

BAB V
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Uji Kualitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS for Windows release 15.0. Hasil uji validitas dijabarkan pada tabel berikut ini.

Tabel 5.1
Uji Validitas

Item/ Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Interpretasi
1	0,544	0,1966	Valid
2	0,393	0,1966	Valid
3	0,386	0,1966	Valid
4	0,349	0,1966	Valid
5	0,641	0,1966	Valid
6	0,514	0,1966	Valid
7	0,249	0,1966	Valid
8	0,383	0,1966	Valid
9	0,514	0,1966	Valid
10	0,552	0,1966	Valid
11	0,514	0,1966	Valid
12	0,261	0,1966	Valid
13	0,641	0,1966	Valid
14	0,514	0,1966	Valid
15	0,514	0,1966	Valid
16	0,386	0,1966	Valid
17	0,252	0,1966	Valid
18	0,386	0,1966	Valid
19	0,641	0,1966	Valid
20	0,311	0,1966	Valid

Sumber: Output SPSS 15.0, data primer yang diolah

Uji validitas dilakukan terhadap seluruh butir pertanyaan, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor totalnya pada masing-masing konstruk. Dari hasil uji validitas seperti yang disajikan pada tabel 5.1 menunjukkan bahwa semua item valid karena r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} (0,1966) pada taraf signifikan 5%. Artinya, tiap pertanyaan berkorelasi dengan skor-skor totalnya dan semuanya dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan dan tetap konsisten jika dilakukan dua kali pengukuran ataupun lebih pada kelompok yang sama dengan alat ukur yang sama. Pengujian Cronbach Alpha digunakan untuk menguji tingkat keadaan (reability) dari masing-masing angket variabel. Apabila nilai Cronbach Alpha semakin mendekati 1, mengidentifikasi bahwa semakin tinggi tingkat konsisten internal reliabilitasnya. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah sebagai berikut.

Tabel 5.2
Uji Reliabilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	N
0,794	20

Sumber: Output SPSS 15.0, data primer yang diolah

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,6. Maka dari itu, seluruh item pertanyaan dinyatakan reliabel. Sesuai dengan pendapat Imam Ghozali (2001) bahwa pernyataan reliabel (handal) jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6.

Maka dapat dinyatakan bahwa seluruh pernyataan dalam kuisioner adalah reliabel (andal).

B. Analisis Data

1. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah data memiliki sebaran yang normal. Untuk menguji normalitas data dalam penelitian ini digunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Kemudian untuk menerima atau menolak hipotesis dengan cara membandingkan nilai sig dengan taraf signifikansi sebesar 0,05. Jika nilai sig > 0,05, maka data berdistribusi normal.

Tabel 5.3
Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov(a)		
	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	0,055	100	0,200

Sumber: Output SPSS 15.0, data primer yang diolah

Dari hasil perhitungan uji Kolmogorov-Smirnov, dapat diketahui bahwa nilai Sig lebih dari 0,05 ($0,200 > 0,05$) sehingga keseluruhan data tersebut dinyatakan memiliki distribusi normal atau memiliki sebaran data yang normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Deteksi multikolinieritas dapat dilakukan dengan menganalisis

matriks korelasi antar variabel independen dan dengan melihat nilai tolerance dan lawannya VIF. Adapun hasil uji multikolonieritas dengan menggunakan matriks korelasi sebagai berikut.

Tabel 5.4
Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
<i>Liveability</i>	0,434	2,302
<i>Investability</i>	0,449	2,225
<i>Visitability</i>	0,916	1,091

Sumber: Output SPSS 15.0, data primer yang diolah

Hasil perhitungan nilai tolerance juga menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki tolerance kurang dari 0,10. Hasil perhitungan nilai Variance Inflation Factor (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Berdasarkan Coefficients pada gambar diatas maka dapat diketahui bahwa nilai VIF adalah 2,302 (variabel *liveability*); 2,225 (variabel *investability*); dan 1,091 (variabel *visitability*). Sehingga kesimpulannya bahwa variabel independen terbebas dari asumsi klasik multikoloniaritas karena hasilnya lebih kecil dari pada 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji hereroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena varian gangguan berbeda antara satu observasi ke observasi lain.

Tabel 5.5
Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig (2-tailed)
<i>Liveability</i>	0,716
<i>Investability</i>	0,924
<i>Visitability</i>	0,800

Sumber: Output SPSS 15.0, data primer yang diolah

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikasi tiap variabel lebih besar daripada 0,05 dimana nilai signifikasi variabel *liveability* ($0,716 > 0,05$), variabel *investability* ($0,924 > 0,05$), dan variabel *visitability* ($0,800 > 0,05$) maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesis menggunakan regresi berganda yang akan diuji secara empirik, untuk mencari hubungan fungsional tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, untuk meramalkan tiga variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Hasil uji linier berganda dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

Tabel 5.6
Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Sig
	B	
(Constant)	0,657	0,701
<i>Liveability</i>	0,957	0,000
<i>Invesability</i>	-0,594	0,000
<i>Visitability</i>	0,622	0,000

Sumber: Output SPSS 15.0, data primer yang diolah

Berdasarkan hasil di atas dapat dikembangkan dengan menggunakan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$PD = \alpha + \beta_1 \textit{liveability} + \beta_2 \textit{investability} + \beta_3 \textit{visitability} + e_i$ apabila nilai pada tabel di atas disubsitusikan maka akan diperoleh nilai sebagai berikut:

$$PD (Y) = 0,657 + 0,957 X_1 - 0,594 X_2 + 0,622 X_3 + e_i$$

1. Konstanta sebesar 0,657 artinya jika *liveability*, *investability*, dan *visitability* tidak ada maka PD sebesar 0,657.
2. Koefisien Regresi X1 sebesar 0,957 artinya setiap kenaikan satu satuan *liveability* akan meningkatkan PD sebesar 0,957. Dan sebaliknya setiap penurunan satu satuan *liveability*, akan menurunkan PD sebesar 0,957.
3. Koefisien Regresi X2 sebesar -0,594 artinya setiap kenaikan satu satuan *investability* akan mengurangi PD sebesar 0,594. Dan sebaliknya, setiap penurunan satu satuan *investability*, akan menurunkan PAD sebesar 0,594.
4. Koefisien Regresi X3 sebesar 0,622 artinya setiap kenaikan satu satuan *visitability* akan meningkatkan PD sebesar 0,622. Dan sebaliknya setiap penurunan satu satuan *visitability*, akan menurunkan PAD sebesar 0,622.

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji F dan uji t. Uji F dilakukan untuk membuktikan pengaruh secara serentak variabel bebas terhadap variabel terikat, sedangkan uji t digunakan untuk membuktikan pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat.

a. **Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)**

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini yaitu dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel maka H_0 ditolak, dan sebaliknya jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka H_0 diterima.

Tabel 5.7
Uji Statistik t

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig
<i>Liveability</i>	8,148	1,664	0,000
<i>Investability</i>	-6,700	1,664	0,000
<i>visitability</i>	7,950	1,664	0,000

Sumber: Output SPSS 15.0, data primer yang diolah

Hasil uji t di atas dapat disimpulkan bahwa pada variabel *liveability* (X1) seperti pada tabel 5.7 di atas diperoleh t hitung sebesar 8,148 dengan probabilitas sebesar 0,000 yang nilai t hitung lebih besar dibandingkan t tabel ($8.148 > 1.664$). Dengan demikian H_0 diterima untuk hipotesis nomor satu, yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan *liveability* secara parsial terhadap Pendapatan Daerah (Y).

Hasil uji t pada *investability* (X2) seperti pada tabel 5.6 di atas diperoleh t hitung sebesar -6,700 dengan probabilitas 0,000 dimana t hitung lebih kecil dibandingkan dengan t tabel ($-6,700 < 1,664$). Dengan demikian H_0 ditolak untuk hipotesis nomor dua, yang artinya terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara variabel *investability* secara parsial terhadap Pendapatan Daerah (Y).

Hasil uji t selanjutnya yaitu pada *visitability* (X3) seperti pada tabel 5.6 diatas diperoleh t hitung sebesar 7,950 dengan probabilitas 0,000 dimana nilai t hitung lebih besar dibandingkan nilai t tabel ($7,950 > 1,664$). Dengan demikian H_a diterima untuk hipotesis nomor tiga, yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel *visitability* secara parsial terhadap Pendapatan Daerah (Y).

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 5.8
Uji Statistik F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	423,463	3	141,154	53,298	0,000
Residual	254,247	96	2,648		
Total	677,710	99			

Sumber: Output SPSS 15.0, data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 5.7 di atas, di dapat F hitung sebesar 53,298 dengan probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu *liveability*, *investability*, dan *visitability* berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap Pendapatan Daerah (PAD).

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel Pendapatan Daerah (PD). Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel independen penelitian memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel Pendapatan Daerah (PD). Hasil koefisien determinasi dapat dilihat dalam tabel 5.8 dibawah ini.

Tabel 5.9
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,790	0,625	0,613	1,627	1,984

Sumber: Output SPSS 15.0, data primer yang diolah

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Oleh karena itu, dianjurkan untuk menggunakan adjusted R Square (R^2) pada saat mengevaluasi model regresi terbaik. Dari tabel koefisien determinasi 5.8 di atas, dapat dilihat bahwa angka koefisien korelasi (R) sebesar 0,790. Hal ini berarti hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen sebesar 79%. Dari angka tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen kuat.

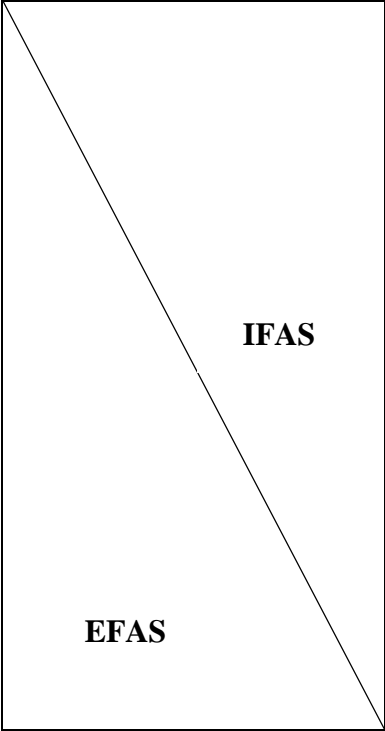
Besarnya Adjust R Square (R^2) adalah 0,625. Hasil perhitungan statistik ini berarti bahwa kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasinya perubahan variabel dependen sebesar 62,4%,

sedangkan sisanya sebesar 37,5% (100-62,5%) diterangkan oleh faktor-faktor lain di luar model regresi yang dianalisis.

Dilhat dari analisis linier berganda, yang menyatakan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent, maka selanjut dapat dilakukan analisis SWOT untuk menentukan strategi apa yang paling cocok untuk meningkatkan Pendapatan Daerah melalui promosi daerah dengan mengedepankan tiga aspek variabel independent, yaitu *investability*, *visitability*, dan *liveability*.

C. Analisis SWOT untuk Meningkatkan Pendapatan Daerah di DIY

Tabel 5.10
MATRIK SWOT

	<p>Kekuatan/ Strength (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Living cost</i> yang murah • Budaya dan sikap masyarakat • Aksesibilitas yang mudah • Fasilitas/ Infrastruktur pengunjung lengkap • Tersedianya lembaga keuangan • Banyaknya tempat wisata • DIY sebagai kota pendidikan • DIY sebagai kota budaya • DIY sebagai tujuan wisata 	<p>Kelemahan/ Weakness (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bencana alam • Tingkat kriminalitas yang relatif tinggi • Kebersihan lingkungan yang kurang • Pembangunan yang masih berlangsung melunturkan pesona budaya DIY • Semakin banyaknya pendatang • Kepadatan kota (kemacetan lalu lintas) • Harga sewa tanah/lahan yang relatif mahal
<p>Peluang/ Opportunities (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kebijakan pemerintah dalam membebaskan visa untuk beberapa negara • Berkembangnya trans 	<p>Strategi (SO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menjalin kerjasama antara masyarakat dan pemerintah daerah guna membangun 	<p>Strategi (WO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan acara pameran produk lokal dan pesta budaya, setiap tahunnya.

<p>penerbangan (transportasi antar negara yang mudah)</p> <ul style="list-style-type: none"> • MEA • Tersedianya berbagai paket tour wisata • Banyaknya investor-investor baru yang bermunculan • Kebijakan nawacita dalam mengembangkan sektor wisata 	<p>parwisata dengan basis modern dan tetap menjaga wisata budaya.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pengendalian ekonomi berupa pendirian akses ekonomi di daerah-daerah terpencil. • Memperbaiki fasilitas umum seperti transportasi dan fasilitas kesehatan. • Meratakan pendidikan di seluruh wilayah. • Mempromosikan pariwisata DIY ke rancah mancanegara 	<ul style="list-style-type: none"> • Pemerintah bekerja sama dengan pengelola tour wisata • Pembangunan fasilitas/infrastruktur (hotel) yang terpusat di sekitar wisata • Menyediakan kantong parkir yang banyak
<p>Ancaman/ Treath (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banyak daerah yang mempunyai program wisata • Masuknya budaya luar negeri yang melunturkan kultur budaya • Banyak wisata di luar DIY yang menarik 	<p>Strategi (ST)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengemas wisata budaya dan modern sehingga menjadikan wisata yang baru serta menarik • Tersediannya tempat pertunjukan seni dengan fasilitas yang memadai. 	<p>Strategi (WT)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pemerintah perlu menyusun peraturan daerah tentang pembangunan di segala bidang. • Pemerintah membuat kebijakan tentang kemudahan dalam pengurusan administrasi.

Dari hasil penelitian regresi maka diperoleh nilai koefisien regresi untuk *investability* sebesar -0,575; nilai koefisien regresi untuk *visitability* sebesar 0,614 dan nilai koefisien regresi untuk *liveability* sebesar 0,942. Nilai koefisien regresi pada analisis metode regresi linier berganda berbanding lurus dengan kenaikan atau penurunan Pendapatan Daerah, artinya pada saat nilai koefisien regresi menunjukkan hasil negatif maka variabel tersebut dapat menurunkan Pendapatan Daerah, sebaliknya pada saat nilai koefisien regresi menunjukkan hasil positif maka variabel tersebut dapat meningkatkan

Pendapatan Daerah. Data tersebut menunjukkan bahwa *investability* mempunyai nilai koefisien regresi menunjukkan hasil negatif, maka variabel *investability* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Pendapatan Daerah. Artinya jika *investability* mengalami kenaikan maka Pendapatan Daerah mengalami penurunan. Hal ini dapat disebabkan karena *investability*. *Investability* memberikan multiplier ke Pendapatan Daerah tidak dalam jangka waktu pendek tetapi dalam jangka waktu panjang. Sedangkan, variabel *visitability* dan *liveability* menunjukkan hasil nilai t positif, maka variabel *visitability* dan *liveability* berpengaruh positif dan signifikan meningkatkan Pendapatan Daerah. Sehingga variabel *visitability* dan *liveability* dapat digunakan sebagai poin penting dalam promosi daerah. Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta dapat menonjolkan variabel *visitability* dan *liveability* yang ada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta seperti karakter wilayah yang tidak terlalu luas dan mudah untuk dijangkau, Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai tujuan untuk berwisata maupun perdagangan bagi kota disekitarnya, mudahnya akses komunikasi, tersebarnya tempat wisata baik modern maupun budaya, berkembangnya tempat wisata dan retail modern di Daerah Istimewa Yogyakarta, kondisi lingkungan yang masih terjaga, *living cost* yang murah, mudahnya akses baik transportasi dalam kota maupun luar kota, serta tersedianya sarana dan prasarana umum yang mudah dijangkau.

Berdasarkan analisis metode SWOT dapat diperoleh strategi untuk meningkatkan promosi daerah sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strength-Oportunities*) Strategis yang Menggunakan Kekuatan dan Manfaatkan Peluang

- a. Menjalin kerjasama antara masyarakat dan pemerintah daerah guna membangun pariwisata dengan basis modern dan tetap menjaga wisata budaya.

Penjelasan:

Pengembangan pariwisata yang dengan basis modern akan menarik banyak investor untuk berinvestasi. Serta semakin banyak pengunjung/wisatawan untuk berkunjung karena terdapat pilihan wisata, dari wisata modern hingga wisata budaya. Hal tersebut mengakibatkan sektor pariwisata akan semakin berkembang yang dapat berdampak kepada Pendapatan Daerah yang stabil.

Wisata berbasis modern dapat dilakukan dengan menerapkan multi tiket pada musim liburan baik di tempat wisata kabupaten maupun kota madya.

- b. Pengendalian ekonomi berupa pendirian akses ekonomi di daerah-daerah terpencil.

Penjelasan:

Pendirian akses ekonomi seperti bank daerah dan bank nasional di daerah-daerah terpencil dapat memudahkan masyarakat di daerah yang sedang berkembang untuk bertransaksi ekonomi sehingga Pendapatan Daerah dapat meningkat. Selain itu, perkembangan

ekonomi di daerah-daerah yang sedang berkembang dapat menstabilkan *living cost* dan hunian yang strategis.

- c. Memperbaiki fasilitas umum seperti transportasi dan fasilitas kesehatan.

Penjelasan:

Transportasi merupakan alat utama suatu daerah untuk mengembangkan daerah tersebut, karena transportasi yang mudah dijangkau dapat berdampak pada segala sektor, baik perekonomian, pembangunan, dan pariwisata.

Semakin berkembangnya transportasi yang dikelola pemerintah maupun industri transportasi swasta maka pajak yang didapatkan daerah akan semakin meningkat.

Fasilitas kesehatan yang dapat dijangkau hingga daerah-daerah terpencil dapat dijadikan upaya untuk meratakan penduduk guna menstabilkan ekonomi daerah.

- d. Meratakan pendidikan di seluruh wilayah.

DIY merupakan icon kota pendidikan di Indonesia, dengan mengembangkan pendidikan di DIY maka akan menciptakan SDM yang berkualitas sebagai investor yang akan membangun usahanya di DIY tidak perlu membawa SDM di luar DIY. Hal tersebut dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat.

- e. Mempromosikan pariwisata DIY ke rancah mancanegara

Dengan adanya persaingan MEA, maka diperlukan strategi untuk menghadapi persaingan dengan negara-negara di ASEAN. Salah satu strategi untuk menghadapi MEA adalah dengan mengembangkan sektor pariwisata sebagai daya tarik wisatawan dan investor. DIY mempunyai wisata budaya yang dapat dijadikan daya jual sebagai upaya menambah PAD dan strategi menghadapi MEA.

2. Strategi ST (*Strength-Threats*), Strategi yang Menggunakan Kekuatan dan Mengatasi Ancaman

- a. Mengemas wisata budaya dan modern sehingga menjadikan wisata yang baru serta menarik.

Penjelasan:

Banyaknya wisata budaya di DIY dianggap kolosal (kuno) oleh beberapa wisatawan. Sehingga diperlukan strategi untuk mengemas wisata budaya tersebut menjadi wisata modern. Seperti disediakan panggung theater ataupun mengelola gedung budaya yang sudah ada sebagai tempat pertunjukkan theater modern dan budaya. Banyaknya seniman di DIY dapat dijadikan modal utama untuk mengembangkan wisata tersebut. Strategi tersebut diharapkan dapat menambah Pendapatan Daerah dan modal utama promosi budaya di DIY.

- b. Tersediannya tempat pertunjukan seni dengan fasilitas yang memadai.

Penjelasan:

Fasilitas untuk menampilkan pertunjukan seni di DY cukup memadai, namun akan lebih baik jika gedung pertunjukkan tersebut

diperbaiki untuk membuat wisatawan lebih nyaman dan layak untuk dikunjungi. Karena, gedung pertunjukkan tersebut berada di area wisata yang strategis sehingga tidak menutup kemungkinan untuk dijadikan tempat pariwisata baru yang menjunjung wisata tradisional.

3. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*), Strategi yang Meminimalkan Kelemahan dan Memanfaatkan Peluang

- a. Menyediakan acara pameran produk lokal dan pesta budaya, setiap tahunnya.

Penjelasan:

Pameran produk lokal adalah strategi pemasaran yang dapat dilakukan pemerintah untuk menarik sponsor di luar daerah.

Selain itu, pameran produk lokal juga sebagai wadah pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan pedagang maupun industri rumahan yang bersaing dengan pembangunan retail modern. Pameran produk lokal dan pesta budaya juga dapat meningkatkan jumlah pengunjung luar daerah karena hanya dilaksanakan satu tahun sekali. Hal tersebut dapat menstabilkan ekonomi daerah dari berbagai sektor.

- b. Pemerintah bekerja sama dengan pengelola tour wisata

Penjelasan:

Dalam mengelola pariwisata pemerintah dapat bekerjasama dengan pengelola tour wisata. Hal tersebut bertujuan untuk menggali dan mengembangkan pariwisata di daerah yang terpencil.

- c. Pembangunan fasilitas/infrastruktur (hotel) yang terpusat di sekitar wisata

Penjelasan:

Pembangunan infrastruktur yang terpusat pada satu titik tertentu diharapkan dapat mengurangi kemacetan di segala titik jalan protokol di DIY. Selain itu, pengembangan infrastruktur dalam satu titik dapat memudahkan untuk mengawasi dan mengelola kebersihan kota.

- d. Menyediakan kantong parkir yang banyak

Penjelasan:

Menyediakan kantong parkir yang banyak diharapkan dapat menguraikan titik kemacetan yang meluas di DIY. Terutama kemacetan menuju jalan masuk daerah wisata yang berada di tengah kota DIY. Selain itu, strategi tersebut digunakan untuk menjaga infrastruktur (jalanan kota) supaya tidak rusak karena adanya bus pariwisata.

4. Strategi WT (*Weakness-Threats*), Strategi yang Meminimalkan Kelemahan dan Menghindari Ancaman

- a. Pemerintah perlu menyusun peraturan daerah tentang pembangunan di segala bidang.

Penjelasan:

Peraturan daerah tentang pembangunan dapat menjadikan DIY tetap menjadi provinsi yang nyaman dan modern.

- b. Pemerintah membuat kebijakan tentang kemudahan dalam pengurusan administrasi.

Penjelasan :

Dengan adanya kebijakan ini, diharapkan dapat memudahkan seseorang yang akan melakukan investasi di Daerah Istimewa Yogyakarta dan juga akan memudahkan para masyarakat yang tinggal di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dari dua metode yang telah dijabarkan diatas, maka diperoleh kendala menentukan strategi promosi yang dapat di terapkan Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta berdasarkan analisis regresi linier dan SWOT, dengan menerapkan wisata tradisional berbasis modern seperti menyelenggarakan pameran budaya untuk memperkenalkan adat istiadat dan budaya di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, serta menyediakan panggung yang layak untuk menampilkan tarian atau seni budaya lainnya, sebagai bentuk promosi dari variabel *visitability* untuk meningkatkan Pendapatan Daerah. Sedangkan bentuk promosi yang dapat digunakan dari variabel *liveability* dengan memperbaiki fasilitas umum, transportasi dan pendidikan untuk memberikan kenyamanan penduduk dan pendatang di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, sebagai provinsi yang layak huni.