



Strategi Pengembangan dan Implementasi Industri Pariwisata di Yogyakarta

Bagus Hendra Stia Pratama^{1*}, Muhammad Tsani Aththoriq², Naerul Edwin Kiky Aprianto³, Priska Ananda⁴, Qothrotun Nada⁵

¹⁻⁵ Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

Email: 224110201058@mhs.uinsaizu.ac.id^{1*}, 224110201079@mhs.uinsaizu.ac.id², 224110201083@mhs.uinsaizu.ac.id³, naerul.edwin@uinsaizu.ac.id⁴, 224110201085@mhs.uinsaizu.ac.id⁵

Jl. A. Yani No.40A, Karanganjing, Purwanegara, Kec. Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53126

*Korespondensi penulis: 224110201058@mhs.uinsaizu.ac.id

Abstract: *This study aims to analyze the strategies for developing the tourism industry in the Special Region of Yogyakarta, which is one of the main tourist destinations in Indonesia. The background of this research is based on the significant potential of the tourism sector to support regional economic growth through increased revenue from taxes and levies. However, the tourism industry in Yogyakarta faces various challenges, including global competition and changing tourist behaviors. Utilizing qualitative methods and Miles and Huberman's data analysis model, this research collects information from various literature sources to identify strategies that can enhance competitiveness and sustainability in the tourism sector. The findings indicate the necessity of collaboration between the government, local communities, and the private sector to optimize tourism potential and improve service quality to attract more visitors.*

Keywords: *Tourism Industry, Yogyakarta, Sustainability, Development Strategy.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan industri pariwisata di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, yang merupakan salah satu destinasi wisata utama di Indonesia. Latar belakang penelitian ini didasari oleh potensi besar sektor pariwisata dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah melalui peningkatan pendapatan dari produk domestik bruto. Namun, industri pariwisata di Yogyakarta menghadapi berbagai tantangan, termasuk persaingan global dan perubahan perilaku wisatawan. Dengan menggunakan metode kualitatif dan analisis data model Miles dan Huberman, penelitian ini mengumpulkan informasi dari berbagai sumber literatur untuk mengidentifikasi strategi yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan sektor pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan perlunya kolaborasi antara pemerintah, masyarakat lokal, dan sektor swasta dalam mengoptimalkan potensi wisata dan meningkatkan kualitas layanan untuk menarik lebih banyak wisatawan.

Kata kunci: Industri Pariwisata, Yogyakarta, Keberlanjutan, Strategi Pengembangan.

1. LATAR BELAKANG

Salah satu fokus utama dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional adalah pengembangan industri Indonesia. Dalam konteks ini, strategi pengembangan industri berorientasi ekspor menjadi sangat penting. Pemerintah telah mengidentifikasi beberapa langkah strategis, seperti pengembangan kawasan industri yang didukung oleh infrastruktur berkualitas dan insentif yang memadai, serta peningkatan sumber daya manusia yang dapat beradaptasi dengan teknologi dan inovasi. Langkah-langkah ini diharapkan dapat menciptakan ekosistem industri yang lebih kuat dan berdaya saing tinggi di tingkat global.

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang mempunyai daya besar dalam mendukung strategi tersebut adalah industri pariwisata. Pariwisata tidak hanya berkontribusi terhadap pendapatan negara, tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan mendorong pengembangan sektor-sektor lain, seperti perhotelan, transportasi, dan kuliner. Yogyakarta, sebagai salah satu lokasi wisata utama di Indonesia, menjadi contoh yang relevan dalam menerapkan strategi pengembangan industri pariwisata.

Pariwisata Yogyakarta mempunyai berbagai faktor pendukung yang dapat mendorong wisatawan domestik dan mancanegara. Faktor alam, budaya, dan sejarah menjadi identitas yang khas terhadap pariwisata Yogyakarta. Serta faktor keanekaragaman atraksi dan daerah tujuan wisata, di mana memiliki lebih dari 50 tempat tujuan wisata di Yogyakarta. Berbagai ciri khas tersebut mendeskripsikan bagaimana pariwisata Yogyakarta secara keseluruhan (Aprilia Kumaji et al., 2021). Dengan memanfaatkan kekayaan budaya dan alamnya, Yogyakarta dapat mengembangkan dan menerapkan strategi wisata yang menarik bagi wisatawan domestik dan internasional.

Dalam konteks ini, penting untuk mengintegrasikan strategi pengembangan industri pariwisata dengan kebijakan nasional yang lebih luas. Hal ini mencakup penyediaan infrastruktur yang mendukung aksesibilitas destinasi wisata, peningkatan kualitas layanan, serta promosi yang efektif untuk menarik lebih banyak pengunjung. Maka dari itu, Yogyakarta tidak hanya akan menjadi pusat pariwisata, tetapi juga ikut andil secara substansial terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia secara keseluruhan.

Kemudian industri pariwisata di Yogyakarta mengalami berbagai tantangan, termasuk kompetisi global dan perubahan perilaku wisatawan. Maka dari itu, penelitian ini bermaksud untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi yang dapat meningkatkan daya saing serta keberlanjutan industri pariwisata di daerah ini.

2. KAJIAN TEORITIS

Dalam artikel penulis yang berjudul Strategi Pengembangan dan Implementasi Industri Pariwisata di Yogyakarta bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi yang meningkatkan daya saing serta keberlanjutan industri pariwisata di Yogyakarta. Fokusnya adalah pada pendekatan strategis untuk mengoptimalkan potensi wisata, keberlanjutan lingkungan, dan penguatan ekonomi lokal.

- a. Menurut Riyanti & Lesmana (2022), Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata di Kaliurang, Yogyakarta. Penelitian ini membahas pengembangan daya tarik wisata alam dan budaya di kawasan Kaliurang. Studi ini mengidentifikasi bahwa daya tarik wisata harus memenuhi unsur *what to see, what to do, what to buy, what to arrive, dan where*

to stay. Kesimpulan utama adalah pentingnya kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat lokal untuk meningkatkan fasilitas dan aksesibilitas di kawasan tersebut untuk menarik lebih banyak wisatawan.

- b. Menurut Hadi (2018), Analisis Pengembangan Objek Wisata oleh Mahasiswa Luar Jawa di Yogyakarta. Penelitian ini mengaplikasikan metode deskriptif kualitatif untuk mengevaluasi pandangan mahasiswa luar Jawa terhadap destinasi wisata di Yogyakarta. Fokus utamanya adalah bagaimana elemen-elemen seperti kekuatan daya tarik budaya, fasilitas wisata, dan infrastruktur transportasi dapat memenuhi harapan wisatawan. Penelitian ini menyoroti pentingnya analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan dan peluang, serta memitigasi kelemahan dan ancaman pada destinasi wisata.

Persamaan dari ketiga penelitian menekankan pentingnya strategi berbasis analisis sumber daya lokal untuk pengembangan pariwisata. Semua penelitian juga mencatat peran penting kolaborasi antara pemerintah, masyarakat lokal, dan sektor swasta untuk mencapai keberlanjutan dan daya saing pariwisata.

Perbedaan penelitian kami berfokus pada pendekatan holistik untuk daya saing dan keberlanjutan industri secara keseluruhan di Yogyakarta, sementara penelitian sebelumnya lebih terfokus pada daya tarik wisata spesifik (Kaliurang) atau pada sudut pandang wisatawan tertentu (mahasiswa luar Jawa). Penelitian kami juga lebih menekankan aspek strategi implementasi dalam jangka panjang.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini memanfaatkan metode kualitatif pendekatan studi pustaka untuk mengumpulkan data yang relevan mengenai pengembangan industri pariwisata di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Teknik menghimpun data direalisasikan dengan mengkaji berbagai sumber literatur, termasuk artikel, buku, dan laporan penelitian yang berkaitan dengan topik ini. Data yang diperoleh akan dianalisis dengan model analisis data Miles dan Huberman, yang mencakup tiga langkah utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dikerjakan dengan menyaring informasi yang relevan dari sumber-sumber yang ada untuk fokus pada isu-isu kunci terkait pengembangan pariwisata. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi yang menggambarkan temuan-temuan penting, sedangkan penarikan kesimpulan melibatkan interpretasi hasil analisis untuk mendalami pemahaman tentang dampak pariwisata terhadap ekonomi daerah (Huberman, 1992).

Model Miles dan Huberman memungkinkan peneliti untuk secara sistematis mengorganisir dan menganalisis data kualitatif sehingga dapat menghasilkan temuan yang valid dan dapat diandalkan. Melalui metode ini, diharapkan dapat teridentifikasi strategi-

strategi efektif dalam meningkatkan daya saing industri pariwisata di Yogyakarta serta memahami tantangan yang dihadapi sektor ini. Penelitian ini juga akan memberikan rekomendasi berdasarkan hasil analisis untuk pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi di masa depan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi dan Pengembangan Industri di Indonesia

Industri merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia. Pengembangan industri dilakukan dengan fokus pada keberlanjutan, peningkatan daya saing global, dan optimalisasi potensi lokal. Pemerintah Indonesia mengimplementasikan berbagai strategi dalam upaya mempercepat pertumbuhan sektor industri, di antaranya:

a. Inovasi Sebagai Pilar Utama

Industri di Indonesia, terutama sektor kreatif, sangat bergantung pada inovasi untuk menciptakan nilai tambah dan bertahan dalam persaingan global. Inovasi produk, proses, dan organisasi menjadi kunci untuk menghadapi siklus teknologi yang cepat dan perubahan preferensi konsumen. Penggunaan teknologi baru dan digitalisasi juga diperkenalkan untuk meningkatkan efisiensi operasional (Pertanian, 2020). Memperkuat industri kreatif melalui pengembangan sektor industri yang berbasis kreativitas dan inovasi.

b. Pengembangan Kawasan Industri

Pemerintah mengembangkan kawasan industri berbasis wilayah seperti Kawasan Ekonomi Khusus (KEK), kawasan industri hijau, dan kawasan industri terpadu. Strategi ini bertujuan meningkatkan investasi dan menciptakan pusat-pusat pertumbuhan baru, terutama di luar Jawa, untuk mendukung pemerataan ekonomi (Cakranegara, 2022).

c. Dukungan UMKM dan Industri Kreatif

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) berperan penting dalam struktur industri Indonesia. Pemerintah memberikan insentif berupa pelatihan, akses pembiayaan, dan kemudahan perizinan untuk mendukung pertumbuhan sektor ini. Selain itu, industri kreatif seperti fesyen, film, dan kerajinan tangan juga mendapatkan perhatian khusus untuk meningkatkan ekspor dan menyerap tenaga kerja (Aryanti & Utami, 2022).

d. Transformasi Teknologi dan Digitalisasi

Industri 4.0 menjadi fokus utama dalam strategi pengembangan industri di Indonesia. Program Making Indonesia 4.0 dirancang untuk meningkatkan efisiensi proses produksi melalui digitalisasi, otomatisasi, dan penerapan teknologi mutakhir.

Sektor prioritas mencakup makanan dan minuman, tekstil, otomotif, elektronik, media pariwisata dan kimia (Pertanian, 2020). Mengembangkan industri berbasis teknologi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dalam meningkatkan produktivitas.

e. **Sustainability dalam Pengembangan**

Dalam menghadapi tantangan global seperti perubahan iklim, pengembangan industri di Indonesia diarahkan untuk lebih berkelanjutan. Langkah-langkah seperti efisiensi energi, pengurangan emisi karbon, dan penggunaan energi terbarukan menjadi bagian dari strategi nasional (Rusdi, 2016).

f. **Pengembangan Berbasis Kawasan Prioritas**

Pemerintah Indonesia menetapkan 10 Bali Baru sebagai kawasan prioritas pariwisata untuk mendiversifikasi destinasi wisata. Kawasan ini termasuk Mandalika di Lombok, Labuan Bajo di NTT, Candi Borobudur dan Danau Toba di Sumatera Utara. Strategi ini mencakup pembangunan infrastruktur, promosi global, dan dukungan investasi. Kemudian sebagai daya tarik wisatawan, pemerintah juga sedang melakukan pengembangan desa wisata dengan memberdayakan masyarakat lokal dan melestarikan budaya serta lingkungan.

Strategi dan Kebijakan Pemerintah Yogyakarta dalam Sektor Industri Pariwisata

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang dikenal dengan nama Jogja atau Yogya merupakan kota yang memiliki ciri khas dan daya tarik wisatawan karena pesona wisata dan budaya yang sangat kaya dan menawan. Keragaman Yogyakarta diperkuat dengan warganya yang ramah dan dilengkapi dengan warisan tradisi dan budaya yang masih dijunjung tinggi menjadi daya tarik tersendiri bagi siapa pun untuk datang ke kota Yogyakarta. Nilai-nilai tradisi dan budaya Jawa masih erat dilestarikan sebagai modal untuk pengembangan pariwisata Kota Yogyakarta serta sebagai sarana yang bisa diperkenalkan kepada wisatawan khususnya wisatawan mancanegara (Yusuf, 2020).

Berbagai potensi yang dimiliki kota Yogyakarta merupakan aset yang harus dipertahankan sehingga kiblat dalam menciptakan kota Yogyakarta dan kesejahteraan warga masyarakatnya dapat berlangsung secara terus menerus. Keraton Yogyakarta dijadikan sebagai tempat pusat budaya dan destinasi wisata budaya yang terus berkembang seiring waktu. Banyak destinasi wisata baik berbasis budaya, pendidikan, kuliner maupun alam untuk mendukung Yogyakarta sebagai kota budaya (Sulistya, 2016).

Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) telah mengembangkan berbagai strategi untuk memajukan sektor pariwisata, yang merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian daerah. Salah satu langkah utama yang diambil adalah implementasi e-

tourism sebagai bagian dari digital marketing. *E-tourism* mengacu pada penggunaan teknologi informasi untuk mempromosikan destinasi wisata secara digital, memungkinkan wisatawan untuk mengakses informasi dengan mudah dan merencanakan perjalanan mereka secara efisien. Menurut Suranto (Aw et al., 2024), pengembangan aplikasi seperti “*Visiting Jogja*” dan “*Jogja Pass*” telah menjadi alat yang efektif dalam memberikan informasi lengkap mengenai objek wisata, cuaca, dan layanan yang tersedia di Yogyakarta. Dengan memanfaatkan platform digital, pemerintah berharap dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan domestik dan internasional ke Yogyakarta (Betari Avinda et al., 2016).

Selain itu, pemerintah Yogyakarta juga berfokus pada branding kota sebagai upaya untuk membedakan Yogyakarta dari destinasi lain di Indonesia. Slogan “*Jogja Istimewa*” digunakan untuk menonjolkan kekayaan budaya dan sejarah yang dimiliki kota ini. Menurut (Rahsanjaya, 2016) dalam catatan bahwa branding yang kuat dapat menarik perhatian wisatawan dan menciptakan citra positif bagi Yogyakarta sebagai tujuan wisata unggulan. Melalui promosi yang konsisten dan penekanan pada keunikan budaya lokal, pemerintah berupaya untuk memperkuat daya tarik Yogyakarta di mata wisatawan, baik lokal maupun asing.

Dalam menghadapi tantangan yang timbul akibat pandemi COVID-19, pemerintah Yogyakarta meluncurkan program SIWIGNYO (Sistem Informasi Wisata Yogyakarta) sebagai respons terhadap perubahan perilaku wisatawan. Program ini dirancang untuk memberikan informasi sistematis dan transaksi yang jelas kepada masyarakat serta pelaku ekonomi di sektor pariwisata. Rimapradesi dan Surwandono menjelaskan bahwa SIWIGNYO mengintegrasikan berbagai layanan digital untuk mempermudah akses informasi terkait protokol kesehatan dan keamanan selama kunjungan. Dengan adanya aplikasi ini, pemerintah dapat memberikan data real-time mengenai kedatangan wisatawan dan membantu pengelolaan kerumunan di lokasi-lokasi wisata (Rimapradesi & Surwandono, 2022).

Pengembangan desa wisata juga menjadi fokus penting dalam strategi pengembangan pariwisata di Yogyakarta. Pemerintah mendorong pengelolaan desa-desa wisata berbasis komunitas yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat setempat. Dengan memberdayakan masyarakat dalam pengelolaan dan promosi desa wisata, pemerintah tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat tetapi juga melestarikan budaya lokal. Menurut penelitian oleh Nanda Dwi Putra, desa-desa ini menawarkan pengalaman autentik bagi wisatawan, sekaligus menjaga keberlanjutan lingkungan dan budaya setempat (Sulistya, 2016).

Pemerintah juga melakukan kolaborasi lintas sektor dengan berbagai pemangku kepentingan dalam industri pariwisata. Kolaborasi antara pemerintah daerah, pelaku usaha, dan komunitas lokal sangat penting untuk menciptakan ekosistem pariwisata yang saling mendukung. Pelatihan bagi pelaku usaha di sektor pariwisata menjadi salah satu fokus utama untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk yang berikan kepada wisatawan. Melalui pelatihan berbasis webinar dan sosialisasi protokol kesehatan, pemerintah berupaya memastikan bahwa semua pihak siap menyambut kedatangan wisatawan dengan layanan yang berkualitas.

Selain itu, pemerintah Yogyakarta juga mengembangkan wisata malam sebagai gaya pariwisata yang tercipta melalui budaya baru wisatawan dalam berkunjung ke suatu kawasan. Terbentuknya wisata malam akibat dari transformasi budaya konsumsi masyarakat yang suka dengan kegiatan hiburan pada malam hari, sehingga mengharuskan terwujudnya kreativitas produk wisata yang dapat dikembangkan alih-alih sebagai strategi dalam mempertahankan daya saing destinasi wisata. Pengembangan pariwisata malam hari dapat memberikan jalan keluar masalah, mempertahankan kunjungan wisatawan, dan sebagai media promosi perkembangan ekonomi. Produk unggulan dan daya tarik wisata malam salah satunya yaitu kuliner. Kuliner khas yang dikenalkan menjadi ciri khas sebagai alat promosi yang cukup strategis (Pradhana, 2023). Selain untuk daya tarik wisata, memajukan kuliner khas dan tradisional juga bisa menjadi salah satu sarana pelestarian adat dan budaya. Wisata kuliner malam hari bisa dikemas ke dalam bentuk *event* festival kuliner yang dikonsepsi kombinasi antara kuliner dan seni budaya.

Mengukur Keberhasilan Pemerintah Yogyakarta dalam Pengembangan Sektor Pariwisata

Pemerintah Yogyakarta mengukur keberhasilan dari kebijakan pariwisata baru yang diterapkan pada tahun 2024 melalui beberapa indikator kunci, salah satunya adalah target jumlah kunjungan wisatawan. Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta menargetkan kunjungan wisatawan mencapai 9 juta orang hingga akhir tahun 2024. Hingga September 2024, jumlah pergerakan wisatawan di Yogyakarta hampir menembus angka 8 juta orang, menunjukkan tren positif yang sejalan dengan upaya pemerintah dalam mempromosikan destinasi wisata dan meningkatkan aksesibilitas. Kepala Dinas Pariwisata, Wahyu Hendratmoko, menyatakan bahwa pencapaian ini merupakan hasil dari pengoptimalan 25 kampung wisata yang menawarkan berbagai atraksi dan pengalaman unik bagi pengunjung, serta kolaborasi dengan pelaku industri pariwisata untuk menciptakan paket-paket menarik (Handani & Novita, 2020).

Selain jumlah kunjungan, pemerintah juga memperhatikan lama tinggal wisatawan sebagai salah satu indikator keberhasilan. Rata-rata lama tinggal wisatawan di Yogyakarta saat ini berada di angka 1,75 hari. Untuk meningkatkan lama tinggal ini, pemerintah telah mengencangkan promosi terhadap kampung-kampung wisata yang memiliki potensi menarik untuk dieksplorasi lebih lanjut. Dengan menawarkan berbagai aktivitas dan paket wisata yang beragam, diharapkan wisatawan dapat menghabiskan lebih banyak waktu di Yogyakarta. Penjabat Wali Kota Yogyakarta, Sugeng Purwanto, menekankan pentingnya meningkatkan pengalaman wisatawan agar mereka merasa betah dan tertarik untuk kembali berkunjung (Gratiano, 2021).

Pemerintah juga mengukur keberhasilan kebijakan pariwisata melalui tingkat belanja wisatawan selama kunjungan mereka. Rata-rata belanja wisatawan saat ini tercatat sekitar Rp 2,2 juta per kunjungan. Dengan mengedepankan kualitas pariwisata dan produk lokal, pemerintah berharap dapat mendorong peningkatan belanja ini. Dalam konteks ini, strategi pengembangan pariwisata berkualitas menjadi fokus utama yang diharapkan dapat memberikan dampak ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat lokal. Menurut Agus Tri Haryono, Kepala Bappeda Kota Yogyakarta, peningkatan layanan dan produk lokal serta keterlibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata sangat penting untuk mencapai tujuan ini (Fadhil & Zaenuri, 2021).

Pengembangan Inovasi Pariwisata Yogyakarta

Pada tahun 2024, pemerintah Yogyakarta memperkenalkan beberapa inovasi pariwisata yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan ke daerah ini. Salah satu inovasi utama adalah pengembangan 25 kampung wisata yang tersebar di seluruh kota. Melalui Festival Kampung Wisata 2024, yang diadakan pada 21 sampai 23 Juni, setiap kampung akan menampilkan potensi wisata dan budaya unik mereka. Festival ini tidak hanya menjadi ajang promosi bagi produk-produk lokal, tetapi juga mendorong partisipasi masyarakat dalam mengelola dan mempromosikan kampung wisata mereka. Menurut Husni Eko Prabowo, Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata Dinas Pariwisata Kota Jogja, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan lama tinggal wisatawan dan perputaran ekonomi di daerah tersebut (Fadhil & Zaenuri, 2021).

Inovasi lain yang diperkenalkan adalah Pusat Data Industri Pariwisata Jogja (PUTRI JOGJA), yang merupakan platform berbasis web untuk menyediakan informasi lengkap tentang destinasi wisata, akomodasi, restoran, dan toko oleh-oleh. Kepala Dinas Pariwisata Yogyakarta, Wahyu Hendratmoko, menjelaskan bahwa PUTRI JOGJA bertujuan untuk memudahkan akses informasi bagi masyarakat umum, akademisi, serta investor di sektor pariwisata. Dengan adanya platform ini, diharapkan semua pihak dapat

dengan mudah mengakses data yang relevan dan terkini mengenai industri pariwisata di Yogyakarta (Fadhil & Zaenuri, 2021).

Hal ini menunjukkan komitmen pemerintah dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan transparansi dan efisiensi dalam sektor pariwisata. Selain itu, pemerintah juga fokus pada kegiatan berbasis olahraga sebagai bagian dari inovasi pariwisata. Penjabat Wali Kota Yogyakarta, Singgih Raharjo, menyatakan bahwa pengembangan kegiatan pariwisata berbasis olahraga semakin diminati oleh masyarakat dan wisatawan. Kebijakan ini tidak hanya menarik minat pengunjung baru tetapi juga menciptakan pengalaman unik bagi para wisatawan yang ingin menikmati aktivitas fisik sambil menjelajahi keindahan alam dan budaya Yogyakarta. Dengan mengintegrasikan berbagai jenis kegiatan olahraga ke dalam paket wisata, pemerintah berharap dapat menarik lebih banyak wisatawan serta meningkatkan lama tinggal mereka di Yogyakarta (Jihan Ramadhani Ekawati et al., 2021).

Akhirnya, semua inovasi ini diarahkan untuk mendukung konsep *quality tourism*, yang lebih menekankan pada dampak positif daripada sekadar kuantitas jumlah wisatawan. Dengan fokus pada pengalaman berkualitas bagi pengunjung dan peningkatan belanja per kunjungan yang saat ini rata-rata mencapai Rp 2,2 juta. Pemerintah berharap dapat menciptakan dampak ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat lokal. Melalui berbagai inovasi ini, Yogyakarta berupaya untuk tetap relevan sebagai salah satu tujuan wisata unggulan di Indonesia sambil menjaga keberlanjutan lingkungan dan budaya lokal (Gratiano, 2021).

Strategi Pemerintah untuk Keberlanjutan Inovasi Pariwisata Yogyakarta

Pemerintah merupakan aktor krusial dalam membangun suatu daerah, peran pemerintah sangatlah dominan dalam membuat regulasi dan strategi. Program-program prioritas pembangunan pariwisata Kota berkelanjutan di Kota Yogyakarta yang dilakukan oleh stakeholder Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan Pemerintah Kota Yogyakarta diantaranya yakni Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) Kota Yogyakarta, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, Perhimpunan Hotel dan Restoran Yogyakarta (PHRI), Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Yogyakarta (ASITA) dan Kelompok Masyarakat yang diwakili oleh Paguyuban Becak Wisata Yogyakarta.

Stakeholder ini bertindak dalam merumuskan kebijakan pariwisata kota berkelanjutan. Stakeholder ini bertemu dalam Forum FGD se-DIY yang diselenggarakan forum dilakukan 1 (bulan) kali dalam setahun, forum koordinasi oleh yang dimotori oleh Bappeda Kota Yogyakarta sebagai langkah awal untuk mensinkronisasi kegiatan agar terjalin sinergi dan kolaborasi antar stakeholder, dipaparkan bahwa untuk tahun 2023 pelaksanaan pariwisata berkelanjutan berfokus pada peningkatkan jumlah kunjungan

wisata, meningkatkan kualitas dan daya saing pariwisata Kota Yogyakarta, meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, dan pelestarian budaya dan lingkungan. Semua stakeholder yang terlibat dalam FGD tersebut mempunyai keterkaitan dalam kebijakan pariwisata kota berkelanjutan di Yogyakarta, masing-masing memiliki kepentingan yang sama.

Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Kota Yogyakarta berkepentingan dalam mengembangkan pariwisata sebagai salah satu sektor andalan perekonomian daerah. Selain itu pemerintah juga bertanggung jawab dalam menjaga kelestarian budaya dan lingkungan di Kota Yogyakarta serta meningkatkan jumlah kunjungan wisata di Kota Yogyakarta. Sedangkan pihak swasta mempunyai kepentingan dalam penyediaan akomodasi dan meningkatkan promosi pariwisata di Kota Yogyakarta. Disisi lain, Masyarakat Lokal yang diwakili oleh Paguyuban Becak Wisata Yogyakarta tentunya mempunyai kepentingan untuk meningkatkan kesejahteraan para pengemudi becak dan keluarganya, hal ini tentunya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Analisis Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Produk Domestik Regional Bruto

a. Pengaruh Jumlah Wisatawan terhadap Produk Domestik Regional Bruto

Berdasarkan hasil analisis regresi data dalam panel pada variabel jumlah wisatawan, hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa jumlah wisatawan memiliki pengaruh positif, meskipun kecil, terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Nilai probabilitas yang diperoleh adalah 0.1849, yang lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha=0,05$ ($0.1849 > 0,05$) (Sabrina & Huda, 2023).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa wisatawan merupakan komponen penting dalam sektor ini. Peningkatan jumlah wisatawan domestik dan mancanegara berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui pendapatan yang berasal dari konsumsi wisatawan. Kenaikan PDRB diperkirakan akan terjadi seiring dengan bertambahnya jumlah pengunjung. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa sektor pariwisata dari jumlah wisatawan belum sepenuhnya berfungsi sebagai pendorong utama bagi peningkatan PDRB.

b. Pengaruh Jumlah Akomodasi Hotel terhadap Produk Domestik Regional Bruto

Temuan dari pengujian regresi data panel mengenai Jumlah Akomodasi Hotel terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,0002, yang lebih kecil dari $\alpha=0,05$ ($0,0002 < 0,05$). Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis

alternatif (Ha) diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa jumlah hotel memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap PDRB di Daerah Istimewa Yogyakarta (Sabrina & Huda, 2023).

Pertumbuhan jumlah akomodasi hotel di provinsi ini berpotensi memberikan kontribusi besar terhadap produk domestik regional dan perekonomian lokal, karena dapat meningkatkan output serta pendapatan. Seiring dengan peningkatan jumlah wisatawan, jumlah hotel diperkirakan akan terus bertambah, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan pajak hotel daerah dan mendorong pertumbuhan ekonomi.

c. Pengaruh Jumlah Objek Wisata terhadap Produk Domestik Regional Bruto

Berdasarkan hasil analisis regresi data panel, variabel Jumlah Objek Wisata menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,0496, yang lebih kecil dari $\alpha=0,05$ ($0,0496 < 0,05$). Ini berarti bahwa jumlah objek wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (Sabrina & Huda, 2023). Peningkatan jumlah objek wisata dapat menyebabkan kenaikan PDRB, yang pada gilirannya meningkatkan pendapatan daerah melalui pajak dan retribusi. Dengan demikian, objek wisata memberikan dampak langsung yang signifikan terhadap PDRB melalui pertumbuhan jumlah wisatawan yang datang serta promosi objek wisata yang lebih efektif.

d. Pengaruh Jumlah Restoran dan Rumah Makan terhadap Produk Domestik Regional Bruto

Berdasarkan hasil analisis regresi data panel, variabel Jumlah Rumah Makan memiliki nilai probabilitas sebesar 0,2037, yang lebih besar dari $\alpha=0,05$ ($0,2037 > 0,05$). Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Ini menunjukkan bahwa jumlah rumah makan berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Daerah Istimewa Yogyakarta (Sabrina & Huda, 2023).

Kemungkinan besar, fluktuasi jumlah restoran tidak mencerminkan permintaan konsumen yang kuat untuk aktivitas terkait pariwisata. Dengan demikian, perubahan jumlah restoran dan rumah makan tidak berdampak signifikan pada PDRB. Selain itu, kurangnya minat dari produsen untuk meningkatkan standar kualitas dan manajemen restoran dapat berkontribusi pada situasi ini. Hal ini juga mungkin disebabkan oleh kurangnya izin usaha yang dikelola dengan baik oleh instansi terkait.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa sektor pariwisata di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki dampak yang signifikan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Variabel jumlah wisatawan dan objek wisata menunjukkan pengaruh positif yang kuat, sementara jumlah akomodasi hotel juga berkontribusi secara signifikan. Namun, jumlah rumah makan tidak menunjukkan pengaruh yang sama, mengindikasikan bahwa fluktuasi dalam jumlah restoran tidak selalu mencerminkan permintaan konsumen yang tinggi. Temuan ini menegaskan pentingnya pengembangan dan peningkatan kualitas layanan di sektor pariwisata untuk memaksimalkan kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi daerah.

Meskipun penelitian ini memberikan wawasan penting tentang dinamika sektor pariwisata di Yogyakarta, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Penelitian ini tidak mengkaji secara mendalam faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi hasil, seperti perubahan perilaku wisatawan pasca-pandemi atau kebijakan pemerintah yang baru. Oleh karena itu, disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang mencakup analisis lebih komprehensif mengenai dampak kebijakan dan tren global terhadap industri pariwisata. Rekomendasi untuk tindakan selanjutnya termasuk peningkatan kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat lokal untuk menciptakan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan dan berdaya saing.

DAFTAR REFERENSI

- Aprilia Kumaji, R., Hakim, L., & Pangestuti, E. (2021). Ecolodge Sebagai Sarana Akomodasi Pariwisata Berkelanjutan. *Profit*, 15(01), 27–42. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2021.015.01.4>
- Aryanti, A. N., & Utami, W. N. (2022). Strategi Inovasi Pada Industri Kreatif: Sebuah Upaya Pemulihan Bisnis Di Masa Pandemi Covid19. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 11(1), 26–37. <https://doi.org/10.17509/image.v11i1.38433>
- Aw, S., Agustinova, D. E., Fitriana, K. N., Arif, N., & Wulansari, N. L. T. (2024). E-tourism: A communication strategy of Yogyakarta's tourism potential marketing in industrial revolution 4.0 era. *Informasi*, 53(2), 189–196. <https://doi.org/10.21831/informasi.v53i2.54019>
- Betari Avinda, C., Sudiarta, I. N., & Oka Karini, N. M. (2016). Strategi Promosi Banyuwangi Sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata). *Jurnal IPTA*, 4(1), 55. <https://doi.org/10.24843/ipta.2016.v04.i01.p10>
- Cakranegara, P. A. (2022). Analisis Pembukaan dan Pengembangan Kawasan Industri di Indonesia. *Jurnal EL-RIYASAH*, 13(1), 68. <https://doi.org/10.24014/jel.v13i1.18941>

- Fadhil, R. M., & Zaenuri, M. (2021). Strategi Recovery Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta Pada Masa New Normal Tatanan kehidupan baru atau New Normal menjadi babak baru setelah sekian lama kondisi Indonesia yang berubah drastis . New Normal diharapkan menjadi angin segar bagi seluruh yang dipe. 2(2), 60–71.
- Gratiano, M. (2021). Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Pariwisata Era New Normal Di Daerah Istimewa Yogyakarta Melalui Aplikasi. 3(1), 1–11.
- Hadi, W. (2018). Analisa Terhadap Pengembangan Obyek Wisata Di Mata Mahasiswa Luar Jawa Sebagai Wisatawan Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 70–82. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13768>
- Handani, D., & Novita, S. (2020). Strategi Pengembangan Potensi Wisata Desa Bukit Telago Dalam Perspektif Community Based Tourism. 1(2), 81–88.
- Huberman, M. dan. (1992). Analisis Data Kualitatif. Universitas Indonesia Press.
- Jihan Ramadhani Ekawati, Indrawati, C. D. S., & Subarno, A. (2021). Strategi Public Relations Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata, Budaya Dan Pendidikan Di Museum Keris Surakarta. *JIKAP Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran*, 5(3).
- Pertanian, I. (2020). Strategi Pengembangan Industri Kreatif untuk Inovasi. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(3), 290–298. <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2020.30.3.290>
- Pradhana, A. (2023). Strategi Pengembangan Wisata Malam Berbasis Perkotaan di Kota Cirebon. *Journal of Sharia Tourism and Hospitality*, 1(2), 138–146. <https://doi.org/10.24235/jetour.v1i2.24>
- Rahsanjaya, W. D. (2016). Strategi Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta Membangun Pariwisata Melalui City Branding “Jogja Istimewa.” Ilmu Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Rimapradesi, Y., & Surwandono. (2022). Strategi Smart Tourism Pemerintah D.I. Yogyakarta di Era New Normal. *Jurnal Sosial Politik*, 8(1), 16–27. <https://doi.org/10.22219/jurnalsospol.v8i1.15600>
- Riyanti, A., & Lesmana, A. C. (2022). Pengembangan Daya Tarik Wisata di Kaliurang, Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 5(1), 115–126. <https://doi.org/10.17509/jithor.v5i1.45008>
- Rusdi, S. (2016). Strategi Pembangunan Industri Indonesia (Analisis Kebijakan dan Perspektif Industri Masa Depan). *Unisia*, 13(15), 27–34. <https://doi.org/10.20885/unisia.vol13.iss15.art2>
- Sabrina, E. W., & Huda, S. (2023). Analisis Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Produk Domestik Regional Bruto. *Equilibria Pendidikan : Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 8(1), 12–21. <https://doi.org/10.26877/ep.v8i1.16408>
- Sulistya, A. B. (2016). Tren Perkembangan Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta periode tahun 2009- 2014. Universitas Sanata Dharma.
- Yusuf, M. (2020). How Far Can Tourism Go? Residents’ Attitudes toward Tourism Development in Yogyakarta City, Indonesia. *Indonesian Journal of Geography*, 52(2), 208–218. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22146/ijg38375>