

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tujuan negara yang diamanatkan oleh konstitusi adalah menjamin perlindungan hukum dan mewujudkan kesejahteraan masyarakat yaitu sebagaimana telah dirumuskan dalam alinea ke-4 Mukadimah Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Sebagai dokumen pembangunan nasional, tentu sudah menjadi kewajiban bagi penyelenggara negara, baik di tingkat pemerintah pusat maupun daerah untuk selalu mengupayakan semaksimal mungkin terciptanya perlindungan hukum dan kesejahteraan umum. Kewajiban pemerintah tersebut dalam hal ini terkait dengan Pembangunan kepariwisataan di Daerah.

Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan di Indonesia khususnya di sektor ekonomi. Pariwisata terdiri dari berbagai macam jenis, salah satunya adalah pariwisata berbasis budaya. Pariwisata berbasis budaya adalah salah satu jenis kegiatan pariwisata yang menggunakan kebudayaan sebagai objeknya. Setiap destinasi wisata harus memiliki sisi unik masing-masing. Semakin khas dan menarik tempat wisata, diyakini akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan untuk berkunjung. Kalau destinasi biasa saja, dimana pun bisa ditemui, maka harus dicari keunikan yang bisa menguatkan karakter, sehingga dapat meningkatkan daya saing serta daya tarik itu sendiri.

Citra Yogyakarta sebagai Kota Pelajar dan Kota Budaya dengan warganya yang ramah, murah senyum, dan responsif menjadi salah satu daya

tarik. Kondisi ini perlu direspon dengan pembenahan sektor pariwisata dan budaya Kota Yogyakarta secara konsisten. Dukungan dana yang lebih besar diperlukan untuk pembenahan agar kehidupan perekonomian warga Yogyakarta semakin baik ke depannya. Pemerintah Kota Yogyakarta sendiri telah membenahi infrastruktur, seperti bangunan bernuansa Jawa serta tampilan seni tradisional di sepanjang Malioboro bersama DIY dalam hal ini Gubernur dengan dana istimewanya.

Situs wisata sejarah hingga nuansa bangunan masa lalu yang sudah ada sejak turun temurun, jika dirawat dengan seksama bisa menjadikan Yogyakarta sebagai destinasi unggulan pariwisata dan budaya setelah Bali. Sebagai contoh, kawasan Pecinan di Ketandan dengan budaya Barongsai pada saat perayaan Imlek, lima Kawasan Cagar Budaya (KCB) yaitu Kotabaru, Kotagede, Pakualaman, Malioboro dan Kraton dengan keunikan gaya bangunan masa lalu dan seni kerajinan. Wisata budaya tersebut harus terus dilestarikan karena memiliki daya tarik tinggi. Bahkan dapat dibaurkan dengan budaya modern seperti yang dilakukan Korea Selatan atau Jepang dalam promosi kebudayaannya.

Dari sisi wisata sejarah, sumbu filosofi Kota Yogyakarta yakni dari Gunung Merapi, Tugu Pal Putih, Kraton, Panggung Krapyak hingga Laut Selatan, sedang diajukan sebagai warisan dunia ke UNESCO. Ini menjadi hal lain yang membuat Pemkot Yogyakarta memang perlu serius menggarap dan melestarikan pariwisata dan budaya agar nyaman dikunjungi. Dengan modal pariwisata yang cukup kompleks, perwujudan Yogyakarta sebagai kota tujuan wisata akan terwujud bila masyarakat Kota Yogyakarta mampu memelihara kebudayaan dan menciptakan inovasi pengembangan wisata. Kelak, ini akan

memberikan sumbangan besar dalam pertumbuhan ekonomi masyarakat Kota Yogyakarta.

Secara filosofis, pembangunan kepariwisataan memerlukan perencanaan induk, yang mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menjamin keberlanjutan penyelenggaraan kepariwisataan. Untuk itu maka penyelenggaraan kepariwisataan perlu diatur dan dibina demi kelangsungan dan peningkatan kehidupan serta penghidupan masyarakat, sekaligus untuk mewujudkan pengelolaan kepariwisataan yang serasi, selaras dan seimbang. Melalui penetapan rencana induk pembangunan kepariwisataan (RIPPARDA) diharapkan dapat menopang dan menunjang tujuan pembangunan di Kota Yogyakarta.

Dari aspek sosiologis, paradigma pembangunan kepariwisataan yang bertumpu semata mata pada aspek ekonomis sudah saatnya ditinggalkan dan diganti dengan paradigma baru pembangunan kepariwisataan yang berbasis pada keserasian antara manfaat ekonomi dengan keseimbangan lingkungan, sosial dan budaya. Paradigma baru memandang kepariwisataan sebagai salah satu sumber daya yang mempunyai nilai ekonomi dengan tidak mengorbankan aspek lingkungan yang bersifat eksploitatif. Pembangunan kepariwisataan dilakukan dengan pendekatan yang komprehensif dari hulu, sejak sebelum pembangunan tersebut berpotensi memunculkan dampak negatif, sampai kehilir, yaitu pada fase kepariwisataan tersebut sudah berkembang dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat maupun pemerintah. Pembangunan kepariwisataan dengan paradigma baru tersebut dilakukan melalui kegiatan penyusunan rencana induk dan penetapan rencana induk tersebut menjadi peraturan daerah.

Dari aspek yuridis Pemerintah Daerah Kota Yogyakarta melalui Perda Nomor 3 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPPARDA) Kota Yogyakarta Tahun 2015 – 2025, pasal 55 ayat (1) mengamanatkan bahwa: “Jangka waktu RIPPARDA dimulai sejak pengundangan Peraturan Daerah ini hingga tahun 2025 dan dapat ditinjau kembali 1 (satu) kali dalam 5 (lima) tahun”. Terkait dengan amanat tersebut diatas, maka setelah 5 (lima) tahun ditetapkan dan diberlakukan perlu dilakukan review atau kaji ulang dalam bentuk evaluasi terhadap substansi RIPPARDA Kota Yogyakarta.

Dengan latar belakang pemikiran secara filosofis, sosiologis, dan yuridis tersebut di atas, maka Naskah Akademik Review RAPERDA RIPPARDA Kota Yogyakarta dipandang perlu dan dinilai sangat relevan dan penting karena perubahan-perubahan pada tataran regulasi atau kebijakan baru yang berpengaruh terhadap pembangunan kepariwisataan Kota Yogyakarta.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas dapat dilakukan identifikasi masalah, yakni bahwa banyak sekali perubahan yang terjadi berkaitan dengan pariwisata di Kota Yogyakarta baik karena perkembangan daerah, regional maupun internasional sehingga perlu dilakukan peninjauan terkait pengaturan Rancangan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPPARDA) Kota Yogyakarta Tahun 2015 – 2025.

Berdasarkan pada identifikasi masalah diatas tersebut, dapat dirumuskan, sebagai berikut:

1. Permasalahan apa saja yang dihadapi Kota Yogyakarta berkaitan dengan pembangunan kepariwisataan sebagai dasar perlunya Perubahan atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta No 3 tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah Kota Yogyakarta?
2. Mengapa perlu dibuat Raperda Kota Yogyakarta tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025?
3. Apa pertimbangan filosofis, yuridis dan sosiologis pembentukan Raperda Kota Yogyakarta tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025?
4. Apa sasaran yang akan diwujudkan, ruang lingkup pengaturan, jangkauan serta arah pengaturan Raperda Kota Yogyakarta tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Kegiatan Penyusunan Naskah Akademik

Sesuai dengan permasalahan diatas, maka tujuan penyusunan naskah akademik ini adalah dirumuskan sebagai berikut:

1. Merumuskan permasalahan yang dihadapi Kota Yogyakarta berkaitan dengan pembangunan kepariwisataan sebagai dasar perlunya Perubahan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta No 3 tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah Kota Yogyakarta.

2. Merumuskan latar belakang mengapa perlu dibuat Raperda Kota Yogyakarta tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025.
3. Merumuskan pertimbangan atau landasan filosofis, sosiologis, yuridis pembentukan Rancangan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025.
4. Merumuskan sasaran yang akan diwujudkan, ruang lingkup pengaturan, jangkauan, dan arah pengaturan dalam Rancangan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025.

Sedangkan kegunaan dari Naskah Akademik ini adalah sebagai acuan dalam pembuatan rancangan peraturan daerah tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025.

1.4. Metode Penulisan Naskah Akademik

1.4.1. Metode Pendekatan

Pendekatan studi yang digunakan dalam penyusunan naskah akademik ini adalah menggunakan pendekatan yuridis empiris dan

yuridis normatif. Yuridis empiris dimaksudkan untuk melihat permasalahan terkait Pembangunan Kepariwisata di Kota Yogyakarta. Sedangkan pendekatan yuridis normatif yaitu pengkajian studi dokumen dengan analisis yang terdiri dari peraturan perundang-undangan dan berbagai kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang berhubungan dengan Pembangunan Kepariwisata serta dokumen-dokumen lain yang berhubungan dengan Pembangunan Kepariwisata. Dilihat dari sifat tujuan penulisan, maka naskah akademik ini termasuk dalam penulisan yang bersifat deskriptif, dimana menurut Rianto Adi, penelitian ataupun penulisan yang bersifat deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan secara cermat dan detail terhadap fakta-fakta ataupun karakteristik, serta menentukan frekuensi dari sesuatu hal yang terjadi.¹

1.4.2. Jenis dan Sumber Data

Data yang dipergunakan dalam penyusunan naskah akademik ini dikelompokkan menjadi dua jenis:

1. Data Primer. Sumber data primer ini berupa hasil pengamatan (observasi) lapangan, dan wawancara; dan
2. Data Sekunder. Sumber data sekunder ini meliputi bahan hukum primer, sekunder dan tertier, yang meliputi: Undang-undang, Peraturan Pemerintah dan peraturan perundang-undangan lain yang berkaitan dengan kebijakan Pembangunan Kepariwisata di Kota Yogyakarta.

¹ Adi, Rianto. 2005. Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum, Jakarta: Granit, hlm 25

1.4.3. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data primer dilakukan wawancara secara mendalam (*indepth interview*) dengan pihak-pihak terkait, survei lapangan, dan serta diskusi intensif dengan narasumber terkait dan kalangan terbatas melalui *Focus Group Discussion* (FGD). Sedangkan untuk memperoleh data dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder serta bahan hukum tersier, dilakukan dengan usaha studi dokumen atau studi pustaka dan mempelajari bahan pustaka yang mempunyai kaitan erat dengan pokok permasalahan.

1.4.4. Metode Analisis Data

Dalam rangka memecahkan masalah dan mencapai tujuan dalam kajian ini diperlukan beberapa metode analisis data. Ada empat metode analisis data yang digunakan dalam kajian ini. Pertama, analisis hukum. Analisis hukum dalam rangka mengkaji mengenai penormaan yang kemudian diatur dalam bentuk Peraturan Daerah. Analisa yang dilakukan yaitu analisa bahan hukum berupa peraturan perundang-undangan. Bentuknya berupa evaluasi atas peraturan perundang-undangan dengan mengkaji asas perundang-undangan baik aturan yang lebih tinggi dan yang lebih rendah, lebih dulu dengan yang kemudian disahkan, yang khusus dengan yang umum. Selain secara substansi obyek pengaturan juga pada kewenangan yang dimiliki Kota Yogyakarta mengenai Pembangunan Kepariwisata di Kota Yogyakarta. Teknik Analisis data dilakukan secara induktif, semua data yang ada ditafsirkan dan dijabarkan dengan mendasarkan pada teori-teori yang berlaku. Kedua, analisis konseptual. Dalam penyusunan

peraturan perundangan Perlu analisis konseptual untuk lebih memahami apa yang akan diatur. Dalam konsteks ini adalah konsep mengenai Pembangunan Kepariwisata di Kota Yogyakarta. Ketiga, analisis komparatif. Analisis komparatif dilakukan dengan membandingkan secara substantif Pembangunan Kepariwisata di Kota Yogyakarta peraturan lama dan baru. Hasil dari perbandingan tersebut dapat digunakan untuk memberikan arah pengaturan Pembangunan Kepariwisata di Kota Yogyakarta yang baru. Keempat, analisis *Regulatory Impact Assessment*. *Regulatory Impact Assessment* (RIA) adalah suatu metode dalam penyusunan kebijakan dengan pendekatan yang diharapkan bisa mengakomodasi semua kebutuhan dalam penyusunan perundang-undangan. Metode RIA adalah kerangka analisis mendalam terhadap dampak ekonomi dan sosial dari suatu regulasi dan konsultasi dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Metode RIA membantu penyusunan Naskah Akademik menentukan apakah peraturan perundang-undangan tersebut menimbulkan dampak negatif atau tidak.

BAB II

KAJIAN TEORITIS DAN PRAKTIK EMPIRIS

2.1. Kajian Teoritis

2.1.1. Tinjauan tentang Pariwisata

Secara keseluruhan, pariwisata mencakup perjalanan sementara dari satu tempat ke tempat lain, dengan tujuan bukan untuk mencari mata pencaharian, tetapi untuk menikmati kegiatan rekreasi dan memenuhi beragam keinginan tanpa meninggalkan tempat asalnya. Hal ini dapat dilakukan dengan atau tanpa perencanaan sebelumnya. Perjalanan ini bertujuan untuk menikmati pengalaman rekreasi dan kegiatan yang beragam.

Burkart dan Medlik (1987) menggambarkan pariwisata sebagai perubahan sementara dan jangka pendek dari lingkungan biasa seseorang, di mana mereka melakukan kegiatan di luar lokasi tempat mereka biasa hidup dan bekerja, ketika mereka berada di tempat tujuan tersebut. Kodhyat (1998) menggambarkan pariwisata sebagai perjalanan sementara dari satu lokasi ke lokasi lain, dilakukan oleh individu atau kelompok, dengan tujuan mencapai keseimbangan atau kebahagiaan dalam interaksi dengan lingkungan sosial, budaya, alam, dan pengetahuan. Sementara itu, menurut Gamal (2002), pariwisata diartikan sebagai proses sementara individu meninggalkan tempat tinggalnya untuk menuju lokasi lain di luar wilayah tersebut. Motivasi perjalanan ini bervariasi dari kepentingan ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, kesehatan, dan kepentingan lainnya.

UNWTO (2022) menjelaskan bahwa Pariwisata merupakan fenomena yang melibatkan pergerakan orang dari lingkungan rutin mereka ke destinasi

lain, baik untuk tujuan pribadi, bisnis, atau profesional. Individu yang melakukan perjalanan ini disebut sebagai pengunjung, yang bisa termasuk turis atau pelancong, serta bisa berasal dari penduduk setempat maupun bukan. Pariwisata terkait dengan beragam kegiatan yang mereka lakukan di tempat yang mereka kunjungi, termasuk pengeluaran yang terkait dengan aktivitas pariwisata.

Pada penyelenggaraan pariwisata sebagai sebuah sistem, pariwisata terbentuk menjadi sebuah industri pariwisata. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, industri pariwisata adalah sekumpulan kegiatan yang saling berhubungan untuk menghasilkan barang dan/atau layanan yang memenuhi kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Sementara itu, usaha pariwisata merupakan kegiatan yang menyediakan barang dan/atau layanan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan penyelenggara pariwisata. Industri pariwisata tidak hanya berdiri sendiri, melainkan memiliki keterkaitan yang erat dengan sektor-sektor lain. Pariwisata mencakup interaksi yang kompleks dengan wisatawan, penyedia layanan, pemerintah daerah tujuan wisata, dan masyarakat setempat. Hal ini menjadikan pariwisata sebagai fenomena yang mempertemukan banyak entitas yang saling berpengaruh dalam ekosistem pariwisata.

Pariwisata merupakan suatu industri yang kompleks karena melibatkan banyak kegiatan terkait dalam penyelenggaraannya. Kegiatan-kegiatan ini meliputi usaha perhotelan (termasuk homestay), bisnis kerajinan dan cendera mata, agen perjalanan, dan berbagai jenis usaha lainnya. Usaha pariwisata sangat terkait dengan infrastruktur dasar pariwisata, yakni bisnis-bisnis yang bergantung pada kedatangan orang-orang yang melakukan perjalanan wisata.

Kegiatan pariwisata ini melibatkan wisatawan sebagai orang yang melakukan perjalanan wisata. Wisatawan adalah seseorang yang secara sukarela melakukan perjalanan ke tempat lain untuk suatu tujuan tertentu dan tidak memiliki penghasilan tetap di tempat yang dikunjunginya, sebagaimana dijelaskan oleh Sammeng (2000). Dalam definisi ini, seorang wisatawan umumnya menginap untuk sementara waktu di destinasi yang dikunjunginya. Dalam asumsi ini, wisatawan yang menghabiskan lebih banyak waktu di suatu daerah cenderung melakukan lebih banyak belanja, yang berpotensi memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan bagi masyarakat setempat. Oleh karena itu, nilai penting wisatawan menjadi semakin jelas dalam konteks ini.

Sebagai tuan rumah, wisatawan atau orang yang diperlakukan dalam wisata sering disebut sebagai pemangku kepentingan. Turker et al. (2016) mengelompokkan pemangku kepentingan dalam industri pariwisata menjadi lima klasifikasi utama: otoritas pemerintah, pengunjung, komunitas lokal, sektor pariwisata, serta entitas lain seperti organisasi non-pemerintah (NGO) atau sering disebut sebagai pentahelix. Peran dari pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata melibatkan pembuatan kebijakan dan perencanaan yang terstruktur, seperti yang dilakukan oleh pemerintah dengan menyediakan serta membangun infrastruktur pendukung kegiatan pariwisata, meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang berperan sebagai tenaga kerja di sektor pariwisata, dan berbagai tindakan lainnya. Sementara itu, sektor swasta, sebagai pelaku bisnis, berkontribusi dengan menyediakan sarana penunjang pariwisata, seperti restoran, akomodasi, agen perjalanan, transportasi, dan sebagainya. komunitas lokal juga memiliki

peran penting dengan menciptakan atmosfer rasa memiliki terhadap tempat dan memberikan kontribusi pada pelestarian lingkungan, sehingga perkembangan sektor pariwisata dapat memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat.

2.1.2. Tinjauan tentang Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan

Pada tahun 2005, Organisasi Pariwisata Dunia PBB (UNWTO) dan Program Lingkungan PBB menerbitkan panduan untuk pembuat kebijakan dengan judul *Making Tourism More Sustainable*. Panduan ini merupakan tujuan utama dari pariwisata berkelanjutan. Adapun 12 Tujuan tersebut adalah:

- 1) *Economic Viability* (Kelangsungan Ekonomi). Tujuan ini untuk memastikan kelangsungan hidup dan daya saing destinasi dan industri pariwisata, sehingga dapat terus berlangsung dan memberikan manfaat dalam jangka panjang.
- 2) *Local Prosperity* (Kesejahteraan Lokal). Tujuan ini untuk memaksimalkan kontribusi pariwisata untuk kemakmuran ekonomi masyarakat lokal, termasuk proporsi pengeluaran pengunjung yang dipertahankan secara lokal.
- 3) *Employment Quality* (Kualitas Ketenagakerjaan). Tujuan ini untuk memperkuat jumlah dan kualitas pekerjaan lokal yang diciptakan dan didukung oleh pariwisata, termasuk tingkat upah, kondisi layanan dan ketersediaan untuk semua tanpa diskriminasi berdasarkan gender, ras, cacat atau dengan cara lain.
- 4) *Social Equity* (Keadilan Sosial). Tujuan ini untuk memperluas distribusi dari manfaat ekonomi dan sosial secara adil dari

pariwisata di seluruh komunitas, termasuk meningkatkan peluang, pendapatan, dan layanan yang tersedia bagi orang miskin.

- 5) *Visitor Fulfillment* (Pemenuhan Pengunjung). Tujuan ini untuk memberikan pengalaman yang aman dan memuaskan bagi pengunjung, tersedia untuk semua kalangan tanpa diskriminasi berdasarkan jenis kelamin, ras, disabilitas atau dengan cara lain.
- 6) *Local Control* (Kendali Masyarakat Lokal). Tujuan ini untuk melibatkan dan memberdayakan masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengambilan keputusan dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata di masa depan di wilayah mereka, dengan berkonsultasi dengan pemangku kepentingan lainnya.
- 7) *Community Wellbeing* (Kesejahteraan Masyarakat). Tujuan ini untuk menjaga dan memperkuat kualitas hidup masyarakat lokal, termasuk struktur sosial dan akses terhadap sumber daya, fasilitas dan sistem pendukung kehidupan, menghindari segala bentuk degradasi atau eksploitasi sosial.
- 8) *Cultural Richness* (Kekayaan Budaya). Tujuan ini untuk menghormati dan meningkatkan warisan sejarah, budaya otentik, tradisi dan kekhasan komunitas tuan rumah.
- 9) *Physical Integrity* (Integritas Fisik). Tujuan ini untuk menjaga dan meningkatkan kualitas lanskap, baik perkotaan maupun pedesaan, dan menghindari degradasi fisik dan visual lingkungan.
- 10) *Biological Diversity* (Keanekaragaman Hayati). Tujuan ini untuk mendukung konservasi kawasan alam, habitat dan satwa liar, dan meminimalkan kerusakan pada mereka.

- 11) *Resource Efficiency* (Efisiensi Sumber Daya). Tujuan ini untuk meminimalkan penggunaan sumber daya yang langka dan tidak terbarukan dalam pengembangan dan pengoperasian fasilitas dan layanan pariwisata
- 12) *Environmental Purity* (Kealamian Lingkungan). Tujuan ini untuk meminimalkan pencemaran udara, air dan tanah serta timbunan limbah oleh pelaku pariwisata dan pengunjung.

Mulai tahun 2016, Agenda Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) 2015–2030 secara resmi mengambil alih Agenda Tujuan Pembangunan Milenium (MDGs) 2000–2015. SDGs merangkum serangkaian tujuan yang bersifat transformatif, disetujui secara universal, dan berlaku bagi semua negara tanpa kecuali. Terdapat 17 Tujuan dalam SDGs. Salah satu dari Tujuan SDGs adalah untuk mengatur tata cara dan prosedur masyarakat yang damai tanpa kekerasan, mengedepankan non-diskriminasi, partisipasi, pemerintahan yang transparan, serta kolaborasi multi-pihak.

Tabel 2. 1 Tujuan Pembangunan Milenium (MDGs) 2000–2015 dan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) 2015–2030

MDGs (2000-2015)	SDGs (2016-2030)
50 persen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Target dan sasarannya adalah mengurangi separuh kemiskinan. ▪ Target yang terlalu minimal. ▪ Banyak negara telah terlebih dahulu mencapainya. 	100 persen <ul style="list-style-type: none"> Target dan sasarannya adalah semua, sepenuhnya dan tuntas. ▪ Mengakhiri kemiskinan. ▪ 100 persen penduduk memiliki akta kelahiran. ▪ Memerlukan fokus, untuk

MDGs (2000-2015)	SDGs (2016-2030)
	merangkul mereka yang terpinggir dan terjauh.
<p>Dari negara maju, untuk negara berkembang</p> <p>MDGs mengandaikan bahwa negara miskin dan berkembang yang mempunyai pekerjaan rumah. Sementara itu, negara maju mendukung dengan penyediaan dana.</p>	<p>Berlaku universal</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ SDGs memandang semua negara memiliki pekerjaan rumah. ▪ Tiap-tiap negara wajib mengatasinya. ▪ Tiap-tiap negara harus bekerja sama untuk menemukan sumber pembiayaan dan perubahan kebijakan yang diperlukan.
<p>Dari Atas (top down)</p> <p>Dokumen MDGs dirumuskan oleh para elite PBB dan OECD, di New York, tanpa melalui proses konsultasi atau pertemuan dan survei warga.</p>	<p>Dari Bawah (bottom up) dan partisipatif</p> <p>Dokumen SDGs dirumuskan oleh tim bersama, dengan pertemuan tatap muka lebih dari 100 negara dan survei warga.</p>
<p>Solusi parsial atau tambal sulam</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 8 Tujuan MDGs sebagian besar hanya mengatasi gejala-gejala kemiskinan saja. ▪ Masalah ekologi dan lingkungan 	<p>Solusi yang menyeluruh</p> <p>Berisi 17 tujuan yang berupaya merombak Struktur dan sistem</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kesetaraan gender.

MDGs (2000-2015)	SDGs (2016-2030)
<p>hidup tidak diakui.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ketimpangan tidak mendapatkan perhatian. ▪ Demikian halnya dengan soal pajak dan pembiayaan pembangunan. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tata pemerintahan. ▪ Perubahan model konsumsi dan produksi. ▪ Perubahan sistem perpajakan. ▪ Diakuinya masalah ketimpangan. ▪ Diakuinya masalah perkotaan.

Sumber: UNWTO, 2015

SDGs, dikenal sebagai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan, merangkum 17 tujuan utama yang memiliki 169 indikator yang dapat diukur dan memiliki batas waktu tertentu, ditetapkan oleh PBB sebagai tonggak pembangunan global yang bertujuan untuk memajukan kesejahteraan manusia sekaligus menjaga keberlangsungan planet ini. Kesepakatan ini diprakarsai oleh negara-negara di seluruh dunia melalui sebuah resolusi PBB yang dikeluarkan pada 21 Oktober 2015, menandai komitmen bersama untuk memajukan pembangunan hingga tahun 2030. SDGs muncul sebagai kelanjutan dari Tujuan Pembangunan Milenium yang dicanangkan pada tahun 2000 melalui Deklarasi Milenium, dan periode berlakunya berakhir pada akhir tahun 2015. Ke-17 tujuan dalam SDGs mencakup berbagai aspek yang berkaitan dengan:

- 1) Tanpa Kemiskinan (*No Poverty*)
- 2) Tidak Ada Kelaparan (*Zero Hunger*)
- 3) Kesehatan dan Kesejahteraan yang Baik (*Good Health and Well-being*)

- 4) Pendidikan yang Berkualitas (*Quality Education*)
- 5) Kesetaraan Gender (*Gender Equality*)
- 6) Air Bersih dan Sanitasi (*Clean Water and Sanitation*)
- 7) Energi Bersih dan Terjangkau (*Affordable and Clean Energy*)
- 8) Pekerjaan yang Layak dan Pertumbuhan Ekonomi (*Decent Work and Economic Growth*)
- 9) Industri, Inovasi, dan Infrastruktur (*Industry, Innovation, and Infrastructure*)
- 10) Pengurangan Ketimpangan (*Reduced Inequality*)
- 11) Kota dan Komunitas yang Berkelanjutan (*Sustainable Cities and Communities*)
- 12) Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab (*Responsible Consumption and Production*)
- 13) Aksi Iklim (*Climate Action*)
- 14) Kehidupan di Bawah Air—Ekosistem Laut (*Life Below Water—Sea Ecosystem*)
- 15) Kehidupan di Darat—Ekosistem Darat (*Life on Land—Land Ecosystem*)
- 16) Perdamaian dan Keadilan Institusi yang Kuat (*Peace and Justice Strong Institutions*)
- 17) Kemitraan untuk Mencapai Tujuan (*Partnerships for the Goals*)

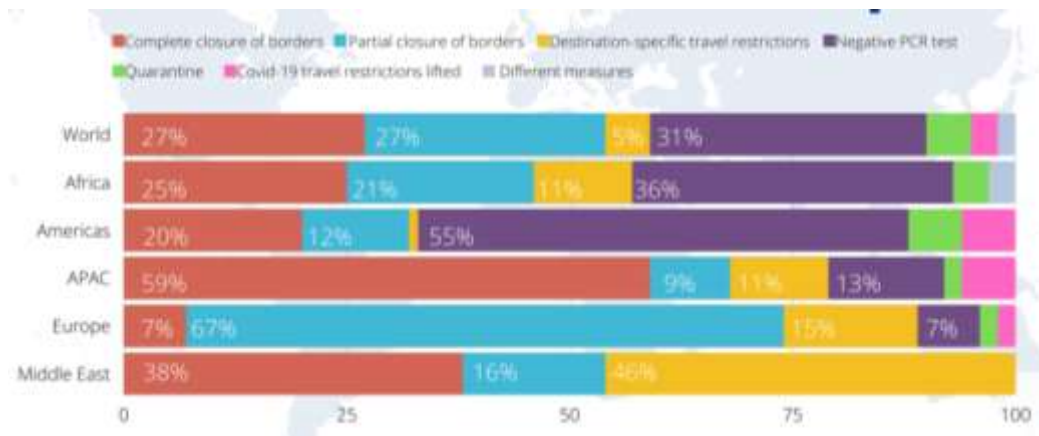


Gambar 2. 1 Konsep SDG's dalam Sektor Pariwisata

Sumber: www.icr.unwto.org

2.1.3. Tinjauan tentang Pariwisata Pada Era Kebiasaan Baru

Pandemi COVID-19 yang masih berlangsung memberikan dampak yang signifikan terhadap sektor pariwisata, baik secara global maupun di Indonesia. Pembatasan perjalanan dan kunjungan wisatawan telah menghasilkan konsekuensi negatif yang cukup besar bagi industri pariwisata Indonesia, yang sangat tergantung pada jumlah kunjungan. Kebijakan pembatasan kunjungan, terutama dari luar negeri, telah mengakibatkan penurunan yang dramatis dalam jumlah wisatawan, mencapai sekitar 70% secara global dan 79% di kawasan Asia Pasifik (UNWTO, 2020a). Kawasan Asia Pasifik khususnya mengalami dampak yang sangat besar, dengan negara-negara yang menerapkan penutupan wilayah secara menyeluruh mencapai 59%, yang merupakan angka tertinggi di dunia. Rincian lebih lanjut mengenai pembatasan perjalanan wisatawan di seluruh dunia dapat dilihat dalam gambar yang disajikan di bawah ini.



Gambar 2. 2 Pembatasan Perjalanan UNWTO ke-8

Sumber: UNWTO, 2020

Selama pandemi COVID-19, kedatangan turis global mengalami penurunan drastis, yaitu sebesar 58% hingga 78% atau 847 juta hingga 1139 juta (UNWTO, 2020a). Keadaan tersebut mendorong kalibrasi perencanaan dan pelaksanaan kegiatan kepariwisataan di Indonesia yang masih berfokus pada jumlah kunjungan wisatawan (*Number of Tourist*), dan harus bergeser pada indikator lain, yaitu pembelanjaan (*Spending*), dan lama tinggal (*Length of Stay - LOS*). Sehingga diperlukan lompatan baru dalam pengembangan kepariwisataan yang lebih mengangkat pariwisata yang berkualitas bagi wisatawannya. Istilah *restart tourism* yang dikembangkan oleh UNWTO saat ini, merupakan masa untuk pariwisata dunia berpikir ulang bagaimana mengembangkan pariwisata pasca terjadinya pandemi Covid-19 ini. Hal ini juga perlu diperhatikan karena pariwisata akan menjadi sektor yang pilih oleh calon-calon wisatawan setelah lama tidak berwisata. Prediksi fenomena yang sering disebut sebagai *revenge tourism* ini, dapat menjadi masalah dalam pengembangan pariwisata ke depan jika tidak dipikirkan mulai sekarang.

Situasi tersebut juga berdampak pada Indonesia secara keseluruhan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020, terjadi penurunan drastis sebesar 86,90 persen dalam jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada bulan Mei 2020 dibandingkan dengan jumlah kunjungan pada Mei 2019. Selain itu, tingkat okupansi kamar hotel dan durasi kunjungan wisman juga menunjukkan penurunan signifikan. Dalam lingkungan pelaku pariwisata, industri ini menghadapi kesulitan yang serius mereka tidak memperoleh pendapatan selama masa pandemi. Devisa negara mengalami penurunan sekitar 90% (Kompas, 2020). Para pelaku industri pariwisata merasakan dampak yang sangat nyata akibat situasi ini, dengan pengurangan pendapatan yang signifikan dan penurunan aktivitas bisnis secara keseluruhan. Hal ini menggarisbawahi betapa pariwisata Indonesia yang biasanya menjadi sumber utama pendapatan dan kontribusi ekonomi terpukul keras oleh pandemi, dengan penurunan yang mencolok dalam jumlah kunjungan, pengeluaran wisatawan, dan pendapatan devisa negara.

Kegiatan pariwisata akan menjadi hal yang sangat berbeda pada saat dilakukan di dunia pasca pandemi, syarat tes Covid-19 dan peraturan karantina serta penggunaan masker pada protokol kesehatan akan menjadi hal yang biasa pada era ini. Selain itu, terdapat sertifikat vaksin, penggunaan aplikasi yang terkait Covid-19, dan peraturan protokol lainnya, Indonesia menyebutnya dengan CHSE, yang merupakan protokol kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan yang dikeluarkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Protokol ini bertujuan menjadi pedoman bagi para pelaku di bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, CHSE adalah program Kemenparekraf yang berupa penerapan protokol kesehatan

yang berbasis pada *Cleanliness* (Kebersihan), *Health* (Kesehatan), *Safety* (Keamanan), dan *Environment Sustainability* (Kelestarian Lingkungan). Penerapan program ini adalah dengan melakukan sertifikasi CHSE untuk para pelaku usaha di industri pariwisata dan ekonomi kreatif, termasuk di antaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Usaha pariwisata meliputi jasa transportasi wisata, hotel/*homestay*, rumah makan/restoran, hingga *Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions* (MICE).
- 2) Usaha/fasilitas lain yang terkait meliputi pusat informasi wisata, tempat penjualan oleh-oleh dan cendera mata, toilet umum, dan usaha atau fasilitas lain yang terkait pariwisata.
- 3) Lingkungan masyarakat meliputi lingkup administratif seperti Rukun Warga, Desa, atau Dusun yang menjadi bagian dari kawasan wisata atau berdekatan dengan daya tarik wisata.
- 4) Destinasi wisata meliputi seluruh destinasi yang berada dalam lingkup provinsi: kota/kabupaten atau desa/kelurahan.

Pariwisata di Kota Yogyakarta mengandalkan sebagian pendapatannya dari sektor akomodasi, seperti penginapan dan hotel yang memiliki ragam mulai dari losmen hingga hotel bintang-lima. Kedatangan pandemi Covid-19 telah mengubah lanskap ini secara signifikan, khususnya bagi para pelaku industri pariwisata yang merugi karena berkurangnya kunjungan wisatawan ke kota tersebut. Data yang dipublikasikan oleh BPS DIY pada April 2020 menunjukkan penurunan tajam jumlah tamu menginap di hotel berbintang, hanya sekitar 18.521 orang, jumlah terendah sepanjang tahun 2020. Penurunan ini adalah kombinasi dari wisatawan domestik dan internasional

yang bermalam di hotel berbintang. Wabah Covid-19 telah mengganggu sektor pariwisata dengan cukup besar, yang mengharuskan dinas pariwisata mencari strategi untuk mengatasi masalah ini.



Gambar 2. 3 Data Kunjungan Wisatawan Yogyakarta Sebelum dan Saat Pandemi

Sumber: Pemerintah Kota Yogyakarta, 2021

Dalam menghadapi situasi ini, dinas pariwisata telah melakukan upaya mitigasi dan *recovery*. Upaya mitigasi adalah usaha untuk mengurangi risiko bencana *non-alam* seperti Covid-19. Melalui upaya ini, para wisatawan telah menunjukkan kesadaran dengan menerapkan protokol kesehatan seperti penggunaan masker, mencuci tangan, dan pemeriksaan suhu tubuh, yang diatur dalam Panduan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan di Daya Tarik Wisata yang dikeluarkan oleh Kemenparekraf. Selain itu, tempat wisata juga telah menyediakan fasilitas pendukung untuk

penerapan protokol kesehatan seperti tempat cuci tangan, *hand sanitizer*, dan disinfektan.

Untuk upaya pemulihan, dinas pariwisata telah memberikan bantuan sebesar 1,2 juta, meskipun tidak dapat mengganti kerugian akibat pandemi, bantuan tersebut setidaknya dapat membantu meringankan beban selama masa pandemi. Selain itu, dinas juga menyelenggarakan acara virtual "Kangen Jogja" untuk menghidupkan kembali pariwisata di Kota Yogyakarta. Melalui acara ini, seniman-seniman tari, musik, dan pertunjukkan dapat terus berkarya dan mendapatkan penghasilan dari acara "Kangen Jogja" ini. Meskipun kunjungan wisatawan belum sepenuhnya pulih seperti sebelumnya, tindakan ini lebih baik daripada tidak ada kunjungan wisata sama sekali. Banyak faktor yang mempengaruhi pemulihan pariwisata di era New Normal, seperti respon kebijakan yang tepat, kondisi psikologis masyarakat, dan kesiapan destinasi pariwisata.

2.1.4. Tinjauan tentang Ekonomi dan Pariwisata Hijau

Melihat situasi di Indonesia saat ini, pendekatan Ekonomi Hijau (*Green economy approach*) dapat dijelaskan sebagai sebuah model pembangunan ekonomi yang tidak lagi bergantung pada eksploitasi sumber daya alam dan lingkungan secara berlebihan. Hal ini mencakup pengembangan perekonomian yang mengurangi emisi karbon (*low carbon economy*). Ekonomi hijau mencerminkan langkah besar untuk meninggalkan praktik ekonomi yang hanya memperhatikan keuntungan jangka pendek, yang pada akhirnya menimbulkan sejumlah permasalahan mendesak yang harus ditangani.

Pendekatan ekonomi hijau merupakan solusi win-win untuk mengakhiri perdebatan antara para pembuat kebijakan mengenai "pelestarian

lingkungan" dan "pertumbuhan ekonomi". Dengan kata lain, Ekonomi Hijau adalah suatu model pembangunan ekonomi yang didasarkan pada pengetahuan tentang ekonomi ekologi dan ekonomi berkelanjutan. Tujuannya adalah menjawab ketergantungan antara ekonomi dan ekosistem serta dampak negatif dari aktivitas ekonomi, termasuk perubahan iklim dan pemanasan global.

Pariwisata, dianggap sebagai penyumbang emisi gas rumah kaca sekitar 5%, terutama melalui sektor transportasi. Berdasarkan data dari Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) yang dipublikasikan oleh *Food and Agriculture Organization* (FAO) pada tahun 2006 dan 2008, sektor peternakan menjadi penyumbang terbesar gas rumah kaca (18%), diikuti oleh emisi kendaraan bermotor (13,5%). Indonesia bertujuan untuk mengurangi emisi hingga 26% pada tahun 2025 (dalam kondisi biasa), dan meningkat menjadi 49% dengan bantuan internasional.

Berdasarkan Peraturan Presiden No. 5/2006 tentang Kebijakan Energi Nasional, Pemerintah telah merancang kebijakan strategis untuk mengatasi kekurangan minyak bumi dan harga tinggi dengan mengoptimalkan penggunaan energi campuran hingga tahun 2025. Rencana ini termasuk target pemakaian minyak bumi yang menurun dari 45,5% menjadi 20%, peningkatan penggunaan gas bumi dari 17,9% menjadi 30%, peningkatan penggunaan batu bara menjadi 33%, dan penggunaan energi terbarukan lainnya mencapai 5%. Melalui campuran energi ini, diharapkan ketergantungan pada minyak bumi dapat berkurang dan dapat dipenuhi dari produksi dalam negeri. Proporsi ini akan direalisasikan melalui program pengembangan energi terbarukan.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang mendukung gerakan *Go-Green*, karena pada dasarnya industri pariwisata bergantung pada sumber daya yang dapat diperbaharui. Industri pariwisata yang dikelola dengan baik juga cenderung tidak menghasilkan limbah. Karena itu, industri pariwisata sering disebut sebagai "*Green Industry*". Kepariwisata Indonesia seharusnya memiliki konsep matang untuk menarik wisatawan mancanegara melalui tema wisata hijau. Konsep pariwisata hijau mencakup empat hal yang harus diperhatikan:

- 1) Pertama, pengunjung dapat diberikan pedoman mengenai apa yang diperbolehkan dan tidak, menciptakan penerimaan masyarakat terhadap kedatangan mereka dan memberikan rasa kenyamanan kepada para pengunjung.
- 2) Kedua, program penanaman pohon atau penghijauan yang melibatkan pemerintah, sektor swasta, masyarakat, dan bahkan wisatawan untuk memperkaya dan memperindah lingkungan. Hal ini bertujuan agar pariwisata tidak merusak alam, tetapi malah berkontribusi pada peningkatan kekayaan dan keindahan alam.
- 3) Ketiga, mengubah paradigma pembangunan pariwisata dari pengabaian terhadap peran masyarakat lokal menjadi melibatkan mereka secara langsung. Melalui konsep pariwisata hijau, partisipasi masyarakat dalam pembangunan pariwisata didasarkan pada kearifan lokal, khususnya dalam upaya pelestarian alam.
- 4) Keempat, terkait dengan upaya konservasi lingkungan pariwisata, yang bertujuan menjadikan objek wisata di Indonesia sebagai destinasi global yang berfokus pada keberlanjutan alam.

2.1.5. Tinjauan Tentang Pariwisata Berbasis Komunitas

Hausler (2005:1) mengidentifikasi tiga elemen kunci dalam CBT, yakni partisipasi masyarakat lokal dalam manajemen dan pertumbuhan pariwisata, pemerataan ekonomi bagi semua lapisan masyarakat, serta pemberdayaan politik masyarakat lokal untuk memberikan mereka peran sebagai pengambil keputusan.

Anstrand (2006) mendefinisikan *Community Based Tourism* (CBT) sebagai jenis pariwisata yang memprioritaskan dan mengintegrasikan keberlanjutan lingkungan, sosial, dan budaya, dikelola dan dimiliki oleh komunitas untuk kepentingan komunitas itu sendiri. Anstrand (2006:14) mengarahkan perhatian pada CBT, bukan dari perspektif ekonomi, melainkan pada pengembangan kapasitas komunitas dan lingkungan, sementara implikasi ekonomi adalah hasil dari aspek sosial, budaya, dan lingkungan yang berkesinambungan. Suansri (2003) memperkuat definisi CBT sebagai bentuk pariwisata yang mempertimbangkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial, dan budaya dalam konteks komunitas. CBT digunakan sebagai alat untuk memajukan komunitas dan menjaga lingkungan.

Murphy (1988) menekankan bahwa kesuksesan jangka panjang pariwisata sangat tergantung pada tingkat dukungan dan penerimaan dari komunitas lokal. Wearing (2001) menguraikan sejumlah alasan mengapa prinsip pengembangan berbasis komunitas sangat penting dalam pengembangan pariwisata. Salah satu prinsip utama dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas adalah bahwa konsep tersebut dirancang untuk memaksimalkan manfaat sosial dan ekonomi sambil meminimalkan dampak sosial dan budaya.

Menggabungkan definisi dari berbagai ahli yang disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa *Community Based Tourism* atau pengembangan pariwisata berbasis masyarakat adalah konsep penting dalam pengembangan pariwisata yang menekankan peran utama komunitas lokal sebagai pemangku kepentingan kunci dalam pertumbuhan pariwisata. Hal ini tidak hanya menitikberatkan pada kesejahteraan ekonomi masyarakat, tetapi juga memperhatikan aspek lingkungan dan sosial budaya. Oleh karena itu, untuk memastikan manajemen pariwisata yang efektif dan berkelanjutan, penting untuk memfasilitasi partisipasi yang luas dari komunitas lokal dalam proses pengembangan, serta untuk mengoptimalkan manfaat sosial dan ekonomi dari kegiatan pariwisata sambil memperhatikan dampak lingkungan sebagai sumber daya yang memberikan kontribusi positif pada perekonomian masyarakat.

CBT merupakan suatu bentuk strategi pengembangan destinasi pariwisata yang bertujuan memberdayakan masyarakat dalam mengelola pertumbuhan pariwisata dan memenuhi kebutuhan mereka terkait kesejahteraan. Dalam konsep ini, partisipasi masyarakat lokal sangat diperlukan dalam merencanakan, mengelola, dan mengambil keputusan terkait pengembangan destinasi tersebut, termasuk aspek ekonomi, sosial-budaya, dan lingkungan yang berkelanjutan.

Pariwisata berbasis CBT dikelola dan dimiliki oleh masyarakat, yang bertujuan memberikan pemahaman kepada para wisatawan tentang kehidupan dan budaya lokal. Dalam pengembangan pariwisata yang melibatkan masyarakat, terdapat prinsip dasar yang menjadi landasan, yaitu:

- 1) Membangun kesadaran dan kesejahteraan hidup masyarakat.

- 2) Pengembangan komunitas yang dilakukan dengan pemberdayaan/ pemanfaatan sumber daya.
- 3) Promosi wisata yang selaras dengan kearifan lokal dan lingkungan hidup.
- 4) Kapasitas atau kemampuan untuk meningkatkan permintaan dalam kepariwisataan.

Pariwisata berbasis masyarakat sebagai sebuah pendekatan pemberdayaan yang melibatkan dan meletakkan masyarakat sebagai pelaku penting dalam konteks paradigma baru pembangunan yakni pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*) pariwisata berbasis masyarakat merupakan peluang untuk menggerakkan segenap potensi dan dinamika masyarakat, guna mengimbangi peran pelaku usaha pariwisata skala besar.

2.1.6. Tinjauan tentang *Pro Poor, Pro Job, Pro Growth (Triple Track Strategies)*

Agenda pengentasan kemiskinan (*poverty alleviation*) atau pembangunan yang berpihak pada masyarakat miskin (*pro poor development*) telah menjadi salah satu aspek penting dari *Millennium Development Goals* (MDG's) dan menjadi bagian dari agenda prioritas pembangunan baik di tingkat global, maupun nasional. Orientasi pembangunan pariwisata yang mendorong upaya pengentasan kemiskinan dituangkan dalam konsep "*pro poor tourism development*".

Kegiatan kepariwisataan dapat membantu pengentasan kemiskinan karena:

- 1) Pariwisata merupakan kegiatan yang memiliki keterkaitan lintas sektor dan lintas skala usaha. Berkembangnya kegiatan pariwisata

akan menggerakkan berlapis-lapis mata rantai usaha yang terkait di dalamnya sehingga terciptalah efek ekonomi multi ganda (multiplier effect) yang akan memberikan nilai manfaat ekonomis yang sangat berarti bagi semua pihak yang terkait dalam mata rantai usaha kepariwisataan tersebut. Dampak ekonomi multi ganda pariwisata akan menjangkau baik dampak langsung, dampak tak langsung, dampak ikutan yang pada umumnya terkait dengan usaha skala kecil dan menengah, maupun usaha-usaha di sektor hulu (pertanian, perkebunan, peternakan, dan sebagainya) .

- 2) Daya tarik sektor pariwisata membentang dan tersebar sampai di daerah terpencil, yang notabene sangat penting karena $\frac{3}{4}$ (tiga per empat) orang yang sangat miskin hidup dan tinggal di daerah terpencil.
- 3) Ada kesempatan untuk mendukung dan mengembangkan aktivitas tradisional seperti agrikultur dan kerajinan tangan melalui pariwisata.
- 4) Pariwisata merupakan industri yang membutuhkan tenaga kerja yang banyak, sehingga dapat menyerap tenaga kerja wanita dan remaja dalam skala yang signifikan.
- 5) Dengan mengesampingkan faktor ekonomi, pariwisata bisa memberikan keuntungan non-material seperti memberikan rasa bangga pada budaya lokal, kebanggaan identitas, dan rasa cinta tanah air.

Lebih jauh lagi, dalam konteks pengentasan kemiskinan melalui pariwisata terdapat beberapa prinsip penting yang mutlak diperlukan penerapannya. Prinsip-prinsip tersebut antara lain adalah:

- 1) *Mainstreaming*; memastikan bahwa pariwisata yang berkelanjutan mempunyai program-program untuk mengurangi kemiskinan dan termasuk ukuran bagi pengurangan jumlah kemiskinan dalam semua strategi bagi pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.
- 2) *Partnership*; membangun hubungan kerjasama antara sektor swasta dan pemerintah dengan tujuan untuk mengentaskan kemiskinan.
- 3) *Integration*; mengadopsi pendekatan yang terintegrasi dengan sektor lain dan menghindari ketergantungan yang berlebihan terhadap pariwisata.
- 4) *Equitable distribution*; memastikan bahwa strategi pembangunan pariwisata berfokus pada pencapaian distribusi yang seimbang antara pelayanan dan kekayaan karena tidak akan cukup jika berkembang sendiri-sendiri.
- 5) *Acting locally*; berfokus pada pengembangan potensi lokal dengan tetap mengacu pada kebijakan nasional.
- 6) *Retention*; mengurangi kebocoran ekonomi lokal dan membangun jaringan di dalamnya dengan berfokus pada rantai supply pariwisata untuk jangka waktu yang panjang.
- 7) *Empowerment*; menciptakan suatu pemberdayaan dan membuka peluang bagi masyarakat miskin agar mempunyai akses untuk

mendapatkan informasi dan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan.

- 8) *Human rights*; menghilangkan segala macam bentuk diskriminasi terhadap pekerjaan orang, atau yang mencari pekerjaan di bidang pariwisata dan mengurangi segala macam bentuk eksploitasi, khususnya pada perempuan dan anak-anak.
- 9) *Commitment*; membuat rencana jangka panjang bagi kegiatan dan aplikasinya terhadap sumber daya.
- 10) *Monitoring*; membuat indikator dan sistem yang sederhana untuk mengukur dampak pariwisata terhadap tingkat kemiskinan (WTO, 2004).

Dalam rangka meningkatkan peran aktif dunia kepariwisataan dalam mencapai MDG's, maka ditegaskanlah kepedulian untuk mengatasi pengangguran dan kemiskinan melalui sektor pariwisata. Kepedulian tersebut kemudian dirumuskan dalam new deal bagi pembangunan ekonomi Indonesia. Ringkasan dari new deal tersebut tertuang dalam prinsip triple track strategy: *pro-growth, pro-job, dan pro-poor* di sektor kepariwisataan.

Track pertama dilakukan dengan cara meningkatkan pertumbuhan melalui pengutamaan peningkatan kedatangan wisatawan dan investasi di bidang pariwisata dan pengembangan desa wisata. Track kedua, menggerakkan penciptaan lapangan kerja dan penyerapan tenaga kerja di sektor pariwisata. Dan yang ketiga, merevitalisasi pertanian, kehutanan, kelautan, dan ekonomi pedesaan untuk mengurangi kemiskinan di sekitar destinasi wisata.

Implementasi kebijakan ini selanjutnya dilaksanakan melalui tiga klaster kegiatan, yaitu: (1) klaster pertama adalah perlindungan dan bantuan sosial, termasuk pangan, kesehatan, dan pendidikan; (2) klaster kedua adalah memberdayakan kreativitas komunitas masyarakat, dan (3) klaster ketiga adalah penguatan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk mempermudah kegiatan ekonomi para pengusaha mikro dan menengah dengan jaminan pemerintah.

2.1.7. Tinjauan tentang Pemasaran Pariwisata yang Bertanggungjawab

Responsible marketing dalam industri pariwisata adalah implementasi dari konsep *responsible tourism* yang terutama berkaitan dengan produk dan promosi. *Responsible tourism* merupakan respons terhadap masalah yang muncul dari perkembangan pariwisata masif yang berdampak negatif pada masyarakat lokal dan lingkungan alam.

Praktik *responsible marketing* akan mempertimbangkan aspek lingkungan, sosial, budaya, dukungan pada pemberdayaan masyarakat, serta kebutuhan wisatawan. Hal ini akan membentuk citra positif suatu negara atau destinasi wisata. Oleh karena itu, penerapan *responsible marketing* di masa depan akan menjadi faktor kunci dalam membangun citra pariwisata suatu negara atau destinasi.

Kesadaran akan pentingnya pembangunan pariwisata yang berkelanjutan telah mengubah strategi pemasaran dalam industri pariwisata menjadi lebih bertanggung jawab. Hal ini berarti perencanaan, pengelolaan, evaluasi kegiatan pemasaran, dan segala aspek pemasaran harus memperhitungkan lingkungan, pemberdayaan masyarakat, hak-hak wisatawan, serta memupuk kesadaran bertanggung jawab wisatawan selama perjalanan.

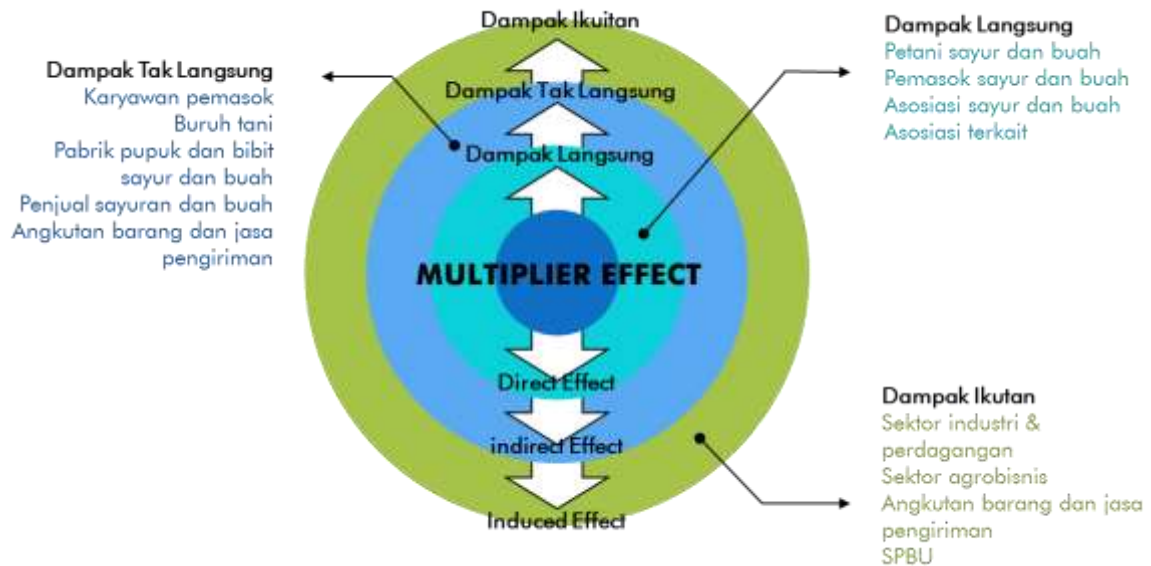
Beberapa hal pokok yang menjadi fokus dalam *responsible marketing* adalah:

- 1) Merancang dan melaksanakan proses pemasaran, perencanaan, dan pengelolaan atas bauran pemasaran (marketing mix) pariwisata yang mampu mengakomodasikan tuntutan atas kelestarian lingkungan (alam, sosial, dan budaya).
- 2) Merancang dan melaksanakan proses pemasaran, perencanaan, dan pengelolaan atas bauran pemasaran (marketing mix) yang mampu menempatkan masyarakat lokal sebagai pelaku dan penerima manfaat atas kegiatan pariwisata melalui upaya pemberdayaan masyarakat dalam aktivitas pemasaran.
- 3) Merancang dan melaksanakan proses pemasaran, perencanaan, dan pengelolaan atas bauran pemasaran (marketing mix) yang mampu memenuhi tuntutan pasar berupa pemenuhan dan perlindungan atas hak-hak konsumen/wisatawan.

2.1.8. Tinjauan tentang Dampak Ganda Pariwisata

Konsep Dampak Ganda didasarkan pada berbagai sektor pembentuk ekonomi yang saling terkait serta memiliki ketergantungan dalam ekonomi lokal. Analisis dan nilai ganda (*multiplier*) merupakan indikator penting dalam dampak ekonomi sebelum mendefinisikan perubahan daerah dalam tingkat permintaan eksternal. Oleh karena itu, setiap perubahan pada tingkat pengeluaran wisatawan, dalam hal ini dari luar ekonomi lokal, akan mempengaruhi tingkat pendapatan (*income*), ketenagakerjaan (*employment*), penerimaan pemerintah (*government revenue*), dan pengeluaran (*output*). Rasio

perubahan dalam permintaan akhir (dalam hal ini pengeluaran wisatawan) tersebut yang disebut *multiplier*.



Gambar 2. 4 Ilustrasi Spektrum Dampak Penganda Pariwisata

1) Efek Langsung (*Direct Effect*)

Efek langsung merupakan efek yang mengacu pada sektor pariwisata yang langsung terkait dengan pembelanjaan. Efek keluarannya akan sama dengan nilai perubahan pada permintaan akhir. Dengan kata lain adanya pengeluaran wisatawan secara langsung akan menimbulkan pendapatan bagi perusahaan-perusahaan perhotelan, restoran, toko kerajinan, dan lain-lain. Atau dapat dikatakan juga bahwa perkembangan kunjungan wisatawan secara otomatis merupakan pertumbuhan industri pariwisata.

2) Efek Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Efek tak langsung mengacu pada kelanjutan dari kebutuhan sebuah industri yang mengalami peningkatan permintaan produknya untuk

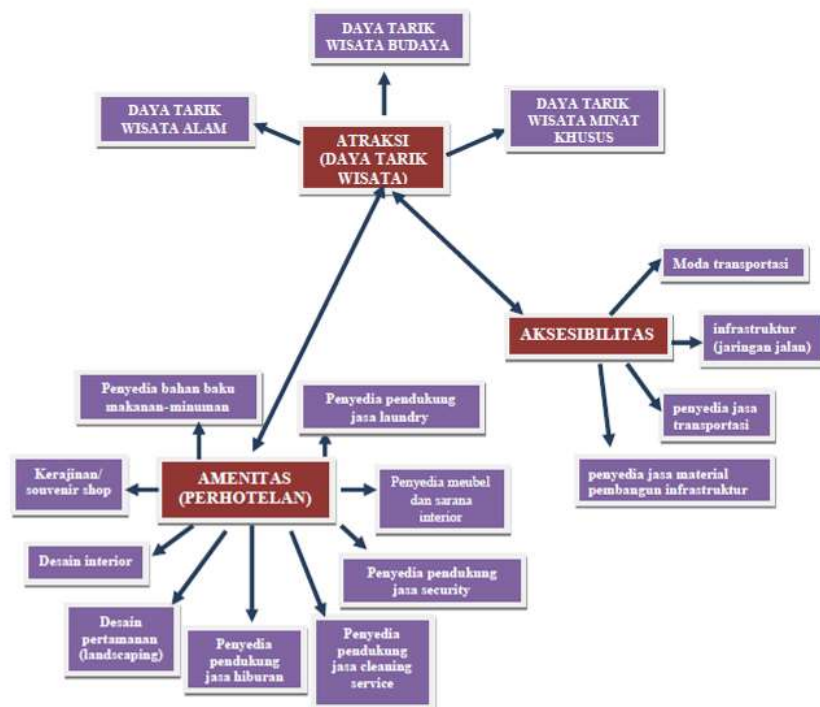
melakukan pembelian dari industri lain yang terkait, untuk memproduksi outputnya. Jadi dari sebagian uang yang dikeluarkan oleh wisatawan tersebut akan mengalami peredaran lebih lanjut. Misalnya, hotel akan menggunakan penerimaannya untuk membayar upah dan gaji kepada pekerja lokal atau untuk membeli barang-barang keperluan hotel tersebut dari pedagang besar atau eceran. Adanya tambahan permintaan ini merupakan *derivative demand* yang tidak berhenti pada pedagang saja tetapi akan terus berlanjut sampai industri hulunya.

3) Efek Ikutan (*Induced Effect*)

Dampak ini terjadi karena peningkatan pendapatan akibat perubahan pada permintaan akhir, sebagian akan dibelanjakan untuk barang dan jasa yang tidak berkaitan dengan permintaan akhir tersebut. Penjual cendera mata akan membelanjakan sebagian pendapatannya untuk memperbaiki rumah, menyekolahkan anak, membeli barang elektronik, dan sebagainya. Makin banyak yang dibelanjakan oleh industri pariwisata dan industri terkait untuk berbagai jenis barang dan jasa, makin besar dampak ikutan dari sektor pariwisata. Pemasok barang dan jasa akan meningkat pendapatannya. Peningkatan pendapatan ini akan mendorong lebih lanjut perekonomian masyarakat sehingga kesempatan kerja dan pendapatan makin lama makin meningkat.

Pariwisata yang memiliki keterkaitan lintas sektor dan usaha mampu membangkitkan dampak ekonomi multi ganda (*multiplier effect*) yang sangat signifikan bagi tumbuhnya mata rantai usaha lintas skala, terutama UKM sehingga membantu penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan

masyarakat. Pariwisata memiliki keterkaitan lintas sektor yang mampu membuka peluang investasi sangat luas. Pembangunan investasi sektor pariwisata akan melibatkan unsur-unsur usaha lainnya, seperti: jaringan maskapai penerbangan, transportasi, jaringan hotel, biro-biro perjalanan, industri jasa boga dan berbagai jasa terkait lainnya dari seluruh dunia. Berdasarkan hal tersebut sektor pariwisata akan berdampak pada pengembangan usaha lainnya sebagai *value chain* dari sektor investasi pariwisata.



Gambar 2. 5 Potensi Pengembangan Investasi Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, dan Amenitas dan Usaha-usaha lainnya dalam

Rantai Nilai (*Value Chain*)

2.1.9. Keterpaduan Pembangunan Kepariwisata Lintas Sektor, Lintas Daerah, dan Lintas Pelaku

Sektor Pariwisata merupakan suatu aktivitas yang terkait erat dengan beragam sektor lain seperti kehutanan, kelautan, pertanian, perdagangan, dan banyak lagi. Dengan interaksi yang tinggi tersebut, koordinasi program pembangunan lintas sektor sangat penting. Ketika koordinasi ini berhasil, pariwisata bisa menjadi pendorong utama pembangunan ekonomi nasional. Untuk itu, kerangka pengembangan terpadu yang komprehensif diperlukan untuk menghasilkan manfaat jangka panjang, seperti pendapatan devisa, penciptaan lapangan kerja, pemanfaatan produk lokal, pemberdayaan ekonomi masyarakat, dan perlindungan lingkungan serta sumber daya alam. Pariwisata bisa menjadi alternatif bagi sektor migas di masa depan.

Pariwisata tidak terikat pada batasan sektoral atau regional. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata memerlukan dukungan dan kerjasama antardaerah yang kuat. Kerjasama ini harus dibangun dengan sinergi dan melengkapi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama. Pendekatan melalui kemitraan menjadi kunci dalam mengembangkan partisipasi antar pemangku kepentingan di industri pariwisata. Dalam rangka pemberdayaan masyarakat melalui pariwisata, penting untuk merumuskan konsep kemitraan strategis lintas sektor dan daerah guna memberdayakan masyarakat.

2.1.10. Kemitraan Sektor Publik dan Privat (*Public-Private Partnership*)

Public Private Partnership (PPP) atau kemitraan pemerintah-swasta merupakan salah satu cara penyediaan infrastruktur dan pelayanan publik, yang di situ pemerintah tetap bertanggung jawab dan akuntabel bagi penyediaan jasa publik dan tetap menjaga kelangsungan kepentingan publik.

Kemitraan jenis ini adalah salah satu cara yang paling efektif dalam menggerakkan roda perekonomian.

Sektor privat atau swasta merupakan pemain utama dalam perdagangan. Baik perusahaan-perusahaan raksasa nasional maupun multi-nasional saat ini memiliki sumber daya (dana) yang lebih dari cukup untuk membangun infrastruktur kepariwisataan. Dengan pola PPP, kendala kekurangan anggaran negara dapat dipenuhi dengan menggandeng pihak swasta.

PPP dilaksanakan berdasarkan prinsip adil, terbuka, transparan, dan bersaing (*competition*). Kemitraan yang dilakukan biasanya dalam hal sharing investasi, resiko, tanggung jawab, dan keuntungan atas pelayanan publik. Secara umum, kerjasama PPP berkenaan dengan pembiayaan, pembangunan, operasi, dan pemeliharaan infrastruktur dan fasilitas publik. Salah satu contoh PPP adalah *Destination Management Organization* (DMO), yakni lembaga pengelolaan destinasi terkoordinasi yang mencakup seluruh elemen dasar pembentuk destinasi. Namun demikian, bagaimanapun juga pemerintah tetap bertanggung jawab bagi pelayanan dan keberlangsungan penyediaan sarana dan prasarana kepariwisataan.

2.1.11. Kesesuaian Antara Permintaan dan Penawaran (*Demand And Supply*)

Perencanaan pengembangan pariwisata pada dasarnya adalah mencari titik temu antara permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*). Dengan mengacu pada sisi permintaan dan penawaran yang ada, maka akan diketahui tingkat perkembangan yang telah dicapai.

Pendekatan *Demand and Supply* dilakukan melalui pasar wisatawan (domestik dan mancanegara) yang akan menuntut barang/obyek yang baik, yang disertai dengan pelayanan yang baik. Disamping obyek wisata yang menarik, obyek tersebut harus didukung oleh sarana dan prasarana yang memuaskan wisatawan. Wisatawan akan menuntut pelayanan transportasi yang baik, akomodasi yang baik, hiburan yang segar, makanan – minuman yang menarik sesuai selera, dan pelayanan lain – lainnya. Jika *supply* (obyek wisata) sudah ditingkatkan dan dikemas dengan baik sesuai dengan tuntutan permintaan pasar (wisatawan), maka dapat diperkirakan bahwa arus wisatawan akan meningkat di masa depan.

Aspek-aspek yang akan dikaji dalam tinjauan terhadap komponen penawaran (*supply*), akan mencakup:

- 1) Kualitas dan kuantitas (jenis dan jumlah) atraksi wisata yang telah berkembang dan dikunjungi/ dimanfaatkan wisatawan
- 2) Kualitas dan kuantitas ameniti (akomodasi, restoran, informasi dan fasilitas yang lain) menurut wisatawan
- 3) Kualitas dan kuantitas akses terhadap atraksi wisata (sistem transportasi) menurut wisatawan
- 4) Sistem promosi dan pemasaran yang telah dilakukan, direncanakan dan efektifitasnya terhadap tingkat kunjungan dan motivasi wisatawan
- 5) Jumlah, jenis, dan asal wisatawan (jumlah kunjungan), *Length of Stay*, pola/ besaran pengeluaran.

2.1.12. Pendekatan Budaya

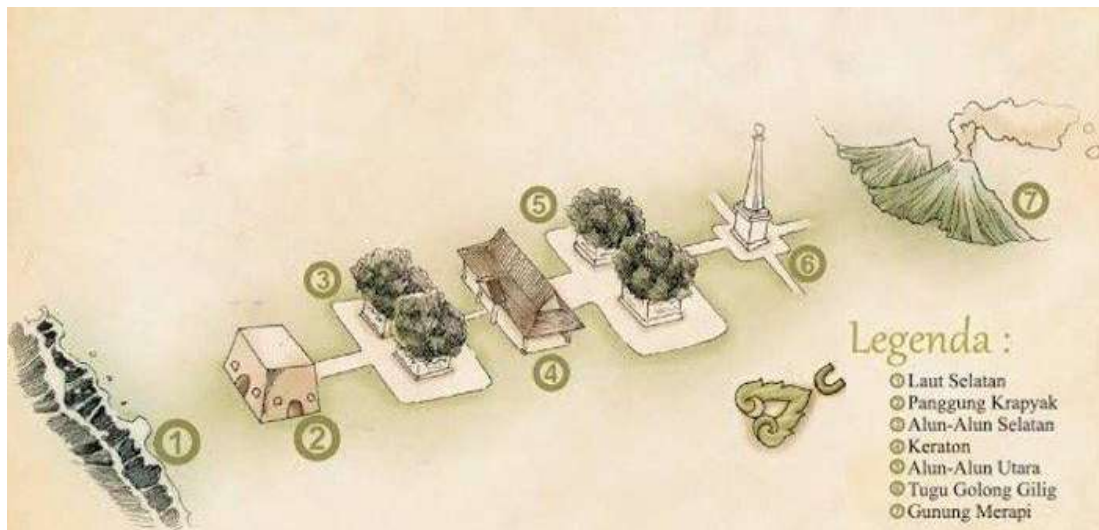
Pariwisata budaya adalah kegiatan kepariwisataan yang memanfaatkan dan mengembangkan secara selektif, terencana dan terprogram, berbagai aset budaya masyarakat, baik berupa tata nilai, adat – istiadat, maupun produk budaya fisik sebagai daya tarik wisata. Termasuk dalam pengertian tata nilai budaya adalah segala nilai-nilai/norma-norma kehidupan masyarakat yang masih ada dan digunakan sebagai pegangan hidup maupun yang telah ditinggalkan. Termasuk dalam pengertian adat – istiadat adalah segala bentuk perilaku dan tingkah laku kehidupan masyarakat sehari-hari yang dilakukan berdasar tata nilai yang dianut dan yang berlaku.

Ahimsa – Putra (2000) menjelaskan bahwa pengembangan wisata budaya pada dasarnya tidak hanya mencakup daya tarik wisata ataupun paket wisata itu sendiri, tetapi juga unsur-unsur lain yang terkait di dalamnya, yang juga tidak dapat diabaikan, jika pengembangan tersebut diinginkan keberhasilannya. Paling tidak ada tiga hal yang harus diperhatikan dalam pengembangan wisata budaya; (1) pengembangan obyek wisata itu sendiri; (2) pengembangan paket wisata budaya; (3) pengembangan pelayanan wisata budaya; (4) pengembangan promosi wisata budaya tersebut. Tiga hal ini terkait satu sama lain. Kegagalan yang satu akan dapat menyebabkan terjadinya kegagalan pada keseluruhan.

Perkembangan pariwisata di Kota Yogyakarta pada dasarnya berpedoman budaya Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat, berkelanjutan, mampu mendorong pembangunan daerah, dan pemberdayaan Masyarakat sesuai dengan visi Pembangunan kepariwisataan Kota Yogyakarta.

Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat, istana resmi Kesultanan Ngayogyakarta Hadiningrat, saat ini berada di Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Terletak di pusat Daerah Istimewa Yogyakarta, Kraton Yogyakarta memiliki luas sekitar 14.000 meter persegi. Di dalam kompleksnya, terdapat berbagai bangunan yang digunakan sebagai tempat tinggal bagi sultan, keluarganya, dan abdi dalem kraton. Terdapat alun-alun utara di utara dan alun-alun selatan di bagian selatan Kraton Yogyakarta, hanya sekitar 10 menit dari kawasan Malioboro.

Kraton Yogyakarta didirikan pada tahun 1755 sebagai hasil dari Perjanjian Giyanti. Kraton ini menjadi asal mula pemukiman di wilayah Yogyakarta dan masih menyimpan jejak-jejak sejarah yang dapat ditemukan hingga saat ini. Wilayah ini bukan hanya sebuah monumen bersejarah, tetapi masih hidup dan terus berkembang. Keberadaannya telah diakui dengan penetapan wilayah Kraton sebagai kawasan cagar budaya di Yogyakarta, seperti yang ditetapkan dalam Surat Keputusan Gubernur No. 186/2011, yang mencakup wilayah di dalam benteng Baluwarti (Njeron Benteng) serta beberapa bagian di Mantrijeron, Mergangsan, Gondomanan, dan Ngampilan. Pada tahun 2017, Peraturan Gubernur Nomor 75/2017 menggabungkan kawasan cagar budaya Malioboro dan dalam benteng Kraton (Baluwarti) menjadi satu kawasan, yaitu Kawasan Cagar Budaya Kraton, yang membentang dari Tugu hingga Panggung Krapyak.



Gambar 2. 6 Sumbu Filosofi Keraton Yogyakarta

Kraton adalah tempat kegiatan budaya dan kediaman bagi Sri Sultan Hamengkubuwono beserta keluarganya, namun tidak semuanya dapat diakses oleh masyarakat umum. Struktur bangunan terpengaruh oleh gaya arsitektur dari Eropa (Portugis, Belanda) dan China. Rancangan arsitektur keraton ini dipelopori oleh Sri Sultan Hamengkubuwono I, yang juga merupakan pendiri Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat. Pembangunan bangunan utama dan tata ruang dasar dari keraton serta lanskap dasar kota tua Yogyakarta selesai antara tahun 1755-1756.

Malioboro memiliki keterkaitan yang erat dengan berdirinya Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam penataan ruang ibukota kerajaan. Di sepanjang jalan Malioboro, terdapat Kepatihan yang berfungsi sebagai pusat pemerintahan sehari-hari dan Pasar Gedhe sebagai pusat kegiatan ekonomi masyarakat. Kedua tempat ini merupakan bagian integral dari tata ruang yang disebut catur gatra tunggal atau catur sagotra. Konsep ini menekankan empat aspek penting, yaitu politik

(Kraton dan Kepatihan), keagamaan (Masjid Gedhe), ekonomi (Pasar Gedhe), dan sosial (Alun-alun).



Gambar 2. 7 Alun-Alun Kraton Yogyakarta dan Masjid Gedhe Kauman

Jalan Malioboro dianggap sebagai sumbu filosofis yang menghubungkan Tugu dengan Kraton Yogyakarta. Secara simbolis, sumbu filosofis ini terwujud dalam hubungan Panggung Krapyak-Kraton Yogyakarta-Tugu Golong Giling, yang merepresentasikan konsep 'sangkan paraning dumadi' atau asal-usul dan tujuan keberadaan 'kehidupan'. Filosofi di balik rute dari Panggung Krapyak ke Kraton Yogyakarta mencerminkan perjalanan manusia sejak awal kehidupan, lahir, tumbuh dewasa, menikah, hingga memiliki keturunan

(*sangkaning dumadi*). Sedangkan filosofi di balik jalur dari Tugu Golong Giling ke arah selatan menggambarkan perjalanan manusia saat menuju ke hadapan Sang Khalik (*paraning dumadi*), meninggalkan dunia fana ini menuju alam akhirat (baka)

2.2. Kajian terhadap Asas/Prinsip yang Terkait dengan Penyusunan Norma

Asas (*beginzel* dalam Bahasa Belanda atau *principle* dalam Bahasa Inggris) oleh Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) didefinisikan sebagai (1) dasar hukum, (2) dasar, dan (3) cita-cita. Adapun prinsip dalam kamus Bahasa Indonesia kontemporer diartikan sebagai dasar yang berupa kebenaran yang menjadi pokok berpikir atau bertindak, yang istilah tersebut merupakan adalah adaptasi istilah asing *principle* (Bahasa Inggris) dan oleh Hornby sebagaimana dikutip Rusli Effendi dkk (1991) didefinisikan sebagai *basic truth* atau *general law of cause and effect*. Black's Law Dictionary mengartikan *principle* sebagai *a fundamental truth or doctrinal, as of law: a comprehensive rule of doctrine which furnishes a basic or origin for other; a settled rule of action, procedure, or determination* (Henry, 1979).

Menurut Bruggink (1996), asas atau prinsip apabila dikaitkan dengan hukum, maka asas hukum adalah pikiran-pikiran dasar, yang terdapat di dalam dan di belakang sistem hukum masing-masing yang dirumuskan dalam aturan-aturan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim yang berkenaan dengan ketentuan-ketentuan dan keputusan-keputusan individual yang dapat dipandang sebagai penjabarannya. Satjipto Raharjo (1982) berpandangan bahwa asas hukum itu lebih abstrak dari aturan atau

peraturan hukum, merupakan jantung hukum yang di dalamnya terkandung nilai etis.

Asas-asas yang dianut dalam Raperda tentang Perubahan Peraturan Daerah Nomor 3 tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPARDA) Kota Yogyakarta Tahun 2015 – 2025 Kota Yogyakarta meliputi: a. manfaat; b. kekeluargaan; c. adil dan merata; d. keseimbangan; e. kemandirian; f. kelestarian; g. partisipatif; h. berkelanjutan; i. demokratis; j. kesetaraan; dan k. kesatuan.

2.3. Kajian Terhadap Praktik Penyelenggaraan, Kondisi yang Ada, serta Permasalahan yang Dihadapi Masyarakat

Pada praktik penyelenggaraan kepariwisataan di Kota Yogyakarta, perlu memahami dengan baik bagaimana kondisi eksisting tentang kepariwisataan yang ada, termasuk pada isu dan permasalahan, baik dalam lingkungan global, nasional, regional, dan lokal.

1) Lingkungan Global

Kepariwisataan banyak memiliki keterkaitan dengan berbagai isu yang populer di dunia. Sebagai salah satu sektor yang bergerak pada bidang jasa, isu-isu yang ada memiliki pengaruh besar terhadap keyakinan konsumen, yaitu wisatawan terutama dalam kaitannya dengan motivasi perjalanan pada suatu destinasi. Berikut beberapa isu global yang dapat dijabarkan.

a) Dinamika Masyarakat Global

Era globalisasi membuka pintu bagi interaksi tanpa batas antar negara, terutama karena teknologi seperti satelit, internet, dan HSDPA yang memungkinkan komunikasi langsung secara global.

Fenomena ini merasa mengecilkan dunia, mempercepat perubahan sosial di seluruh dunia, dan membuat perubahan menjadi bagian alami dari kehidupan.

Dalam era globalisasi, sektor pariwisata tak bisa lagi beroperasi dalam isolasi. Kejadian seperti pandemi, ancaman terorisme, masalah keselamatan penerbangan, bencana alam, dan krisis ekonomi global telah menghantam industri pariwisata secara signifikan. Ini menjadi bukti bahwa apa yang terjadi di satu negara memiliki dampak yang meluas ke negara lain, membutuhkan kerjasama global dalam menanggulangi masalah tersebut. Dalam konteks ini, sistem pariwisata perlu terhubung dan berintegrasi dengan sistem lain untuk bertahan dan berkembang di tengah perubahan global yang cepat.

Seiring dengan penurunan yang berkelanjutan dalam penyebaran Covid-19 secara global, industri pariwisata dunia mulai pulih. Proyeksi saat ini menunjukkan peningkatan sebesar 30 persen dalam jumlah wisatawan internasional untuk tahun ini, meskipun pemulihan ini masih belum mencapai level sebelum terjadinya pandemi. Pada tahun 2019, industri pariwisata global mencapai puncaknya dengan jumlah kunjungan wisatawan internasional di bandara di seluruh dunia mencapai 1,5 miliar orang. Namun, dampak pandemi Covid-19 sangat merugikan industri ini. Jumlah kedatangan internasional merosot sekitar 73 persen, membuat tahun 2020 menjadi tahun terburuk dalam sejarah pariwisata dunia. Kondisinya bahkan kembali ke tingkat yang terlihat 30

tahun lalu. Tanpa adanya pandemi, UNWTO memperkirakan bahwa kunjungan wisatawan asing di seluruh dunia akan mengalami pertumbuhan sebesar 3-4 persen pada tahun 2020.

Industri pariwisata dunia mulai bangkit pada paruh kedua tahun 2021, didorong oleh peningkatan vaksinasi global dan pelonggaran pembatasan perjalanan secara bertahap di berbagai negara. Kondisi keuangan yang mulai membaik juga ikut memengaruhi, serta keinginan yang tertunda untuk berlibur akibat pandemi mulai muncul. Pada tahun 2022, jumlah kedatangan wisatawan internasional naik menjadi sekitar 975 juta, mencapai sekitar 65 persen dari tingkat sebelum pandemi pada tahun 2019. UNWTO memperkirakan bahwa pariwisata dunia akan membutuhkan waktu sekitar 2,5 hingga empat tahun untuk pulih sepenuhnya ke level sebelumnya, yang berarti baru pada tahun 2024.

Proyeksi untuk tahun 2023 menunjukkan pertumbuhan sekitar 30 persen dalam jumlah kedatangan internasional atau mencapai 1 miliar kunjungan. Secara serupa, laporan *Tourism Outlook 2023* dari *The Economist Intelligence Unit (EIU)* juga menyatakan bahwa pariwisata global secara keseluruhan diperkirakan baru pulih sepenuhnya seperti sebelum pandemi pada tahun 2024.

Implikasi dari globalisasi bagi kepariwisataan Kota Yogyakarta yang berkelanjutan menghasilkan kata kunci pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan yaitu:

- a) Budaya sebagai pedoman dan produk pariwisata

- b) Peningkatan daya saing taraf regional dan internasional, baik produk maupun pelayanan
- c) Perencanaan dan manajemen destinasi yang terintegrasi
- d) Pelibatan masyarakat lokal

Selain itu, liberalisasi ekonomi yang terjadi di berbagai negara seiring dengan arus globalisasi, menjadi tantangan signifikan bagi semua negara di abad ke-21 ini. Keterbukaan ekonomi dan globalisasi menghadirkan kompleksitas yang semakin meningkat bagi negara-negara berkembang, memerlukan strategi kompetitif yang kuat untuk tetap relevan dalam kompetisi global. Seperti sektor ekonomi lainnya, pariwisata juga menemui peluang pertumbuhan yang besar akibat efek dari liberalisasi ini. Fenomena ini disebabkan oleh akses yang semakin terbuka dalam perjalanan lintas batas, perdagangan, dan arus investasi.

b) Perubahan Iklim

Iklim global telah mengalami perubahan yang signifikan dibandingkan dengan periode sebelum era industri, dan tren ini diperkirakan akan berlanjut hingga akhir abad ke-21. Menurut laporan dari *Inter-governmental Panel on Climate Change (IPCC)*, hampir 90% kenaikan suhu rata-rata bumi merupakan akibat dari aktivitas manusia yang menambahkan gas rumah kaca ke atmosfer. Jika kondisi ini berlanjut, Badan Energi Internasional (IEA) memperkirakan konsentrasi gas efek rumah kaca akan naik sekitar 57% pada 2030, yang dapat menyebabkan kenaikan suhu bumi minimal sebesar 3 °C.

Dampak dari kenaikan suhu ini sangat mempengaruhi pencairan glasier dan es di kutub, yang berkontribusi pada naiknya permukaan air laut secara global, yaitu sekitar 1,8 mm per tahun antara 1961-1993 dan sekitar 3,1 mm per tahun antara 1993-2003. Hal ini mengakibatkan garis pantai mundur secara signifikan, yang menjadi ancaman serius bagi pulau-pulau kecil, baik yang berpenduduk maupun tidak di seluruh dunia. Di Indonesia sendiri, Departemen Kelautan dan Perikanan (DKP-RI) mencatat bahwa 24 dari sekitar 17.000 pulau yang dimiliki Indonesia telah terendam. Pulau-pulau kecil ini memiliki potensi sumber daya kelautan yang kaya, yang menjadi aset penting dalam sektor pariwisata. Selain itu, kenaikan suhu juga menyebabkan peningkatan frekuensi dan intensitas bencana alam seperti gelombang panas, kekeringan, banjir, dan badai tropis yang berdampak signifikan pada destinasi pariwisata. Tantangan dari pemanasan global bagi kepariwisataan Indonesia dapat diuraikan dalam beberapa poin:

- (1) Perlu adanya kebijakan dan strategi di seluruh sektor pariwisata yang mengedepankan praktik manajemen dan pengembangan berbasis lingkungan, misalnya, melalui sosialisasi program-program *Green Tourism*.
- (2) Diperlukan panduan pengembangan untuk destinasi pariwisata yang rentan terhadap bencana alam dan kerusakan lingkungan.

- (3) Perlu perencanaan strategis dan langkah mitigasi bencana alam serta proses evakuasi cepat di destinasi wisata yang rawan bencana.
- (4) Pengembangan Organisasi Pengelola Destinasi (yang mampu mendorong pengembangan pariwisata ramah lingkungan (green tourism) menjadi esensial dalam menghadapi tantangan ini.

c) Penerapan Ekonomi Baru Pariwisata (*Tourism New Economy*)

Pada tahun 2021, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menganut gagasan *Nature, Eco, Wellness, dan Adventure* (NEWA) sebagai solusi untuk merangsang pertumbuhan sektor pariwisata. Proyeksi di Indonesia menunjukkan bahwa wisata alam akan menjadi pilihan utama masyarakat di masa new normal. Setelah periode awal pemulihan dari pandemi, keinginan untuk menjelajahi di luar rumah akan meningkat karena kejenuhan di rumah. Ini mendorong minat wisatawan untuk menikmati udara segar serta keindahan alam, khususnya dalam bentuk petualangan dan aktivitas yang (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021). Kesadaran akan pentingnya keberlanjutan lingkungan juga akan mengubah wajah pariwisata Indonesia. Konsep *micro tourism* juga dianggap sebagai perubahan signifikan. Kelompok pendukung *micro tourism* telah lama menyuarakan bagaimana pariwisata massal telah memberikan dampak negatif terhadap lingkungan dan mengomersialkan budaya lokal (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021). Perubahan-perubahan ini sangat relevan

dengan upaya pengembangan Kota Yogyakarta. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2021), di era pandemi, konsep *Attraction, Amenity, Access* mengalami perubahan besar sebagai hasil dari kemunculan *Tourism New Economy*. Pendekatan ini memfokuskan pada beberapa hal, termasuk:

- (1) NEWA. Di era pandemi, sajian destinasi dan atraksi yang menawarkan konsep *nature, eco, wellness, adventure* (NEWA) akan lebih diminati dan menjadi *mainstream* baru di industri pariwisata.
- (2) HLL (*Hygiene, Low-Touch, Less-Crowd*) HOSPITALITY SOLUTION. Keramahtamahan (*hospitality*) akan tetap menjadi “roh” dari layanan ke konsumen, ditambah dengan kebersihan, kesehatan, keamanan, dan lingkungan (CHSE). Karena itu *hospitality service* harus disempurnakan dengan *hygiene, low-touch, less crowd* (HLL) solusi untuk menghasilkan pelayanan paripurna.
- (3) DOMESTIC MICRO TOURISM. Di era pandemi pergerakan wisatawan antarnegara kian dibatasi. Wisatawan *inbound-outbound* pun turun drastis, dan turis domestik menjadi tumpuan. Tak hanya itu dengan adanya *low-mobility* preferensi wisatawan bergeser ke arah “*micro tourism*”: jarak dan lama waktu berwisata menjadi kian pendek.

d) Kode Etik Pariwisata Global (*Global Code of Ethics Tourism*)

United Nations World Tourism Development (UNWTO) mencanangkan 10 prinsip dasar pengembangan pariwisata yang terangkum dalam

Kode Etik Global Pariwisata (*Global Code of Ethics for Tourism*),
yaitu:

- (1) Kontribusi pariwisata bagi pemahaman saling pengertian dan saling menghargai antara manusia dan komunitasnya, (*Tourism's contribution to mutual understanding and respect between peoples and societies*),
- (2) Pariwisata sebagai wahana/kendaraan bagi pemenuhan kebutuhan, baik bagi individu maupun kelompok (*Tourism as a vehicle for individual and collective fulfilment*),
- (3) Pariwisata sebagai salah satu faktor dalam pembangunan berkelanjutan (*Tourism, a factor of sustainable development*),
- (4) Sebagai pengguna atau pengambil manfaat atas keberadaan benda-benda peninggalan budaya, pariwisata harus member kontribusi bagi pengembangan benda peninggalan budaya (*Tourism, a user of the cultural heritage of mankind and a contributor to its enhancement*),
- (5) Pariwisata harus merupakan aktivitas yang menguntungkan bagi negara tuan rumah dan komunitasnya (*Tourism, a beneficial activity for host countries and communities*),
- (6) Pembangunan pariwisata merupakan tanggung jawab para stakeholdernya (*Obligations of stakeholders in tourism development*),
- (7) Menjunjung tinggi hak-hak kepariwisataan (*Rights to tourism*),
- (8) Menjunjung tinggi kebebasan bagi pergerakan wisatawan (*Liberty of tourist movements*),

- (9) Menjunjung tinggi hak-hak para pekerja dan wirausahawan dalam industri pariwisata (*Rights of the workers and entrepreneurs in the tourism industry*),
- (10) Penerapan prinsip-prinsip Kode Etik Global bagi pariwisata (*Implementation of the principles of the Global Code of Ethics for Tourism*).

Nilai penting dari pembangunan pariwisata berkelanjutan semakin menguat sejak dikeluarkannya Kode Etik Global bagi Pariwisata (*Global Code of Ethics for Tourism*) oleh World Tourism Organization yang berisikan 10 prinsip dasar pengembangan pariwisata. Pada dasarnya, isi kode etik ini terfokus pada menghormati dan menghargai nilai budaya lokal dengan rekomendasi yang jelas untuk melindungi warisan artistik, produk budaya tradisional, kerajinan dan legenda, dan pelestarian aset-aset alam. Meskipun demikian, di dalamnya terdapat referensi untuk memberi keuntungan pada masyarakat lokal, dan referensi bagi perusahaan multinasional untuk ikut menyumbang pembangunan, terutama di kawasan destinasi pariwisata. Hak bekerja bagi tenaga lokal juga dimunculkan meskipun tidak disertai keharusan kegiatan pelatihan yang memastikan penduduk lokal mendapat posisi yang cukup berarti dalam pekerjaan dan bukan sekadar menjadi buruh belaka.

Implikasi dari *Global Code of Ethics for Tourism* bagi kepariwisataan Indonesia dapat dijabarkan berikut:

- (1) Adanya kebijakan yang menjamin kesejahteraan masyarakat dan perlindungan hak-hak wisatawan.
- (2) Pemberdayaan dan peningkatan peran serta masyarakat lokal di bidang pariwisata.
- (3) Standardisasi dan pengembangan remunerasi SDM pariwisata.
- (4) Penegakan hukum (law enforcement) yang kuat dan konsisten untuk mengimplementasikan Rencana Aksi Nasional "Penghapusan Eksploitasi Seksual Komersial Anak".

Penipuan terhadap wisatawan, dan berbagai tindak kriminal tidak bertanggung jawab yang terjadi pada wisatawan telah memunculkan serangkain protes khususnya dari wisatawan sendiri selaku pihak yang merasa dirugikan. Beberapa kesalahan yang banyak terjadi dalam dunia pemasaran, akibat strategi pemasaran yang tidak bertanggungjawab (unresponsible marketing) berakibat pada munculnya serangkaian keluhan maupun rasa ketidakpuasan konsumen (termasuk wisatawan) terhadap jasa maupun produk yang diterimanya.

Kondisi ini kemudian mulai ditanggapi oleh pihak pemerintah untuk memberikan secara khusus terhadap konsumen dengan diberlakukannya undang-undang perlindungan konsumen, seperti halnya terjadi di Indonesia. Dengan adanya perlindungan terhadap hak-hak konsumen secara tidak langsung memiliki konsekuensi terhadap jasa maupun produk yang akan dipasarkan atau

ditawarkan terhadap konsumen untuk dapat dilakukan menurut standar atau prosedur yang benar.

2) Lingkungan Nasional dan Regional

a) Undang-Undang Keistimewaan

Pengaturan Keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dalam hukum sejak pembentukan Negara Kesatuan Republik Indonesia tetap konsisten dalam memberikan pengakuan terhadap keberadaan suatu daerah yang memiliki karakter istimewa. Pasal 18B ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 memberikan pengakuan terhadap keberadaan daerah yang memiliki sifat istimewa dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia. Namun, pengakuan ini belum diikuti dengan pengaturan yang komprehensif dan jelas mengenai aspek-aspek keistimewaan tersebut. Kewenangan yang diberikan kepada DIY melalui Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1950 hanyalah merujuk pada Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1948 tentang Pemerintahan Daerah yang memperlakukan setiap daerah di Indonesia secara sama. Hal yang sama berlaku pada berlakunya Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1957 tentang Pokok-Pokok Pemerintahan Daerah hingga Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah. Situasi ini menimbulkan interpretasi bahwa Keistimewaan DIY hanya terkait dengan posisi Gubernur dan Wakil Gubernur semata. Oleh karena itu, perlu dilakukan perubahan, penyesuaian, dan peneguhan terkait substansi keistimewaan yang diberikan kepada Daerah Istimewa Yogyakarta melalui Undang-

Undang Nomor 3 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah mengalami perubahan terakhir melalui Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1955 serta Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah. Dalam rangka menyesuaikan dan menegaskan kembali Keistimewaan DIY, diperlukan pembentukan undang-undang yang mengatur tentang keistimewaan DIY yang ditetapkan dalam Undang-undang (UU) Nomor 13 Tahun 2012 tentang Keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta.

Regulasi mengenai Keistimewaan DIY bertujuan untuk menciptakan tata pemerintahan yang efisien, demokratis, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memastikan keberagaman budaya, serta menjaga dan memperkaya warisan budaya Yogyakarta. Pengaturan ini didasarkan pada prinsip-prinsip pengakuan atas identitas lokal, demokrasi, harmoni dalam keberagaman, efisiensi administrasi, kepentingan nasional, dan penggunaan kearifan lokal. Dengan mempertimbangkan aspek sejarah, sosial, dan hukum, substansi dari Keistimewaan DIY ditempatkan pada tingkat pemerintahan provinsi.

Kewenangan istimewa mencakup prosedur pengangkatan, peran, tugas, dan wewenang Gubernur dan Wakil Gubernur, struktur lembaga Pemerintah Daerah DIY, budaya, kepemilikan tanah, dan perencanaan tata ruang. Ini menyiratkan bahwa Pemerintah Daerah DIY memiliki hak-hak istimewa sesuai dengan undang-undang ini serta memiliki kewenangan sesuai dengan peraturan

tentang pemerintahan daerah. Tetapi, kewenangan yang telah diberikan kepada pemerintah daerah kabupaten/kota di DIY akan tetap tunduk pada aturan hukum yang berlaku.

Jika dikaitkan dengan budaya dan pariwisata yang dikembangkan Yogyakarta, keberadaan UU Keistimewaan ini dapat memperkuat posisi DIY sebagai kota budaya dan wisata, serta pemerataan dana keistimewaan (danais) untuk masyarakat. UU Keistimewaan menjadi modal utama pariwisata Yogyakarta, bagaimana dari sisi pelestarian aset-aset budaya yang benda dan tak benda atau *tangible* dan *intangible* tetap dipertahankan. Karena banyak daerah lain yang budayanya mulai terkikis sehingga hilang ciri khasnya, sehingga tidak lagi menarik dilirik wisatawan domestik bahkan mancanegara.

UU Keistimewaan dapat menjadi media untuk memperkuat budaya yang menjadi daya tarik wisata utama Yogyakarta, dengan pembangunan infrastruktur, pelestarian cagar budaya, dan tentunya perkuatan sumber daya manusia sebagai aspek penting dalam pengembangan pariwisata. Sehingga keistimewaan data menjadi identitas dari penyelenggaraan pariwisata di Yogyakarta.

b) Pembangunan yang Berbasis pada Pemberdayaan Masyarakat

Suatu kegiatan pengembangan yang mendasarkan pada nilai-nilai kerakyatan dan komunitas setempat sebagai sumber daya utama. Masyarakat lokal adalah orang-orang yang paling tahu kondisi setempat dan setiap kegiatan pembangunan harus memperhitungkan nilai-nilai sosial budaya pembangunan. Oleh

karena itu setiap langkah keputusan perencanaan harus mencerminkan masyarakat lokal yang secara aktif ikut terlibat di dalamnya.

Dengan pelibatan masyarakat akan lebih menjamin kesesuaian program pengembangan dan pengelolaan dengan aspirasi masyarakat setempat, kesesuaian dengan kapasitas yang ada, serta menjamin adanya komitmen masyarakat karena adanya rasa memiliki yang kuat. Pembangunan yang bertumpu pada masyarakat dalam jangka panjang akan memungkinkan tingkat kontinuitas yang tinggi.

Adapun kriteria pembangunan yang berorientasi pada masyarakat adalah sebagai berikut:

- (1) Memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas budaya dan tradisi lokal.
- (2) Meningkatkan pendapatan secara ekonomis sekaligus mendistribusikan secara merata pada penduduk lokal
- (3) Memanfaatkan segala aspek yang berkaitan dengan kesenian yang ada di dalam suatu masyarakat untuk dikelola dan dikembangkan guna memberikan nilai tambah kepada masyarakat itu sendiri.

Saat ini salah satu pembangunan pariwisata berbasis masyarakat yang dikembangkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif adalah desa wisata. Menurut Menparekraf Sandiaga Uno, desa wisata atau *rural tourism* sedang menjadi perhatian utama dalam industri pariwisata global saat ini. Hal ini karena desa wisata

memberikan pengalaman liburan yang lebih unik dan autentik bagi pengunjung.

Pengelolaan desa wisata di Indonesia menjadi bagian penting dari program pengembangan pariwisata berkelanjutan, yang sejalan dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024. Tujuannya adalah untuk mendukung percepatan pertumbuhan ekonomi nasional melalui sektor pariwisata. Pemerintah, melalui Kemenparekraf/Baparekraf, aktif terlibat dalam pengelolaan desa wisata. Targetnya, pada tahun 2024, sebanyak 244 desa wisata akan tersertifikasi sebagai desa wisata mandiri.

Kemenparekraf/Baparekraf bekerja sama dengan Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (Kemendes PDTT) untuk memperkuat pengembangan desa wisata. Kemendes PDTT fokus pada pembangunan infrastruktur di desa wisata, sedangkan Kemenparekraf/Baparekraf bertanggung jawab dalam pengembangan sumber daya manusia serta fasilitas pariwisata dan ekonomi kreatif di desa-desa tersebut.

Pentingnya desa wisata sebagai prioritas Kemenparekraf/Baparekraf didasari oleh potensi besar yang dimiliki desa-desa wisata di Indonesia dalam menghasilkan pendapatan negara. Menurut Menparekraf Sandiaga Uno, desa wisata di Indonesia memiliki potensi besar untuk memberikan sumbangan ekonomi yang signifikan. Contoh dari Eropa menunjukkan bahwa 15% dari total kapasitas amenities berada di desa wisata yang berkelanjutan.

Selain itu, desa wisata juga memiliki peran penting dalam menyerap tenaga kerja dan mengatasi masalah pengangguran, seperti yang terjadi di Inggris di mana 12% lapangan kerja disediakan oleh desa wisata. Jika konsep ini berhasil diadaptasi di Indonesia yang memiliki 74 ribu desa, desa wisata dapat menjadi solusi untuk mengurangi masalah pengangguran.

Indonesia memiliki potensi besar dengan 74 ribu desa yang dapat dikembangkan menjadi desa wisata yang menarik untuk sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Keberadaan kearifan lokal di setiap desa wisata juga akan menambah daya tarik bagi wisatawan yang mencari pengalaman yang autentik. Hal ini harus menjadi perhatian dari Kota Yogyakarta, kampung-kampung wisata yang ada di Kota Yogyakarta bisa menjadi ujung tombak dalam menawarkan budaya dan aktivitas lokal masyarakat Yogyakarta, agar dapat dikenal dan dipahami dalam konstelasi kepariwisataan nasional bahkan internasional.

c) Posisi Yogyakarta dalam Destinasi Pariwisata Super Prioritas dan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional

Saat ini, baik pemerintah pusat maupun daerah sangat memperhatikan dan berharap besar pada sektor Pariwisata sebagai salah satu aspek pertumbuhan ekonomi baru yang berpotensi memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar seperti devisa dan penciptaan lapangan kerja. Untuk mencapai tujuan pengembangan Pariwisata ini, Pemerintah telah menetapkan program pengembangan 10 destinasi Pariwisata prioritas, termasuk

kawasan Borobudur-Yogyakarta-Prambanan (BYP). Perencanaan pembangunan kawasan BYP akan dilakukan dengan pendekatan holistik, integratif, tematik, dan spasial untuk meningkatkan pengaruhnya secara menyeluruh. Pengembangan kawasan BYP diharapkan dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi lokal serta mendorong perkembangan destinasi pariwisata di sekitarnya, yang berpotensi membuka peluang pendapatan dan pekerjaan bagi penduduk setempat.

Respons terhadap potensi Pariwisata di kawasan Borobudur-Yogyakarta-Prambanan (DPN BYP) tercermin dari peningkatan terus-menerus kunjungan wisatawan asing ke kawasan ini, yang mencapai 447.790 pada tahun 2019. Mayoritas wisatawan asing berasal dari Malaysia, Singapura, Jepang, dan Belanda. Sementara itu, kunjungan wisatawan domestik juga meningkat menjadi 13.364 pada tahun yang sama.

Perkembangan Pariwisata di DPN BYP terus diatur agar dapat memenuhi permintaan dan kepentingan wisatawan yang semakin beragam. Penataan ini didasari oleh rencana induk terpadu yang terfokus pada 3 kawasan yang merepresentasikan warisan budaya Jawa. Pertama, kawasan Borobudur, termasuk Kompleks Candi Borobudur yang merupakan situs warisan dunia UNESCO dan sejumlah candi serta desa budaya di sekitarnya di Kecamatan Borobudur dan Mungkid di Jawa Tengah. Kedua, kawasan Prambanan-Ratu Boko di Kecamatan Prambanan di Jawa Tengah dan Prambanan di Daerah Istimewa Yogyakarta yang juga

termasuk dalam situs warisan dunia UNESCO. Kawasan ketiga adalah Kota Yogyakarta sebagai pusat kebudayaan Jawa, di mana warisan budaya dan sejarah bergabung dengan kreativitas masyarakat, menawarkan berbagai macam atraksi.

Pengembangan BYP sebagai destinasi super prioritas ini menjabarkan beberapa Kawasan di Kota Yogyakarta sebagai Kawasan Wisata Utama (KWU) atau *Key Tourism Area (KTA)*, yang mengusung tema “*koridor pariwisata budaya yang terintegrasi dan berkesinambungan*” dengan mengoptimalkan potensi yang ada, serta mendukung kesinambungan daya dukung lingkungan dan sosial. Kota Yogyakarta meliputi 4 sub-KTA yang dijabarkan dalam tabel berikut.

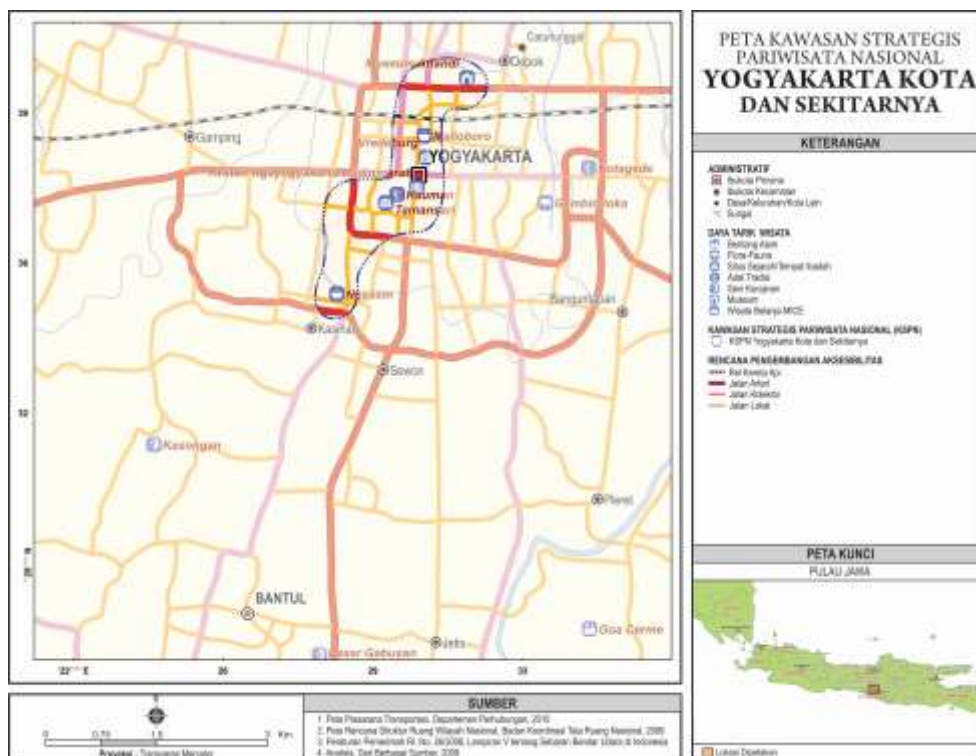
Tabel 2. 2 Cakupan KWU pada Kota Yogyakarta

Sub-KTA	Kecamatan	Kota
Sumbu Filosofi	Kraton	Kota Yogyakarta
	Gedongtengen	Kota Yogyakarta
	Danurejan	Kota Yogyakarta
	Gondokusuman	Kota Yogyakarta
	Ngampilan	Kota Yogyakarta
	Gondomanan	Kota Yogyakarta
	Mantrijeron	Kota Yogyakarta
	Pakualaman	Kota Yogyakarta
	Jetis	Kota Yogyakarta
Kotagede	Kotagede	Kota Yogyakarta

Sub-KTA	Kecamatan	Kota
Gajah Wong Eco-District	Umbulharjo	Kota Yogyakarta

Sumber: ITMP BYP, 2019

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Kepariwisataaan Nasional (RIPPARNAS) 2011-2025, Kota Yogyakarta masuk dalam Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) Borobudur Yogyakarta dskt dan menjadi salah satu dari 88 Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) dengan nama KSP Yogyakarta Kota dskt. KSPN Yogyakarta Kota ini mempunyai tema pengembangan budaya (situs sejarah, adat tradisi, dan seni kerajinan), museum, dan wisata belanja.



Gambar 2. 8 Peta KSPN Yogyakarta Kota dskt
 Sumber: RIPPARNAS, 2011

d) Penetapan Sumbu Filosofi Yogyakarta sebagai Warisan Budaya

Dunia

UNESCO dalam Sidang ke-45 Komite Warisan Dunia di Riyadh, Arab Saudi, secara resmi mengakui Sumbu Filosofi Yogyakarta sebagai bagian dari warisan dunia Indonesia. Pengakuan ini dinyatakan tanpa penolakan dan menjadikannya Warisan Budaya Dunia sesuai dengan dokumen penetapan WHC 2345.COM 8B. 39 pada tanggal 18 September 2023. Sumbu Filosofi Yogyakarta yang dalam Daftar Warisan Dunia UNESCO bertajuk lengkap *the Cosmological Axis of Yogyakarta and Its Historic Landmarks*, diakui sebagai warisan dunia karena dinilai memiliki arti penting secara universal. Konsep tata ruang yang kemudian dikenal sebagai Sumbu Filosofi Yogyakarta ini dicetuskan pertama kali oleh Raja Pertama Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat pada abad ke-18. Konsep tata ruang ini dibuat berdasarkan konsepsi Jawa dan berbentuk struktur jalan lurus yang membentang antara Panggung Krapyak di sebelah selatan, Kraton Yogyakarta, dan Tugu Yogyakarta di sebelah utara.

Struktur jalan tersebut berikut beberapa kawasan di sekelilingnya yang penuh simbolisme filosofis merupakan perwujudan falsafah Jawa tentang keberadaan manusia yang meliputi daur hidup manusia (Sangkan Paraning Dumadi), kehidupan harmonis antar manusia dan antara manusia dengan alam (Hamemayu Hayuning Bawana), hubungan antara manusia dan Sang Pencipta serta antara pemimpin dan rakyatnya (Manunggaling Kawula Gusti),

serta dunia mikrokosmos dan makrokosmos. Beragam tradisi dan praktik budaya Jawa, baik dalam pemerintahan, hukum adat, seni, sastra, festival, dan ritual, masih dilakukan di sekitar kawasan Sumbu Filosofi pada khususnya dan di Yogyakarta pada umumnya. Ini juga merupakan bukti akan peradaban Jawa dan tradisi budayanya yang masih terus dilestarikan sampai sekarang.

Penetapan ini diharapkan dapat dijadikan ajang pembelajaran bersama akan nilai-nilai universal yang diperlukan, untuk menciptakan dunia baru yang lebih baik di masa depan. Nilai luhur ini dapat menjadi inspirasi dan referensi untuk mewujudkan dunia yang lebih baik. Pada konteks pariwisata, penetapan ini dinilai akan berdampak kepada sektor pariwisata DIY, termasuk Kota Yogyakarta sebagai daerah yang secara administratif merupakan daerah sumbu filosofi. Sumbu Filosofi ini dapat menjadi *branding* yang kuat dalam pengembangan pariwisata. Selain itu, program dan kegiatan yang melestarikan Sumbu Filosofi sekaligus memanfaatkan sebagai modal utama untuk meningkatkan kesejahteraan DIY terutama melalui sektor pariwisata. Salah satu konsekuensi dari penetapan sekaligus menjadi kekhawatiran tersendiri bagi masyarakat adalah mengembalikan tempat-tempat khusus sesuai dengan fasad aslinya. Dalam artian demi kepentingan yang lebih besar dan kesejahteraan masyarakat yang lebih besar pula, maka memang perlu dilakukan hal-hal yang menjadi rekomendasi dari UNESCO.

e) Yogyakarta sebagai Pusat Aktivitas Wisatawan Joglosemar

Joglosemar merupakan kawasan yang memiliki daya tarik tingkat dunia, dikenal sebagai *home of world class attraction*. Salah satu daya tariknya adalah Gunung Merapi, salah satu dari 3 gunung berapi paling aktif di dunia. Merapi juga memegang peran penting dalam filosofi Jawa sebagai salah satu titik dalam garis imajiner. Sangiran, tempat penemuan manusia purba, menjadi daya tarik lain yang diakui sebagai warisan dunia oleh UNESCO sejak 1996. Tak ketinggalan, Candi Borobudur dan Prambanan juga telah diakui sebagai warisan dunia oleh UNESCO pada tahun 1991, bersama dengan batik yang diakui pada tahun 2009. Selain itu, Joglosemar memuat referensi kota benteng dunia, memadukan elemen kolonial dan Jawa. Pola perkotaannya mencerminkan perpaduan jaman Hindu dengan ajaran Islam, terlihat dari keberadaan masjid dan arah kiblatnya. Elemen kota di Jawa mencakup keraton, alun-alun, masjid, dan pasar. Keraton diapit oleh dalem-dalem yang berperan sebagai sistem pertahanan, seperti yang terlihat di Yogyakarta dengan keberadaan Dalem Notoyudan (komandan perang), Jogonegaran (pengawal negara), dan Kumendaman (komandan).

Sebagai sebuah Kawasan yang mempunyai potensi yang luar biasa berbagai gagasan telah disusun untuk mendukung konektivitas kawasan Joglosemar, mulai dari konektivitas global yakni Aerotropolis NYIA dan konektivitas regional-lokal melalui gagasan *Light Rail Transit (LRT)* Kota Yogya yang didukung oleh konektivitas

jalan raya dan jalan tol. Perencanaan tersebut dikemas secara komprehensif dalam *Green Transport and Green Regional Planning for Joglosemar* yang telah digagas sejak 2012.

Kota Yogyakarta merupakan salah satu pusat aktivitas pariwisata di Kawasan Joglosemar tersebut, wisatawan yang akan beraktivitas wisata di Kawasan Joglosemar berkunjung ke Yogyakarta untuk menginap yang menyebar ke daya Tarik wisata di Kawasan Joglosemar tersebut, misalnya ke Candi Borobudur, Candi Prambanan, dan Semarang. Hal tersebut memberikan nilai strategis pada Kota Yogyakarta, Yogyakarta dapat memperoleh pembelanjaan dari wisatawan berupa akomodasi, makan dan minum, belanja, dan transportasi. Sehingga terdapat potensi dampak ekonomi yang besar terjadi di Kota Yogyakarta, jika dapat menangkap potensi tersebut dan dikonversikan menjadi dampak ekonomi.

f) Paradigma Among Tani Dagang Layar

Gubernur Sri Sultan Hamengkubuwono X, dalam pidato saat menyampaikan visi, misi, dan program calon gubernur pada 21 September 2012, mengusulkan adanya perubahan paradigma untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat DIY. Perubahan paradigma yang diinginkan adalah dari Among Tani ke Dagang Layar (Pamungkas, 2014). Konsep paradigma Among Tani Dagang Layar merupakan bagian dari visi Gubernur Sri Sultan Hamengkubuwono X, yang mencerminkan transformasi dari fokus pembangunan di daratan menuju sektor maritim. Pendekatan ini

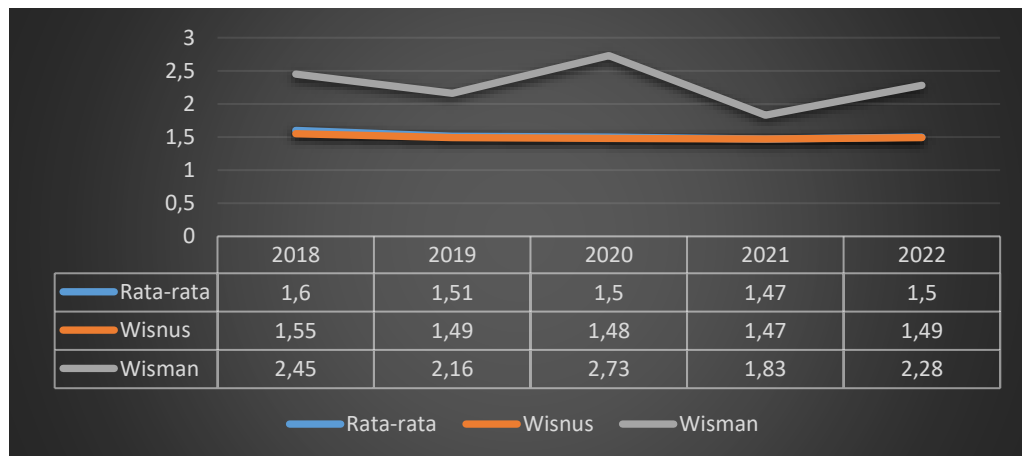
bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memusatkan pembangunan ke wilayah pesisir.

Pemahaman mendasar dari konsep ini adalah kawasan selatan sebagai halaman depan, tidak meninggalkan pertanian, pembangunan diarahkan ke selatan, menumbuhkan potensi kawasan selatan, dan kawasan selatan sebagai pusat perekonomian (Chairunnisa dan Hasanati, 2017). Oleh sebab itu Kota Yogyakarta sebagai kawasan tengah dapat menjadi media untuk memperkuat konsep tersebut. Pada konteks kepariwisataan, Kota Yogyakarta merupakan kawasan pusat dari kegiatan pariwisata di DIY, bahkan Joglosemar. Posisi strategis ini diterjemahkan sebagai kawasan pusat fasilitas, akomodasi, bisnis, dan wisata perkotaan. Fungsi ini dapat menjadi titik awal wisatawan untuk bergerak, terutama di kawasan Selatan dan Utara DIY dengan pengembangan paket wisata pedesaan bahari dan pedesaan pegunungan. Selain itu, akomodasi yang ada di perkotaan, seperti hotel, penginapan, dan fasilitas makan minum dapat mengambil bahan baru di kawasan Selatan dan Utara DIY. Konsep ini memosisikan Kota Yogyakarta sebagai pusat kegiatan pariwisata untuk mendukung sebaran wisatawan keluar kota dan mendukung paradigma Among Tani Dagang Layar.

3) Lingkungan Lokal

a) Perkembangan Kunjungan dan Lama Tinggal Wisatawan

Pada tahun 2022 tercatat 7,14 juta wisatawan berkunjung ke Yogyakarta, yang terdiri dari 7,04 juta wisatawan nusantara dan 106 ribu wisatawan mancanegara. Jumlah ini meningkat tajam dibandingkan tahun 2021 yaitu sebesar 1,28 juta wisatawan (Statistik Pariwisata Kota Yogyakarta, 2023). Hal tersebut dipengaruhi oleh terjadinya pandemi, namun dengan berakhirnya pandemi pada tahun 2022, naik sekitar 6 juta wisatawan. Berdasar pada perbandingan wisnus dan wisman pada 2022, proporsi wisnus berbanding wisman adalah 98,5% berbanding 1,5%. Sedangkan perkembangan lama tinggal wisatawan dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 2. 9 Rata-rata Menginap Wisatawan di Hotel Kota Yogyakarta Tahun 2108—2022

Sumber: BPS Kota Yogyakarta, 2023

Dari grafik di atas dapat dilihat bahwa terdapat penurunan dalam lama tinggal (*length of stay*) wisatawan di Kota Yogyakarta, namun

hal tersebut dinilai wajar karena adanya pandemi pada tahun 2020. Selain itu, lama tinggal wisatawan di Kota Yogyakarta masih kecil, yaitu dengan rata-rata 1,5 hari, ini perlu menjadi perhatian dalam pengembangan daya Tarik atau aktivitas wisata yang dapat membuat wisatawan tinggal lebih lama dan tentunya dapat menghasilkan pembelanjaan yang lebih tinggi. Hal yang menarik adalah lama tinggal wisatawan mancanegara lebih tinggi daripada wisatawan nusantara, meskipun proporsi wisman hanya sekitar 1.5%

b) Kunjungan dan Motivasi Wisatawan ke Yogyakarta

Kota Yogyakarta dikenal sebagai kota pelajar, kota budaya, dan kota wisata. Selain itu masyarakat Yogyakarta terkenal dengan kreativitasnya dengan beragam komunitas yang ada di dalamnya. Dunia mengenal Yogyakarta sebagai miniatur Indonesia dengan beragam potensi kreatifnya termasuk industri kreatif digital. Kota Yogyakarta sebagai kota wisata mempunyai beragam daya Tarik wisata, baik sejarah dan budaya, museum, dan wisata buatan lainnya.

Pada tahun 2022 tercatat 7,14 juta wisatawan berkunjung ke Yogyakarta, yang terdiri dari 7,04 juta wisatawan nusantara dan 106 ribu wisatawan mancanegara. Jumlah ini meningkat tajam dibandingkan tahun 2021 (1,28 juta wisatawan). Sejak berakhirnya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) pada akhir Mei 2022 pada masa pandemi covid-19 di Kota Yogyakarta, wisatawan yang berkunjung semakin meningkat. Bertepatan

dengan libur sekolah pada bulan Juli 2022, wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kota Yogyakarta meningkat drastis, tercatat ada sebanyak 22 ribu lebih wisatawan. Hal ini membuktikan bahwa Kota Yogyakarta mempunyai proporsi wisatawan domestik yang lebih besar dari wisatawan mancanegara, sehingga pasar terbesar Kota Yogyakarta adalah wisatawan nusantara.

Menurut dokumen ITMP Borobudur-Yogyakarta-Prambanan (BYP), Kota Yogyakarta mempunyai daya Tarik wisata yang paling populer bukan atraksi budaya, namun daya Tarik wisata buatan, seperti Kebun Binatang, Taman Pintar (taman sains yang ditujukan untuk anak-anak), dan galeri ilusi optik *Instagramable* (museum De Mata Trick) adalah tiga atraksi teratas (ITMP BYP, 2020).

Tabel 2. 3 Kunjungan Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Kota Yogyakarta

Daya Tarik Wisata	Wisman	Wisnus	Total
Kraton Yogyakarta	130.139	419.351	545.490
Tamansari	99.407	434.138	533.545
Pagelaran Kraton	43.505	404.964	448.469
Istana Kepresidenan	-	-	15.655
Museum Vredeburg	10.280	445.049	455.329
Museum Sonobudoyo	6.736	39.232	45.968
Museum Kereta	297	25.023	25.320
Museum Sasmitaloka	10	20.276	20.286

Daya Tarik Wisata	Wisman	Wisnus	Total
Museum Sandi	-	-	14.111
Museum Batik	-	-	3.742
Gembiraloka	3.830	1.505.528	1.509.358
Taman Pintar	-	1.005.293	1.005.293
Museum De Mata	-	-	613.812
TOTAL			5.237.378

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, 2017

Dari data tersebut, ketertarikan pada daya tarik wisata budaya dan museum perlu untuk ditingkatkan dengan modernisasi (digitalisasi dan interaktif), terutama interpretasi yang lebih baik.

Menurut dokumen ITMP BYP, lebih dari setengah (52%) responden menyebut bisnis sebagai alasan utama kedatangan mereka, sementara 38% pengunjung domestik mengunjungi daerah tersebut untuk tujuan terkait bisnis. Ada dua alasan mengapa hasil ini menarik. Pertama, hasil ini cukup mengkhawatirkan karena menunjukkan bahwa pengunjung internasional datang ke kawasan tersebut hanya untuk perjalanan bisnis atau konferensi. Dengan kata lain, para pengunjung internasional tidak tertarik untuk membelanjakan uang mereka atau menghabiskan waktu mereka di wilayah ini. Kedua, telah dikonfirmasi bahwa untuk pengunjung domestik, Yogyakarta dan daerah sekitarnya adalah pilihan populer untuk tamasya bersama perusahaan seperti insentif atau perjalanan *team-building*. Sepertiga responden survei mengunjungi Kota Yogyakarta untuk tujuan liburan. Proporsi kunjungan pada

hari libur secara umum serupa untuk kunjungan domestik dan internasional.

Dokumen ITMP juga menyoroti tentang kepuasan wisatawan, peringkat positif juga dicatat sehubungan dengan situs warisan budaya kota, penawaran kuliner dan nilai keseluruhan untuk uang. Namun, peringkat yang kurang memuaskan dicatat sehubungan dengan kualitas trotoar kota, toilet umum, akses internet dan informasi jika terjadi bencana alam.

c) Preferensi dan Ekspektasi Wisatawan di Yogyakarta

Preferensi wisatawan mencakup nilai-nilai terbaik yang dipertimbangkan ketika mereka memilih destinasi wisata. Hal ini mencerminkan pandangan ideal tentang pengalaman wisata dari perspektif dan kebutuhan wisatawan. Selain itu juga dapat dianggap sebagai tindakan memilih di antara serangkaian pilihan yang dipengaruhi oleh motivasi seseorang. Sedangkan, ekspektasi adalah keinginan atau harapan seseorang (wisatawan) terhadap sesuatu yang belum terpenuhi.

Dalam aktivitas wisata di Kota Yogyakarta, wisata kota menjadi kegiatan yang akan menarik wisatawan di kunjungan berikutnya, kegiatan tersebut disusul dengan wisata budaya, alam, dan bertemu dengan komunitas lokal (kampung wisata) (ITMP BYP, 2020). Selain itu, kemacetan lalu lintas menjadi perhatian yang diharapkan wisatawan untuk dapat Kelola di waktu yang akan datang, sebesar 28% rata-rata wisatawan menjawab hal tersebut (ITMP BYP, 2020).



Gambar 2. 10 Ekspektasi Wisatawan di Kota Yogyakarta

Sumber: ITMP BYP, 2020

Pengembangan wisata perkotaan di Kawasan Kota Yogyakarta mempunyai potensi yang sangat besar, tidak hanya karena adanya ketertarikan dari wisatawannya, namun juga dengan keberadaan Kawasan-kawasan potensial di area perkotaan, misalnya Kotagede, Kotabaru, dan Pakualaman. Kawasan tersebut mempunyai sejarah dan daya tarik yang unik (misalnya arsitektur dan aktivitas masyarakatnya) yang dapat diangkat menjadi paket perjalanan wisata kota.



Gambar 2. 11 Kawasan Kotagede dan Kotabaru sebagai Potensi Wisata Perkotaan

d) Transportasi Lokal dalam Pengembangan Wisata Perkotaan

Dalam upaya mendukung status *World Heritage* sumbu filosofis, terdapat rencana penataan transportasi di wilayah tersebut melalui pengenalan Semi Pedestrian Malioboro. Dalam konsep ini, ruas Jalan Malioboro yang sebelumnya dapat dilalui oleh berbagai jenis kendaraan darat, di masa depan akan ditujukan hanya bagi pejalan kaki, pesepeda, angkutan umum Trans Jogja, kendaraan tak bermotor seperti becak dan andong, dan kendaraan darurat. Dampaknya akan mengakibatkan peningkatan pergerakan lalu lintas dari kendaraan bermotor ke jaringan jalan di sekitarnya. Fenomena tersebut perlu diperhatikan ke depannya, terutama

dalam pengelolaan transportasi di sekitar sumbu filosofis yang berpotensi terjadi adanya kemacetan. Namun hal tersebut juga memberi peluang pada transportasi lokal seperti becak, andong, dan sepeda sebagai transportasi wisata. Pemanfaatan transportasi lokal ini tidak hanya memperkuat OUV pada kawasan tersebut, serta potensi pengembangan wisata kota atau telusur kota. Namun juga dapat memberikan kesempatan pada masyarakat lokal, khususnya pengemudi becak dan andong untuk menawarkan jasa mereka pada wisatawan.



Gambar 2. 12 Andong dan Becak sebagai Transportasi Wisata Perkotaan

e) Permasalahan Sampah dan Citra Pariwisata Kota Yogyakarta

Penutupan TPA Piyungan di Bantul, Yogyakarta pada 23 Juli 2023 menyebabkan situasi tidak terkendalinya masalah sampah di DIY, khususnya Kota Yogyakarta. Keputusan ini diambil karena kapasitas penyimpanan sampah di area TPA Piyungan telah melampaui batasnya. Tentunya permasalahan ini terkait dengan pariwisata di Kota Yogyakarta, permasalahan sampah memberikan *image* atau citra yang buruk pada Kota Yogyakarta dalam penanganan sampah dan akan memengaruhi pandangan dari wisatawan. Kebersihan memiliki peran penting dalam industri pariwisata dan bisa menjadi faktor penentu daya tarik suatu destinasi. Jika dikelola secara optimal, kebersihan dapat menjadi aset berharga bagi pertumbuhan industri kreatif (Dewi, 2017).

Penumpukan sampah yang tinggi jika tidak dikelola secara efektif pada tahap awal bisa menciptakan kesan buruk bagi para wisatawan, terutama wisatawan mancanegara. Kesimpulan negatif ini mulai terdengar dari beberapa wisatawan mancanegara yang disuarakan melalui berbagai media, terutama media elektronik dan cetak. Citra daya tarik wisata menjadi media utama dalam memperkenalkan destinasi wisata tertentu. Citra daya tarik ini mencakup keyakinan mengenai suatu tempat atau tujuan wisata yang dapat mempengaruhi perasaan para wisatawan saat mereka mengunjungi suatu destinasi (Hanif et al., 2016).

Pengembangan citra kawasan pariwisata perkotaan memerlukan pengembangan aspek pembentukan citra wisata yang berprioritas

dari yang paling penting hingga yang kurang penting (Budi, 2015). Menurut Peraturan Menteri Perdagangan No. 24/M-DAG/PER9/2011, citra tidak hanya terkait dengan merek suatu produk atau *tagline* tertentu, melainkan juga mencakup kesan yang dihasilkan oleh individu yang mengunjungi suatu tempat dan bagaimana kesan tersebut memengaruhi orang lain. Kesan ini berperan saat seseorang melakukan perjalanan. Citra daya tarik bisa memengaruhi keinginan wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat dan keinginan mereka untuk merekomendasikan daya tarik tersebut kepada orang lain. Hal ini sangat penting untuk segera diselesaikan agar wisatawan tidak ragu untuk berkunjung ke Kota Yogyakarta, keengganan wisatawan ke Kota Yogyakarta akan juga memengaruhi destinasi sekitar, karena Kota Yogyakarta sebagai pusat kegiatan pariwisata.

2.4. Kajian Terhadap Implikasi Penerapan Sistem Baru yang Akan Diatur dalam Undang-Undang atau Peraturan Daerah Terhadap Aspek Kehidupan Masyarakat dan Dampaknya Terhadap Aspek Beban Keuangan Negara

1) Implikasi Penerapan Sistem Baru terhadap Aspek Kehidupan Masyarakat

Penerapan sistem baru tentu memiliki dua dimensi implikasi, yaitu implikasi positif dan implikasi negatif. Berikut ini adalah penjelasan dari masing-masing implikasi dari penerapan sistem baru terhadap aspek kehidupan masyarakat.

a) Implikasi Positif

- (1) Berkembangnya perekonomian lokal yang dikelola oleh warga setempat. Ini adalah dampak yang sangat positif terutama untuk menghidupkan usaha mikro kecil menengah (UMKM) buat warga di sekitar daya tarik wisata. Salah satu pertumbuhan ekonomi yang baik di sebuah negara adalah ketika sumber kekayaan itu merata dan bisa dinikmati oleh warga negaranya. Kemunculan daya tarik wisata yang tersebar di berbagai sudut-suduh kota menjadikan warga memiliki pendapatan dari penjualan baik berupa makanan maupun mainan dan aksesoris lainnya untuk menghidupi keluarganya.
- (2) Memunculkan lapangan pekerjaan baru. Sebagai dampak dari poin di atas, kehadiran daya tarik wisata secara otomatis mengundang orang untuk membuka jenis pekerjaan baru, berwirausaha. Jenis pekerjaan bisa berupa jualan makanan dan oleh-oleh khas setempat, jualan mainan, bisnis travel tour, parkir dan lain sebagainya. Tentu semuanya diatur dengan regulasi (Perda/Perwal) yang menguntungkan pada semua pihak.
- (3) Interaksi budaya. Dengan adanya pembangunan kepariwisataan daerah, para wisatawan bisa mengenal kekhasan dan keindahan alam yang dimiliki oleh suatu daerah sehingga mereka bisa belajar tentang sesuatu hal dari lokasi yang telah mereka kunjungi. Dengan berkunjung ke daerah wisata, para pengunjung bisa mengambil pelajaran

tertentu setelah mengetahui daya tarik wisata tersebut, baik itu pelajaran tentang sejarah, pelajaran tentang seni maupun tentang kekaguman terhadap keindahan alam.

- (4) Interaksi sosial. Selain terjadi interaksi antara manusia dan budaya, terjadi juga interaksi antar para wisatawan dengan warga lokal setempat. Dari interaksi ini terjadi pertukaran pemikiran dan pandangan antar manusia yang memiliki budaya satu sama lain sehingga semakin memperkaya pandangan mereka masing-masing. Dari sini juga tercipta pula interaksi yang saling mempererat persaudaraan sesama manusia agar supaya meminimalisir terjadinya konflik sesama manusia.

b) Implikasi Negatif

- (1) Terjadi *income gap* antar daya tarik wisata. Dengan beragamnya daya tarik wisata yang tersebar di berbagai sudut di Kota Yogyakarta, tidak semua lokasi memiliki pengunjung yang banyak. Sudah menjadi hukum alam, bahwa dalam dunia bisnis ada naik dan turunnya. *Income gap* atau kesenjangan pendapatan akan semakin meningkat di kalangan masyarakat jika perkembangan pariwisata tidak ditopang dengan kebijakan pemerintah terkait dengan tata kelola daya tarik wisata berbasis keadilan dan pemerataan. Meski Perda sudah diterbitkan dan diberlakukan, ada saja celah kasus per kasus yang tidak terselesaikan karena belum tercantum dalam Perda.

- (2) Konflik antar pelaku ekonomi. Jika para penjual di daya tarik wisata tidak dikelola dengan baik, termasuk pembagian lahan parkir di dalamnya, maka konflik antar pelaku ekonomi akan terjadi juga. Karena itu, perlu adanya tata kelola yang adil dan sesuai dengan kebutuhan di lapangan.
- (3) Konflik penduduk lokal dan pendatang. Indonesia memiliki berbagai macam budaya dan etnisitas. Antar etnis memiliki budaya yang berbeda satu dengan yang lainnya. Perbedaan tersebut bisa berdampak pada pola relasi antara para pendatang dengan warga lokal. Sebagai contoh, kebiasaan orang Jawa yang selalu menyapa satu sama lain, tetapi ketika kedatangan wisatawan, belum tentu para wisatawan tersebut mau menyapa warga lokal. Selain itu, perbedaan pendapat antar orang pun bisa menyebabkan konflik-konflik kecil di antara mereka. Karena itu, hal ini harus diantisipasi sebelum pada akhirnya terjadi.
- (4) Berpotensi menjadi lokasi maksiat. Daya tarik wisata tentu menawarkan kesenangan dan tempat untuk relaksasi diri sehingga diharapkan, setiap wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata mendapatkan ilmu serta kesenangan/relaksasi. Namun demikian, hal yang harus diantisipasi adalah adanya potensi daya tarik wisata menjadi lokasi untuk melakukan hal-hal yang ke arah maksiat, misal orang pacaran datang sore hingga malam hari, tempat

berkumpul dan minum-minuman keras serta terjadi transaksi seksual lainnya.

2) Dampaknya terhadap Aspek Beban Keuangan Negara

Jika negara ingin mengelola dan mengembangkan kepariwisataan, maka implikasi terhadap beban keuangan negara dapat dipastikan sangat besar.

Mengapa demikian? Setidaknya ada beberapa alasan:

- a) Pemerintah Kota Yogyakarta harus mendampingi pelaku wisata untuk berkembang tentunya juga menggunakan dana.
- b) Pemerintah Kota Yogyakarta harus menganggarkan dana untuk membantu perawatan daya tarik wisata serta kemungkinan terjadi kerusakan fatal akibat bencana alam, misal gempa bumi atau banjir.
- c) Pemerintah Kota Yogyakarta harus membantu promosi pariwisata agar senantiasa mendapatkan pengunjung yang melimpah.

Namun demikian, dana ini akan bisa kembali melalui pajak daerah jika daya tarik wisata benar-benar dirawat dan memiliki kelebihan atau keunikan di banding daya tarik wisata lainnya sehingga *income* dapat menutupi segala modal awal maupun untuk keberlangsungan pengelola dan keuntungan yang diperoleh.

BAB III

EVALUASI DAN ANALISIS PERATURAN

PERUNDANG-UNDANGAN TERKAIT

3.1. Evaluasi Peraturan Perundang-undangan terkait

Evaluasi dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan yang terencana yang menilai suatu obyek dengan menggunakan instrument atau metode penilaian tertentu yang menjadi tolok ukur sehingga diperoleh hasil yang menggambarkan obyek dimaksud. Rancangan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025 ini direncanakan sebagai dasar hukum dalam proses Pembangunan Kepariwisata di Kota Yogyakarta.

3.2. Analisis Peraturan Perundang-undangan terkait

Pasal 7 ayat (1) Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undang menetapkan bahwa jenis dan hierarki Peraturan Perundang-undangan terdiri atas:

- a. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- b. Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat;
- c. Undang-Undang/ Peraturan Pemerintah Pengganti Undang- Undang;
- d. Peraturan Pemerintah;
- e. Peraturan Presiden;
- f. Peraturan Daerah Provinsi; dan
- g. Peraturan Daerah Kabupaten/ Kota.

Rancangan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025 ini jika dianalisis memiliki keterkaitan dengan beberapa ketentuan peraturan perundang-undangan (hukum positif), yaitu sebagai berikut:

1. Pasal 18 ayat (6) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 mengamanatkan perwujudan pemerintahan daerah yang mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas otonomi dan tugas pembantuan. Pasal 18 ayat (5) menyebutkan Pemerintah Daerah menjalankan otonomi seluas-luasnya, kecuali urusan pemerintahan yang oleh Undang-undang ditentukan sebagai urusan Pemerintah Pusat. Selanjutnya dalam Pasal 18 ayat (6) disebutkan Pemerintahan daerah berhak menetapkan peraturan daerah dan peraturan-peraturan lain untuk melaksanakan otonomi dan tugas pembantuan. Berdasarkan ketentuan tersebut sangat jelas, bahwa upaya pemerintah daerah dalam menjalankan otonomi dengan membentuk peraturan daerah tentang Pemberian Insentif dan Kemudahan Berusaha adalah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan memiliki pijakan yuridis konstitusional.

Pembentukan rancangan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta tentang Pemberian Insentif dan Kemudahan Berusaha ini selain sudah sesuai dengan ketentuan konstitusi Undang-Undang Dasar Negara Republik

Indonesia Tahun 1945 juga telah sesuai dengan garis kewenangan yang diberikan kepada daerah dalam pembentukan peraturan daerah.

2. Undang-undang nomor 16 tahun 1950 tentang pembentukan daerah-daerah kota besar dalam lingkungan propinsi Djawa Timur, Djawa Tengah, Djawa Barat dan dalam Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pemerintah Daerah Kota Yogyakarta secara formal dibentuk dengan Undang-undang No. 16 Tahun 1950 dan tertuang dalam Berita Negara tahun 1950 Nomor 53. Undang-undang tentang Pembentukan Kota Yogyakarta sangatlah singkat yang terdiri dari 7 pasal dan sebuah lampiran daftar kewenangan otonomi. Undang-undang tersebut hanya mengatur wilayah dan ibu kota, jumlah anggota DPRD, macam kewenangan, serta aturan-aturan yang sifatnya adalah peralihan.

3. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata sebagaimana diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 tahun 2023 tentang penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (PERPPU) nomor 2 tahun 2022 tentang Cipta Kerja sebagai Undang-undang

Pembangunan kepariwisataan dimaksudkan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional dan global. Berdasarkan ketentuan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 bahwa kepariwisataan bertujuan untuk:

- a. meningkatkan pertumbuhan ekonomi;
- b. meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- c. menghapus kemiskinan;

- d. mengatasi pengangguran;
- e. melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya;
- f. memajukan kebudayaan;
- g. mengangkat citra bangsa;
- h. mempupuk rasa cinta tanah air;
- i. memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa; dan
- j. mempererat persahabatan antar bangsa.

Sedangkan Pasal 5 menjelaskan bahwa prinsip penyelenggaraan kepariwisataan meliputi:

- a. menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai pengejawantahan konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan manusia dan sesama manusia, dan hubungan antara manusia dan lingkungan;
- b. menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya, dan kearifan lokal;
- c. memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan, dan proporsionalitas;
- d. memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup;
- e. memberdayakan masyarakat setempat;
- f. menjamin keterpaduan antarsektor, antardaerah, antara pusat dan daerah yang merupakan satu kesatuan sistemik dalam kerangka otonomi daerah, serta keterpaduan antarpemangku kepentingan;

- g. mematuhi kode etik kepariwisataan dunia dan kesepakatan internasional dalam bidang pariwisata; dan
- h. memperkuat keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Pasal 15 UU Kepariwisata menyebutkan bahwa:

- (1) Untuk dapat menyelenggarakan Usaha Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14, Pengusaha Pariwisata wajib memenuhi Perizinan Berusaha dari Pemerintah Pusat atau Pemerintah Daerah sesuai dengan kewenangannya berdasarkan norma, standar, prosedur, dan kriteria yang ditetapkan oleh Pemerintah Pusat.
- (2) Ketentuan lebih lanjut mengenai Perizinan Berusaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Pasal 30 UU Kepariwisata menyebutkan terkait wewenang Pemerintah Kabupaten/ Kota sebagai berikut:

Pasal 30

- (1) Pemerintah kabupaten/ kota berwenang:
 - a. menyusun dan menetapkan rencana induk pembangunan Kepariwisata kabupaten/kota;
 - b. menetapkan Destinasi Pariwisata kabupaten/kota;
 - c. menetapkan Daya Tarik Wisata kabupaten/ kota;
 - d. menerbitkan Perizinan Berusaha;
 - e. mengatur penyelenggaraan dan pengelolaan Kepariwisata di wilayahnya;
 - f. memfasilitasi dan melakukan promosi Destinasi Pariwisata dan produk Pariwisata yang berada di wilayahnya;
 - g. memfasilitasi pengembangan Daya Tarik Wisata baru;

- h. menyelenggarakan pelatihan dan penelitian Kepariwisata dalam lingkup kabupaten/kota;
 - i. memelihara dan melestarikan Daya Tarik Wisata yang berada di wilayahnya;
 - j. menyelenggarakan bimbingan masyarakat sadar Wisata; dan
 - k. mengalokasikan anggaran Kepariwisata.
- (2) Penerbitan Perizinan Berusaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d dilakukan sesuai dengan norma, standar, prosedur, dan kriteria yang ditetapkan oleh Pemerintah Pusat.

4. Undang-undang nomor 12 tahun 2011 tentang pembentukan peraturan perundang-undangan sebagaimana telah diubah dengan undang-undang republik indonesia nomor 15 tahun 2019 tentang perubahan atas undang-undang nomor 12 tahun 2011 tentang pembentukan peraturan perundang-undangan.

Ketentuan Pasal 32 Undang-Undang 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan menetapkan bahwa perencanaan penyusunan peraturan daerah dilakukan dalam Program Legislasi Daerah (Prolegda), yang selanjutnya dalam ketentuan Pasal 10 huruf a Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 80 Tahun 2015 tentang Pembentukan Produk Hukum Daerah disebutkan dengan Program Pembentukan Peraturan Daerah (Propempeda). Untuk menjamin kepastian hukum atas pembentukan produk hukum daerah diperlukan pedoman berdasarkan cara dan metode yang pasti, baku dan standar sehingga tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi, kepentingan umum dan/atau kesusilaan. Pasal 4 ayat

(6) menyebutkan bahwa Peraturan Kabupaten/Kota memuat materi muatan untuk mengatur:

- a. kewenangan kabupaten/kota;
- b. kewenangnya yang lokasinya dalam daerah kabupaten/kota;
- c. kewenangan yang penggunaannya dalam daerah kabupaten/kota;
- d. kewenangan yang manfaat atau dampak negatifnya hanya dalam daerah kabupaten/kota; dan/atau
- e. kewenangan yang penggunaan sumber dayanya lebih efisien apabila dilakukan oleh daerah kabupaten/kota.

Pasal 5

Dalam membentuk Peraturan Perundang-undangan harus dilakukan berdasarkan pada asas Pembentukan Peraturan Perundang-undangan yang baik, yang meliputi:

- a. kejelasan tujuan;
- b. kelembagaan atau pejabat pembentuk yang tepat;
- c. kesesuaian antara jenis, hierarki, dan materi muatan;
- d. dapat dilaksanakan;
- e. kedayagunaan dan kehasilgunaan;
- f. kejelasan rumusan; dan
- g. keterbukaan.

Pasal ini menjelaskan dalam pembentukan Peraturan Daerah tentang Pembangunan Kepariwisata harus sesuai dengan asas yang dijelaskan Pembentukan Peraturan Perundang-undangan yang baik.

Pasal 6

Ayat (1) Materi muatan Peraturan Perundang-undangan harus mencerminkan asas:

- a. pengayoman;
- b. kemanusiaan;
- c. kebangsaan;
- d. kekeluargaan;
- e. kenusantaraan;
- f. bhinneka tunggal ika;
- g. keadilan;
- h. kesamaan kedudukan dalam hukum dan pemerintahan;
- i. ketertiban dan kepastian hukum; dan/atau
- j. keseimbangan, keserasian, dan keselarasan.

Ayat (2) Selain mencerminkan asas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Peraturan Perundang-undangan tertentu dapat berisi asas lain sesuai dengan bidang hukum Peraturan Perundang-undangan yang bersangkutan.

Pasal tersebut menjelaskan mengenai materi muatan Peraturan Daerah tentang Pembangunan Kepariwisata yang harus sesuai dengan asas yang dijelaskan dalam pasal tersebut atau asas lain sesuai bidang hukum Peraturan Perundang-undangan yang bersangkutan.

Pasal 14

Materi muatan Peraturan Daerah Provinsi dan Peraturan Daerah Kabupaten/Kota berisi materi muatan dalam rangka penyelenggaraan otonomi daerah dan tugas pembantuan serta menampung kondisi

khusus daerah dan/atau penjabaran lebih lanjut Peraturan Perundangundangan yang lebih tinggi.

Pasal tersebut menjelaskan mengenai materi muatan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta harus berisi materi muatan dalam rangka penyelenggaraan otonomi daerah dan tugas pembantuan serta menampung kondisi khusus daerah dalam naskah akademik ini adalah sebagai penyelenggaraan otonomi daerah serta kondisi khusus Kota Yogyakarta dalam Pembangunan Kepariwisata.

5. Undang-undang nomor 23 tahun 2014 tentang pemerintahan daerah, sebagaimana telah diubah terakhir dengan undang-undang nomor 6 tahun 2023 tentang Pengesahan Perpu Cipta Kerja

Undang-Undang ini mengatur tentang pemberian otonomi yang seluas-luasnya kepada daerah tujuan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan, dan peran serta masyarakat. Daerah sebagai satu kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai otonomi berwenang mengatur dan mengurus daerahnya sesuai aspirasi dan kepentingan masyarakatnya sepanjang tidak bertentangan dengan tatanan hukum nasional dan kepentingan umum. Selain memperhatikan kepentingan nasional, dalam rangka mengatur dan mengurus kehidupan warganya, pemerintah daerah membentuk kebijakan dengan memperhatikan dan mengutamakan kearifan lokal. Dalam Pasal 11 Ayat (1) disebutkan bahwa urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah terdiri atas Urusan Pemerintahan Wajib dan Urusan Pemerintahan Pilihan. Urusan Pemerintahan Wajib berkaitan dengan Pelayanan Dasar yang

meliputi pendidikan, kesehatan, pekerjaan umum dan penataan ruang, perumahan rakyat dan kawasan permukiman, ketenteraman, ketertiban umum dan perlindungan masyarakat, serta hal-hal yang terkait dengan kehidupan sosial. Adapun Urusan Pemerintahan Pilihan meliputi kelautan dan perikanan, pariwisata, pertanian, kehutanan, energi dan sumber daya mineral, perdagangan, perindustrian, dan transmigrasi.

Dalam Pasal 13 Ayat (4) huruf f dijelaskan salah satu urusan wajib yang menjadi kewenangan pemerintahan daerah kota adalah (a) Urusan pemerintahan yang lokasinya dalam daerah kota; (b) Urusan pemerintahan yang penggunaannya dalam daerah kota; (c) Urusan pemerintahan yang manfaat atau dampak negatifnya hanya dalam daerah kota; dan/atau (d) Urusan pemerintahan yang penggunaan sumber dayanya lebih efisien apabila dilakukan oleh daerah kota.

Ketentuan tentang urusan wajib dan urusan pilihan di atas dapat diartikan bahwa pemerintah daerah Kota Yogyakarta berwenang untuk menentukan sendiri sumber daya alam dan sumber daya manusia yang potensial untuk dikembangkan di tempat-tempat yang dianggap sesuai, termasuk juga dengan penetapan aturan mengenai Pengendalian dan pembatasan serta peluang peningkatan Pendapatan Asli Daerah terkait dengan Pembangunan Kepariwisata. Begitu pula pada Pasal 31 Ayat (2) huruf b disebutkan bahwa penataan daerah ditujukan untuk mempercepat peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, urusan pemerintahan daerah yang bersifat nyata ada dan berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan kondisi, kekhasan, dan potensi unggulan daerah yang bersangkutan dapat

dikembangkan oleh daerah tersebut. Hal ini dapat diartikan bahwa daerah kota Yogyakarta memiliki kewenangan sendiri untuk mengurus hal-hal yang menyangkut kesejahteraan masyarakat yang juga mencakup tentang Pembangunan Kepariwisata. Terhadap kewenangan-kewenangan di atas pemerintah daerah perlu membentuk peraturan daerah yang melegitimasi kewenangan tersebut, yang salah satunya adalah terkait dengan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025.

6. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah;

Berdasarkan Pasal 18 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Negara Kesatuan Republik Indonesia dibagi atas Daerah provinsi, dan Daerah provinsi dibagi atas Daerah kabupaten dan kota. Tiap-tiap provinsi, kabupaten, dan kota mempunyai pemerintahan sendiri. Pemerintah provinsi, kabupaten, dan kota berhak mengatur dan mengurus sendiri.

Pembagian Negara Kesatuan Republik Indonesia menjadi provinsi, kabupaten, dan kota, dan pembagian Urusan Pemerintahan antarpemerintahan tersebut menimbulkan adanya hubungan wewenang dan hubungan keuangan. Sesuai dengan amanat Pasal 18A ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, hubungan keuangan, pelayanan umum, serta pemanfaatan sumber daya alam dan sumber daya lainnya antara Pemerintah dan Pemerintah Daerah diatur dan dilaksanakan secara adil dan selaras berdasarkan Undang-Undang.

Dalam rangka mengalokasikan sumber daya nasional secara lebih efisien, Pemerintah memberikan kewenangan kepada Daerah untuk memungut Pajak dan Retribusi dengan penguatan melalui restrukturisasi jenis Pajak, pemberian sumber-sumber perpajakan Daerah yang baru, penyederhanaan jenis Retribusi, dan harmonisasi dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Restrukturisasi Pajak dilakukan melalui reklasifikasi 5 (lima) jenis Pajak yang berbasis konsumsi menjadi satu jenis Pajak, yaitu PBJT. Hal ini memiliki tujuan untuk (i) menyelaraskan Objek Pajak antara pajak pusat dan pajak daerah sehingga menghindari adanya duplikasi pemungutan pajak; (ii) menyederhanakan administrasi perpajakan sehingga manfaat yang diperoleh lebih tinggi dibandingkan dengan biaya pemungutan; (iii) memudahkan pemantauan pemungutan Pajak terintegrasi oleh Daerah; dan (iv) mempermudah masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya, sekaligus mendukung kemudahan berusaha dengan adanya simplifikasi administrasi perpajakan. Selain integrasi pajak-pajak Daerah berbasis konsumsi, PBJT mengatur Perluasan Objek Pajak seperti atas parkir valet, objek rekreasi, dan persewaan sarana dan prasarana olahraga (objek olahraga permainan).

Pemerintah juga memberikan kewenangan pemungutan Opsen Pajak antara level pemerintahan provinsi dan kabupaten/kota, yaitu PKB, BBNKB, dan Pajak MBLB. Opsen atas PKB dan BBNKB sejatinya merupakan pengalihan dari bagi hasil pajak provinsi. Hal tersebut dapat meningkatkan kemandiria Daerah tanpa menambah beban Wajib Pajak, karena penerimaan perpajakan akan dicatat sebagai PAD, serta

memberikan kepastian atas penerimaan Pajak dan memberikan keleluasan belanja atas penerimaan tersebut pada tiap-tiap level pemerintahan dibandingkan dengan skema bagi hasil. Sementara itu, penambahan Opsen Pajak MBLB untuk provinsi sebagai sumber penerimaan baru diharapkan dapat memperkuat fungsi penerbitan izin dan pengawasan kegiatan pertambangan di Daerah. Hal ini akan mendukung pengelolaan Keuangan Daerah yang lebih berkualitas karena perencanaan, penganggaran, dan realisasi APBD akan lebih baik. Opsen Pajak juga mendorong peran Daerah untuk melakukan ekstensifikasi perpajakan Daerah baik itu bagi pemerintah provinsi maupun pemerintah kabupaten/kota. Penyederhanaan Retribusi dilakukan melalui rasionalisasi jumlah Retribusi. Retribusi diklasifikasikan dalam 3 (tiga) jenis, yaitu Retribusi Jasa Umum, Retribusi Jasa Usaha, dan Retribusi Perizinan Tertentu.

7. Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional.

Sebagaimana di atur di dalam Pasal 2 Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 bahwa pembangunan pariwisata nasional meliputi:

- a. destinasi pariwisata;
- b. pemasaran pariwisata;
- c. industri pariwisata; dan
- d. kelembagaan pariwisata.

Untuk mewujudkan visi pembangunan kepariwisataan nasional ditempuh 4 (empat) misi pembangunan kepariwisataan nasional meliputi pembangunan:

- a. destinasi pariwisata yang aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, berwawasan lingkungan, meningkatkan pendapatan nasional, daerah dan masyarakat;
- b. pemasaran pariwisata yang sinergis, unggul dan bertanggung jawab untuk meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara.
- c. Industri pariwisata yang berdaya saing, kredibel, menggerakkan kemitraan usaha, dan bertanggung jawab terhadap lingkungan alam dan sosial budaya; dan
- d. Organisasi pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta dan masyarakat, sumber daya manusia, regulasi, dan mekanisme operasional yang efektif dan efisien dalam rangka mendorong terwujudnya pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan

BAB IV

LANDASAN FILOSOFIS, SOSIOLOGIS DAN YURIDIS

Dalam kegiatan Penyusunan Rancangan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025 ini terdapat 3 (tiga) landasan yang dipergunakan dalam penyusunan Peraturan Daerah terkait. Tiga landasan tersebut adalah sebagai berikut:

4.1. Landasan Filosofis

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2011 menentukan landasan filosofis merupakan pertimbangan atau alasan yang menggambarkan bahwa peraturan yang dibentuk mempertimbangkan pandangan hidup, kesadaran, dan cita hukum yang meliputi suasana kebatinan serta falsafah bangsa Indonesia yang bersumber dari Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Di dalam Pembukaan UUD 1945 dinyatakan bahwa Pemerintah Negara Indonesia “melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial”. Berdasarkan uraian diatas, dan dengan mengacu pada ketentuan dalam Lampiran II dari UU 12/2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan, yaitu bahwa unsur filosofis menggambarkan bahwa Raperda tentang RIPPARDA mempertimbangkan pandangan hidup, kesadaran, dan

cita-cita hukum yang meliputi suasana kebatinan serta falsafah bangsa Indonesia yang bersumber dari Pancasila dan Pembukaan UUD 1945, serta UU Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata.

Berdasarkan pertimbangan filosofis sebagaimana dimaksudkan diatas, dalam Peraturan Daerah Kota Yogyakarta tentang Perubahan Peraturan Daerah Nomor 3 tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah 2015-2025 yang dibentuk mengacu pada prinsip pembangunan kepariwisataan. Dalam rangka mengatur penyelenggaraan dan pengelolaan kepariwisataan pemerintah daerah merumuskan visi:

**“TERWUJUDNYA YOGYAKARTA SEBAGAI DESTINASI WISATA
TERKEMUKA, BERKELAS DUNIA, BERDAYA SAING, BERSUMBER
BUDAYA KRATON NGAYOGYAKARTA HADININGRAT, BERKELANJUTAN,
MAMPU MENDORONG PEMBANGUNAN DAERAH DAN PEMBERDAYAAN
MASYARAKAT”**

Untuk mewujudkan visi yang telah dirumuskan di atas, dengan mengutamakan kepentingan masyarakat, maka dirumuskan langkah-langkah strategis dalam bentuk misi Pembangunan Pariwisata Daerah Kota Yogyakarta tahun 2015- 2025 adalah sebagai berikut:

- a. Mewujudkan pariwisata yang bersumber pada budaya Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat;
- b. Mewujudkan kepariwisataan yang kreatif dan inovatif;
- c. Meningkatkan daya saing pariwisata pada tingkat nasional maupun global sehingga mampu meningkatkan jumlah kunjungan;
- d. Mengembangkan tujuan wisata yang aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, dan berwawasan lingkungan sehingga mampu meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakat;

- e. Mengembangkan pemasaran pariwisata yang sinergis, unggul, dan bertanggung jawab untuk meningkatkan kunjungan wisatawan baik nusantara maupun mancanegara;
- f. Mengembangkan industri pariwisata yang berdaya saing, kredibel, mampu menggerakkan kemitraan usaha, dan bertanggung jawab atas kelestarian dan keseimbangan lingkungan alam dan sosial budaya; dan
- g. Mengembangkan kelembagaan pariwisata, mengembangkan sumber daya manusia, regulasi, dan mekanisme operasional yang efektif dan efisien dalam rangka mendorong terwujudnya kepariwisataan yang berkelanjutan.

4.2. Landasan Sosiologis

Landasan sosiologis merupakan pertimbangan atau alasan yang menggambarkan bahwa peraturan yang dibentuk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam berbagai aspek. Landasan sosiologis sesungguhnya menyangkut fakta empiris mengenai perkembangan masalah dan kebutuhan masyarakat dan negara. Fakta empiris yang dirumuskan dalam perda RIPPARDA dituangkan dalam tujuan dan sasaran pembangunan kepariwisataan yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat pada umumnya, dan masyarakat Kota Yogyakarta pada khususnya. Tujuan Pembangunan Kepariwisata Daerah meliputi:

- a. Meningkatkan kualitas dan kuantitas kawasan pariwisata;
- b. Meningkatkan produk domestik bruto, devisa daerah, produk domestik regional bruto, pendapatan asli daerah, dan pendapatan masyarakat, dengan tetap memelihara kelestarian lingkungan;

- c. Mewujudkan industri pariwisata yang mampu menggerakkan perekonomian daerah melalui peningkatan investasi di bidang pariwisata, kerjasama antar usaha pariwisata, memperluas lapangan kerja, dan melaksanakan upaya-upaya untuk mendukung pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat;
- d. Mengembangkan lembaga kepariwisataan dan sistem tata kelola yang mampu mensinergikan pembangunan industri pariwisata, kawasan pariwisata dan pemasaran pariwisata secara profesional, efektif, dan efisien;
- e. Mewujudkan media pemasaran yang efektif dan efisien untuk meningkatkan citra kawasan pariwisata daerah dan apresiasi terhadapnya sehingga mampu menarik kunjungan dan kunjungan ulang wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara; dan
- f. Mewujudkan pariwisata sebagai sektor unggulan dan prioritas pembangunan daerah.

Sasaran pembangunan Kepariwisata Daerah meliputi:

- a. Munculnya berbagai inovasi penciptaan berbagai jenis produk wisata;
- b. Tersedianya fasilitas pendukung kepariwisataan yang handal;
- c. Meningkatnya kualitas paket wisata yang variatif baik yang dikelola secara sinergis dan terintegrasi antara pemerintah daerah dan/atau oleh pelaku wisata;
- d. Meningkatnya kunjungan wisatawan nusantara maupun mancanegara;
- e. Meningkatnya kesejahteraan masyarakat lokal sekitar potensi daya tarik wisata;
- f. Meningkatnya kualitas dan kuantitas kawasan pariwisata;

- g. Meningkatnya produk domestik bruto, pendapatan daerah, produk domestik regional bruto, dan pendapatan masyarakat, dengan tetap memelihara kelestarian lingkungan;
- h. Terwujudnya industri pariwisata yang mampu menggerakkan perekonomian daerah melalui peningkatan investasi di bidang pariwisata, kerjasama antarusaha pariwisata, memperluas lapangan kerja, dan melaksanakan upaya-upaya untuk mendukung pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat;
- i. Terwujudnya lembaga kepariwisataan dan sistem tata kelola yang mampu menyelaraskan pembangunan industri pariwisata, kawasan pariwisata, dan pemasaran pariwisata secara profesional, efektif, dan efisien;
- j. Terwujudnya media pemasaran pariwisata yang efektif dan efisien untuk meningkatkan citra kawasan pariwisata daerah dan apresiatif sehingga mampu menarik kunjungan dan kunjungan ulang wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara; dan
- k. Terwujudnya pariwisata sebagai sektor unggulan dan prioritas pembangunan Kota Yogyakarta.

4.3. Landasan Yuridis

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2011 menentukan landasan yuridis merupakan pertimbangan atau alasan yang menggambarkan bahwa peraturan yang dibentuk untuk mengatasi permasalahan hukum atau mengisi kekosongan hukum dengan mempertimbangkan aturan yang telah ada, yang akan diubah, atau yang akan dicabut guna menjamin kepastian hukum dan rasa keadilan

masyarakat. Landasan yuridis menyangkut persoalan hukum yang berkaitan dengan substansi atau materi yang diatur sehingga perlu dibentuk Peraturan Perundang-Undangan yang baru.

Beberapa persoalan hukum itu, antara lain, peraturan yang sudah ketinggalan, peraturan yang tidak harmonis atau tumpang tindih, jenis peraturan yang lebih rendah dari Undang-Undang sehingga daya berlakunya lemah, peraturannya sudah ada tetapi tidak memadai, atau peraturannya memang sama sekali belum ada.

Persoalan hukum tentang review perda RIPPARDA di Pemerintahan Daerah Kota Yogyakarta telah diatur dalam Peraturan Daerah (Perda) Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015 – 2025, pasal 55 ayat (1) mengamanatkan bahwa: “Jangka waktu RIPPARDA dimulai sejak pengundangan Peraturan Daerah ini hingga tahun 2025 dan dapat ditinjau kembali 1 (satu) kali dalam 5 (lima) tahun”.

Terkait dengan amanat tersebut diatas, maka setelah 5 (lima) tahun ditetapkan dan diberlakukan perlu dilakukan review atau kaji ulang dalam bentuk evaluasi terhadap substansi RIPPARDA Kota Yogyakarta. Pelaksanaan review/evaluasi dinilai sangat relevan dan penting karena perubahan-perubahan pada tataran regulasi atau kebijakan baru yang berpengaruh terhadap pembangunan kepariwisataan di Kota Yogyakarta. Disamping itu kegiatan revidi dilaksanakan karena terjadinya perubahan-perubahan atau dinamika dalam aspek kepariwisataan itu sendiri, baik berkaitan dengan perkembangan dalam aspek destinasi pariwisata, pasar dan pemasaran,

kelembangan serta industri pariwisata di tingkat lokal, nasional maupun internasional.

BAB V

JANGKAUAN, ARAH PENGATURAN, RUANG LINGKUP DAN MATERI MUATAN RAPERDA

5.1. Jangkauan dan Arah Pengaturan

Naskah Akademik berfungsi untuk mengarahkan ruang lingkup materi muatan Rancangan Peraturan Daerah yang akan dibentuk. Arah dari Rancangan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025 adalah mewujudkan adanya regulasi daerah yang dapat dijadikan acuan dan pedoman bagi pihak-pihak terkait dalam Pembangunan Kepariwisata di Kota Yogyakarta.

Penyusunan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025 juga sebagai upaya untuk menjamin kepastian hukum dalam Pembangunan Kepariwisata di Kota Yogyakarta, sehingga dapat:

- a. Mengoptimalkan Pembangunan Kepariwisata di Kota Yogyakarta;
- b. Mengoptimalkan Pengawasan dan Penindakan atas Pelanggaran terkait Pembangunan Kepariwisata di Kota Yogyakarta;
- c. Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat terkait Pembangunan Kepariwisata di Kota Yogyakarta.

- d. Mengoptimalkan Pendapatan Asli Daerah Pemerintah Kota Yogyakarta melalui komponen hasil pendapatan pada sektor pajak dan retribusi pariwisata; dan
- e. Meningkatkan perekonomian daerah Kota Yogyakarta dengan kegiatan-kegiatan usaha bidang perdagangan penunjang pariwisata.

5.2. Ruang Lingkup dan Materi Muatan

1. Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup Rancangan Peraturan Daerah tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025 adalah sebagai berikut:

- a) Perubahan Beberapa ketentuan dalam Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta tahun 2015-2025; dan
- b) Berlakunya Peraturan Daerah tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025.

2. Sistematika Rancangan Peraturan Daerah

Kerangka Rancangan Peraturan Daerah tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025 terdiri atas:

- a. JUDUL
- b. PEMBUKAAN
 - 1) Frasa Dengan Rahmat Tuhan Yang Maha Esa.
 - 2) Jabatan Pembentuk Peraturan Daerah.
 - 3) Konsideran
 - 4) Dasar Hukum.
 - 5) Diktum
- c. BATANG TUBUH
 - 1) Ketentuan Umum
 - 2) Materi Pokok yang Diatur
 - a) Perubahan Beberapa ketentuan dalam Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta tahun 2015-2025; dan
 - b) Berlakunya Peraturan Daerah tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025.
- d. PENUTUP
 - 1) Rumusan waktu pelaksanaan pembentukan peraturan pelaksana
 - 2) Rumusan tempat dan tanggal penetapan Peraturan Daerah
 - 3) Pejabat yang menetapkan Peraturan Daerah
 - 4) Rumusan tempat dan tanggal diundangkannya Peraturan Daerah.
- e. PENJELASAN
 - 1) Penjelasan Umum

2) Penjelasan Pasal demi Pasal.

3. Materi Muatan yang diatur dalam Batang Tubuh

Materi muatan yang diatur dalam batang tubuh Peraturan Daerah tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025 meliputi:

- 1) Perubahan Beberapa ketentuan dalam Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta tahun 2015-2025; dan
- 2) Berlakunya Peraturan Daerah tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025.

4. Ketentuan Penutup

Pada ketentuan penutup memuat ketentuan mengenai:

- 1) Rumusan perintah menetapkan peraturan pelaksanaan Perda.
- 2) Rumusan mulai berlakunya Peraturan Daerah.
- 3) Rumusan perintah pengundangan dan penetapan dalam Lembaran Daerah.

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan kajian yang telah dilakukan sebelumnya dalam Bab I sampai dengan Bab V terkait dengan Penyusunan Rancangan Peraturan Daerah tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025 di Kota Yogyakarta, maka dapat disimpulkan:

1. Pemerintah Kota Yogyakarta selalu berusaha untuk melaksanakan Pembangunan kepariwisataan serta mengoptimalkan Pendapatan Asli Daerah melalui penyusunan kebijakan tentang Pembangunan kepariwisataan di Kota Yogyakarta.
2. Kegiatan Pembangunan Kepariwisata di Kota Yogyakarta perlu diatur agar Pemerintah Daerah dapat melakukan monitoring dan evaluasi. Selain itu Pengawasan dan Pengendalian Pembangunan Kepariwisata di Kota Yogyakarta perlu dilaksanakan untuk memberikan jaminan dan kepastian hukum bagi setiap orang, badan usaha, maupun masyarakat agar terwujudnya situasi dan kondisi yang kondusif di Kota Yogyakarta.
3. Dengan diaturnya Pembangunan Kepariwisata di Kota Yogyakarta, maka kegiatan Pembangunan Kepariwisata menjadi terkendali dan terawasi serta dan tidak ada lagi pelanggaran-pelanggaran.
4. Naskah akademik yang disusun dalam Bab I sampai dengan Bab V sudah dapat dijadikan dasar dalam menyusun Rancangan Peraturan

Daerah tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta
Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan
Kepariwisataaan Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025.

6.2. Saran

Atas kesimpulan yang telah disampaikan, maka disarankan agar
Pemerintah Kota Yogyakarta:

1. Segera mengajukan pembahasan Rancangan Peratuan Daerah tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025 kepada DPRD Kota Yogyakarta agar dapat segera disahkan.
2. Melakukan monitoring dan evaluasi sesuai dengan peraturan perundang-undangan terhadap kinerja pemerintah daerah agar tujuan dari penyusunan Rancangan Peratuan Daerah tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025 dapat tercapai.
3. Mengarahkan Pemerintah Daerah agar dapat memanfaatkan peraturan yang akan disusun ini menuju kepada perlindungan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat dari sektor pariwisata di Kota Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Akil, S. 2007. Artikel Implementasi Kebijakan Sektor dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan dari Perspektif Penataan Ruang. Depbudpar: Jakarta.
- Alastair M. H. 1989. *Hospitality and Travel Marketing*. Delmar Publisher: New York
- Bater, J. et al. 2001. *Planning for Local Level: Sustainable Tourism Development, Canadian Universities Consortium: Urban Environmental Management Project Training & Technology Transfer Program*, Canadian International Development Agency (CIDA) .
- Bateson E. G. John, Hottman D.K. 1999. *Managing Services Marketing, The Dryden Press: Harcourt Brace College Publishers*.
- Blanke, J. and Chiesa, T. 2008. *World Economic Forum*. Switzerland, 2008. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008. Balancing Economic Development and Environmental Sustainability. WEF: Switzerland.
- Badan Pusat Statistik DIY, DIY dalam Angka 2016, BPS: DIY
- Briggs, S. 1997. *Successful Tourism Marketing: A Practical Handbook*, Kogan Page Lt.d. : London.
- Boxwell, Robert J., Jr. 1994. *Benchmarking for Competitive Advantage*, McGraw-Hill, Inc: New York.
- Fennel, D.,A,1999, *Ecotourism, An Introduction*, New York: Routledge.
- Gunn, Clare A. 1994. *Tourism Planning. Basics Concepts Cases. Third Edition*. Taylor&Francis: Washington D.C.
- Hawkins, Donald E., 1980. *Tourism Marketing and Management Issues*, Washington.
- Indrawati, Sri Mulyani. 2005. Makalah: Laporan Perkembangan Pencapaian Tujuan Pembangunan Milenium Indonesia. Kementrian Negara Perencanaan Pembangunan Nasional: Jakarta.
- Inskeep, Edward. 1991. *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand Reinhold: New York.

- Ismawan, Bambang. 2003. *Jurnal Ekonomi Rakyat*. Kemandirian, Suatu Refleksi Artikel - Th. II - No. 3 - Mei 2003.
- Kotler, P. 1996. *Marketing for Hospitality and Tourism*. Prentice Hall: United States.
- Middleton, Victor T.C. 1994. *Marketing of Travel and Tourism*, Buitenworth-Heinemann Ltd.: London.
- Muhammad, Fadel. 2006. Artikel: Pembangunan Daerah Fokus Pada Keunggulan Daerah. 18 Mei 2006. Gorontalo.
- Nirwandari, Sapti. 2005. Makalah: Pembangunan Sektor Pariwisata di Era Otonomi Daerah. Departemen Kebudayaan dan Pariwisata: Jakarta.
- Nuryanti, W. 1993. *Concept, Perspective and Challenges*, Makalah Bagian dari Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya. Gadjah Mada University Press: Yogyakarta.
- Patil, D.Y., dan Lata. 2008. *Environmental Carrying Capacity and Tourism Development in Maharashtra, Conference on Tourism in India – Challenges Ahead*, 15-17 May 2008. India.
- Porter, Michael E. 2004. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance, with a new introduction*, copyright 1985. Free Press Publishing: New York.
- Soenarno. 2003. Artikel: Strategi Pengembangan Wilayah dalam Kerangka Pembangunan Ekonomi Nasional yang Lebih Merata dan Lebih Adil. Disampaikan dalam rangka “Konferensi Nasional Ekonomi Indonesia” Putaran ketiga: Mengagas Format Grand Strategy Ekonomi Indonesia, yang diselenggarakan pada tanggal 9-11 Desember 2003 di Makasar, Sulawesi Selatan.
- Thurow, Lester C. 1999. *Building Wealth: the New Rules for Individuals, Companies, and Nations in a Knowledge-Based Economy, 1st Edition*, HarperCollins Publishers, Inc.: New York.
- Victor T.C., Middleton. 1994. *Marketing in Travel and Tourism*, Oxford: London.

World Travel and Tourism Council. 2003. *The Blueprint of New Tourism*.
WTTC: London.

World Bank, 2015. Borobudur-Yogyakarta-Prambanan, Baseline Supply &
Demand, Market Demand Forecast, And Investment Need. Horwarth HTL