

# IMPLEMENTASI STRATEGI PEMERINTAH DAERAH DALAM MEWUJUDKAN PARIWISATA BERBASIS BUDAYA TERKEMUKA (Studi pada Dinas Pariwisata Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta)

Eva Rusdiananingtyas, Heru Ribawanto, Wima Yudo Prasetyo

Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang  
E-mail: evarusdianaa@yahoo.com

**Abstract:** *The Implementation of Local Government Strategy in Creating The Notable Culture-Based Tourism (A Study in Tourism Department of Daerah Istimewa Yogyakarta).* Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) has wealth and potency of tourism such as culture inheritance and the beauty of nature that can be featured to be a tourism objective both in Indonesia and foreign countries. The tourism sector becomes excellent sector in economy of DIY, however the tourism development of DIY also produces various challenges and constraints so that the effort of the tourism development need to be done seriously and by using an appropriate strategy. From the result of the research can be known that there are three strategies used by DIY Tourism Department that are the strategy in increasing the quality and quantity of tourism destination, the strategy in creating effective and efficient marketing, and also the strategy to optimize the expansion of cooperation. The strategy implementations are explained into three primary programs that are destination development program, marketing development program, and cooperation development program. The effectiveness of the strategy implementation can be seen from the reachable target in settled indicators. In the process of implementation this strategy there are proponent factors such as estimate availability, tourism potency, infrastructure availability, the role of society and social-safety condition. Meanwhile, the obstacle factors are apparatus sources that are inadequate, and also the cooperation between stakeholders that still cannot be synergic.

**Keyword:** strategy implementation, tourism development, culture of tourism

**Abstrak:** **Implementasi Strategi Pemerintah Daerah Dalam Mewujudkan Pariwisata Berbasis Budaya Terkemuka (Studi pada Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta).** Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) memiliki kekayaan dan potensi pariwisata berupa warisan budaya maupun keindahan alam yang dapat diunggulkan menjadi tujuan wisata terkemuka baik di Indonesia maupun Mancanegara. Sektor pariwisata menjadi sektor unggulan perekonomian DIY, namun demikian pembangunan pariwisata DIY juga memunculkan berbagai tantangan dan kendala, sehingga upaya pengembangan pariwisata perlu dilakukan dengan serius dan strategi yang tepat. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa terdapat tiga strategi yang diterapkan Dinas Pariwisata DIY yaitu strategi meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi pariwisata, strategi mewujudkan pemasaran yang efektif dan efisien, serta strategi mengoptimalkan perluasan jaringan kerjasama. Implementasi strategi dijabarkan dalam tiga program utama yaitu program pengembangan destinasi, program pengembangan pemasaran, dan program pengembangan kemitraan. Efektivitas implementasi strategi dapat dilihat dari tercapainya target dalam indikator yang telah ditetapkan. Dalam pelaksanaannya terdapat faktor pendukung yang meliputi ketersediaan anggaran, potensi pariwisata, ketersediaan sarana prasarana, peran serta masyarakat dan kondisi sosial-keamanan. Sedangkan faktor penghambatnya adalah sumber daya aparatur yang kurang memadai, serta kerjasama antar *stakeholders* yang belum sinergis.

**Kata Kunci:** implementasi strategi, pengembangan pariwisata, wisata budaya

---

## Pendahuluan

Pembangunan selalu erat kaitannya dengan peningkatan pertumbuhan ekonomi. Sehingga untuk mengoptimalkan pembangunan nasional perlu dilakukan upaya-upaya guna memacu

sektor-sektor yang dianggap potensial dan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan perekonomian, termasuk diantaranya adalah sektor pariwisata. Dikemukakan oleh Wahab dalam Pendit (2006, h. 32) bahwa pariwisata

merupakan salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta mampu menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya.

Seiring dengan hal tersebut, Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu daerah di Indonesia dengan potensi kekayaan alam dan warisan budaya yang terus dikembangkan sebagai tujuan wisata terfavorit baik di dalam maupun di luar negeri. Sesuai visinya bahwa pembangunan pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta diarahkan pada pengembangan kepariwisataan berkelanjutan yang berbasis budaya terkemuka di Asia Tenggara, dan berkelas dunia.

Tujuan tersebut semakin nyata dengan adanya data Dinas Pariwisata DIY yang menunjukkan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan baik nusantara maupun mancanegara ke DIY dari tahun ke tahun. Di lingkup Internasional kepariwisataan DIY juga patut dibanggakan karena telah dikenal luas, hal ini ditunjukkan dengan publikasi yang dilakukan oleh Media online New York Times, pada 10 Januari 2014 dalam rubrik travel dunia berjudul "50 places to go in 2014" bahwa DIY termasuk dalam destinasi atau daerah tujuan wisata urutan ke-20 yang layak dan wajib dikunjungi oleh wisatawan dunia.

Namun demikian pembangunan sektor pariwisata DIY ternyata juga memunculkan berbagai tantangan dan kendala seperti adanya keterbatasan sumber daya manusia yang dimiliki, serta pengembangan obyek wisata dan sarana prasarana yang belum berjalan maksimal. Oleh karena itu, diperlukan pembenahan secara menyeluruh, juga upaya pengembangan pariwisata DIY harus dilakukan dengan serius dan strategi yang tepat.

## Tinjauan Pustaka

### 1. Strategi

Bintoro (1982, h. 33) mengartikan strategi sebagai keseluruhan langkah-langkah (kebijaksanaan) dengan perhitungan yang pasti, guna mencapai suatu tujuan untuk mengatasi suatu permasalahan, dimana dalam strategi itu terdapat metode dan teknik. Sementara Suryono (2004, h. 80) mengungkapkan bahwa pengertian strategi pada prinsipnya selalu berkaitan dengan tiga hal utama yaitu, tujuan, sasaran dan cara.

Setiap perumusan strategi memerlukan adanya keterkaitan antara strategi dengan isu-isu strategis, karena pada dasarnya strategi dikembangkan untuk mengatasi isu strategis yang berkembang. Sebagaimana dikemukakan Bryson (2007, h.161) bahwa isu strategis adalah

pilihan kebijakan pokok yang mempengaruhi mandat, misi, nilai organisasi, tingkat dan perpaduan produk atau jasa, pemakai, biaya, dan keuangan.

### 2. Implementasi Strategi

Higgins dalam Salusu (1996, h. 409) menyatakan bahwa implementasi yaitu rangkuman dari berbagai kegiatan yang di dalamnya sumber daya manusia menggunakan sumber daya lain untuk mencapai sasaran dari strategi. Van Meter dan Van Horn dalam Subarsono (2005, h.99) mengemukakan variabel yang mempengaruhi kinerja implementasi :

- a. Standar dan sasaran kebijakan
- b. Sumber daya
- c. Komunikasi antar organisasi dan penguatan aktivitas
- d. Karakteristik agen pelaksana
- e. Kondisi sosial, ekonomi dan politik
- f. Disposisi implementor

### 3. Pariwisata Berbasis Budaya

Pada dasarnya menurut Yoeti (1996, h. 118) pariwisata ialah aktivitas dimana orang melakukan perjalanan untuk sementara waktu dari satu tempat ke tempat lainnya yang bukan untuk alasan pekerjaan sehari-hari, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Pendit (2006, h. 38) mengungkapkan terdapat jenis-jenis pariwisata yang diantaranya adalah wisata budaya. Wisata budaya merupakan wisata yang dilakukan atas dasar keinginan, untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat, cara hidup, budaya dan seni mereka.

### 4. Pengembangan Pariwisata

Menurut pendapat Musanef (1995, h.1) Pengembangan pariwisata adalah segala kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan semua sarana-prasarana, barang dan jasa fasilitas yang diperlukan, guna melayani kebutuhan wisatawan. Menurut Yoeti (1996, h. 2) terdapat 5 aspek yang perlu mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata yaitu:

- a. Wisatawan (*Tourist*)
- b. Pengangkutan (*Transportations*)
- c. Atraksi/ Objek wisata (*Attractions*)
- d. Fasilitas Pelayanan (*Services Facilities*)
- e. Informasi dan promosi (*Information and Promotion*)

## Metode Penelitian

Tekait dengan penelitian ini, maka peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dan pendekatan kualitatif. Adapun fokus dalam penelitian ini ada 3 (tiga) yang meliputi: (1) Strategi Dinas Pariwisata DIY dalam mewujudkan DIY sebagai tujuan wisata berbasis budaya terkemuka; (2) Implementasi strategi Dinas Pariwisata DIY; serta (3) Faktor pendukung dan faktor penghambat yang mempengaruhi implementasi strategi Dinas Pariwisata DIY.

Sesuai dengan fokus penelitian tersebut, maka lokasi penelitian yang dipilih adalah Daerah Istimewa Yogyakarta sedangkan situs penelitiannya adalah Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Sumber data dalam penelitian berasal dari data primer dan data sekunder. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Instrumen penelitian dalam pendekatan kualitatif ini meliputi peneliti sendiri, pedoman wawancara, pedoman dokumentasi, dan media atau perangkat penunjang.

Berdasarkan data yang berhasil ditemukan dan dikumpulkan di lapangan, selanjutnya peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan model interaktif dari Miles, Huberman dan Saldana. Analisis data terdiri dari 4 (empat) alur kegiatan yaitu: pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tujuan dari penggunaan analisis data model interaktif tersebut adalah untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat.

## Pembahasan

### 1. Strategi Dinas Pariwisata DIY dalam mewujudkan pariwisata berbasis budaya terkemuka

Terdapat upaya-upaya yang dilakukan Dinas Pariwisata DIY untuk mewujudkan DIY sebagai destinasi pariwisata berbasis budaya terkemuka, yaitu melalui langkah-langkah yang realistis dapat dilakukan. Proses perumusan strategi diawali dengan memformulasikan visi berdasarkan arah kebijakan Pemerintah Daerah DIY, isu-isu atau kondisi yang berkembang di tengah masyarakat dan kondisi organisasi, serta antisipasi terhadap kemungkinan perkembangan di masa yang akan datang. Pengidentifikasi isu-isu strategis merupakan tahap awal dalam merumuskan suatu kebijakan dan merupakan jantung dalam proses perencanaan strategis. Menurut Bryson (2007, h.161) isu strategis merupakan pilihan kebijakan pokok yang mempengaruhi mandat, misi, nilai organisasi,

tingkat dan perpaduan produk atau jasa, pemakai, biaya, dan keuangan.

Adapun isu-isu yang menjadi skala prioritas bagi pengembangan kepariwisataan DIY yaitu:

- a. Masih rendahnya lama tinggal wisatawan terkait pemasaran dan promosi pariwisata yang belum berjalan maksimal,
- b. Masih adanya ketergantungan terhadap destinasi lain,
- c. Kurangnya SDM pariwisata profesional yang sudah tersertifikasi, dan
- d. Ketersediaan sarana prasarana khususnya transportasi berupa bandara yang kurang memadai.

Strategi merupakan perluasan misi guna menjembatani antara organisasi dengan lingkungannya. Strategi biasa dikembangkan untuk mengatasi isu strategis, dan menjelaskan respon organisasi terhadap pilihan kebijakan pokok. Adapun strategi yang diterapkan Dinas Pariwisata DIY dalam pengembangan pariwisata adalah:

- 1) Meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi pariwisata (termasuk produk-produk pariwisata) DIY yang mempunyai daya banding dan saing tinggi atau kompetitif serta berkelanjutan.
- 2) Meningkatkan pemasaran pariwisata yang berorientasi pada efektifitas, efisiensi dan tepat sasaran, sehingga mampu mengantisipasi permintaan pasar, mengenal keinginan dan motivasi pasar serta mendorong timbulnya permintaan dari dalam negeri (wisata nusantara) dan dari luar negeri (wisata mancanegara).
- 3) Mengoptimalkan berbagai upaya penguatan dan perluasan jaringan kerjasama serta meningkatkan kemitraan kepariwisataan dengan *stakeholders* lain yang sinergis dan bermanfaat.

### 2. Implementasi Strategi Dinas Pariwisata DIY

Implementasi strategi pengembangan pariwisata yang dilaksanakan Dinas Pariwisata DIY dalam mewujudkan DIY sebagai daerah tujuan wisata berbasis budaya terkemuka membutuhkan dukungan sumber daya, baik secara kelembagaan, sarana dan prasarana, maupun finansial. Pertama, struktur kelembagaan Dinas Pariwisata DIY secara hirarkis terdiri dari Kepala Dinas, Sekretaris, Bidang Pengembangan Destinasi, Bidang Pengembangan Kapasitas dan Bidang Pemasaran.

Kedua, sarana dan prasarana yang dimiliki Dinas Pariwisata DIY untuk penyelenggaraan urusan pariwisata secara internal maupun eksternal sudah cukup mendukung. Ketiga, dukungan finansial untuk urusan pariwisata DIY

bersumber dari APBD (Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah) DIY tahun 2014 dengan anggaran murni sebesar Rp. 13.678.936.128,- untuk belanja tidak langsung sebesar Rp.3.990.436.128,- dan belanja langsung sebesar Rp.9.705.800.000,- Dengan demikian dari sisi dukungan dana telah sangat memadai untuk menunjang keberhasilan pelaksanaan pengembangan pariwisata.

Bentuk pelaksanaan atau implementasi dari strategi yang telah ditetapkan Dinas Pariwisata DIY untuk mewujudkan DIY sebagai destinasi pariwisata berbasis budaya terkemuka adalah dengan menetapkan program-program yang menunjang pengembangan pariwisata.

**a. Strategi I:** meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi pariwisata DIY. Strategi ini dilaksanakan untuk mempertahankan DIY sebagai tujuan wisata favorit yang memiliki daya saing tinggi. Implementasi strategi ini telah dilaksanakan melalui dua program. Pertama program pengembangan destinasi yang meliputi pengembangan objek wisata unggulan baru seperti wisata minat khusus, desa wisata, selain itu terdapat upaya peningkatan sarana dan prasarana yang telah terlaksana dengan dibangunnya gapura dan plaza kuliner di Goa Kalisuci Gunungkidul, dibangunnya lahan parkir, *jogging track* dan mushola di Goa Kiskendo Kulonprogo, dan pemberian bantuan peralatan arung jeram di Sungai Progo Kulonprogo; Kedua program pengembangan kemitraan dilaksanakan melalui penyelenggaraan event kepariwisataan bekerjasama dengan *stakeholders* daerah seperti Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantul dan Kabupaten Gunung Kidul, melalui program tersebut telah berhasil memperkaya produk pariwisata DIY berupa festival-festival maupun atraksi wisata seperti Festival Panjat Tebing, Festival Layang-layang dan *Jogja Air Show*.

**b. Strategi II:** mewujudkan strategi pemasaran pariwisata yang berorientasi pada efektifitas, efisiensi dan tepat sasaran. Strategi ini dilaksanakan untuk meningkatkan daya tarik pariwisata DIY ditingkat nasional maupun internasional. Melalui strategi tersebut, potensi dan objek wisata yang dimiliki DIY dapat semakin dikenal oleh wisatawan. Bentuk dari implementasi strategi tersebut dilaksanakan melalui program pengembangan pemasaran, diantaranya: analisa pasar untuk promosi dan pemasaran obyek wisata dengan melakukan survey dan dialog pasar wisata, peningkatan pemanfaatan teknologi informasi, pengembangan jaringan kerjasa-

ma promosi pariwisata yang dilaksanakan melalui penyelenggaraan *Table Top* di Bali, promosi pariwisata di dalam dan di luar negeri, pembuatan bahan-bahan promosi kepariwisataan berupa bahan promosi cetak, CD pariwisata, dll, penyelenggaraan *Fam Tour* yang melibatkan jurnalis dan pelaku bisnis pariwisata.

**c. Strategi III:** Mengoptimalkan berbagai upaya penguatan dan perluasan jaringan kerjasama. Strategi ini dilaksanakan untuk meningkatkan kapasitas kelembagaan dan SDM pariwisata yang dimiliki Dinas Pariwisata DIY. Dengan adanya kerjasama yang terbentuk dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan Dinas Pariwisata DIY dengan provinsi lain menunjukkan bahwa strategi ini telah berjalan sinergis. Implementasi strategi tersebut dilaksanakan melalui dua program yaitu: program pengembangan kemitraan dan program pengembangan pemasaran. Pengembangan kemitraan dilaksanakan dengan memfasilitasi kegiatan-kegiatan penyelenggaraan event pariwisata, selain menambah kualitas dan kuantitas event pariwisata juga terjalin hubungan kerjasama antara Dinas Pariwisata dengan kelompok atau komunitas-komunitas di DIY. Sedangkan program pengembangan pemasaran dilaksanakan melalui pelayanan informasi pariwisata yang dilaksanakan di TIC (*Tourist Information Center*) dan penerbitan tabloid pariwisata "*Eksplorasi Jogja*". Kerjasama yang terjalin melalui kegiatan ini berupa kemitraan antara Dinas Pariwisata DIY dengan provinsi-provinsi di seluruh Indonesia.

Beberapa program yang telah dilaksanakan Dinas Pariwisata DIY menunjukkan bahwa strategi yang ditetapkan telah sesuai dengan tujuan dan sasaran strategis yang ingin dicapai. Dimana keberhasilan suatu program tidak dapat dinilai seketika saat program tersebut telah dilaksanakan, namun dibutuhkan indikator kinerja untuk mengukur sejauh mana sasaran strategis yang telah ditetapkan dapat tercapai. Berikut ini merupakan uraian dari capaian program berdasarkan sasaran yang dicapai:

**a.** Terwujudnya tujuan wisata berbasis budaya yang kreatif dan inovatif. Indikator sasaran ini adalah jumlah kunjungan wisatawan di Daya Tarik Wisata (DTW). Jumlah wisatawan yang mengunjungi DIY sebagai daerah tujuan wisata (destinasi) terkemuka di Nusantara terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, sebagaimana ditunjukkan dalam gambar tabel dibawah ini.

Gambar jumlah kunjungan wisatawan



Pada tahun 2014 dari target jumlah pengunjung yang diharapkan sebesar 14.595.743 orang ternyata tercapai 16.774.235 orang (114,93%). Hal ini menunjukkan bahwa DIY masih dipandang daerah yang relatif aman dan nyaman, memiliki beraneka ragam DTW yang dikelola dengan baik dan masih menjadi magnet atau menarik bagi wisatawan. Selain itu juga karena DIY masih dianggap sebagai pusat budaya jawa dengan adanya keberadaan Keraton dan keberadaan situs candi Prambanan-Ratu Boko yang sudah mendunia serta dengan didukung kepedulian yang tinggi masyarakat DIY terhadap budaya dan lingkungannya.

- b. Terwujudnya pemasaran yang efektif dan efisien. Indikator sasaran ini ada 2 yaitu indikator jumlah wisatawan nusantara (wisnus) dan jumlah wisatawan mancanegara (wisman). Menurut survei jumlah wisatawan nusantara dan jumlah wisatawan mancanegara selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya sebagai berikut:

Gambar jumlah wisatawan nusantara dan mancanegara



Pada tahun 2014 jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 3.346.180 orang, dengan rincian wisman 254.213 orang (101.74%) dan wisnus 3.091.967 (112.23%). Penghitungan jumlah wisatawan tersebut dilakukan Dinas Pariwisata DIY melalui survei atau pendataan wisatawan yang menginap di hotel bersertifikasi resmi. Berdasarkan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan nusantara maupun mancanegara yang telah melebihi

target mengharuskan Dinas Pariwisata DIY untuk mereview ulang Rencana Strategis (Renstra) yang sudah ditetapkan berdasarkan data jumlah wisatawan pada tahun 2014 untuk tahun-tahun berikutnya.

- c. Terwujudnya industri pariwisata yang mampu menggerakkan perekonomian daerah. Sasaran ini terdiri dari 2 (dua) indikator yaitu indikator lama tinggal wisatawan nusantara dan lama tinggal wisatawan mancanegara. Untuk mengetahui lama tinggal wisatawan, Dinas Pariwisata DIY melakukan perhitungan di hotel-hotel bersertifikasi resmi. Menurut perhitungan yang dilakukan baik oleh PHRI DIY, BPS DIY maupun Dinas Pariwisata DIY, selama kurun waktu 3 tahun (2012-2014) rata-rata lama tinggal wisatawan tidak pernah menyentuh lebih dari 2,1 hari. Lama tinggal wisatawan nusantara hanya mencapai 73.49 %, sedangkan lama tinggal wisatawan mancanegara sebesar 86.67 %. Banyak hal yang menjadi faktor penyebab rata-rata lama tinggal wisatawan di DIY yang hanya 1 hari antara lain :

- 1) Sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke DIY adalah wisatawan yang sudah berulang kali datang, sehingga sudah pernah mengunjungi obyek-obyek terkenal seperti keraton, malioboro, dan candi.
- 2) Luas wilayah DIY yang tidak terlalu besar, sementara obyek wisatanya tidak bertambah-tambah.
- 3) Jumlah varian hotel di DIY yang semakin banyak, sementara ada keterbatasan SDM Dinas Pariwisata DIY, sehingga pendataan lama tinggal wisatawan hanya dilakukan di hotel bersertifikasi resmi, dan tidak menjangkau jenis penginapan lain

- d. Terwujudnya daya tarik pariwisata yang berdaya saing tinggi. Indikator sasaran ini adalah jumlah daya tarik baru. Dalam pengembangan destinasi wisata, Dinas Pariwisata DIY dan *stakeholders* lainnya berupaya untuk memenuhi pasar wisata dan kemauan wisatawan, salah satunya melalui pengembangan “desa wisata” yang berbasis alam dan budaya sebagai salah satu produk wisata unggulan DIY. Pada tahun 2014 jumlah daya tarik wisata baru di DIY meningkat menjadi 88 DTW (101.15 %). Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan DTW di DIY sudah berjalan baik karena kerjasama antara pemerintah dan pihak swasta. Selain itu pengembangan desa wisata sebagai daya tarik wisata baru terbukti dapat meningkatkan

- perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, terutama masyarakat desa.
- e. Terwujudnya kapasitas kelembagaan, SDM, regulasi dan mekanisme operasional yang efektif dan efisien. Indikator pada sasaran ini adalah jumlah desa wisata dan jumlah Pokdarwis. Dengan adanya desa wisata dan Pokdarwis terdapat peningkatan dukungan dan peran serta masyarakat untuk terlibat langsung dalam pengembangan pariwisata DIY. Pada tahun 2014, dari target yang ditetapkan sebanyak 75 desa wisata ternyata meningkat menjadi 77 desa wisata (102,67%) dan dari target 81 pokdarwis tercapai 82 (101,23%).

Sejauh ini, implementasi strategi Dinas Pariwisata DIY dapat dikatakan berhasil dengan tercapainya target indikator-indikator yang telah ditetapkan. Dari 5 (lima) sasaran dan 8 (delapan) indikator yang digunakan untuk mengukur keberhasilan program, pada tahun 2014 sebanyak 6 (enam) indikator telah memenuhi target yang ditetapkan atau sebesar 75% dari total indikator. Sementara itu, sebanyak 2 (dua) indikator (lama tinggal wisatawan nusantara dan lama tinggal wisatawan mancanegara) atau sebesar 25% belum memenuhi target. Tidak tercapainya target disebabkan oleh berbagai faktor kendala. Capaian yang tertinggi adalah pada indikator Jumlah Wisatawan ke DTW (114,93%) sementara indikator yang mengalami capaian terendah adalah indikator Lama Tinggal Wisatawan Nusantara (73,49%) dan Lama Tinggal Wisatawan Mancanegara (86,67%).

### **3. Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Strategi Dinas Pariwisata DIY**

Faktor Pendukung dalam implementasi strategi ini ada 5 (lima) yaitu:

- a. Ketersediaan anggaran untuk melaksanakan program dan kegiatan yang berasal dari dana APBD (Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah) DIY sangat memadai.
- b. Kekayaan potensi pariwisata yang dimiliki DIY berupa daya tarik wisata yang tersebar di seluruh wilayah DIY (Kabupaten/ Kota), didukung oleh kekayaan alam, beragam budaya dan sejarah yang sampai sekarang masih tetap terpelihara.
- c. Ketersediaan sarana dan prasarana pariwisata di DIY yang sangat banyak dan beragam, serta selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya karena adanya kebutuhan wisatawan. Terutama fasilitas penunjang obyek wisata, adanya fasilitas lain yang terus ditingkatkan seperti paket/ biro perjalanan wisata, dan TIC (*Tourist Information Center*).

- d. Adanya keterlibatan dan peran serta masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata melalui pembentukan kelompok sadar wisata (Pokdarwis).
- e. Kondisi sosial dan keamanan di DIY yang stabil ditunjukkan dengan adanya pandangan wisatawan terhadap DIY yang dianggap sebagai pusat budaya Jawa yang mendunia dengan masyarakat dikenal ramah tamah, sopan santun serta memiliki kepedulian tinggi terhadap budaya dan lingkungannya.

Adapun faktor penghambat dalam implementasi strategi ini ada 2 yaitu:

- a. Sumber daya manusia atau aparatur yang dimiliki Dinas Pariwisata DIY kurang memadai dari segi kuantitas maupun kualitas. Dari segi kuantitas jumlah pegawai Dinas Pariwisata DIY belum memenuhi standar kebutuhan SDM aparatur yang ditetapkan yaitu sebanyak 103 orang pegawai, sehingga tidak dapat bekerja maksimal. Selain jumlahnya yang belum mendukung, secara kualitas, sumber daya aparatur yang dimiliki Dinas Pariwisata DIY juga banyak yang tidak spesifik ahli di bidang kepariwisataan.
- b. Kerjasama yang kurang maksimal antar *stakeholders* baik pemerintah, swasta, dan masyarakat khususnya dalam pengembangan jumlah paket dan produk-produk wisata baru yang ditawarkan kepada wisatawan serta minimnya investor yang mau menanamkan usahanya di DIY.

### **Kesimpulan**

Sesuai dengan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 (tiga) strategi yang diterapkan Dinas Pariwisata DIY untuk mewujudkan Yogyakarta sebagai destinasi pariwisata berbasis budaya terkemuka yaitu strategi meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi pariwisata, strategi mewujudkan pemasaran yang efektif dan efisien, serta strategi mengoptimalkan perluasan jaringan kerjasama. Pelaksanaan atau implementasi dari strategi tersebut kemudian dijabarkan dalam tiga program utama yaitu program pengembangan destinasi, program pengembangan pemasaran, dan program pengembangan kemitraan.

Implementasi strategi Dinas Pariwisata DIY dapat dikatakan berhasil dan berjalan efektif yang ditunjukkan dengan tercapainya beberapa indikator kinerja yang telah ditetapkan. Indikator tersebut meliputi jumlah kunjungan wisatawan ke DTW (daya tarik wisata), jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara, lama tinggal wisatawan nusantara dan mancanegara, jumlah DTW (daya tarik wisata), serta jumlah pokdarwis dan desa wisata. Dari 8 (delapan)

indikator yang digunakan untuk mengukur keberhasilan program, pada tahun 2014 sebanyak 6 (enam) indikator telah memenuhi target, sementara itu, sebanyak 2 (dua) indikator yaitu

lama tinggal wisatawan nusantara dan lama tinggal wisatawan mancanegara belum memenuhi target. Tidak tercapainya target disebabkan oleh berbagai faktor kendala.

---

#### Daftar Pustaka

- Bryson, John M. (2007) *Perencanaan Strategis bagi Organisasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Miles, M.B., Huberman, A.M., dan Saldana, J. (2014) *Qualitative Data Analysis*. USA: SAGE Publications, Inc.
- Moleong, Lexy J. (2007) *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Musanef. (1995) *Pariwisata dan Pengembangannya*. Jakarta : Gunung Agung.
- Pendit, Nyoman Suwandi. (2006) *Ilmu Pariwisata (Sebuah Pengantar Perdana)*. Jakarta : PT Pradnya Paramita.
- Peraturan Daerah vProvinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 1 Tahun 2012 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2012-2025
- Salusu, J. (1996) *Pengambilan Keputusan Strategik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non profit*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Siagian, P. Sondang. (2001). *Administrasi Pembangunan (Konsep, Dimensi, dan Strateginya)*. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Subarsono. (2005) *Analisis Kebijakan Publik Konsep, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suryono. (2004) *Pengantar Teori Pembangunan*. Malang: Universitas Negeri Malang, UM Press.
- Tjokroamidjojo, Bintoro. (1982) *Teori Strategi Pembangunan Nasional*. Jakarta: PT Gunung Agung.
- Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata
- Wahab, Salah. (2003) *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramitha.
- Yoeti, Oka A. (1996) *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.