

EKOWISATA SEBAGAI JENDELA KEBERHASILAN UMKM DALAM MEMPERKOKOH PEREKONOMIAN MENGHADAPI ASEAN ECONOMIC COMMUNITY 2015

Istiana Rahatmawati dan Purbudi Wahyuni

rahatmawati@yahoo.com dan purbudiwahyuni11@GMail.com

Manajemen, Fakultas Ekonomi, UPN"Veteran"Yogyakarta

Abstrak

ASEAN Economic Community sudah diambang pintu waktu yang harus dihadapi Indonesia. Tuntutan kemampuan bersaing membawa pada pemikiran strategi memperkokoh perekonomian dalam negeri dengan menggali potensi masyarakat. Pengembangan sektor pariwisata dipandang tepat, sektor ini tidak rentan dengan krisis ekonomi, dalam keadaan apapun orang membutuhkan hiburan/rekreasi, disamping itu keberhasilan sektor pariwisata secara langsung menjadi jendela keberhasilan Unit Usaha Kecil Menengah (UMKM). Indonesia punya banyak destinasi menarik, tidak hanya Pulau Dewata, ada Ngarai sianok di Sumatra Barat. Ada pula Wakatobi, sebagai pusat *The Coral Triangle*. Raja Ampat, di Papua Barat yang menyimpan sejuta keindahan bawah laut sebagai salah satu dari 10 wisata penyelam terbaik dunia. Juga acara tahunan: budaya, seni, fashion, olah raga, dan kuliner. Namun sayangnya potensi tersebut belum dioptimalkan, terbukti jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia baru mencapai 7.002.944 orang jauh di bawah Malaysia yang telah mencapai 24.577.196 orang, dengan luas wilayah Malaysia hanya 329.847 km², sedangkan Indonesia mencapai 1.992.550 km². Pembangunan pariwisata yang dikembangkan diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM sebagai kelompok usaha masyarakat pendukung pariwisata merupakan potensi besar yang dapat diandalkan dalam menghadapi persaingan global. Atas dasar hal tersebut penting kiranya untuk segera dilakukan perbaikan dan inovasi (*innovation and change*), serta kerjasama semua pihak agar dapat mendorong para pelaku UMKM untuk menopang pariwisata untuk mengambil peran yang lebih besar agar tujuan tersebut bisa tercapai.

Keyword: *ekowisata, innovation and change, UMKM, destinasi.*

A. Pendahuluan

Kemajuan teknologi telah menjauhkan manusia dengan alam. Tekanan kehidupan modern telah meningkatkan kebutuhan orang akan wisata, khususnya wisata alam di lingkungan terbuka hijau yang kini semakin diminati. Mengingat lokasi seperti ini semakin sulit untuk didapatkan dan di sisi lain sekalipun orang sedih atau terkena krisis, mereka tetap membutuhkan untuk berlibur. Indonesia sebagai Negara kepulauan memiliki banyak destinasi wisata yang menarik, mulai dari wisata arung jeram, wisata pantai, *adventure*, dan masih banyak lagi wisata alam atau ekowisata. Semua obyek wisata yang kita miliki merupakan potensi di bidang pariwisata. Disamping itu sektor pariwisata tidak rentan terhadap krisis ekonomi global, walaupun krisis di Eropa diprediksi akan berlangsung lama.

Keindahan alam Indonesia membuat kagum para wisatawan sebagaimana yang disampaikan oleh Paris Hilton cucu dari Owner hotel Hilton, dia menyatakan " I love Indonesia, true paradise, so happy relaxed" demikian pula yang disampaikan oleh pemain sepak bola ternama David Beckham menyatakan bahwa "berkunjung ke Indonesia memberi pengalaman yang menakjubkan, saya akan kembali ke sini" (Soelaeman, 2012). Atas dasar hal tersebut, seharusnya pariwisata Indonesia dapat merajai, khususnya di kawasan ASEAN dalam hal menarik wisatawan.

Namun sayangnya potensi yang besar itu belum dioptimalkan, terbukti jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia jauh di bawah Malaysia. Data terakhir tahun 2010 dari Kementerian Pariwisata wisatawan mancanegara yang datang Ke Malaysia mencapai 24.577.196 orang. Thailand sejumlah 15.936.400 orang dan Singapura sebanyak 11.638.663 orang, sedangkan yang datang ke Indonesia baru mencapai 7.002.944 orang.

Atas dasar hal tersebut penting kiranya untuk segera dilakukan perbaikan dan kerjasama semua pihak agar dapat mendorong para pelaku pariwisata untuk mengambil peran yang lebih besar agar tujuan tersebut bisa tercapai. Selain upaya ke Luar Negeri, pemerintah Indonesia juga harus berusaha memperbaiki kualitas industri pariwisata nasional. Dengan melakukan survey lapangan pada 25 Kota/Kabupaten se Indonesia tentang kepuasan konsumen, diperoleh hasil aspek-aspek yang dipertimbangkan oleh wisatawan yaitu aspek kebersihan, informasi wisata, kewajaran biaya, promosi, keragaman objek, keamanan, keunikan objek, dan keramahan.

Yogyakarta merupakan salah satu daerah tujuan wisata baik wisatawan mancanegara maupun local. Berdasarkan hasil riset, Yogyakarta termasuk dalam kriteria tujuan wisata dari "*The Best Services Cities*" pada urutan ke 9 (Sembilan), sebagai "*The Most Favorite Destination Cities*" dengan urutan ke 5 (lima), khususnya Malioboro, sebagai "*The Most Favorite Destination Sites*" pada urutan ke 9 (sembilan), dan sebagai provinsi terbaik ke 3 (tiga) dalam pengembangan pariwisata. Pariwisata di Yogyakarta sampai saat ini lebih menempatkan mayoritas wisatawan hanya sebagai penonton(pasif). Dengan dikembangkan ekowisata maka wisatawan bisa terlibat aktif sehingga akan memberikan kesan yang lebih mendalam dan akan menambah masa tinggal semakin lama.

Untuk itu Pemerintah selanjutnya mendorong setiap wilayah mulai dari Kota Madya dan Kabupaten untuk lebih meningkatkan usahanya, baik bagi yang telah mampu mencapai predikat *the best* untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan, terlebih bagi wilayah yang belum masuk kriteria harus lebih berusaha keras untuk meningkatkan upayanya. Selain Sembilan aspek tersebut di atas, yang tidak kalah pentingnya yaitu lama tinggal. Saat ini para wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik rata-rata lama tinggal di Yogyakarta baru mencapai 1,92 hari (BPS, 2012). Hal ini terjadi karena jumlah objek yang mudah dijangkau dengan waktu cukup singkat (lokasi obyek berdekatan), masih kurangnya keunikan yang ditawarkan, serta masih rendahnya keterlibatan wisatawan dalam objek wisata. Sebagai misal, dengan terlibatnya wisatawan dalam proses membuat, proses membuat kerajinan perak, menenun yang hasilnya bisa sebagai souvenir buatannya, ini akan menjadi daya tarik tersendiri dan bisa memperlama masa tinggal wisatawan.

Namun kenyataan yang ada saat ini wisman (Wisatawan Manca Negara) dan Wisnu (Wisatawan Nusantara) rata-rata tinggal di Yogyakarta masih sangat rendah, hal tersebut akan berdampak positif pada semua sektor ekonomi. Untuk itu perlu adanya berbagai upaya untuk memperpanjang lama tinggal di Yogyakarta.

1. Konsep Manajemen

Perencanaan, dalam upaya untuk pengembangan konsep perencanaan menuju *one object one management*. Yang utama yaitu perencanaan dan strategi untuk mengimplementasikan perencanaan tersebut dalam bentuk kebijakan. Ketika yang akan dikembangkan adalah kawasan publik umum tentu tidak terlepas dari kepentingan publik, mulai dari peran pemerintah, konsep kebijakan yang mendasari, serta konsep strategis pelaksanaan atas kebijakan tersebut.

a. Konsep kebijakan Publik dan Peran Pemerintah

Person (2004, dalam Diki, 2012) menjelaskan bahwa kebijakan adalah kesadaran memilih diantara dua alternatif untuk mengatur masyarakat dan secara modern sebagai gagasan. Sedangkan menurut Jones dalam Diki (2012), kebijakan adalah seperangkat aksi atau rencana yang mengandung tujuan politik yang merupakan manifestasi dari penilaian yang penuh pertimbangan. Jones menggunakan istilah kebijakan untuk menjelaskan mengenai tujuan (*goal*), program dan keputusan (*decisions*), *standard*, *grand design*. Lebih lanjut Anderson (Diki, 2012) menjelaskan bahwa konsep kebijakan publik ini mempunyai beberapa implikasi, yaitu:

- Kebijakan publik lebih berorientasi pada maksud atau tujuan, direncanakan oleh aktor-aktor yang terlibat di dalam sistem politik
- Kebijakan sebagai arah atau pola tindakan yang dilakukan oleh pejabat-pejabat pemerintah sebagai keputusan lembaga yang saling terkait, mulai dari menyusun hingga menetapkan keputusan-keputusan terkait beserta pelaksanaannya.
- Kebijakan adalah apa yang seharusnya dilakukan oleh pemerintah dan bukan apa yang diinginkan oleh pemerintah
- Kebijakan publik mengandung sifat positif, yakni mencakup bentuk tindakan pemerintah yang jelas untuk mempengaruhi suatu masalah tertentu atau secara negatif dengan tidak untuk mengambil tindakan dan tidak untuk melakukan sesuatu mengenai suatu persoalan yang memerlukan keterlibatan pemerintah.

b. Konsep strategis, memuat kegiatan-kegiatan yang bersifat untuk mewujudkan sasaran mulai dari Visi, Misi selanjutnya dijabarkan dalam tujuan jangka menengah dan tujuan jangka pendek secara tepat, sistematis, terarah dan rasional. Peluang keberhasilan suatu organisasi banyak ditentukan oleh perencanaan strategis yang baik. Purwanto dalam Diki (2012) menyatakan bahwa strategis merupakan kerangka fundamental bagi organisasi untuk mampu menyatakan kontinuitas yang vital, serta pada saat yang bersamaan memiliki kekuatan untuk menyelesaikan diri terhadap lingkungan yang selalu berubah. Sesuai dengan pendapat Hart dan Miller dalam Diki (2012) memberikan rumusan komprehensif tentang strategi, yaitu:

- Strategi sebagai suatu pola keputusan yang konsisten, menyatu dan integral
- Strategi menentukan dan menampilkan tujuan organisasi dalam pengertian sasaran jangka panjang, program tindakan dan berorientasi pada alokasi sumber daya.

- Strategi menyeleksi bidang yang akan dilakukan/dikerjakan oleh organisasi
- Strategi memperoleh manfaat/keuntungan untuk mampu bertahan lama, dengan memberikan respon yang tepat terhadap peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal organisasi dan kekuatan serta kelemahan; dan
- Strategi melibatkan semua tingkat hirarki dari organisasi.

Untuk membuat suatu strategi menjadi efektif harus memenuhi beberapa kriteria yang dapat diterima oleh para *stakeholder* kunci serta sesuai dengan filosofi dan nilai, dalam bentuk etika, moral, dan hukum yang berlaku di organisasi. Strategi dikatakan efektif jika mampu menghadapi isu strategis yang seharusnya dilaksanakan, yang dapat mengakibatkan timbulnya ancaman dan hilangnya peluang. Untuk itu perlu dikenali isu-isu strategis melalui tiga pendekatan (Bryson dalam Diki, 2012):

- Pendekatan langsung dengan berpedoman pada Visi dan Misi
- Pendekatan sasaran dengan menciptakan sasaran dan tujuan serta mengembangkan strategi untuk mencapainya
- Mengembangkan suatu gambaran yang terbaik dan ideal mengenai eksistensi sendiri di masa depan sebagai organisasi yang berhasil menjalankan misinya.

c. Konsep Perencanaan Strategis

Perencanaan strategis mensyaratkan pengumpulan informasi secara luas, eksplorasi alternatif dan menekankan implementasi komunikasi dan partisipasi, mengakomodasi kepentingan dan nilai yang berbeda serta membantu pembuatan keputusan secara tertib dan keberhasilan implementasi keputusan. Menurut Robinson dalam Utomo (2002) menyatakan bahwa manajemen strategis sebagai sekumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan dan pelaksanaan rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi.

Atas dasar pendapat yang telah diuraikan tersebut, dapat diketahui keterkaitan antara perencanaan strategis dengan manajemen strategis, yaitu: perencanaan strategis adalah bagaimana menggunakan konsep-konsep yang telah direncanakan untuk mengembangkan sebuah perencanaan dalam organisasi melalui sebuah tindakan yang benar, sedangkan manajemen strategis lebih sebagai seni untuk menggunakan kecakapan dan sumber daya yang ada untuk mencapai sasaran, melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan. Manajemen strategis lebih menekankan pada analisis dan praktek dari sebuah strategi, yang termasuk di dalamnya implementasi dari sebuah perencanaan strategis.

Perencanaan strategis bagi suatu organisasi meliputi penyusunan kebijakan dan arah yang luas, penilaian internal dan eksternal, perhatian kepada stakeholder kunci, identifikasi isu penting, pengembangan strategis untuk menghadapi masing-masing isu, pembuatan keputusan, serta tindakan dan pemantauan hasil secara konsisten. Bagi suatu organisasi, perencanaan strategis menjadi penting karena untuk mendukung organisasi dalam meningkatkan kemampuan berpikir dan bertindak strategis.

Perencanaan strategis merupakan bagian dari implementasi kebijakan, karena suatu kebijakan jika tidak dilaksanakan akan menjadi tidak ada artinya, demikian halnya jika dalam pelaksanaan suatu kebijakan tidak sesuai dengan yang direncanakan, hal ini akan tidak ada maknanya. Implementasi juga diartikan sebagai sebuah proses interaksi antara penentuan tujuan dan tindakan untuk mencapai tujuan tersebut. Oleh karena itu, implementasi harus mampu membangun hubungan antara politik, administrator, dan penyedia layanan agar tidak mengalami defisit implementasi. Secara jelas bahwa tujuan harus didefinisikan secara rinci dan mudah dipahami, sumber daya yang tersedia harus sesuai dengan kebutuhan, baik keahlian dan jumlah, adanya rantai komando yang sejalan/selaras/menyatu, dan sistem harus bisa berkomunikasi secara efektif dan mengontrol individu dan organisasi yang terlibat dalam pelaksanaan tugas. Dalam hal ini perencanaan strategis menyangkut bagaimana kebijakan diimplementasikan dalam pengembangan ekowisata.

2. Konsep pengembangan Kepariwisata yang berorientasi pada Pengembangan Ekowisata dan Pengaruhnya Terhadap Perekonomian Daerah

- a. Aspek pengembangan kepariwisataan yang berorientasi ekowisata yang diselaraskan dengan RPJM Kota Yogyakarta dalam pengembangan infrastruktur Pariwisata Kota Yogyakarta .
- b. Aspek pengaruhnya terhadap perekonomian daerah
Yakni pengaruh yang memberikan suatu keadaan yang menunjukkan adanya peningkatan pada perekonomian daerah dan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

3. Konsep Ekowisata

Damanik (dalam Diki,2012) menyebutkan bahwa program ekowisata sebagai suatu bentuk wisata yang mengadopsi prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan, yang secara aktif menyumbangkan kegiatan konversi alam dan budaya, melibatkan masyarakat lokal dalam perencanaan, pengembangan dan pengelolaan wisata serta memberikan sumbangan positif terhadap kesejahteraan mereka dan umumnya dilakukan dalam bentuk wisata independen atau diorganisir dalam kelompok kecil.

Dengan kata lain bahwa ekowisata adalah bentuk industri pariwisata berbasis lingkungan yang memberikan dampak kecil bagi kerusakan alam, budaya lokal wisata serta membantu kegiatan konservasi alam itu sendiri.

Secara prinsip ekowisata disusun berdasarkan tujuh konsep dasar, yaitu:

- a. Mengurangi dampak negatif berupa kerusakan atau pencemaran lingkungan dan budaya lokal akibat kegiatan wisata
- b. Membangun kesadaran dan penghargaan atas lingkungan dan budaya di destinasi wisata, baik pada diri wisatawan, masyarakat lokal maupun pelaku wisata lainnya.
- c. Menawarkan pengalaman-pengalaman positif bagi wisatawan maupun masyarakat lokal melalui kontak budaya yang lebih intensif dan kerjasama dalam pemeliharaan atau konservasi objek wisata.

- d. Memberikan keuntungan finansial secara langsung bagi keperluan konservasi melalui kontribusi atau pengeluaran ekstra wisatawan.
- e. Memberikan keuntungan finansial dan pemberdayaan bagi masyarakat lokal dengan menciptakan produk wisata yang mengedepankan nilai-nilai lokal
- f. Meningkatkan kepekaan terhadap situasi lingkungan dan politik di daerah tujuan wisata
- g. Menghormati hak-hak asasi manusia dan perjanjian kerja dengan memberikan kebebasan kepada wisatawan dalam pelaksanaan transaksi-transaksi wisata yang disepakati bersama.

Atas dasar konsep yang ada, dengan Ekowisata dapat diperoleh beberapa keuntungan, yaitu:

- a. Adanya nilai ekonomi dalam lingkungan objek wisata
- b. Adanya keuntungan langsung untuk pelestarian lingkungan
- c. Adanya keuntungan langsung dan tidak langsung bagi para pengelola objek wisata dan masyarakat yang terlibat atau berada di sekitar objek wisata
- d. Terbangunnya konstitusi untuk konservasi secara menyeluruh
- e. Sebagai wahana promosi penggunaan sumber daya alam yang berkelanjutan, serta
- f. Dapat mengurangi ancaman kelestarian keanekaragaman hayati pada objek wisata tersebut.

Dengan demikian adanya pengembangan pariwisata yang berorientasi pada pengembangan ekowisata, perlu diperhatikan pula kondisi lingkungan di sekitar objek wisata, yaitu kondisi sosial budaya, kondisi ekonomi.

4. Kosep Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Ekowisata

Pemberdayaan masyarakat dalam konsep ekowisata tidak terlepas dari peran dan partisipasi itu sendiri

- a. Tingkat emansipasi, peran manajemen dilakukan oleh masyarakat, dengan tahapan kegiatan:
 - Masyarakat memprakarsai dan melakukan sendiri gagasan tersebut
 - Masyarakat merencanakan dan merancang sendiri
 - Masyarakat sebagai pelaksana dan pemelihara
- b. Tingkat kemitraan, pemerintah dan masyarakat berbagi kerja dan keputusan dalam bentuk:
 - Prakarsa untuk bekerjasama dilakukan oleh pemerintah
 - Perencanaan dilakukan bersama antara pemerintah dengan masyarakat
 - Pemerintah dan masyarakat bersama melaksanakan
 - Pemeliharaan dilakukan bersama pemerintah dan masyarakat
- c. Tingkat konsultatif, pemerintah menanyakan pendapat masyarakat dalam bentuk:
 - Pemerintah mengambil prakarsa setelah berkonsultasi dengan masyarakat
 - Pemerintah melakukan perencanaan melalui konsultasi dengan masyarakat
 - Pemerintah melaksanakan dan memelihara melalui konsultasi dengan masyarakat.
- d. Tingkat informatif, pemerintah memberikan informasi satu arah:
 - Pemerintah memprakarsai kegiatan dan masyarakat hanya diinformasikan
 - Pemerintah merancang dan merencanakan sendiri
 - Pemerintah melaksanakan dan memelihara sendiri

Pembangunan masyarakat melalui pemberdayaan potensi masyarakat adalah proses yang dirancang untuk menciptakan kondisi sosial ekonomi yang lebih maju dan sehat bagi seluruh masyarakat, melalui partisipasi aktif serta didasarkan atas kepercayaan yang penuh terhadap prakarsa mereka sendiri (Sedamayati, 2005)

Masyarakat mempunyai potensi kekuatan sebagai bagian dalam proses pembangunan, antara lain:

- a. Kekuatan pendorong, yang dapat membantu akselerasi proses perubahan dalam satu kesatuan antara potensi prorangan, kelompok, organisasi dan masyarakat untuk bergerak melakukan perubahan
- b. Kekuatan bertahan guna mempertahankan nilai-nilai kearifan yang tetap hidup dalam kehidupan masyarakat.
- c. Kekuatan penghambat, yang sekaligus juga ada dalam kemajemukan masyarakat sehingga terkadang menimbulkan gangguan bagi proses perubahan.

5. Konsep Ekowisata Pengaruhnya pada Perekonomian Kota Yogyakarta

Kota Yogyakarta sebagai Kota Pariwisata berbasis budaya dengan dukungan pelestarian dan pengembangan seni serta pelestarian cagar budaya.

Berdasarkan kondisi masyarakat Kota Yogyakarta saat ini, permasalahan dan tantangan yang dihadapi dalam 20 tahun mendatang serta dengan memperhitungkan faktor strategis dan potensi yang dimiliki oleh masyarakat, pemangku kepentingan serta pemerintah kota, maka Visi Pembangunan Kota Yogyakarta Tahun 2005 – 2025 adalah:

“Kota Yogyakarta sebagai Kota Pendidikan Berkualitas, Pariwisata Berbasis Budaya dan Pusat Pelayanan Jasa, yang Berwawasan Lingkungan”

Visi Pembangunan Kota Yogyakarta Tahun 2005–2025 ini diharapkan akan mewujudkan keinginan dan amanat masyarakat Kota Yogyakarta dengan tetap mengacu pada pencapaian tujuan nasional seperti diamanatkan dalam Pembukaan UUD 1945 khususnya bagi masyarakat Kota Yogyakarta. Visi Pembangunan Kota Yogyakarta tersebut harus dapat diukur untuk dapat mengetahui tingkat Keberhasilannya (Dokumen RPJPD Kota Yogyakarta 2005 – 2025)

Sektor pariwisata dapat membuka peluang kerja, meningkatkan pendapatan daerah, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam proses perumusan kebijakan, aspirasi warga memegang peranan yang cukup penting sebagai salah satu dasar perumusan masalah dan isu-isu strategis yang terkait dengan pariwisata. Salah satu data yang dapat digunakan sebagai parameter/tolok ukur keberhasilan sektor pariwisata dalam pembangunan adalah data wisatawan dan pelaku usaha wisata. Data wisatawan dan pelaku usaha wisata yang akurat, sangat tergantung dari ketepatan metode yang dilaksanakan termasuk data jumlah kunjungan dan lama tinggal wisatawan di suatu daerah. Sebagai salah satu daerah tujuan wisata terkemuka di Indonesia, pariwisata di Kota Yogyakarta merupakan potensi unggulan daerah. Sampai dengan tahun 2010 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta mencapai 2.460.967 orang meningkat 1.200.309 orang atau 95,21% dibanding tahun 2007 yang mencapai 1.260.658 orang.

Kota pariwisata adalah salah satu *icon* yang melekat kuat pada kota Yogyakarta. Namun, ada beberapa hal yang perlu ditinjau lebih lanjut seputar dunia kepariwisataan kota Yogyakarta.

- a. Budaya lokal. Wisata kota Yogyakarta yang berbasis budaya lokal merupakan daya tarik utama yang masih dapat dioptimalkan. Urgensi keberadaan pranata hukum pemeliharaan identitas kota menjadi prioritas agar *icon-icon* budaya lokal tetap terjaga. Beberapa aset PT KA di Yogya yang akan dibenahi untuk kemudian dikembangkan adalah kawasan Stasiun Tugu hingga Malioboro, stasiun-stasiun tua dari zaman *Nederlands-Indische Spoorweg Maatschappij (NIS)* di abad 19 dan 20.
- b. Kawasan Stasiun Tugu hingga Malioboro menyisakan bangunan-bangunan lama, juga semacam gudang dalam kondisi memprihatinkan. Pengembangan sub kawasan Stasiun Tugu merupakan rencana terpadu dengan pihak Pemprov DIY, Pemkot, dan Kraton Yogyakarta.
- c. Kegiatan budaya. Permintaan akan adanya kegiatan/event budaya yang bersifat regular dan berkesinambungan semakin meningkat. Beberapa contoh kegiatan budaya, seperti: *Jogja Java Carnival* dan Sekaten, mampu menarik perhatian wisatawan dalam dan luar kota, bahkan mancanegara.
- d. Akses wisata. Akses ke lokasi wisata dan sarana pendukung lainnya perlu ditingkatkan. Penambahan shelter dan route Transjogja, penyediaan rambu-rambu lalu lintas yang jelas, dan penunjuk arah lokasi obyek wisata yang informatif, serta perluasan kawasan parkir merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi untuk menunjang kepariwisataan kota Yogyakarta.
- e. Promosi wisata. Kegiatan pariwisata melalui promosi dan kekuatan jejaring perlu ditingkatkan.
- f. Wisata malam. Kegiatan wisata malam yang masih potensial untuk dikembangkan mengingat semakin meningkatnya minat masyarakat baik dari dalam maupun dari luar wilayah Kota Yogyakarta terhadap wisata ini. Namun demikian pengembangannya harus tetap dalam koridor budaya dan nilai-nilai luhur Kota Yogyakarta
- g. Keberadaan Kota Yogyakarta sebagai Kota Budaya memang membutuhkan dukungan dari semua pihak baik dari masyarakat maupun pemerintah. Kekhasan budaya yang ada akan menjadi sebuah ikon Kota Yogyakarta yang akan membedakannya dengan kota-kota lainnya. Kebudayaan Yogyakarta yang berpangkal pada kebudayaan yang dikembangkan oleh Kraton Yogyakarta pada dasarnya merupakan budaya adiluhung yang sampai saat ini masih terlestarikan dengan baik. Kesadaran masyarakat dalam menghidupkan nilai-nilai budaya Yogyakarta belum optimal karena masih berorientasi pada event/pementasan, belum menjadi aktifitas kegiatan pembinaan yang rutin dilaksanakan. Tidak hanya masyarakat yang memerlukan sadar wisata dan sadar budaya, akan tetapi peran pelaku usaha pariwisata dalam menggiatkan sadar wisata dan sadar budaya dapat menambah kekuatan bagi daya tarik wisata berbasis budaya di Kota Yogyakarta

Dalam pengembangan pariwisata selama ini budaya masyarakat setempat lebih dilihat sebagai objek, sehingga mengakibatkan “menjual budaya”. Dengan adanya pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, dapat ditekan kesetaraan antara masyarakat dengan wisatawan dan berkembangnya budaya sebagai jati diri bangsa. Dalam kaitan ekowisata, masyarakat sendiri yang memberikan penjelasan tentang budaya dan kebiasaan setempat. Dengan demikian, wisatawan lebih mengerti tentang kebudayaan, kebiasaan dan kecenderungan mengikuti atau patuh pada

aturan yang berlaku di tempat yang dikunjungi. Pengalaman dapat membantu saling pengertian dan menghargai nilai-nilai yang berbeda, yang pada gilirannya mendukung masyarakat untuk lebih terbuka dan memberi penjelasan tentang pengetahuan lokal kepada wisatawan.

Beberapa rekomendasi untuk ekowisata khususnya wisata budaya :

- a. Perlunya mengembangkan kecintaan masyarakat terhadap budaya Jawa sekaligus sebagai daya tarik wisatawan menuju Kota Yogyakarta.
- b. Perlunya kerjasama antara dinas terkait untuk mengupayakan menjaga dan melestarikan seni dan budaya di masyarakat dengan membentuk paguyuban-paguyuban dan UMKM sebagai wadah bagi pembinaan yang terlembaga
- c. Jogja tidak hanya berkembang karena Budaya Jawa, potensi kekayaan kultural (baik budaya Kolonial, Melayu, Arab maupun China) dapat dijadikan warna tersendiri bagi kekhasan wisata budaya di Kota Yogyakarta dengan tetap menjunjung tinggi dan melestarikan budaya asli Jawa.
- d. Upaya mengembalikan toponimi (misal: nama jalan) sebagai gebrakan dalam menciptakan pencitraan Kota Yogyakarta sebagai kota budaya dan kota pariwisata.
- e. Revitalisasi citra Kota Yogyakarta perlu adanya kerjasama dengan daerah sekitar sebagai *brand image* 'Jogja'. Di mata wisatawan, 'Jogja' tidak hanya Kota Yogyakarta melainkan wilayah-wilayah di sekitar Yogyakarta sehingga pencitraan harus dilakukan bersama-sama dengan daerah sekitar, baik pemerintah daerah maupun pelaku wisata untuk dapat bersaing dengan daerah tujuan wisata lainnya di Indonesia. Selain itu juga perlu adanya karakteristik 'Jogja' dalam berbagai aspek yang perlu diciptakan tanpa meninggalkan budaya Jawa yang berpusat pada budaya kraton di Yogyakarta.

Pengembangan pariwisata membawa pengaruh positif bagi masyarakat, yaitu meningkatnya taraf perekonomian masyarakat. Keterlibatan UMKM sebagai pengusaha penghasil kerajinan khas lokal dan pendukung pariwisata lain menjadi sangat penting dan menjadi prioritas utama. Namun, pengembangan sektor pariwisata juga membawa pengaruh lain, yaitu terancamnya lingkungan kebudayaan masyarakat. Padahal, kemajuan sektor pariwisata sedikit banyak ditentukan oleh kualitas kebudayaan masyarakat. Lingkungan budaya ini yang menjadi daya tarik terbesar dunia pariwisata.

Daftar Pustaka

Diki, 2012, pengembangan ekowisata dan Pengaruhnya pada perekonomian daerah di kabupaten waka tobi, prov Sulawesi Tenggara, tesis.

Damanik, Janiaton dan Helmut F. Weber (2006), Perencanaan Ekowisata dari teori ke aplikasi, Puspar UGM. Andi, Yogyakarta.

Dokumen RPJMD Yogyakarta 2005 – 2025

Sedarmayati, 2005, Membangun kebudayaan dan pariwisata, bunga rampai tulisan pariwisata, Mandar Madjoe, Bandung, 2005.