

**MANAJEMEN STRATEGIS DINAS PARIWISATA DAN
KEBUDAYAAN KOTA YOGYAKARTA DALAM
MENGEMBANGKAN PARIWISATA TAHUN 2007 -2009**



Disusun Oleh :

**FAHMI ARHAM
20040520175**

**JURUSAN ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2010**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada zaman era otonomi daerah saat ini, pariwisata merupakan salah satu organ penting dalam peningkatan devisa bagi negara. Sejak tahun 1988 program pembangunan pariwisata sudah di canangk an. Sampai sekarang program itu terus digalakkan dalam rangka mewujudkan pembangunan nasional. Pariwisata merupakan salah satu bagian dari pembangunan nasional yang memiliki kaitan dengan sektor-sektor pembangunan lainnya. Oleh karena itu kesuksesan pembangunan sektor pariwisata akan berdampak pada keberhasilan pembangunan sektor-sektor yang lain. Pariwisata adalah sektor yang paling diandalkan pemerintah untuk meningkatkan pendapatan devisa bagi negara, serta memberikan kesempatan kerja dan memperluas lapangan kerja serta mendorong kegiatan ekonomi masyarakat.

Hingga pertengahan tahun 1997 pariwisata indonesia mencapai puncak kejayaannya karena telah memberikan kontribusi cukup besar terhadap perolehan devisa bagi negara disamping Pendapatan Asli Daerah (PAD). Tetapi tahun 1997 juga merupakan titik balik dari kejayaan pariwisata indonesia, karena di tahun 1997 pula terjadi krisis demi krisis sehingga pariwisata menjadi terpuruk hingga penutup tahun 2000.¹

Pasar utama pariwisata indonesia secara historis adalah wisman yang berkunjung ke indonesia yang didominasi oleh penduduk 15 negara seperti:

¹ Drs.H.Oka A. Yoeti,MBA,2005. Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata. Jakarta:Pradnya Paramita, hal 21.

Singapura, Jepana, Australia, Malaysia, Taiwan Korea , Jerman, Amerika Serikat, Belanda, Francis, Hongkong, Italia, Philipina dan Swiss.

Dalam proses pengembangan pariwisata, pemerintah harus melibatkan semua unsur masyarakat. Sehingga dengan demikian pembangunan pariwisata bisa berjalan dengan baik. Masyarakat harus ikut berpartisipasi dalam proses ini seperti misalnya memelihara dan menjaga kawasan wisata dengan tetap bersih, aman, teratur serta indah sehingga mampu menarik simpati bagi wisatawan asing maupun domestik. Sehingga dengan sendirinya kondisi perekonomian masyarakat menjadi lebih baik dan akan meningkatkan pendapatan masyarakat juga memberikan dampak perubahan sosial yang luar biasa bagi masyarakat khususnya masyarakat di sekitar kawasan wisata.²

Supaya Sektor pariwisata dapat menjalankan peranannya sangat di butuhkan partisipasi semua pihak yang terkait sebagai satu prasyarat yang bertujuan untuk mencapai pembangunan. Aktivitas kepariwisataan hampir menyentuh seluruh segi kehidupan masyarakat. Maka dari itu keberhasilan pariwisata memerlukan dukungan masyarakat umum yang terkoordinir dengan baik.

Persaingan global menuntut adanya modernisasi di sektor pariwisata. Hal itu perlu dilakukan agar wisatawan bersedia berkunjung dan merasa nyaman didaerah yang dikunjunginya. Konsekuensi dari modernisasi ini adalah dibangunnya sejumlah fasilitas penunjang sektor pariwisata. Permasalahan muncul ketika pembangunan sektor pariwisata sedikit demi sedikit mengancam eksistensi dan kelestarian budaya lokal. Secara perlahan-lahan tapi pasti

² Ibid hal. 35

masyarakat akan mengadopsi budaya yang lebih modern yang berasal dari luar budayanya sendiri.

Hal ini menimbulkan masalah tersendiri. Kebanyakan wisatawan datang ke Yogyakarta bukan pertama-tama untuk menikmati suasana modern melainkan justru untuk mengenal dan menikmati suasana dan kebudayaan lokal. Jika yang dicari adalah suasana modern, kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya dan Batam menyediakannya. Maka jika secara perlahan-lahan kebudayaan lokal dapat dipastikan bahwa lama kelamaan Yogyakarta akan kehilangan aset untuk ditawarkan pada para wisatawan. Tak ada kekhasan Yogyakarta yang dapat dikedepankan untuk menarik wisatawan. Jika berhasil diciptakan pengembangan pariwisata yang memperhatikan kelestarian budaya, dapat diya kini bahwa dari waktu ke waktu Yogyakarta akan tetap mampu mempertahankan eksistensinya sebagai kota pariwisata.³

Apabila dikaitkan dengan alasan saya mengambil judul ini karena Kota Yogyakarta banyak memiliki potensi-potensi wisata yang banyak bahkan PAD paling besar dibandingkan dengan sektor lainnya. Sehingga membuat saya tertarik untuk menelitinya. Selain itu saya melihat pariwisata Yogyakarta semakin lama semakin banyak dikunjungi dan meningkat pasca gempa. Hal ini membuat saya ingin mengetahui manajemen strategis Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam mengembangkan sektor pariwisata.

Dalam hubungannya dengan pariwisata di Yogyakarta, ada keuntungan yang dapat dipetik dari berbagai pariwisata-pariwisata secara global. Peristiwa bom Bali membawa keuntungan dan harapan bagi sektor pariwisata Yogyakarta

³ Ibid hal. 41

dimana diharapkan wisatawan berubah orientasinya dari Bali ke Yogyakarta. Ada dua alasan pokok mendukungnya, yaitu faktor keamanan dan faktor tawaran objek pariwisata. Yogyakarta seperti halnya Bali menawarkan aset kebudayaan sebagai objek utama pariwisata. Maka ketika Yogyakarta lebih unggul dalam sektor keamanan diharapkan para wisatawan akan mengalihkan tujuannya ke Yogyakarta.

Permasalahannya sekarang justru terdapat dalam diri Yogyakarta sendiri. Perkembangan sektor Pariwisata selama ini memberikan keuntungan ekonomis cukup tinggi justru mulai dicemari oleh praktek-praktek yang mencari keuntungan semata tanpa mengindahkan kekhasan Yogyakarta sebagai kota yang berbudaya tinggi. Keramah-tamahan penduduk Yogyakarta berangsur-angsur hilang dan digantikan oleh upaya-upaya setengah memaksa yang dilakukan oleh para pemandu wisata dalam mengarahkan wisatawan untuk berbelanja sebanyak mungkin. Harapannya tentu saja pemandu wisata mendapatkan tips besar dari para pedagang. Sejumlah tempat dibongkar untuk membangun hotel berbintang. Sejumlah restoran bercorak asing bermunculan di Yogyakarta sementara restoran khas Yogyakarta perlahan-lahan tergusur kedaerah pinggiran.

Dalam pandangan MH Ainun Nadjib (1994:160),⁴ Yogyakarta kini sepertinya sedang sentimental dan murung karena generasi mudanya berduyun-duyun meninggalkan kebudayaannya sendiri. Rasa sentimental dan murung itu justru timbul karena kebanggaannya begitu besar akan identitas dirinya yang termahsyur sebagai pusat kebudayaan Jawa.

⁴ Pandangan MH. Ainun Nadjib (1994:160)

Jika kecenderungan-kecenderungan yang terjadi di Yogyakarta tersebut tidak segera diatasi, ada kemungkinan pariwisata Yogyakarta semakin terpinggirkan dan kalah bersaing dengan daerah-daerah lain. Karena keuntungan yang cukup besar, daerah-daerah lain berlomba menawarkan sektor pariwisatanya kepada para wisatawan baik asing maupun dalam negeri. Sektor pariwisata diharapkan menjadi andalan utama semua daerah dalam memperoleh pendapatan asli daerah (PAD) untuk itu perlu segera dipikirkan dicariakan solusinya agar pengembangan pariwisata di Kota Yogyakarta tetap mampu menjawab tantangan zaman sehingga sektor pariwisata tetap eksis dan mampu memberikan sumbangan besar dalam pencapaian kesejahteraan masyarakat Yogyakarta.

Menurut Soedjatmoko⁵ perkembangan modernisasi yang seperti itu membawa masalah tersendiri ketika masyarakat telah kehilangan nilai-nilai lama dan cara lama sementara nilai lama dan cara baru belum mencapai kristalisasi. Hal ini akan menimbulkan kekhawatiran akan terjadinya krisis identitas kepribadian dalam diri masyarakat.

Dalam kaitannya dengan perkembangan di Yogyakarta, apabila tidak segera mendapat respon, dapat dimungkinkan terjadi krisis identitas dalam diri masyarakat terutama penduduk asli Yogyakarta selama bertahun-tahun memegang teguh nilai-nilai kebudayaan tradisional. Derasnya pengaruh luar baik kebudayaan asing maupun kebudayaan daerah lain akan menimbulkan transformasi budaya yang pada akhirnya akan menghasilkan generasi-generasi yang multikultural. Menurut Suyatno Kartodirdjo⁶ ada empat masalah yang

⁵ Perkembangan modernisasi menurut Soetjatmoko (1988:44).

⁶ Akibat transformasi budaya menurut Suyatno Kartodirdjo (1992:145)

timbul sebagai akibat transformasi budaya tersebut yaitu masalah ketahanan dan konflik nilai, masalah komersialisasi budaya, masalah materialisme dan konsumerisme dan masalah konflik sosial.

Mengingat banyaknya sumber daya yang dimiliki maka dari itu sektor pariwisata merupakan salah satu andalan Kota Yogyakarta dalam meningkatkan PAD. Potensi-potensi yang dimiliki merupakan aset-aset sejarah yang memiliki nilai-nilai budaya yang masih di pertahankan sehingga itulah yang membuat pariwisata Kota Yogyakarta tetap menjadi sasaran wisatawan asing dan lokal. Oleh karena itu pemerintah harus berusaha mengembangkan potensi-potensi yang ada sehingga pembangunan perekonomian masyarakat dapat terlaksana dengan baik.

Tempat wisata Kota Yogyakarta yang selalu menjadi kunjungan wisatawan antara lain : Malioboro, Monumen Jogja Kembali, Keraton, Pasar Beringharjo, Benteng Vrandenburg dan lain-lain.⁷

Sebagian daerah tujuan wisata kedua setelah Bali, sektor pariwisata Yogya boleh dikatakan lumpuh seketika akibat gempa 5,9 SR yang membangunkan masyarakat Kota Yogyakarta. Gempa memang sudah berlalu, namun akibat ditimbulkannya hingga kini mungkin masih dapat dirasakan oleh sebagian masyarakat Kota Yogyakarta. Pemulihan demi pemulihan pada tiap sektor kehidupan perlahan dilakukan oleh semua pihak baik pemerintah maupun masyarakat Kota Yogyakarta untuk bangkit dari keterpurukan. Hingga hari ini genap hampir 3 tahun gempa Yogyakarta berlalu, masyarakat Kota Yogyakarta telah mulai bangkit dan menyongsong kehidupan yang lebih baik.

⁷ www.wista.melayu.com.diakses 18 mei 2009

Tiga tahun pasca gempa kondisi pariwisata Kota Yogyakarta mulai normal kembali. Beberapa indikasi mampu menggambarkan pulihnya kondisi pariwisata Kota Yogyakarta antara lain adalah stabilnya jumlah penumpang yang datang dari bandara Adi Sucipto, tingkat hunian hotel berbintang di Kota Yogyakarta serta tetap datangnya wisatawan lokal dan mancanegara ke beberapa obyek wisata di Kota Yogyakarta khususnya pada masa liburan.

Bukti nyata yang ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Yogyakarta pada libur panjang. Meski belum sesuai dengan harapan semua pihak, meningkatnya kunjungan wisata tersebut dapat dijadikan acuan untuk lebih optimis dimasa yang akan datang khususnya bersamaan dengan momen tiga tahun pasca gempa. Faktor lain yang mendukung pemulihan pariwisata Kota Yogyakarta adalah faktor keamanan. Faktor ini sangat berperan dalam pemulihan citra Kota Yogyakarta dalam hal pemberian rasa aman, nyaman terhadap wisatawan lokal maupun mancanegara untuk kembali berkunjung ke Kota Yogyakarta tanpa ada rasa takut dan was-was sesuatu yang akan menimpa mereka ketika berkunjung ke Kota Yogyakarta.

Gempa bumi yang melanda Yogyakarta pada tanggal 27 Mei 2006 yang lalu telah meluluh lantakkan sebagian wilayah Kota Yogyakarta. Kerusakan juga melanda obyek dan sarana pariwisata yang ada. Dari 34 objek wisata yang ada di Kota Yogyakarta 8 antaranya mengalami kerusakan. Meskipun telah mendapat perbaikan, obyek wisata tersebut tetap dibuka, namun pembatalan kunjungan pada bulan Juni-Juli banyak dialami oleh beberapa objek tersebut. Hal ini dikarenakan citra Yogyakarta diluar yang berkesan belum aman, luluh lantak, dan tidak dapat dikunjungi sangat kuat berhembus di luar Yogyakarta.

Dikarenakan pariwisata merupakan lokomotif pembangunan, maka kondisi ini menimbulkan efek domino yang cukup besar dalam perekonomian masyarakat Kota Yogyakarta. Bukan hanya objek pariwisata yang mengalami kerusakan, namun sarana prasarana pariwisata pun yang mengalami kerusakan seperti hotel, restoran tempat rekreasi dan hiburan umum.⁸

Pada masa-masa liburan, tentunya akan membawa keuntungan dan keberkahan tersendiri bagi Kota Yogyakarta. Sebab selain terkenal dengan sebutannya sebagai kota pelajar dan budaya, ternyata Kota Yogyakarta merupakan kota pariwisata yang paling banyak dilirik dan banyak diminati oleh khalayak umum baik wisatawan domestik maupun asing.

Sebagai masyarakat Kota Yogyakarta, tentunya kita bersyukur dan bangga atas segala kelebihan yang ada di kota ini. Secara tidak langsung dengan banyaknya para pengunjung, maka pendapatan yang diperoleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta akan semakin melonjak drastis. Hal tersebut terbukti dengan adanya peningkatan yang cukup mengejutkan dari tahun ke tahun. Misalnya antara tahun 2007-2008 diwilayah kota Yogyakarta dari sektor pariwisata saja jauh melambung tinggi yang awalnya 47 miliar menjadi 89,2 miliar. Lebih kurang 6,37 persen (5,6 miliar) diantaranya berasal dari ubsektor pariwisata, ataksi, museum maupun tontonan.⁹ Sungguh peningkatan ini merupakan lonjakan yang cukup pantastis dan membuktikan bahwa pariwisata Kota Yogyakarta banyak diminati masyarakat umum. Selain menunjukkan bahwa Yogyakarta merupakan kota pariwisata, juga akan semakin memperbanyak pemasukan untuk Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta.

⁸ www.joglosemar.com diakses tanggal 17 mei 2009

⁹ www.read.waen.wordpress.com. di akses tanggal 18 mei 2009

B. Rumusan Masalah

Sejalan uraian latar belakang masalah di atas maka dengan ini peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana manajemen strategis Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam mengembangkan pariwisata tahun 2007-2009”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

I. Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui manajemen strategis Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam mengembangkan pariwisata.
1. Untuk mengetahui faktor pendorong dan penghambat Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam mengembangkan pariwisata.

II. Manfaat Penelitian.

Mengetahui manajemen strategis Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam mengembangkan pariwisata dan meningkatkan kunjungan wisatawan ke objek wisata kota Yogyakarta.

D. Kerangka Dasar Teori

1. Pariwisata

Menurut Undang-undang No. 9 tahun 1990

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha objek-objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.¹⁰

¹⁰ Drs. H. Oka A. Yoeti, MBA, 2005. "Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata" Jakarta : PT Pradnya Paramita

Secara etimologis kata pariwisata berasal dari bahasa sansekerta. Kata ini terdiri dari dua suku kata yaitu “pari” dan “wisata”. Pari berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap. Sedangkan wisata berarti perjalanan bepergian.

2. Pembangunan kepariwisataan

Pembangunan pariwisata adalah pengembangan kepariwisataan baik fisik maupun non fisik dikembangkan dengan tetap mengacu kepada era pembangunan kepariwisataan.¹¹

Pembangunan kepariwisataan pada dasarnya ditujukan untuk:

a). Persatuan dan Kesatuan Bangsa

Pariwisata mampu memberikan perasaan bangga dan cinta terhadap Negara Kesatuan Republik Indonesia bagi perjalanan wisata yang dilakukan oleh penduduknya keseluruh penjuru negeri. Sehingga dengan banyaknya warga melakukan kunjungan wisata di wilayah-wilayah selain tempat tinggalnya akan timbul rasa persaudaraan terhadap sistem dan filosofi kehidupan masyarakat yang dikunjungi sehingga akan meningkatkan rasa persatuan secara nasional.

b). Penghapusan Kemiskinan (*poverty Alleviation*)

Pembangunan pariwisata seharusnya mampu memberikan bagi seluruh rakyat indonesia untuk bekerja. Kunjungan wisatawan ke suatu daerah seharusnya memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian akan mampu memberikan andil besar dalam penghapusan kemiskinan di berbagai daerah yang

¹¹ www.Yaunal.Web.id. Di akses 26 Mei 2009

miskin potensi ekonomi lain selain potensi alam dan budaya bagi kepentingan pariwisata.

c). Pembangunan Berkesinambungan (*sustainable development*)

Dengan sifat kegiatan pariwisata yang menawarkan keindahan alam, kekayaan budaya dan keramah-tamahan sehingga sedikit sekali sumber daya yang habis yang digunakan untuk menyokong kegiatan ini .

d). Pelestarian Budaya (*culture preservation*)

Pembangunan kepariwisataan seharusnya mampu berkontribusi nyata dalam upaya-upaya pelestarian budaya di suatu daerah yang meliputi perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan budaya negara atau daerah. UNESCO dalam resolusi bersama mereka di tahun 2002 telah menyatakan bahwa kegiatan pariwisata merupakan alat ukur kebudayaan. Dalam konteks tersebut, sudah selayaknya bagi indonesia untuk menjadikan pembangunan kepariwisataan pendorong pelestarian kebudayaan di berbagai daerah.

e). Pemenuhan Kebutuhan Hidup dan Hak Azasi Manusia

Pariwisata di masa kini sudah menjadi kebutuhan dasar kehidupan masyarakat modern. Pada beberapa kelompok tertentu melakukan kegiatan perjalanan wisata bahkan telah dikaitkan dengan Hak Azasi Manusia khususnya menjelang waktu libur yang lebih panjang.

f). Peningkatan ekonomi dan indu stri

Pengelolaan kepariwisataan yang baik dan berkelanjutan seharusnya mampu memberikan kesempatan bagi ekonomi di suatu destinasi pariwisata. Penggunaan bahan dan pruduk lokal dalam proses

pelayanan di bidang pariwisata juga memberikan kesempatan kepada industri lokal untuk berperan dalam penyediaan barang dan jasa.

Pada masa lalu pembangunan ekonomi lebih di orientasikan pada kawasan indonesia bagian barat. Hal ini dapat dilihat berkembangnya pembangunan sarana dan prasarana di kawasan barat indonesia, dibandingkan dengan kawasan timur indonesia. Hal ini juga terlihat dari pembangunan disektor pariwisata, dimana kawasan Jawa adalah kawasan kosentrasi utama pembangunan kepariwisataan. Sementara dilihat dari kecendrungan perubahan lebih mengutamakan sumber daya alami sebagai destinasi wisata, maka potensi sumber daya alam timur lebih besar dibandingkan kawasan barat. Kualitas sumber daya alam yang dapat dijadikan daya tarik wisata kawasan timur indonesia, jauh lebih baik dan memiliki peluang besar untuk dikembangkan. Namun demikian tidak otomatis kawasan timur indonesia dapat di kembangkan menjadi kawasan unggulan, karena adanya batasan mendasar, seperti kelemahan infrastruktur, sumber daya manusia, dan sebagainya.

Pada dasarnya terdapat banyak daerah di indonesia yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang akan dikembangkan dalam kerangka kepariwisataan serta memiliki kemampuan untuk menjadi salah satu destinasi wisata dunia. Kekayaan alam berbasis bahari merupakan potensi yang tinggi untuk dikembangkan tanpa menghilangkan nilai yang ada di daratan seperti danau, air panas dan sungai.

Potensi kekayaan budaya juga patut diperhitungkan dalam mengembangkan suatu daerah sebagai daerah keanekaragaman budaya

dan kesenian telah dikenal masyarakat dunia, termasuk keterbukaan dan keramah-tamahan serta kekayaan kuliner dipercaya memberi andil besar bagi tumbuhnya minat masyarakat Indonesia untuk datang ke suatu daerah. Selain potensi alam dan budaya, keberadaan infrastruktur aksesibilitas udara dan laut yang mampu menjadi pendukung pengembangan daerah sebagai destinasi wisata Indonesia. Sarana dan prasarana harus juga perlu mengalami peningkatan kapasitas dan kualitas pelayanan yang memadai.

Namun demikian pengembangan kepariwisataan daerah selanjutnya dikembangkan dengan tetap mengacu kepada pembangunan kepariwisataan yang telah dikemukakan sebelumnya. Pengalaman pembangunan di daerah Bali dan DI Yogyakarta perlu menjadi pertimbangan. Perencanaan yang matang melalui penyiapan pengembangan pariwisata daerah ditingkat Provinsi maupun Kabupaten/Kota sudah harus dimulai untuk wilayah yang akan dijadikan sebagai lokasi pengembangan kepariwisataan yang tetap ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat seluas-luasnya.

Penyiapan sumberdaya manusia yang memiliki potensi dibidang pelayanan jasa kepariwisataan juga perlu dilakukan. Kemampuan masyarakat dalam berinteraksi dan bersosialisasi perlu dilengkapi pula dengan kemampuan teknis, operasional dan manajerial dalam penyediaan barang dan jasa kepariwisataan. Stigma bahwa pariwisata merupakan pelayan harus diubah menjadi pekerja profesional yang berkelas dunia. Kemampuan dalam mengembangkan kompetensi mereka

dibidang kepariwisataan sehingga dipercaya akan mampu meningkatkan kualitas serta pengalaman berwisata bagi wisman maupun wisnus.

Berdasarkan kondisi tersebut, pengembangan kepariwisataan berbagai daerah, khususnya di daerah tertentu harus difokuskan pada pengembangan pariwisata bahari dengan dukungan budaya yang kaya. Fokus kepariwisataan ini akan mampu memposisikan kawasan Indonesia timur sebagai destinasi utama pariwisata yang berbeda dengan daerah lainya seperti Bali dengan budaya dan alamnya maupun DIY dengan sejarah dan keunikannya. Fokus pembangunan kepariwisataan ini perlu dibicarakan dan menjadi komitmen seluruh stakeholder dalam penanganan kepariwisataan daerah.

Pembangunan kepariwisataan Indonesia dihadapkan pada berbagai masalah, tantangan dan hambatan baik global maupun nasional. Selain itu diperlukan pula perubahan paradigma dalam memandang pariwisata sebagai pembangunan nasional. Pariwisata tidak lagi dipandang sebagai alat peningkatan pendapatan nasional, tapi spektrum yang lebih luas dan mendasar. Oleh karenanya pembangunan kepariwisataan Indonesia memerlukan kemampuan tajam serta mampu memposisikan destinasi pariwisatanya sesuai dengan potensi alam, budaya dan masyarakat di masing-masing daerah. Dalam konteks ini setiap daerah harus dapat memposisikan dirinya dalam kerangka kepariwisataan nasional dengan diimbangi perencanaan yang matang dan upaya-upaya peningkatan kepariwisataan yang berkualitas dunia.

3. Strategi

Strategi merupakan penyesuaian dari rencana-rencana yang telah dibuat berkenaan dengan timbulnya reaksi-reaksi atas perencanaan tersebut. Banyak perubahan-perubahan perencanaan yang terpaksa di buat penyesuaiannya, karena ada perubahan-perubahan pada situasi dan kondisi di saat pelaksanaan rencana dilaksanakan. Dalam kamus besar indonesia pengertian mengenai strategi adalah:¹²

1. Siasat perang
2. Ilmu siasat
3. Rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk menca pai sasaran khusus.

Manajemen Strategis

Manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja suatu organisasi dalam jangka panjang.¹³

Ada beberpa proses startegis meliputi empat elemen dasar :

1. Pengamatan lingkungan.

Pengamatan merupakan pengamatan lingkungan secara eksternal maupun internal. Yang terdiri dari variabel yang ada didalam maupun di luar organisasi.

¹² W.J.Ypoerwadaminta, "Kanus Umum Bahas indonesia" Jakarta : Balai Pustaka.1997. Hal 856-860

¹³ . J. Davi Hunger and Thomas Weelen. 1997 "Manajemen Strategos"Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
Hal 4

2. Perencanaan Strategis

Perencanaan strategis merupakan perencanaan jangka panjang dimana sasaran ditetapkan oleh pemilik (Pembuat keputusan). Dalam perencanaan ini, para perencana memperhitungkan kekuatan dan kelemahan organisasi, misi bisnisnya dan nilai –nilai individu dari pembuatan keputusan dan manajer (kepala). Dalam hal ini manajemen strategis Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam mengembangkan pariwisata Kota Yogyakarta yaitu selain masuk dalam promosi secara nasional “*Indonesian visit year*” yang dicanangkan oleh pemerintah pusat . Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta juga mempunyai strategi yaitu memperbanyak iklan maupun promosi baik media massa maupun elektronik. Dan bekerja sama dengan berbagai pihak salah satunya bekerja sama dengan Dinas perhubungan dan transportasi Yogyakarta yaitu dengan adanya rute Yogyakarta-Kuala Lumpur. Dengan demikian ini kesempatan besar untuk mempromosikan pariwisata Kota Yogyakarta.

Berfikir secara strategis dan mengembangkan strategi yang efektif:

- a. Memperjelas arah masa depan.
 - b. Menciptakan prioritas.
 - c. Membuat keputusan sekarang dengan mengingat konsekuensi masa depan.
1. Mengembangkan landasan yang koheren dan kokoh bagi pembuat keputusan.

2. Menggunakan keleluasaan yang maksimum dalam bidang -bidang yang berada dibawah kontrol organisasi.
3. Membuat keputusan yang melintasi tingkat dan fungsi.
4. Memecahkan masalah utama organisasi.
5. Memperbaiki kinerja organisasi.
6. Menangani keadaan yang berubah dengan cepat secara efektif.
7. Membangun kerja kelompok dan keahlian.¹⁴

3. Implementasi Strategi

Implementasi strategi adalah proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakannya dalam tindakannya melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur. Tujuan program dibuat adalah untuk membuat strategi dapat dilaksanakan dalam tindakan (*action oriented*). Setelah semua program yang dibutuhkan disusun, saatnya untuk memulai membuat anggaran. Merencanakan sebuah anggaran adalah pengecekan terakhir pihak manajemen terhadap kelayakan strategi yang dipilihnya. Dengan memperkirakan biaya yang harus dikeluarkan untuk mengimplementasi sebuah program khusus, hal tersebut dapat menjadi sebuah petunjuk bagaimana hal yang sering terjadi seperti strategi yang nampaknya ideal, ternyata cacat atau betul-betul tidak dapat dijalankan.¹⁵

¹⁴ Dr. Mansour Fakhri "Perencanaan Strategis Bagi organisasi Sosial" Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal 11-12

¹⁵ J. Davi Hunger and Thomas Weelen. 1997 "Manajemen Strategis" Yogyakarta: Andi Yogyakarta. Hal 300-301

4. Evaluasi dan pengendalian

Adalah proses yang melalui aktivitas-aktivitas organisasi dan hasil kinerja dimonitor dan kinerja sesungguhnya di bandingkan dengan kinerja yang diinginkan. Proses pengendalian memastikan bahwa organisasi sedang mencapai apa yang telah ditetapkan untuk dicapai. Proses pengendalian membandingkan kinerja dengan hasil yang diinginkan dan memberikan umpan balik yang diperlukan bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi hasil-hasil yang diperoleh dan mengambil tindakan perbaikan bila diperlukan.¹⁶

4. Pemerintah Daerah

Pemerintah daerah adalah Gubernur, Bupati atau Walikota dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintah daerah. Pemerintah daerah sebagaimana yang dimaksud dalam UU otonomi daerah pada pasal 3 adalah:¹⁷

- a. Pemerintah daerah provinsi yang terdiri atas pemerintah daerah provinsi dan DPRD provinsi.
- b. Pemerintah daerah kabupaten/kota yang terdiri dari atas pemerintah daerah kabupaten/kota dan DPRD kabupaten/kota.

Urusan wajib yang menjadi kewenangan pemerintah daerah provinsi merupakan urusan dalam skala provinsi yang meliputi:

- a. Perencanaan dan pengendalian pembangunan.
- b. Perencanaan, pemanfaatan, dan pengawasan tata ruang.

¹⁶ Ibid Hal 384

¹⁷ Lima Bintang, "Undang-undang No.32 tentang otonomi daerah dan peraturan Pemerintah R.I No.6 Tahun 20 PILKADA Pemilihan Kepala Daerah." Surabaya : Bintang Lima

- c. Penyelenggaraan ketertiban umum dan ketentraman masyarakat.
- d. Penyediaan sarana dan prasarana umum.
- e. Penanganan bidang kesehatan.
- f. Penyelenggaraan pendidikan dan alokasi sumber daya manusia potensial.
- g. Penanggulangan masalah sosial lintas kabupaten/kota.
- h. Pelayanan bidang ketenagakerjaan lintas kabupaten/kota.
- i. Fasilitasi pengembangan koperasi, usaha kecil dan menengah termasuk lintas kabupaten/kota.
- j. Pengendalian lingkungan hidup.
- k. Pelayanan pertanahan termasuk lintas kabupaten/kota.
- l. Pelayanan kependudukan, dan catatan sipil.
- m. Pelayanan administrasi umum pemerintahan.
- n. Pelayanan administrasi penanaman modal termasuk lintas kabupaten/kota.
- o. Penyelenggaraan pelayanan dasar lainnya yang belum dapat dilaksanakan oleh kabupaten/kota.¹⁸
- p. Urusan wajib lainnya yang amanatkan oleh peraturan perundang-undangan.

Urusan wajib yang menjadi kewenangan pemerintahan daerah untuk kabupaten/kota merupakan urusan yang berskala kabupaten/kota meliputi sama halnya dengan kewenangan pemerintah provinsi.

¹⁸ Ibid Hal 21-22

5. Otonomi Daerah

Otonomi daerah adalah hak, wewenang dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Dalam menyelenggarakan otonomi, daerah mempunyai hak sebagai berikut: ¹⁹

- a). Mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahannya.
- b). Memilih pemimpin daerah.
- c). Mengelola aparatur daerah.
- d). Mengelola kekayaan daerah
- e). Memungut pajak daerah dan retribusi daerah.
- f). Mendapatkan bagi hasil dari pengelolaan sumber daya alam dan sumber daya lainnya yang ada di daerah.
- g). Mendapatkan sumber-sumber pendapatan lain yang sah.
- h). Mendapatkan hak lainnya yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.

Kewajiban-kewajiban daerah dalam otonomi: ²⁰

- a). Melindungi masyarakat, menjaga persatuan, kesatuan dan kerukunan nasional, serta keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.
- b). Meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.
- c). Mengembangkan kehidupan demokrasi.
- d). Mewujudkan keadilan dan pemerataan.
- e). Meningkatkan pelayanan dasar pendidikan.
- f). Menyediakan fasilitas pelayanan kesehatan.

¹⁹ Ibid Hal 30-31

²⁰ Ibid hal 13

- g). Menyediakan fasilitas sosial dan fasilitas umum yang layak.
- h). Mengembangkan sistem jaminan sosial.
- i). Menyusun perencanaan dan tata ruang daerah.
- j). Mengembangkan sumber daya produktif di daerah.
- k). Melestarikan lingkungan hidup.
- l). Mengelola administrasi kependudukan.
- m). Melestarikan nilai sosial budaya.
- n). Membentuk dan menerapkan peraturan perundang-undangan sesuai dengan kewenangannya.
- o). Kewajiban lain yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.

Dengan berlakunya UU Otonomi Daerah, pelaksanaan kegiatan pengembangan wilayah dan pembangunan perkotaan dilaksanakan dengan pendekatan *bottom-up* dan melibatkan semua pelaku pembangunan (*stakeholders*) pada setiap tahap pembangunan. Pengembangan wilayah dan pembangunan perkotaan secara realistis memperhatikan tuntutan dunia usaha dan masyarakat dalam rangka pemenuhan kebutuhan sarana dan prasarana sehingga aktivitas perekonomian dalam wilayah atau kawasan dapat berjalan dengan baik, yang selanjutnya dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat, sekaligus menjaga dan meningkatkan mutu lingkungan.²¹

Untuk mendukung pelaksanaan otonomi daerah, ada dua hal yang dapat dilakukan pemerintah pusat. Pertama, adalah dengan memfasilitasi peningkatan kemampuan pemerintah daerah. Pemerintah wajib memfasilitasi

²¹ Ibid hal.15

dengan cara pemberian pedoman, bimbingan, pelatihan, arahan dan supervisi. Salah satu contoh penting tersebut adalah adanya standar pelayanan minimal untuk bidang penataan ruang dan permukiman yang dikeluarkan Depkimraswil. Dengan adanya standar tersebut, maka pemerintah daerah wajib untuk memenuhi kebutuhan minimal warganya dalam kebutuhan sarana maupun bidang penataan ruang.²²

Pemerintah pusat merupakan “penjaga” kepentingan nasional. Oleh karena itu peran yang kedua adalah pemerintah pusat juga mengeluarkan kerangka perencanaan makro seperti struktur tata ruang nasional. Pada tingkatan rencana makro tersebut, yang merupakan fokus penataan adalah bagaimana mewujudkan struktur perwilayahan melalui upaya mensinergikan antar kawasan yang antara lain dicapai dengan peraturan hierarki fungsional yaitu: system kota-kota, sistem jaringan prasarana wilayah, serta fasilitasi kerjasama lintas provinsi dan kabupaten/kota.

Dalam konteks pengembangan kabupaten, pemerintah kabupaten harus memosisikan dirinya sebagai “pengemban amanat” diwilayahnya. Strategi pembangunan wilayah dan perkotaan mempunyai prinsip dasar pembangunan dari masyarakat untuk masyarakat dan oleh masyarakat. Hal ini dapat tercapai bila proses pembangunan berakar pada kemampuan sumber daya alamnya dan kreativitas seluruh pelaku pembangunan.

Terkait dengan prinsip dasar di atas, pemerintah harus mengupayakan bentuk-bentuk partisipasi yang efektif dan produktif. Pemerintah pusat dalam hal ini adalah fasilitator untuk pencapaian community driven planning

²² Ibid hal 18

tersebut. Dengan demikian proses pelaksanaan pengembangan wilayah dan kota diharapkan akan mencapai hasil secara efektif dengan memanfaatkan sumber daya secara efisien dan ditangani melalui kegiatan penataan ruang.²³

E. Definisi Konseptual

1. Pariwisata.

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha objek-objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.

2. Strategi

Strategi merupakan penyesuaian dari rencana-rencana yang telah dibuat berkenaan dengan timbulnya reaksi-reaksi atas perencanaan tersebut.

3. Pemerintah Daerah

Perangkat yang menjalankan pemerintahan di daerah baik di tingkat Provinsi dan Kabupaten.

F. Definisi Operasional

Beberapa definisi operasional terhadap hasil penelitian nantinya antara lain:

Beberapa indikator atau variabel kritis dalam strategi pariwisata yaitu

Manajemen strategis meliputi empat dasar:

a. Pengamatan lingkungan

Pengamatan ini dilakukan secara eksternal dan internal yang terdiri dari dalam dan luar organisasi.

²³ Ibid hal 25

Lingkungan eksternal meliputi :

- 1). Lingkungan kerja.
- 2). Lingkungan sosial.

Lingkungan internal meliputi :

- 1). Struktur.
- 2). Budaya.
- 3). Sumber daya organisasi.

b. Perencanaan strategis

Perencanaan strategis meliputi :

- 1). Misi.
- 2). Tujuan.
- 3). Strategi.
- 4). Kebijakan.

c. Implementasi strategi

Implementasi adalah proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakan yang meliputi :

- 1). Program.
- 2). Anggaran.
- 3). Prosedur.

d. Evaluasi dan pengendalian

Proses evaluasi dan pengendalian meliputi :

- 1). Menentukan apa yang diukur.
- 2). Menetapkan standar kinerja.
- 3). Mengukur kinerja aktual.

- 4). Membandingkan kinerja aktual dengan standar yang telah ditetapkan.
- 5). Mengambil tindakan perbaikan.

G. Metode Penelitian

Metode kerja penelitian sangat berperan dalam menentukan hasil atau tidaknya tujuan penelitian tersebut. Metodologi adalah pengetahuan tentang berbagai macam cara kerja yaitu dari kerja untuk memahami obyek -obyek yang menjadi sasaran dari ilmu pengetahuan yang bersangkutan ²⁴.

1. Jenis Penelitian

Penelitian dilakukan merupakan penelitian deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. ²⁵

2. Unit Analisa

Yang menjadi unit analisa dalam penelitian ini adalah kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta.

3. Jenis Data

Adapun data yang dibutuhkan dalam memahami pokok-pokok permasalahan penelitian antara lain :

a. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari responden yaitu pihak -pihak yang terkait dalam pelaksanaan strategi pengembangan pariwisata Kota Yogyakarta.

b. Data Sekunder

²⁴ Winarno Surachmad, "Pengantar Dasar dan teknik Research", Transito, Bandung, hal.32

²⁵ Moh Nazir, "Metode Penelitian", Ghalia Indonesia, hal 63

Yaitu data yang didapatkan dari buku-buku ilmiah, laporan dari hasil penelitian, data statistik, media massa, dan dokumen yang ada di kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta.

4. Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara, yaitu suatu percakapan dengan bertatap muka, dengan tujuan untuk memperoleh informasi aktual tentang masalah tertentu.

Dalam rangka mencari data yang jelas mengenai manajemen strategis Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam mengembangkan pariwisata responden yang dipilih adalah kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta berikut fasilitatornya. Pihak-pihak yang diwawancarai adalah sebagai berikut :

1. Drs. Dwiwana CS (sub bagian administrasi data dan pelaporan).
 2. Safrin N, B. Sc (seksi pengembangan usaha dan jasa pariwisata)
- b. Dokumentasi, yaitu kegiatan pengumpulan data dari sumber sekunder. Data tersebut antara lain berupa publikasi pemerintah, laporan hasil kegiatan dan sebagainya.²⁶

5). Teknik Analisa Data

Dalam melakukan analisis data penelitian, peneliti menggunakan analisa kualitatif dimana data yang diperoleh diklasifikasikan dan digambarkan dalam bentuk kata-kata menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan, dimana data yang dikumpulkan bukan merupakan angka -angka.

²⁶ Syahsarsimi Arikunto, 1993. *Prosedur penilaian*. Jakarta: Rinika Cipta, hal. 127

Data tersebut diperoleh dari naskah wawancara, catatan laporan, dokumen pribadi, dokumen resmi dan sebagainya.²⁷ Yaitu dengan cara memaparkan atau menjelaskan suatu kondisi atau obyek dalam bentuk kata-kata atau kalimat logis. Teknik analisis data ini digunakan untuk menggambarkan bagaimana manajemen strategis Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam Pengembangan Pariwisata Kota Yogyakarta tahun 2007-2009.

²⁷Winarno Surachmad, “*Pengantar Dasar dan Teknik Research*”, Transito, Bandung, hal.134.

Daftar Pustaka

Bintang, Lima”*undang-undang No.32 Tentang Otonomi daerah dan Peraturan Pemerintah R.I No.6 Tahun 2005 PILKADA Pemilihan Kepala Daerah*”. Surabaya: Lima Bintang.

Bryson M, Jhon. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial*. Tahun 1996
. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Hunger David, J dan Wheelen L, Thomas.” *Manajemen Strategis*”. Tahun 1996.
Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

Nazir, Mohammad. *Metode Penelitian*, Ghalia. Indonesia : 1988

Ranupandjojo Heidjrachman. *Dasar-dasar Manajemen*. Tahun 1990. Yogyakarta:
UPP-AMP YKPN.

Yoeti A, Oka. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata* . Tahun
2005. Jakarta: Pradnya Paramita.

Referensi Via Internet:

www.wista.melayu.com. diakses 18 mei 2009

Www.Yaunal.Web.id. diakses 26 Mei 2009

Www.joglosemar.com diakses tanggal 17 mei 2009

Www.read.waen.Wordpress.com. diakses tanggal 18 mei 2009