

Strategi Pengembangan Industri Pariwisata DIY

Oleh : Nur Feriyanto

Pendahuluan

Perkembangan industri pariwisata dunia terus berjalan dengan pesat. Penanganan yang sungguh-sungguh dan profesional adalah kunci perkembangan yang mantap. Data dari World Tourism Organization (WTO) dapatlah dijadikan gambaran perkembangan industri pariwisata dunia saat ini. Tahun 1991 penerimaan devisa dari sektor pariwisata adalah sebesar 261 milyar dollar AS dan tahun 1992 telah naik 6.8% menjadi 279 milyar dollar AS dan untuk jumlah wisatawan naik 4,6 persen dari tahun 1991 ke tahun 1992 atau sejumlah 476 juta orang wisatawan. Sehingga tidaklah keliru bila dengan penanganan yang lebih baik maka sektor pariwisata akan dapat menjadi industri yang berkembang paling "bergairah" tahun-tahun yang akan datang.

Indonesia sebagai negara kunjungan wisata yang terkenal, juga merasakan perkembangan sektor ini. Tahun 1992 jumlah wisatawan meningkat menjadi 3,06 juta orang atau meningkat 19,1 persen dari tahun 1991. Sehingga penerimaan devisa dapat ditingkatkan pula menjadi 3,2 milyar dollar AS atau meningkat 29,7 persen dari tahun 1991. Dan untuk Pelita VIP Pemerintah menargetkan 6,5 juta wisatawan

mancanegara dengan target devisa 9 milyar dollar AS.

Kondisi Pariwisata DIY

Predikat sebagai Daerah Tujuan Wisata Utama tidaklah berlebihan jika disandang daerah ini. Karena Daerah Istimewa Yogyakarta mempunyai sumber wisata yang tersebar di lima Daerah Tingkat II, yaitu Kodya Yogyakarta, Sleman, Bantul, Kulon Progo dan Gunung Kidul. Sehingga tekad untuk menjadikan DIY sebagai salah satu pusat *pendidikan, kebudayaan dan daerah tujuan wisata utama* dituangkan dalam Pola Dasar Pembangunan Daerah Istimewa Yogyakarta Pelita V.

Pengembangan potensi pariwisata DIY sudah ditangani dengan cukup baik hal ini dapat dilihat dari perkembangan penerimaan Pendapatan Daerah dari sektor ini.

Tabel 1

Pendapatan sektor pariwisata DIY Pelita V

Tahun	Jumlah
1989/1990	Rp. 6.902.162.275
1990/1991	Rp. 8.976.480.748
1991/1992	Rp. 12.371.080.232
1992/1993	Rp. 14.575.836.630

Sumber data : Pemd DIY

Perkembangan penerimaan daerah dari sektor pariwisata ini rata-rata naik 29 persen pertahun dalam Pelita V. Adapun sumber-sumber pendapatan tersebut diperoleh dari sub sektor pariwisata yang terdiri atas obyek wisata, museum, atraksi, bioskop, rekreasi dan hiburan Umum, Pajak Pembangunan, Pajak Tontonan, Ijin usaha dan Retribusi Pariwisata.

Peluang dan Tantangan

Tidak dapat dipungkiri bahwa sektor pariwisata kini sudah menjadi industri bisnis yang menarik. Sebagai sumber pendapatan daerah maka "tambang ekonomi" ini masih punya peluang besar untuk terus digali dan dikembangkan. Untuk dapat melihat peluang yang ada maka kita harus dapat menggali faktor-faktor yang berperan dalam peningkatan pendapatan daerah dari sektor ini. Sehingga dengan mengetahui faktor-faktor independent tersebut akan menjadikan strategi peningkatan tiap faktor akan dapat terkonsentrasikan dan tertangani dengan lebih profesional. Adapun faktor-faktor independen tersebut adalah :

Jumlah wisatawan

Jumlah wisatawan adalah faktor utama naiknya pendapatan daerah. Untuk itu maka perlu suatu pengembangan objek wisata yang berorientasi pada pasar, sehingga jenis objek wisata dapatlah lebih bervariasi untuk dapat menarik minat wisatawan lebih besar lagi. Peningkatan objek wisata alam tidaklah keliru untuk terus dikembangkan tetapi jenis objek yang lain misalnya objek wisata pendidikan dan objek wisata hiburan adalah juga kebutuhan pasar saat ini.

Perkembangan jumlah wisatawan-wisatawan (wisman) dan wisatawan

nusantara (wisnu) di DIY cukup menarik dari tahun ke tahun :

Tabel 2
Jumlah Wisatawan ke DIY
Selama Pelita V

Tahun	Wisman	Wisnu
1989/1990	180.896	483.520
1990/1991	188.549	398.636
1991/1992	216.051	492.048
1992/1993	260.392	558.722

Sumber data : Pemda DIY

Untuk Wisatawan mancanegara perkembangan jumlah wisatawan pertahun 13,4 persen sedangkan untuk wisatawan nusantara sebesar 7 persen. Sangatlah mungkin jumlah wisatawan akan naik dengan prosentase yang lebih besar lagi yaitu dengan penanganan yang profesional.

Promosi dan pameran wisata DIY, baik didalam maupun di luar negeri adalah kiat menarik wisatawan yang jitu. Kerjasama antar travel biro perjalanan akan sangat bermanfaat mendorong naiknya jumlah wisatawan ke daerah ini. Karena dengan adanya paket perjalanan yang terpadu misalnya Wisata Nusantara akan menjadikan perjalanan sangat menarik bagi wisatawan. Tentu saja dengan penanganan yang profesional, sehingga waktu dan biaya bisa teranggarkan dengan baik oleh wisatawan. Sebab wisatawan pasti mempunyai rencana yang terskedul.

Agar dapat memasarkan objek pariwisata dengan baik, maka karyawan pemasaran travel di dalam maupun luar negeri sangatlah tepat diundang dan dikenalkan dengan objek wisata yang akan dijual. Disamping sebagai servis patner

kerja hal ini adalah kiat promosi yang sangat bagus. Sehingga pada waktu bagian pemasaran travel perjalanan tersebut memberikan informasi melalui buklet wisata, video juga akan melengkapi dengan pengalaman-pengalaman pribadi yang akan menggugah niat calon wisatawan itu untuk segera berkunjung ke DIY.

Keaktifan mengikuti pekan promosi dalam negeri seperti Indo Tourisme di Surabaya dan Jakarta ataupun kerjasama dengan KBRI mengenalkan budaya dan objek Wisata Nusantara di luar negeri perlu terus ditingkatkan kualitasnya. Begitu pula kerjasama dengan "Garuda" atau perusahaan pengangkutan udara asing lainnya terus dibina, untuk menarik minat calon wisatawan.

Dengan jumlah travel yang semakin banyak dan promosi yang lebih gencar tentulah harapan peningkatan jumlah wisatawan bukanlah mimpi. Tidak hanya wisatawan asing yang harus ditangani dengan sungguh-sungguh tetapi wisnu (wisatawan nusantara) haruslah digarap dengan strategi yang tepat, baik menyangkut jenis objek wisata (misalnya wisata pendidikan, wisata alam), perjalanan pada waktu liburan sekolah ataupun penyediaan prasarananya.

Pelayanan lewat Tourist Information Center (TIC) dan Tourist Information service (TIS) harus terus ditingkatkan. Baik segi pelayanan maupun jumlah dan penyebarannya. Sehingga jangkauan informasi menjadi lebih luas dan tujuan pelayan dapat maksimal.

Lama Tinggal wisatawan

Faktor lama tinggal wisatawan adalah faktor kualitas peningkatan pendapatan yang harus digarap secara

khusus. Karena dari data yang ada, lama tinggal wisatawan di DIY masih tergolong rendah yaitu untuk wisman 2,3 hari dan untuk wisnu rata-rata 1,6 hari.

Tabel 3
Rata-rata tinggal Wisman dan Wisnu di DIY
Selama Pelita V

Tahun	Wisman	Wisnu
1989/1990	2,55 hari	1,50 hari
1990/1991	2,10 hari	1,74 hari
1991/1992	2,45 hari	1,58 hari
1992/1993	1,95 hari	1,53 hari

Sumber data : Pemda DIY

Langkah-langkah yang dapat diambil adalah dengan penyajian acara dan atraksi yang menarik dan terpadu agar wisatawan menjadi semakin betah tinggal di DIY. acara janganlah hanya berlangsung pada siang hari saja, tetapi perlu diupayakan adanya acara yang berlangsung pada malam hari, sehingga rasa kesepian dapatlah dihilangkan yang ada adalah rasa gembira karena waktu sarat dengan atraksi yang menghibur.

Pemandu wisata yang berkualitas adalah kebutuhan lain dari wisatawan dalam mengenal objek wisata secara jelas, menambah daya pikat dan memberi kenangan tersendiri. Dengan penguasaan materi objek wisata, bahasa asing yang fasih dan didukung kostum pakaian daerah akan merupakan daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

Perlu disadari bahwa efek lamanya tinggal wisatawan ini akan dinikmati oleh banyak sektor lainnya seperti halnya hotel, telekomunikasi, restoran, bank, tempat hiburan dan toko/penjual barang souvenir.

Yang tentunya akan mampu meningkatkan aktivitas perekonomian daerah. Maka faktor faktor pendukung inipun perlu penanganan yang serius melalui pengembangan yang terarah dan terpadu.

Hotel yang sudah cukup banyak di DIY (mempunyai 7.000 kamar) tentunya harus terus dimonitor perkembangannya. Jangan sampai laju pertumbuhan investasi di sektor hotel jauh melebihi kebutuhannya, yang nantinya justru akan merakibat mandegnya investasi karena jumlah hunian kamar yang rendah. dengan tingkat hunian 54% untuk tahun 1993 yang turun 1% dari tahun sebelumnya adalah suatu signal bagi Pemda agar menangani hal ini dengan serius yaitu memadukan dengan program atraksi wisata. sehingga akan dapat meningkatkan lama hunian dan jumlah hunian kamar hotel.

Sektor restoran perlu terus dibina oleh pemerintah daerah. Pembinaan ini dapat dari segi penempatan lokasi restoran yang layak, pengawasan dan penyuluhan kualitas makanan, sehat, penyajian dan kebersihannya. Perlu juga adanya pengenalan makanan khas Yogyakarta sebagai menu daya tarik. Karena wisatawan pasti juga berkeinginan untuk mencoba makanan khas daerah ini misalnya gudeg. Hal ini untuk mengimbangi munculnya restoran asing. Sehingga kebutuhan restoran akan terpenuhi, baik dengan menu asing ataupun menu daerah.

Atraksi wisata

Atraksi wisata yang terpadu dan khas adalah menu yang diharapkan oleh setiap wisatawan. Yogyakarta adalah kota budaya yang sarat dengan jenis kegiatan budaya yang menarik. Kesenian daerah yang beragam dari tiap Daerah Tingkat II adalah pelengkap bagai acara-acara besar seperti

halnya Prosesi Grebeg Maulud Kraton Yogyakarta dan Labuhan Kraton Yogyakarta di Pantai Prangtritis.

Lomba mainan anak-anak tradisional adalah jenis sajian yang dapat ditampilkan untuk melestarikan dan mengenalkan pada wisatawan. Begitu juga lomba layang-layang di Pantai Parangtritis adalah sajian yang sangat menarik. Di samping lomba volley pantai ataupun layang gantung, sebagai atraksi olahraga.

Souvenir

Sebagai bukti seseorang telah sampai dan menikmati suatu objek wisata adalah membawa "oleh-oleh barang cangkingan" berupa souvenir yang khas daerah wisata itu. Di DIY tempat penjualan souvenir masih menyebar dan kurang tertangani dengan serius. Perlu kedekatan lokasi penjualan dengan lokasi wisata: sehingga wisatawan tidak terlalu merasa repot mencari kebutuhan souvenir itu. Dalam daerah lokasi wisata dapat dibangun kios-kios penjaja souvenir yang terkoordinir, sehingga tidak terjadi perang harga yang akan merugikan sesama penjual.

Satu hal lagi dari souvenir ini yang terasa kurang penanganannya adalah dari segi kualitas dan variasi design produk. sangatlah disayangkan belum adanya kerjasama kelembagaan antara Pemda dan kelembagaan terkait. sebenarnya dengan kerjasama antara produsen dan seniman atau dengan ISI (Institut Seni Indonesia) akan dapat dihasilkan jenis souvenir yang bermutu dan dengan design yang menarik. sebagai kota pelajar tentunya tidaklah sulit untuk mencari kerjasama pembinaan manajemen bagi produsen barang souvenir ini. Yang dibutuhkan adalah niat untuk memajukan DIY melalui sektor Pariwisata

dengan penanganan terpadu. dengan majunya perdagangan/penjualan souvenir ini akan dapat mengurangi tingkat pengangguran yang ada, membuka peluang kerja sampingan dan akan meningkatkan pendapatan daerah.

Kesimpulan

Prospek industri pariwisata Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta sangat cerah. Melalui penanganan yang profesional, penyajian atraksi wisata yang terpadu dan menarik, serta peningkatan faktor-faktor independent lainnya membutuhkan upaya yang harus di dorong dan didukung oleh semua pihak. Usaha-usaha tersebut haruslah mangacu pada peningkatan kepuasan para wisatawan. Untuk itu pariwisata DIY harus dapat berjalan sesuai selera para wisatawan yang datang untuk berlibur atau menikmati waktu senggangnya tersebut. Hal itu tentunya membutuhkan kerjasama yang

baik dan padu antar institusi maupun antar individu yang berkompeten untuk secara serius berusaha memajukan industri pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, yang sudah akan menjadi industri pariwisata yang besar ini.

Daftar Pustaka

- Gerald M. Meeier, *Leading Issues in Economic Development* Oxford University Press, New York, 1989.
- Kantor Statistik DIY, *Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Angka 1991*, Kantor Statistik Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, 1992
- Suroto, *Strategi Pembangunan dan Perencanaan Kesempatan Kerja*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, 1992
- Van Fleet, *Contemporary Management*, Houghton Mifflin Company, New Jersey, 1988