan lindung, paket-paket wisata yang sesuai dengan objek fisik dan lingkungan lokasi wisata, mengembangkan produk cinderamata yang menggambarkan fenomena fisik lokasi wisata, mengembangkan event-event wisata.
- b). Pengembangan Wisata Budaya dengan memanfaatkan potensi peninggalan sejarah, situs purbakala serta atraksi tradisional, mengembangkan paket-paket wisata budaya.
- c). Pengembangan Wisata Pedesaan dengan memanfaatkan potensi pedesaan yang masih alami dengan kehidupan masyarakat didalamnya, mengembangkan paket-paket wisata pedesaan.
- d). Pengembangan Wisata MICE dan Bisnis dengan mengembangkan paket-paket wisata MICE sehingga dapat memicu minat untuk kegiatan bisnis, menunjang citra Yogyakarta sebagai kota internasional, kota pendidikan.
- e). Pengembangan Wisata Belanja dengan memanfaatkan potensi-potensi pusat pembelanjaan modern maupun tradisional, menunjang pengembangan citra

Yogyakarta sebagai kota belanja, mengembangkan paket-paket wisata belanja oleh Biro Perjalanan untuk meningkatkan lama tinggal

- f). Pengembangan wisata Minat Khusus dengan pengembangan yang berbasis alam dan agro, memadukan objek wisata budaya dan alam

2). **Arahan Pengembangan Promosi Dan Pemasaran**

Pengembangan promosi dan pemasaran pariwisata Daerah Tingkat II Sleman diarahkan pada :

- a). Keberhasilan pengembangan kepariwisataan akan berhasil jika ditunjang dengan program promosi dan pemasaran, baik terhadap produk-produk yang sudah jadi maupun produk-produk baru, disamping itu juga ditentukan oleh sistem pemasaran yang dianut, yang meliputi organisasi pemasaran, perencanaan dan strategi pemasaran
- b). Upaya promosi dilakukan bersama-sama dengan Badan Promosi Pariwisata Indonesia Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan dukungan Pers dan Media elektronik untuk menjangkau konsumen baik dalam skala lokal, regional maupun internasional.
- c). Perencanaan program promosi dan pemasaran untuk produk pariwisata diperlukan penyusunan program yang sesuai dengan perkembangan paket objek wisata dan produknya, serta untuk mencapai sasaran diperlukan peningkatan dan pemahaman serta perhatian terhadap potensi dan kendala pengembangan objek serta produk wisata yang ada.

3). **Arahan Pengembangan Objek Dan Daya Tarik Wisata**

Upaya untuk memproyeksikan pengembangan objek dan daya tarik wisata menggunakan dua pendekatan yang saling melengkapi yaitu :

- a). Pengembangan dengan orientasi pasar dengan cara melihat permintaan pasar dengan tetap mempertimbangkan aspek sosial, budaya, ekonomi, teknologi dan lingkungan
- b). Perkembangan dengan orientasi kesinambungan (sustainability), asset wisata (alam, budaya, lingkungan), pendekatan pengembangan ini adalah berdasarkan pada pertimbangan pembangunan yang berkesinambungan.

Daya tarik budaya dan alam masih menjadi pilihan utama dalam berwisata, disamping wisata minat khusus yang semakin banyak diminati. Laporan WTO menyebutkan bahwa kecenderungan pasar wisatawan ke Indonesia hingga tahun 2010 adalah Asia, Jepang, Australia, Taiwan, Amerika, Korea Selatan dan Eropa, dimana biasanya wisman dari asia lebih menyenangi jenis daya tarik budaya dan alam, serta wisman dari Eropa lebih menyenangi wisata minat khusus, sedangkan segmen pasar wisnus merupakan segmen pasar yang potensial yang bervariasi dan pada umumnya pasar nusantara merupakan pasar massal terutama golongan menengah dan pelajar dan lebih cenderung memilih wisata pantai, gunung, kota, ziarah, alam dan budaya yang telah dikenal orang,

4). **Arahan Pengembangan Sarana Dan Prasarana**

Faktor utama yang mendukung kemudahan pencapaian dan menariknya objek wisata adalah sarana dan prasarana, untuk itu pengembangan diarahkan pada :

- a). Adanya sarana dan prasarana yang memadai untuk lebih memberikan daya tarik bagi objek wisata.
- b). Arah prioritas pengembangan akan mengacu pada arah dan prioritas pengembangan objek wisata yang bersangkutan dan didasari oleh kondisi dan masalah yang dihadapi oleh objek-objek wisata di daerah Tingkat II Sleman
- c). Pengembangan sarana dan prasarana merupakan komponen penunjang kegiatan kepariwisataan harus sesuai dengan kebijakan serta program pengembangan kepariwisataan secara keseluruhan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, baik pengembangan sarana prasarana perkotaan maupun pedesaan di Daerah Tingkat II Sleman.

5). **Arahan Pengembangan Fasilitas Akomodasi**

Masalah utama yang dihadapi oleh sarana akomodasi di Daerah tingkat II Sleman adalah rendahnya tingkat hunian dan lama tinggal di hotel-hotel, namun melihat adanya kecenderungan orang melakukan perjalanan baik individu maupun kelompok dimasa mendatang semakin meningkat maka penyediaan fasilitas akomodasi yang berupa Homestay di Daerah tingkat II Sleman sangat strategis untuk di kembangkan, arahan dalam

pengembangan fasilitas akomodasi ditujukan untuk :

- a). Meningkatkan tingkat hunian dan lama tinggal wisatawan di hotel-hotel berbintang maupun non bintang.
- b). Pengadaan atraksi-atraksi kesenian/kebudayaan perlu didorong dan dibina untuk menunjang pengembangan wisata MICE
- c). Penampilan bangunan akomodasi perlu diarahkan agar memiliki citra Yogyakarta serta kebijakan tarif perlu diperhatikan agar ada keragaman dan pengawasan mengingat keragaman wisatawan itu sendiri.
- d). Pembinaan secara terus menerus terhadap usaha akomodasi terutama non bintang agar tetap terjaga pelayanan dan hygiene.
- e). Pembatasan pendirian usaha akomodasi di sekitar objek wisata alam untuk menjaga kelebihan kamar.
- f). Pengembangan Homestay di sekitar objek wisata alam melalui pendayagunaan tempat tinggal penduduk pedesaan dengan pendekatan sosial budaya yang dilakukan secara positioning (tepat lokasi dan tepat fungsi).

6). **Arahan Pengembangan Sarana Rumah Makan Dan Restoran**

Fungsi utama rumah makan dan restoran adalah untuk melayani kebutuhan makan dan minum untuk masyarakat maupun wisatawan, karenanya arahan pengembangannya yang dapat dilakukan adalah :

- a). Untuk memberikan nilai plus pada tamu rumah makan dan restoran, perlu dikembangkan rumah makan dan restoran yang memiliki penampilan bangunan yang berciri khas Sleman atau Yogyakarta dan berfungsi sebagai sarana promosi kepariwisataan Daerah Tingkat II Sleman
- b). Kebijakan untuk merangsang pertumbuhan dan penyebaran lokasi berdirinya rumah makan dan restoran sesuai dengan kebutuhan yang ada untuk menghadapi perkembangan penduduk dan pariwisata di Sleman.
- c). Pembinaan terhadap rumah makan dan restoran tentang pelayanan serta hygiene dan sanitasi

7). Arahannya Pengembangan Investasi

Pembangunan daerah tidak lepas dari upaya peningkatan investasi, besarnya investasi tergantung pada perencanaan dan target pengembangan itu sendiri. Ukuran yang biasa digunakan adalah dengan indikator ICOR (Incremental Capital Output Ratio) yang dapat digunakan untuk menganalisis besarnya jumlah investasi bruto yang dibutuhkan untuk mencapai target pembangunan tertentu yang biasanya diterjemahkan dengan indikator pertumbuhan ekonomi daerah.

Sejak Repelita VII investasi yang dibiayai oleh pemerintah hanya 30 % sedangkan sisanya dibebankan pada swasta dan masyarakat, karena itu arahan pengembangan investasi meliputi :

a). Pembagian peran antara pelaku pembangunan :

- (1). Pemerintah hanya membiayai investasi yang berdampak pada kepentingan masyarakat banyak (public oriented) dan memiliki prioritas dalam pembangunan daerah.
- (2). Pihak swasta diharapkan membiayai investasi yang memiliki nilai ekonomis tinggi serta memberi return yang baik dan layak
- (3). Masyarakat akan membiayai investasi yang mempunyai hubungan langsung dengan kepentingannya

b). Pengelolaan asset daerah

Asset pemerintah daerah yang dapat dimanfaatkan dan memiliki nilai ekonomi tinggi dapat dipergunakan sepanjang tidak menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat, daerah serta lingkungan hidup sekitarnya, didalam pengelolaan pemerintah harus memiliki peran yang besar dalam hal regulasi dan pengawasan, pihak swasta dapat mempergunakan asset pemerintah dengan cara memberikan imbalan yang memadai secara finansial maupun ekonomi serta melibatkan masyarakat dalam pelaksanaan dan pengawasan.

c). Kebijakan pengembangan investasi

Investasi yang ditanamkan oleh swasta maupun masyarakat harus dapat memberikan dampak positif bagi pembangunan daerah. Untuk jangka pendek program pembiayaan investasi mengikuti program-program yang telah

direncanakan oleh Rakorbang Daerah Tingkat II Sleman, program-program jangka menengah dan panjang, masuk dalam rencana pembangunan jangka menengah maupun jangka panjang, segala perjanjian kerja sama antara pemerintah daerah dengan swasta sebaiknya mengikutsertakan DPRD agar terhindar dari suatu kesepakatan yang hanya mementingkan keuntungan ekonomi semata dengan mengkorbankan masyarakat dan lingkungan.

8). **Arahan Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Kelembagaan**

Faktor SDM dan kinerja kelembagaan masih merupakan hambatan dalam pengembangan pariwisata, oleh karena itu arahan yang diperlukan meliputi :

- a). Peningkatan pembinaan masyarakat sekitar objek wisata terhadap fungsi pelayanan dan pemandu kebutuhan wisatawan secara proposional dan sesuai dengan karakter masyarakat sekitar objek
- b). Pelatihan khusus yang didasarkan pada pengembangan karakter sumberdaya wisata bagi masyarakat sekitar objek
- c). Paket-paket diklat pariwisata yang tepat guna bagi pengelola objek dan pelayanan wisata dengan melibatkan Dinas terkait dan swasta.

- d). Sumber Daya Manusia penyedia akomodasi, restoran, tempat rekreasi dan hiburan, pengembangan ditekankan pada kerjasama dan koordinasi antara pihak yang berkepentingan.

Konsep pengembangan yang digunakan dalam perencanaan adalah pendekatan secara terpadu yang berdasarkan pada :

a). *Pendekatan keterpaduan pengembangan kawasan wisata.*

Pendekatan ini merupakan suatu usaha untuk mengkaitkan objek-objek wisata di Kawasan Utara daerah Istimewa Yogyakarta dan untuk meningkatkan potensi masing-masing objek sehingga diharapkan memiliki ciri-ciri tertentu tanpa meninggalkan daya tarik utama dalam satu kawasan wisata. Dari pendekatan ini diharapkan objek-objek yang sudah ada dan baik dapat menjadi pendorong bagi objek-objek wisata lainnya (yang belum maju), diversifikasi yang berkualitas dengan didasarkan pada potensi, karakteristik kawasan serta kehidupan sosial budaya masyarakat diharapkan dapat meningkatkan daya tarik kawasan wisata.

b). *Pendekatan Ekowisata*

Pendekatan ini berorientasi pada bentuk wisata ekologis yang peka terhadap lingkungan, pemanfaatan sumber-sumber lokal serta adanya partisipasi industri perjalanan, pendekatan ini diimplementasikan dalam 4 aspek yaitu :

- (1) Ekologis dengan sasaran terpeliharanya ekosistem serta habitatnya
- (2) Estetika yang berorientasi pada pengembangan fisik fasilitas penunjang pariwisata dengan

memperhatikan prinsip keselarasan dan harmonis dengan lingkungan hidup dalam perencanaan dan pengembangan terkait dengan lingkungan alam.

- (3) Ekonomi yang berorientasi pada perolehan manfaat ekonomi yang tinggi dan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan daerah maupun nasional jangka panjang
- (4) Pendekatan sosial dengan melibatkan masyarakat akan dapat memberikan dampak positif bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat maupun peningkatan kemampuan sumber daya lokal untuk secara aktif terlibat dalam pengembangan.

c). *Pendekatan sosial Kemasyarakatan*

Dampak positif dari pembangunan adalah kesejahteraan masyarakat yang tidak hanya diukur melalui pendapatan perkapita saja, melainkan juga perlu dilihat dari berbagai indikator sosial secara riil berdampak pada kebutuhan-kebutuhan sosial masyarakat. Adapun manfaat dari pendekatan ini adalah :

- (1) Terbukanya peluang kerja & usaha bagi masyarakat sekitar
- (2) Terciptanya akses terhadap fasilitas sosial, ekonomi bagi masyarakat sekitar untuk dapat ikut menikmati fasilitas objek tanpa diskriminasi
- (3) Terlibatnya masyarakat dalam proses perencanaan pembangunan kawasan, pemantauan serta pengendalian kegiatan

d). *Pendekatan Bertumpu Pada Masyarakat*
Keberhasilan pengembangan suatu wilayah tergantung pada dukungan komunitas disekitarnya, dimana karakter masyarakat secara fisik, sosial budaya merupakan sumber daya utamanya. Melibatkan masyarakat sejak awal akan lebih menjamin kesesuaian program pengembangan dengan aspirasi masyarakat setempat, serta dapat menjamin adanya komitmen masyarakat, karena masyarakat merasa memiliki, pengembangan perlu didasarkan pada kriteria :

- (1) Kemajuan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas budaya dan tradisi lokal
- (2) Meningkatkan tingkat pendapatan sekaligus pemerataan pendapatan masyarakat lokal
- (3) Berorientasi pada pembangunan usaha berskala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga yang besar dan berorientasi pada teknologi tepat guna
- (4) Mengembangkan semangat kompetisi sekaligus kooperatif
- (5) Memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai penyumbang tradisi budaya dengan dampak negatif seminimal mungkin

e). *Pendekatan Manfaat Ekonomi*

Dalam perencanaan pengembangan perlu mencermati peluang-peluang yang mungkin diraih, meningkatnya jumlah kunjungan akan mempengaruhi pendapatan masyarakat, salah satu cara untuk meningkatkan kunjungan adalah dengan

mengembangkan paket-paket wisata, atraksi wisata alternatif, sehingga secara ekonomis pengembangan harus mengacu pada peningkatan pendapatan masyarakat lokal, penyerapan tenaga kerja, penerimaan pendapatan pemerintah daerah.

b. Upaya Promosi

Pengembangan pariwisata akan berhasil apabila ditunjang oleh program promosi dan pemasaran terhadap produk-produk pariwisata. Keberhasilan pemasaran ditentukan oleh sistem pemasaran yang dianut, Subdin Pariwisata berfungsi sebagai pemimpin dalam pemasaran yang didukung oleh instansi/lembaga terkait. Efektifitas kegiatan pemasaran perlu dilakukan berkaitan dengan pendanaan dan perlu adanya pemahaman dan perhatian terhadap potensi dan kendala pengembangan yang ada.

Untuk menunjang kegiatan pemasaran Pemerintah daerah Tingkat II Sleman telah melakukan pengadaan bahan-bahan informasi seperti :

- 1). Bahan cetakan yang meliputi Booklet dan Peta Wisata Sleman, baik dalam bahasa nasional maupun bahasa Inggris.
- 2). Bahan Oudio Visual yang meliputi Slide Proyektor dan Video rekaman kegiatan wisata
- 3). Bahan Display yang meliputi panel-panel pameran yang sudah standart, lampu sorot, foto-foto transparant

Kegiatan promosi yang lain yang dilakukan didalam negeri khususnya adalah :

- 1). Festival Kesenian Yogyakarta

- 2). Festival Pembangunan Di Daerah Tingkat II Sleman
- 3). Pekan Pariwisata D.I.Y
- 4). Pekan Pariwisata Jawa Barat
- 5). Seminar/Simposium yang berkaitan dengan pariwisata
- 6). Promosi bersama dengan instansi terkait baik daerah maupun propinsi
- 7). Menyelenggarakan event-event tradisional yang dikemas dalam kegiatan tahunan
- 8). Mengadakan promosi disaat berlangsungnya kegiatan EATOF dan ATF

c. Upaya Kerja Sama Dengan Pihak Terkait

Daerah Tingkat II Sleman merupakan daerah percontohan otonomi sejak tahun 1995, sebagai daerah otonom, Pemda Sleman mempunyai wewenang yang lebih besar dalam mengelola asset-aset yang ada dikawasan wisata, tetapi kemampuan pendanaan masih kurang sehingga masih diperlukan bantuan dari pusat dan sektor lainnya, beberapa lembaga/instansi yang bekerjasama dalam pengelolaan kawasan dan daya tarik wista antara lain :

- 1). Pemda Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta
- 2). Yayasan serangan Umum 1 Maret Yogyakarta
- 3). Yayasan Dirgantara Yogyakarta
- 4). BKPM D Propinsi Daerah istimewa Yogyakarta

- 5). Bappeda Propinsi D.I.Y dan Daerah Tingkat II Sleman
- 6). Dinas Perekonomian Sub Pariwisata Sleman
- 7). Dinas Kehutanan Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta
- 8). Kantor Suaka Peninggalan Sejarah & Purbakala Propinsi D.I.Y
- 9). PHRI, ASITA, HARUMI, GPY
- 10). PT. Taman Wista Candi Borobudur, Prambanan Dan Ratu Boko
- 11). PT. Merapi Resort dan Golf
- 12). LSM
- 13). Dan Lain sebagainya

Bentuk kerja sama antara pemerintah dan swasta disesuaikan dengan keadaan yang ada pada masing-masing pihak, bentuk kerjasama adalah sebagai berikut :

- 1). Join Operation yaitu bentuk kerjasama mengelola suatu usaha yang dituangkan dalam perjanjian kerjasama tanpa membentuk badan usaha baru
- 2). Join Venture yaitu bentuk kerjasama dengan membentuk badan usaha baru (PT) dengan tidak menghilangkan bentuk usaha pemerintah sebelumnya.

Bentuk kedua kerjasama tersebut dikembangkan menjadi berbagai bentuk kerjasama gabungan antara lain :

- 1). Bangun, Kelola, alih dan milik (BKAM) yaitu ikatan kontrak dimana pemerintah (melalui BUMN/BUMD) menetapkan bahwa pihak swasta melaksanakan pembangunan fisik termasuk pengadaan

pembiayaan, pengelolaan dan pemeliharaan dalam jangka waktu tertentu dengan hak melakukan pemungutan biaya dan keuntungan yang wajar, setelah kontrak habis maka sarana dan prasarana dikembalikan ke Pemda Sleman

- 2). Kontrak Pelayanan Jasa (KPJ) Yaitu suatu ikatan kontrak dimana Pemerintah (melalui BUMN/BUMD) menyerahkan pelayanan jasa untuk suatu jenis pelayanan tertentu kepada masyarakat dalam bentuk imbalan jasa
- 3). Kontrak Kelola (KK) yaitu suatu ikatan kontrak dimana Pemerintah (melalui BUMN/BUMD) memberikan peluang pengelolaan kepada swasta untuk menyediakan jasa pengelolaan dan modal kerja bagi kegiatan operasional serta pemeliharaan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelayanan kepada konsumen dalam jangka waktu tertentu.
- 4). Kontrak Sewa (KS) yaitu suatu ikatan kontrak dimana pemerintah (melalui BUMN/BUMD) memberikan peluang kepada swasta untuk menyewa sebagian asset atau sarana dan prasarana dan menjalankan pengelolaan serta pemeliharaan dengan menyediakan modal kerja dalam waktu tertentu

b. Analisis Penelitian

Dari diskripsi variable terlihat jelas bahwa pengembangan pariwisata Daerah tingkat II Sleman tidak lepas dari permintaan pasar, yang pelaksanaannya dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan dengan melihat prioritas pengembangan, secara garis besar pengembangan pariwisata Sleman dibagi menjadi 4 Satuan

baru pariwisata modern yang merupakan rangkaian unsur interaktif yang terdiri dari Tourism Resource, service, Infrastructure dan Government, yang dapat digambarkan sebagai Triangular Framework of Tourism

Keempat komponen (*Resource, Service, Infrastructure dan government*) merupakan komponen kunci yang mempunyai ukuran selaras sehingga bisa diklasifikasikan sebagai *The First-Class Tour Destination*, dimana bisnis berjalan walaupun sumber daya kurang mencukupi karena kekurangan tersebut dapat ditutupi dengan faktor komponen yang lain.

Untuk mendukung pencapaian tujuan pengembangan, sumber daya manusia memegang peranan yang penting, untuk itu berbagai pelatihan dan pendidikan selalu dilakukan dengan bekerjasama dengan pihak terkait baik pemerintah maupun swasta. Meningkatkan peran serta masyarakat, pemerintah maupun swasta dapat menggalakkan kegiatan ekonomi dengan menyertakan seluruh potensi alam, budaya, lingkungan serta meningkatkan daya tarik wisata melalui diversifikasi produk yang berkualitas sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

F. KESIMPULAN

Dari pembahasan variable dan analisis maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa :

1. Persiapan yang telah dilakukan oleh daerah Tingkat II Sleman dalam pengembangan pariwisata untuk menyambut pariwisata 2005 dan otonomi daerah sudah cukup baik
2. Usaha untuk meningkatkan jumlah kunjungan dilakukan dengan mengadakan diversifikasi produk dan bekerjasama dengan pihak terakit
3. Pemasaran sudah dilakukan dengan berbagai cara untuk menginformasikan objek dan daya tarik wisata

DAFTAR PUSTAKA

Andi Mappi Sammeng, **Cakrawala Pariwisata**, , 2000

Charles Kaiser Jr & Larry E. Helber, **Tourism Planning & Development**, CBI Publishing Company, Buston, 1987

H. Oka Yoeti, **Perencanaan & Pengembangan Parieisata**, Pradya pariwisata, Jakarta, 1997

Kusudianto Hadinoto, **Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata**, UI press, Jakarta, 1996

_____, **Studi Kelayaan Wisata**, Yogyakarta, 2000

_____, **Prosiding Pelatihan dan Lokakarya Perencanaan Pariwisata Berkelanjutan**, Editor Myra P. Gunawan, ITB Bandung, 1997

_____, **RIPPD Kabupaten Dati II Sleman**, 1999