

Kawasan Ekonomi Khusus

Industri *Wisata*



Bambang Jatmiko
Titi Laras
Rini Raharti

KAWASAN EKONOMI KHUSUS INDUSTRI WISATA

**BILDUNG
2023**

Kawasan Ekonomi Khusus

Industri *Wisata*

**Bambang Jatmiko
Titi Laras
Rini Raharti**

Bildung 

Copyright ©2023, Bildung
All rights reserved

Kawasan Ekonomi Khusus Industri Wisata

Bambang Jatmiko
Titi Laras
Rini Raharti

Desain Sampul: Ruhtata
Layout/tata letak Isi: Tim Redaksi Bildung

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)
Kawasan Ekonomi Khusus Industri Wisata/Bambang Jatmiko, Titi Laras, Rini Raharti/Yogyakarta: CV. Bildung Nusantara, 2023

xii + 44 halaman; 15,5 x 23 cm
ISBN: 978-623-8091-76-8

Cetakan Pertama: November 2023

Penerbit:

CV. BILDUNG NUSANTARA

Jl. Raya Pleret KM 2
Banguntapan Bantul Yogyakarta 55791
Email: bildungpustakautama@gmail.com
Website: www.penerbitbildung.com

Anggota IKAPI

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku tanpa seizin tertulis dari Penerbit dan Penulis

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan Syukur kehadlirat Allah SWT, Buku monograf dengan judul **Kawasan Ekonomi Khusus: Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Yogyakarta** dapat kami selesaikan sesuai waktu yang diberikan telah ditetapkan. Buku monograf ini merupakan buku penunjang, yang akan di pakai mahasiswa semester Gasal. Ada dua lapis agenda pembangunan infrastruktur pariwisata di Yogyakarta yang perlu dipahami. *Pertama*, berdasarkan pemilik agendanya, ada pembangunan infrastruktur pariwisata yang merupakan agenda Pemerintah Pusat dan ada yang merupakan agenda Pemerintah Daerah. *Kedua*, berdasarkan skalanya, ada pembangunan pariwisata yang merupakan proyek “mercusuar” berkala besar dan ada yang berskala kecil di level komunitas. Kemajuan sektor pariwisata DIY ternyata belum mampu mengatasi masalah kemiskinan di sana. Badan Pusat Statistik DIY mengungkap angka kemiskinan tahun ini masih 12,8 persen atau setara 506.450 jiwa. Angka kemiskinan ini pun menyebar di lima kabupaten/kota DIY. Bahkan, angka

tertinggi ada di Kabupaten Kulon Progo dengan 18,83 persen atau 81.140 jiwa. Meski, Kulon Progo sendiri sejak 2020 resmi memiliki bandara internasional termegah yakni Bandara Yogyakarta International Airport atau YIA. "Untuk daerah di DIY yang sektor pariwisatanya cukup maju, angka kemiskinan juga masih cukup tinggi," Pariwisata telah menjadi salah satu sektor andalan berbagai daerah di Indonesia, tak terkecuali di Kabupaten Gunung Kidul (Provinsi DI Yogyakarta). Hal tersebut karena sektor pariwisata menjadi salah satu penyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) terbesar. Kunjungan wisata pun semakin meningkat setiap tahunnya, pada tahun 2015 tercatat sebanyak 2,64 juta wisatawan yang masuk ke Gunungkidul dan 80% diantaranya telah mengunjungi destinasi wisata pantai. Ledakan kunjungan wisatawan itu membuat Pemkab Gunungkidul mendapatkan PAD sebesar 20,9 Milyar. Menurut Felstead

(2000), *Community Based Tourism* (CBT) merupakan suatu pendekatan pembangunan pariwisata yang menekankan pada masyarakat lokal (baik yang terlibat langsung dalam industri pariwisata maupun tidak) dalam bentuk memberikan kesempatan (akses) dalam manajemen dan pembangunan pariwisata yang berujung pada pemberdayaan politik melalui kehidupan yang lebih demokratis, termasuk dalam pembagian keuntungan dari kegiatan pariwisata yang lebih adil bagi masyarakat lokal. Timothy (2007) mendefinisikan CBT sebagai pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya. CBT merupakan alat pembangunan komunitas dan konservasi lingkungan. Atau dengan kata lain CBT merupakan alat untuk mewujudkan

kan pembangunan pari wisata yang berkelanjutan. Beberapa prinsip dasar CBT yang disampaikan Timothy (2007) dalam gagasannya yaitu: a).Mengakui, mendukung dan mengembangkan kepemilikan komunitas dalam industry; b).pariwisata, c).Mengikutsertakan anggota komunitas dalam memulai setiap aspek, d).Mengembangkan kebanggaan komunitas, e). Mengembangkan kualitas hidup komunitas.

Semoga buku monograf bermanfaat untuk seluruh masyarakat perguruan tinggi se-Indonesia.

Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR DAFTAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB II PERUMUSAN MASALAH.....	11
BAB III TINJAUAN PUSTAKA.....	12
3.1. Pengertian <i>Community Based Tourism</i>	12
3.2. Pengembangan Pariwisata.....	14
3.3. Konsep Pariwisata Berbasis Masyarakat.....	15
3.4. Ekowisata.....	19
3.5. Konsep dan Definisi Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara.....	20
3.6. Konsep dan Definisi Statistik Hotel dan Akomodasi Lainnya di Indonesia.....	21

BAB IV METODE PENELITIAN	27
BAB V PEMBAHASAN	28
BAB VI KESIMPULAN.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....	43

DAFTAR DAFTAR

Tabel 1. Desa Wisata dan Pokdarwis.....	36
Tabel 2. Indikasi Program Pembangunan Kepariwisataaan Daerah	38

DAFTAR TABEL

Gambar 1. Diagram Lingkup Keterlibatan Masyarakat Lokal dalam CBT.....	16
Gambar 2. Lokasi Destinasi Wisata Yogyakarta	26
Gambar 3. Diagram Konsep CBT	27
Gambar 4. Jumlah Kunjungan Wistawan ke Daerah Tujuan Wisata Yogyakarta 2019-2023	31
Gambar 5. Jumlah Desa Wisata DIY 2019-2023	37

BAB I

PENDAHULUAN

Pemerintah Daerah (Pemda) Yogyakarta sedang membangun infrastruktur pariwisata Yogyakarta secara masif. Pembangunan yang tidak dilakukan secara adil dan transparan ini menimbulkan dampak negatif kepada masyarakat, seperti kemacetan dan gentrifikasi. Agar masyarakat memaklumi dampak negatif pembangunan tersebut, Pemda Yogyakarta lantas menggaungkan narasi-narasi positif dan persuasif yang sarat akan nilai-nilai keluhuran Yogyakarta. Informasi mengenai dampak-dampak negatif pembangunan justru jarang disosialisasikan. Salah satu kasus yang terjadi dari fenomena ini adalah penggusuran pedagang kaki lima (PKL) Malioboro, yang sarat akan ketertutupan dan dibumbui narasi-narasi keluhuran budaya. Minimnya informasi pembangunan pariwisata di Yogyakarta yang membuat publik tidak siap menghadapi dampak negatifnya. Pariwisata di Yogyakarta tidak bisa

dipahami sebagai agenda dari Pemda Yogyakarta semata. Ada dua lapis agenda pembangunan infrastruktur pariwisata di Yogyakarta yang perlu dipahami. *Pertama*, berdasarkan pemilik agendanya, ada pembangunan infrastruktur pariwisata yang merupakan agenda Pemerintah Pusat dan ada yang merupakan agenda Pemerintah Daerah. *Kedua*, berdasarkan skalanya, ada pembangunan pariwisata yang merupakan proyek “mercusuar” berkala besar dan ada yang berskala kecil di level komunitas. Pembangunan pariwisata yang merupakan agenda Pemerintah Pusat dapat diamati dari daerah-daerah yang termasuk dalam Kawasan Strategis Pariwisata Nasional. Sementara itu, pembangunan pariwisata agenda Pemerintah Daerah dapat diamati dari program pendampingan-pendampingan pengembangan pariwisata di level kelurahan. Pariwisata yang merupakan agenda Pemerintah Pusat biasanya bersifat mercusuar, sementara Pemerintah Daerah biasanya fokus memberikan pendampingan pariwisata yang berada di level komunitas. Masalah sebenarnya adalah minimnya transparansi kepada publik. Publik hingga kini tidak benar-benar mengetahui pembangunan pariwisata apa yang merupakan agenda pusat dan apa yang merupakan agenda daerah. Akibatnya, publik juga tidak mengetahui hubungan antara satu proyek dengan proyek lainnya. Padahal, publik akan terdampak semua pembangunan pariwisata tersebut. **Publik tidak mendapat cukup informasi mengenai pembangunan pariwisata di Yogyakarta, padahal dampak pembangunannya akan dirasakan oleh publik.** Pembangunan hotel dan apartemen di Yogyakarta yang sangat masif terjadi selama lima tahun terakhir ini. Setelah banyak hotel dan

apartemen dibangun, kita yang tinggal dekat lokasi tersebut jadi terganggu oleh suara bising dan polusi udara. Sementara itu, mereka yang tempat tinggalnya tidak dekat dengan hotel dan apartemen juga terdampak kemacetan. Itu disebabkan oleh semakin banyaknya orang yang datang dan tinggal di Yogyakarta karena akomodasi sudah disediakan oleh hotel dan apartemen. Kemacetan menyebabkan kemunculan tindakan-tindakan ilegal, seperti patroli pengawalan ilegal.

Berbagai dampak tersebut dapat diantisipasi apabila sejak awal publik mendapat keterbukaan dan kejelasan mengenai dampak-dampak pembangunan. Namun, baik dampak, manajemen risiko, maupun solusi atas dampak dan risiko yang hadir dari pembangunan pariwisata; kenyataannya tidak dapat diakses sama sekali oleh publik. Ini kita belum bicara dampak-dampak yang lebih spesifik, seperti indikasi alih fungsi lahan atau perubahan nilai objek pajak. Tanpa adanya informasi mengenai pembangunan partisipasi, publik tentu kesulitan untuk mengantisipasi dampak-dampak tersebut. Di level desa atau kelurahan, ketertutupan informasi membuat inisiatif pariwisata berbasis komunitas lokal teraneksasi oleh agenda elite. Saya ambil contoh pariwisata Gunung Api Purba di Nglanggeran, Gunung Kidul. Itu kan sebenarnya merupakan inisiatif teman-teman komunitas pemuda di Nglanggeran sekitar 7 atau 8 tahun yang lalu. Seiring berkembangnya waktu, Gunung Api Purba Nglanggeran ternyata semakin populer. Akibatnya, banyak agenda dari Pemerintah Daerah, baik dari Provinsi Yogyakarta maupun Gunung Kidul, masuk ke Nglanggeran. Mereka membawa tawaran skenario promosi, kampanye, dan kemasan paket wisata. Tawaran-

tawaran itu biasanya sudah didesain oleh Pemerintah Daerah. Akibatnya, komunitas-komunitas di Nglanggeran hanya bisa menginduk ke desain-desain tersebut tanpa diberi ruang dialog yang cukup. Pola yang sama sebenarnya juga dapat diamati di wilayah Sumbu Filosofi, terutama di daerah Malioboro. Sebelum Pemerintah Daerah datang membawa proyeknya, banyak inisiatif pariwisata berbasis komunitas di situ. Namun, setelah Pemerintah Daerah datang dengan proyek yang bertujuan untuk mengajukan Sumbu Filosofi sebagai Warisan Dunia UNESCO, banyak inisiatif komunitas tersebut kemudian tenggelam. Memang harus diakui kalau bahwa banyak inisiatif pariwisata berbasis komunitas belum memiliki fondasi pengorganisasian yang solid. Hal itu diperburuk dengan kuatnya relasi antara para pelaku bisnis pariwisata dengan Pemerintah Daerah. Akibatnya, banyak elite-elite Pemerintah Daerah mendominasi asosiasi- asosiasi industri pariwisata di Yogyakarta. Kondisi organisasional tersebut membuat posisi para pegiat pariwisata berbasis komunitas yang sudah rentan berhadapan dengan industri pariwisata berskala besar menjadi semakin rentan posisinya. Kerentanan ini bertambah lagi kala pariwisata dihadapkan dengan berbagai tantangan yang datang tiba-tiba. Pandemi Covid-19 yang mengguncang dunia sejak dua tahun belakangan, misalnya, membuat pariwisata Yogyakarta sempat terguncang. Pelaku pariwisata berbasis komunitas tentu lebih rentan terdampak pandemi daripada industri pariwisata bermodal besar. Dalam kondisi semacam itu, mau tidak mau, pelaku pariwisata berbasis komunitas harus mencari bantuan dari pemerintah. Akan tetapi, pada saat yang bersamaan, mereka juga harus mewaspadai skema

yang ditawarkan oleh pemerintah. Mereka harus memahami bahwa pemerintah berkewajiban untuk menerapkan skema yang adil. Jangan sampai skema yang ditawarkan justru menganeksasi pelaku pariwisata berbasis komunitas. Di Yogyakarta, saya justru melihat lebih banyak pola yang kedua. Pembangunan pariwisata di Malioboro adalah contohnya.

Bagi saya, pembangunan pariwisata di Malioboro merupakan cerminan atas realitas pembangunan pariwisata Yogyakarta. Semuanya masalah ada di situ, terutama soal ketertutupan. Bayangkan saja, pedagang kaki lima (PKL) yang merupakan pemangku kepentingan utama dalam relokasi PKL untuk pengajuan Sumbu Filosofi ke UNESCO malah diabaikan suaranya. Tidak hanya relokasi PKL, Pemerintah Daerah kini memiliki rencana untuk membangun Jogja Planning Gallery yang salah satunya akan bertempat di Teras Malioboro 2. Itu PKL akan direlokasi untuk kedua kalinya. Jogja Planning Gallery sebenarnya merupakan upaya Pemerintah Daerah untuk menjabarkan rencana pembangunan Yogyakarta saat ini dan pada masa depan. Kehadiran Jogja Planning Gallery tentunya membawa angin segar untuk transparansi pembangunan pariwisata di Yogyakarta. Namun, ironisnya, ada kelompok warga, yaitu PKL, yang tergusur berkali-kali dalam proses pembangunannya. Membangun Jogja Planning Gallery saja Pemerintah Daerah tidak transparan, apalagi bicara perencanaan pembangunan yang lebih besar di Yogyakarta. Pertama-tama, kita memang harus mengakui bahwa pemasukkan terbesar Yogyakarta itu dari pajak hotel dan restoran. Namun, kita juga harus menyadari bahwa perekonomian sektor pariwisata itu sangat rentan. Apabila ada kondisi yang ti-

dak mendukung keberlangsungannya, perekonomian sektor pariwisata itu bisa runtuh dengan sangat cepat. Saat pandemi Covid-19 menyerang dua tahun belakangan, kita melihat sendiri bahwa banyak sektor pariwisata yang terhambat. Tidak hanya pandemi, berbagai macam bencana dan kejadian yang datang tiba-tiba juga mampu meruntuhkan pariwisata. Aksi Bom Bali, misalnya, sempat membuat Bali yang dikenal sebagai surga pariwisata terpuruk. Sektor pendidikan bisa menjadi alternatif. Apabila Pemerintah Daerah bersedia untuk meningkatkan, menjaga, dan mengelola kualitasnya, pendidikan Yogyakarta mampu menjadi salah satu penyongkong perekonomian Yogyakarta. Selain itu, mengembangkan sektor pendidikan juga berarti memperkuat sektor pariwisata. Sebab, sektor pendidikan juga mampu menarik calon-calon wisatawan. Kita lihat saja kota-kota pendidikan di luar negeri, seperti Kyoto, Leiden, atau Groningen. Kota-kota itu mampu memiliki sektor pendidikan dan pariwisata yang sama-sama maju. Kunjungan pariwisata libur Lebaran 2023 ke Jogja hanya 70 persen dari tahun sebelumnya. Okupansi hotel rata-rata juga hanya 50 persen. Kemajuan sektor pariwisata DIY ternyata belum mampu mengatasi masalah kemiskinan di sana. Badan Pusat Statistik DIY mengungkap angka kemiskinan tahun ini masih 12,8 persen atau setara 506.450 jiwa.

Angka kemiskinan ini pun menyebar di lima kabupaten/kota DIY. Bahkan, angka tertinggi ada di Kabupaten Kulon Progo dengan 18,83 persen atau 81.140 jiwa. Meski, Kulon Progo sendiri sejak 2020 resmi memiliki bandara internasional termegah yakni Bandara Yogyakarta International Airport atau YIA. "Untuk daerah di DIY yang sektor pari-

wisatanya cukup maju, angka kemiskinan juga masih cukup tinggi," Pariwisata telah menjadi salah satu sektor andalan berbagai daerah di Indonesia, tak terkecuali di Kabupaten Gunung Kidul (Provinsi DI Yogyakarta). Hal tersebut karena sektor pariwisata menjadi salah satu penyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) terbesar. Kunjungan wisata pun semakin meningkat setiap tahunnya, pada tahun 2015 tercatat sebanyak 2,64 juta wisatawan yang masuk ke Gunungkidul dan 80% diantaranya telah mengunjungi destinasi wisata pantai. Ledakan kunjungan wisatawan itu membuat Pemkab Gunungkidul mendapatkan PAD sebesar 20,9 Milyar (Kompas, 2015). Gunungkidul saat ini terkenal dengan destinasi wisata pantai yang indah, salah satunya adalah destinasi wisata pantai Watu Kodok. Pantai itu awalnya merupakan kawasan yang tidak terawat, namun kini telah berubah menjadi kampung pesisir dan menjadi salah satu destinasi wisata pantai yang banyak dikunjungi di Yogyakarta. Rugiyati (warga Watu Kodok dan aktivis Paguyuban Kawula Pesisir Mataram) mengungkapkan bahwa pembukaan dan pengelolaan destinasi pantai Watu Kodok pertama kali dilakukan oleh masyarakat setempat. Itu karena tidak adanya inisiatif dari pemerintah mengembangkan potensi kawasan pantai di Watu Kodok sebelumnya. *"Namun sejak akhir tahun 2012 pasca berlakunya Undang- Undang Keistimewaan (UUK), kraton Yogyakarta mengklaim kalau kawasan disepanjang Watu Kodok itu merupakan tanah hak milik Kraton atau Sultan Ground (SG)"* ungkap Rugiyati dalam diskusi MAP Corner-Klub MKP. Adanya klaim SG, telah memercikan konflik antara masyarakat dengan pihak Kraton Yogyakarta. Masyarakat Watu Kodok men-

yikapi klaim SG di ruang hidup mereka dengan membentuk organisasi dan jejaring gerakan yang diberi nama Paguyuban Kawulo Pesisir Mataram (PKPM). Klaim bahwa kawasan disepanjang Watu Kodok merupakan SG, telah memberi kewenangan bagi pemerintah untuk melakukan kepengaturan terhadap kawasan itu. Di sisi yang lain menempatkan masyarakat pada posisi semakin rentan dan terancam disingkirkan. Sektor pariwisata pantai Gunung Kidul yang meningkat pesat pada beberapa tahun terakhir telah membuat berbagai investor berebut menanamkan modalnya. Kawasan pantai di Gunung Kidul dulunya sepi, tapi sekarang pantainya menjadi destinasi primadona. Kini masyarakat lokal harus berkompetisi langsung dengan berbagai investor bersama pemerintah yang menerapkan konsepsi pembangunan pariwisata skala besar. Di Kecamatan Saptosari, lahan seluas 160 hektare yang berlokasi di Desa Kanigoro dan Desa Krambilsawit, saat ini telah dikuasai oleh investor dan akan dibangun resort dan hotel. Begitupula di perisir Pantai Kapen-Watu Kodok yang bahkan telah terjadi penggusuran. Itu karena para Investor mengklaim memiliki surat dari kesultanan Yogyakarta. Mereka berencana membangun resor privat. Rugiyati menyatakan bahwawarga digusur dengan dasar surat kekancingan (pemberian hak pakai-sewa menyewa) dari Panitikismo Kasultanan Ngayogyakarta—yang mengklaim tanah pesisir Watu Kodok sebagai tanah SG. Keadaan itu memaksa masyarakat pesisir Pantai Kapen – Watu Kodok untuk angkat kaki dari tempat tinggalnya. Pemerintah Kabupaten Gunung Kidul kemudian berupaya menertibkan gubuk, tempat makan dan fasilitas penunjang pariwisata lainnya yang telah di bangun

oleh Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) secara mandiri.

Kondisi masyarakat saat ini tidak saja mengalami konflik vertikal, namun juga konflik horizontal antara masyarakat pesisir yang pro dan kontra terhadap penggusuran. Masyarakat yang pro terhadap penggusuran merasa 1) Harus mematuhi serikat kekancingan karena merupakan perintah Sultan akibat adanya Undang-Undang Keistimewaan (UUK) dan 2) Mendukung investasi dengan dalih pembangunan dan perbaikan kehidupan masyarakat setempat. Konflik horizontal rentan terjadi di daerah pariwisata antara kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dengan masyarakat. Hal tersebut dikarenakan Pokdarwis tidak memiliki struktur ditatanan pemerintah daerah. Selain itu, Pitra menambahkan bahwa nalar akal sehat kita telah dipertanyakan dengan adanya UUK yang harus dipatuhi dan ditaati oleh seluruh masyarakat Provinsi DIY. Selain itu Pitra Hutomo menjelaskan bahwa pembangunan sektor pariwisata menguntungkan beberapa pihak tertentu karena keuntungan pariwisata kebanyakan keluar daerah. Itu karena investor kebanyakan dari luar daerah DIY dan Luar negeri. Ledakan kunjungan pariwisata di Jogja berjalan beriringan dengan ledakan pembangunan hotel-hotel untuk tempat singgah. Janianton Damanik mengungkapkan bahwa pembangunan hotel-hotel tersebut seperti tidak terkontrol padahal tingkat hunia hotel di DIY hanya 65,85%. Ekspansi hotel yang hanya memiliki motif untuk mengejar keuntungan, menurut Janianton telah menyebabkan dua problem utama: 1) membuat hotel-hotel jauh dari budaya lokal padahal DIY terkenal sebagai kota budaya; 2) tren kapitalisme telah memunculkan monopoli, ketika hotel-hotel berbintang

saling banting harga sehingga memangsa hotel-hotel lokal seperti hotel Melati. Adanya *free fight* dalam arena pasar bebas membuat hotel-hotel berbintang dengan modal dari luar DIY ini lebih unggul karena menawarkan fasilitas yang lebih tinggi dengan harga yang relatif sama.

BAB II

PERUMUSAN MASALAH

Adapun rumusan masalah:

1. Untuk menguji dan membuktikan secara empiris Adapun faktor-faktor yang menyebabkan jumlah wisatawan
2. Untuk menguji dan membuktikan secara empiris Jenis Fasilitas tempat wisata
3. Untuk mengetahui dan membuktikan secara empiris Konsep Pengembangan Desa
4. Untuk mengetahui dan membuktikan secara empiris Pendapatan Asli Daerah (PAD)

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1. Pengertian *Community Based Tourism*

Menurut Felstead (2000), *Community Based Tourism* (CBT) merupakan suatu pendekatan pembangunan pariwisata yang menekankan pada masyarakat lokal (baik yang terlibat langsung dalam industri pariwisata maupun tidak) dalam bentuk memberikan kesempatan (akses) dalam manajemen dan pembangunan pariwisata yang berujung pada pemberdayaan politis melalui kehidupan yang lebih demokratis, termasuk dalam pembagian keuntungan dari kegiatan pariwisata yang lebih adil bagi masyarakat lokal. Timothy (2007) mendefinisikan CBT sebagai pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya. CBT merupakan alat pembangunan komunitas dan konservasi lingkungan. Atau dengan kata lain CBT merupa-

kan alat untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Dalam definisi yang disampaikan Felstead (2000), gagasan untuk memunculkan tools paradigma baru dalam pembangunan pariwisata adalah semata-mata untuk menjaga keberlangsungan pariwisata. Beberapa prinsip dasar CBT yang disampaikan Timothy

(2007) dalam gagasannya yaitu: 1). Mengakui, mendukung dan mengembangkan kepemilikan komunitas dalam industri pariwisata, 2). Mengikutsertakan anggota komunitas dalam memulai setiap aspek, 3). Mengembangkan kebanggaan komunitas, 4). Mengembangkan kualitas hidup komunitas, 5). Menjamin keberlanjutan lingkungan, 6). Mempertahankan keunikan karakter dan budaya di area lokal, 7). Membantu berkembangnya pembelajaran tentang pertukaran budaya pada komunitas, 8). Menghargai perbedaan budaya dan martabat manusia, 9). Mendistribusikan keuntungan secara adil pada anggota komunitas, 10). Berperan dalam menentukan prosentase pendapatan (pendistribusian pendapatan) dalam proyek yang ada di komunitas. Menurut Mat Som dan Badarneh, (2011), Secara teoritik, pengembangan wisata adalah pembangunan berbagai atribut yang terintegrasi dan holistik meliputi 5 aspek: (1) Aspek daya tarik wisata; merupakan atribut daerah tujuan wisata yang berupa apa saja yang dapat menarik wisatawan dan setiap destinasi pasti memiliki daya tarik, baik daya tarik berupa alam maupun masyarakat dan budayanya; (2) Aspek transportasi atau sering disebut aksesibilitas; merupakan atribut akses bagi wisatawan domestik dan mancanegara agar dengan mudah dapat mencapai tujuan ke tempat wisata baik secara international maupun akses ter-

hadap tempat-tempat wisata pada sebuah destinasi wisata; (3) Aspek fasilitas utama dan pendukung; merupakan atribut amenities yang menjadi salah satu syarat daerah tujuan wisata agar wisatawan dapat dengan kerasan tinggal lebih lama pada sebuah destinasi wisata; dan (4) Aspek kelembagaan; atribut sumberdaya manusia, sistem, dan kelembagaannya berupa lembaga pariwisata yang mendukung sebuah destinasi wisata agar layak untuk dikunjungi. Aspek kelembagaan tersebut berupa dukungan lembaga keamanan, lembaga pariwisata sebagai pengelola destinasi, dan lembaga pendukung lainnya yang mampu menciptakan kenyamanan wisatawan.

3.2. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata adalah segala kegiatan dan usaha terkoordinasi untuk menarik wisatawan dan menyediakan semua sarana dan prasarana, baik berupa barang atau jasa dan fasilitas yang diperlukan guna melayani kebutuhan wisatawan (Musanet, 1995 dalam Kastolani, 2010). Segala kegiatan pengembangan pariwisata mencakup berbagai segi yang sangat luas yang menyangkut segi kehidupan masyarakat mulai dari sirkulasi, transportasi, akomodasi, makanan dan minuman, cinderamata dan pelayanan (service). Ditambahkan oleh Matheson dan Wall (1998) yang dikutip oleh Marpaung (2001), menyatakan bahwa karakter suatu Kawasan wisata dan penghuninya mempengaruhi kapasitas pengembangan dan pelayanan wisata sebuah daerah tujuan wisata. Hal tersebut menurut Marpaung (2001) berdampak terhadap kawasan atau komponen lingkungan yang berada di sekitarnya, seperti pada beberapa komponen beriku:

1. Karakter dan sifat lingkungan alam
2. Struktur pembangunan dan perkembangan ekonomi
3. Struktur sosial budaya
4. Struktur politik dan institusi
5. Tingkat pengembangan dan perencanaan pariwisata

3.3. Konsep Pariwisata Berbasis Masyarakat

Salah satu bentuk perencanaan yang partisipatif dalam pembangunan pariwisata adalah dengan menerapkan Community Based Tourism (CBT) sebagai pendekatan pembangunan. Community-based Tourism (CBT) adalah pengembangan pariwisata berbasis komunitas lokal, merupakan salah satu konsep dasar pengembangan pariwisata yang berkelanjutan, melalui pelibatan partisipasi masyarakat lokal sebagai pengambil keputusan dan penerima manfaat (Okazaki, 2008). Community-based tourism (CBT) juga sebagai alternatif terbaik yang dikembangkan berdasarkan prinsip keseimbangan dan keselarasan antara kepentingan berbagai stakeholder kepariwisataan termasuk pemerintah, swasta dan masyarakat (Tosun, 2000 dalam Sofield, 2003). Definisi CBT adalah:

1. Bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat dalam manajemen dan pembangunan pariwisata,
2. Masyarakat yang tidak terlibat langsung dalam usaha-usaha pariwisata juga mendapat keuntungan, menuntut pemberdayaan secara politis dan demokratisasi dan distribusi keuntungan kepada komunitas yang kurang beruntung di pedesaan.



Gambar 1. Diagram Lingkup Keterlibatan Masyarakat Lokal dalam CBT

(Sumber: Wearing, 2001, dalam Okazaki, 2008)

Masyarakat setempat memiliki peran amat penting, sehingga keberhasilan tergantung pada sikap penerimaan dan dukungan dari Masyarakat (Wearing, 2001, dalam Okazaki, 2008). Mendukung keberhasilan mengikutsertakan masyarakat lokal dalam proses pengembangan dan memaksimalkan nilai manfaat sosial dan ekonomi serta meminimalkan dampak sosial budaya dari kegiatan kepariwisataan. Menurut pandangan Felstead (2000), CBT merupakan suatu pendekatan Pembangunan pariwisata yang menekankan pada Masyarakat lokal (baik yang terlibat langsung dalam industry pariwisata maupun tidak) dalam bentuk memberikan kesempatan (akses) dalam manajemen dan pembangunan pariwisata yang berujung pada pemberdayaan politis melalui kehidupan yang lebih demokratis, termasuk dalam pembagian keuntungan dari kegiatan pariwisata yang lebih adil bagi masyarakat lokal. Felstead (2000) menyampaikan gagasan tersebut sebagai wujud perhatian yang kritis pada pembangunan pariwisata yang seringkali mengabaikan hak masyarakat lokal di daerah tujuan wisata. Timothy (2007) mendefinisikan CBT sebagai pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya. CBT merupakan alat

pembangunan komunitas dan konservasi lingkungan. Atau dengan kata lain CBT merupakan alat untuk mewujudkan Pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Dalam definisi yang disampaikan Felstead (2000), gagasan untuk memunculkan tools paradigma baru dalam pembangunan pariwisata adalah semata-mata untuk menjaga keberlangsungan pariwisata. Beberapa prinsip dasar CBT yang disampaikan Timothy (2007) dalam gagasannya yaitu:

1. Mengakui, mendukung dan mengembangkan kepemilikan komunitas dalam industri pariwisata,
2. Mengikutsertakan anggota komunitas dalam memulai setiap aspek,
3. Mengembangkan kebanggaan komunitas,
4. Mengembangkan kualitas hidup komunitas,
5. Menjamin keberlanjutan lingkungan,
6. Mempertahankan keunikan karakter dan budaya di area lokal,
7. Membantu berkembangnya pembelajaran tentang pertukaran budaya pada komunitas,
8. Menghargai perbedaan budaya dan martabat manusia,
9. Mendistribusikan keuntungan secara adil pada anggota komunitas,
10. Berperan dalam menentukan prosentase pendapatan (pendistribusian pendapatan) dalam proyek yang ada di komunitas.

Sepuluh prinsip dasar tersebut harus menjadi tumpuan, arah dan prinsip dasar dari pembangunan pariwisata agar keberlanjutannya terjamin. Meski dalam prinsip dasar yang disampaikan secara eksplisit Timothy (2007) lebih memfokus pada kepentingan Masyarakat lokal, tetapi ide utama yang disampaikan Timothy adalah hubungan yang lebih seimbang antara wisatawan dan masyarakat lokal dalam industry pariwisata. Keseimbangan yang dimaksud antara lain dalam hal status kepemilikan komunitas, pembagian keuntungan yang adil, hubungan sosial budaya yang didasari sikap saling menghargai. Sebagai tindak lanjut Timothy (2007) menyampai-kan point-point yang merupakan aspek utama pengembangan CBT berupa 5 (lima) dimensi, yaitu:

1. Dimensi ekonomi, dengan indicator berupa adanya dana untuk pengembangan komunitas, terciptanya lapangan pekerjaan di sektor pariwisata, timbulnya pendapatan masyarakat lokal dari sektor pariwisata;
2. Dimensi sosial dengan indicator meningkatnya kualitas hidup, peningkatan kebanggaan komunitas, pembagian peran yang adil antara laki-laki perempuan, generasi muda dan tua, mem-bangun penguatan organisasi komu-nitas;
3. Dimensi budaya dengan indikator berupa mendorong masyarakat untuk menghormati budaya yang berbeda, membantu berkembangnya pertukaran budaya, budaya pembangunan melekat erat dalam budaya lokal;
4. Dimensi lingkungan, dengan indicator mempelajari carryng capacity area, mengatur pembuangan sampah,

meningkatkan keperdulian akan perlunya konservasi;

5. Dimensi politik, dengan indikator: meningkatkan partisipasi dari penduduk lokal, peningkatan kekuasaan komunitas yang lebih luas, menjamin hak-hak dalam pengelolaan Sumber Daya Alam.

3.4. Ekowisata

Definisi ekowisata yang pertama diperkenalkan oleh organisasi The Ecotourism Society sebagai berikut: ekowisata adalah suatu bentuk perjalanan wisata ke area alami yang dilakukan dengan tujuan mengkonservasi lingkungan dan melestarikan kehidupan dan kesejahteraan penduduk setempat. Semula ekowisata dilakukan oleh wisatawan pecinta alam yang menginginkan di daerah tujuan wisata tetap utuh dan lestari, di samping budaya dan kesejahteraan masyarakatnya tetap terjaga. Akan tetapi, perkembangannya ternyata bentuk ekowisata ini berkembang karena banyak digemari oleh wisatawan. Wisatawan ingin berkunjung ke area alami, yang dapat menciptakan kegiatan bisnis. Ekowisata kemudian didefinisikan sebagai berikut: bentuk baru dari perjalanan bertanggungjawab ke area alami dan berpetualang yang dapat menciptakan industri pariwisata. Definisi lainnya mengenai ekowisata, seperti yang diuraikan oleh Green Tourism Association, adalah suatu pembangunan pariwisata yang memiliki empat pilar atau atribut sebagai berikut:

Pertama, Environmental responsibility; mengandung pengertian proteksi, konservasi atau perluasan sumber daya alam dan lingkungan fisik untuk menjamin kehidupan jangka panjang dan keberlanjutan ekosistem, misalnya wisata

alam Ujung Kulon yang akan menghasilkan sebuah konsep ekosistem berkelanjutan dari satwa badak bercula; Kedua, Local economic vitality; mendorong tumbuh dan berkembangnya ekonomi lokal, bisnis dan komunitas untuk menjamin kekuatan ekonomi dan keberlanjutan (sustainability) misalnya dampak dari pembangunan lokasi wisata biasanya akan diikuti oleh maraknya kegiatan ekonomi lokal; Ketiga, Cultural sensitivity; mendorong timbulnya penghormatan dan apresiasi terhadap adat istiadat dan keragaman budaya untuk menjamin kelangsungan budaya lokal yang baik misalnya melalui wisata budaya, maka orang akan mengenal budaya daerah atau negara lain dan menimbulkan penghormatan atas kekayaan budaya tersebut; Keempat, Experiential richness; menciptakan atraksi yang dapat memperkaya dan meningkatkan pengalaman yang lebih memuaskan, melalui partisipasi aktif dalam memahami personal dan keterlibatan dengan alam, manusia, tempat dan/atau budaya.

3.5. Konsep dan Definisi Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara

Definisi wisatawan mancanegara sesuai dengan rekomendasi *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) adalah setiap orang yang mengunjungi suatu negara di luar tempat tinggalnya, didorong oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi dan lamanya kunjungan tersebut tidak lebih dari 12 (dua belas) bulan. Definisi ini mencakup dua kategori tamu mancanegara, yaitu

1. Wisatawan (*Tourist*)

Adalah setiap pengunjung seperti definisi di atas yang tinggal paling sedikit dua puluh empat jam, akan tetapi tidak lebih dari dua belas (12) bulan di tempat yang dikunjungi dengan maksud kunjungan antara lain :

a. berlibur, rekreasi dan olahraga

b. bisnis, mengunjungi teman dan keluarga, misi, menghadiri pertemuan, konferensi, kunjungan dengan alasan kesehatan, belajar, dan keagamaan

2. Pelancong (*Excursionist*)

Adalah setiap pengunjung seperti definisi di atas yang tinggal kurang dari dua puluh empat jam di tempat yang dikunjungi (termasuk *cruise passenger* yaitu setiap pengunjung yang tiba di suatu negara dengan kapal atau kereta api, dimana mereka tidak menginap di akomodasi yang tersedia di negara tersebut).

3.6. Konsep dan Definisi Statistik Hotel dan Akomodasi Lainnya di Indonesia

1. Usaha Akomodasi

Adalah suatu usaha yang menggunakan suatu bangunan atau sebagian bangunan yang disediakan secara khusus, dan setiap orang dapat menginap, makan, serta memperoleh pelayanan dan fasilitas lainnya dengan pembayaran.

2. Hotel berbintang

Adalah usaha yang menggunakan suatu bangunan atau sebagian bangunan yang disediakan secara khusus, dan se-

tiap orang dapat menginap, makan, serta memperoleh pelayanan dan fasilitas lainnya dengan pembayaran dan telah memenuhi persyaratan sebagai hotel berbintang seperti yang telah ditentukan oleh Dinas Pariwisata Daerah (Diparda). Ciri khusus dari hotel adalah mempunyai restoran yang berada di bawah manajemen hotel tersebut.

3. Hotel non bintang

Adalah usaha yang menggunakan suatu bangunan atau sebagian bangunan yang disediakan secara khusus, dimana setiap orang dapat menginap, makan, serta memperoleh pelayanan dan fasilitas lainnya dengan pembayaran dan belum memenuhi persyaratan sebagai hotel berbintang tetapi telah memenuhi kriteria sebagai hotel melati yang dikeluarkan oleh Dinas Pariwisata Daerah (Diparda).

4. Penginapan Remaja

Adalah usaha jasa pelayanan penginapan bagi remaja sebagai akomodasi dalam rangka kegiatan pariwisata dengan tujuan untuk rekreasi, memperluas pengetahuan/pengalaman.

5. Pondok wisata

Adalah usaha jasa pelayanan penginapan bagi umum yang dilakukan perorangan dengan menggunakan sebagian atau seluruh dari tempat tinggalnya (dengan pembayaran harian).

6. Perkemahan

Adalah usaha penyediaan tempat penginapan di alam terbuka dengan menggunakan tenda atau kereta gandongan

bawaan sendiri sebagai tempat penginapan, termasuk juga caravan.

7. Akomodasi lainnya

Adalah usaha penyediaan tempat penginapan yang tidak termasuk kriteria di atas seperti wisma, losmen, dll.

8. Rata-rata Tenaga Kerja Per Usaha

Adalah hasil bagi jumlah tenaga kerja pada usaha akomodasi (sesuai dengan klasifikasi)

dengan jumlah usaha akomodasi (yang termasuk ke dalam klasifikasi/kelompok tersebut).

9. Rata-rata Tenaga Kerja Per Kamar

Adalah hasil bagi jumlah tenaga kerja pada usaha akomodasi dengan jumlah kamar usaha akomodasi (sesuai dengan klasifikasi)

10. Rata-rata Tamu Per Hari

Adalah rata-rata tamu yang datang dan menginap di hotel akomodasi per harinya, dihitung berdasarkan tamu yang datang dan menginap selama tahun tersebut.



**PANTAI WEDIOMBO
GIRISUBO, GUNUNG KIDUL**

Tidak hanya pantainya yang cantik, Wediombo juga menawarkan pemandangan tebing yang Indah



**SURALOKA ZOO
KALIURANG, SLEMAN**

Wisata edukasi yang dapat melatih kecerdasan, menawarkan pengalaman berinteraksi dengan hewan secara langsung



**TAMAN PINTAR
GONDOMANAN, YOGYA**

Wisata edukasi yang mengajak pengunjung belajar dengan cara yang menyenangkan



**MERAPI PARK JOGJA
KALIURANG, SLEMAN**

Obyek wisata yang menawarkan pengalaman berswafoto ria dengan berbagai landmark



**HEHA SKY VIEW
PATUK, GUNUNG KIDUL**

Perpaduan wisata alam dan Asiatu modern yang disatukan dalam sebuah restoran, menawarkan pemandangan alam yang indah



**OBELIX HILLS
PRAMBANAN, SLEMAN**

Menyuguhkan deretan candi dan perbukitan Gunung Kidul secara langsung dari ketinggian



**JOGJA AGRO TECHNO PARK
NANGGULAN, KULON PROGO**

Wisata edukasi yang menyediakan kebun buah dan sayur yang dapat menjadi media pembelajaran anak



**AGROWISATA BHUMI MERAPI
PAKEM, SLEMAN**

Obyek wisata ini menawarkan wisata edukasi yang menyediakan perkebunan dan peternakan untuk pengunjung



**TAMAN NASIONAL KALIBIRU
KOKAP, KULON PROGO**

Wisata adrenalin yang menawarkan panjat tebing, flying fox, hiking, dan jembatan gantung



**HUTAN PINUS MANGUNAN
DLINGO, BANTUL**

Wisata hutan pinus dan perkebunan yang sangat cantik

**PINTOE LANGIT DAHROMO DLINGO, BANTUL**

Sesuai dengan namanya, objek wisata ini menyuguhkan semacam pintu dengan latar belakang hamparan terbuka

**JURANG SEMBELAN DLINGO, BANTUL**

Tempat ini memiliki gardu pandang berbentuk kapal yang sering disebut sebagai 'titanic di atas awari' yang indah

**AIR TERJUN KEDUN PENDUT GIRIMULYO, KULON PROGO**

Wisata alam yang menyuguhkan pemandangan air terjun yang indah dan jernih

**CANDI BOKO PRAMBANAN, SLEMAN**

Karena lokasinya berada di atas perbukitan, Candi Ratu Boko jadi salah satu tempat terbaik untuk menikmati sunset di Jogja

**TELAGA BIRU SEMIN GUNUNG KIDUL**

Ketika musim hujan tiba, lubang tersebut akan terisi air dengan warna biru toska cantik, berswafoto di sini adalah salah satu kegiatan wajib

**SITUS WARUNGBOTO UMBULHARJO, YOGYA**

Dari sudut tertentu, suasana Situs bisa dibayangkan mirip dengan foto-foto yang diambil di wilayah Santorini, Yunani

**PUNCAK BECICI DLINGO, BANTUL**

Kegiatan utama yang ditawarkan oleh objek wisata berbentuk kawasan hutan pinus adalah outbond dan panorama sunset

**HUTAN MANGGROVE CONGOT TEMON, KULON PROGO**

Objek wisata ini menawarkan wisata edukasi yang menyediakan perkebunan dan peternakan untuk pengunjung

**PANTAI SIUNG TEPUS, GUNUNG KIDUL**

Pantai Siung indah berkat keberadaan batu-batu karang raksasa yang jadi latar kece untuk berfoto-foto

**WATU GOYANG IMOIRI, BANTUL**

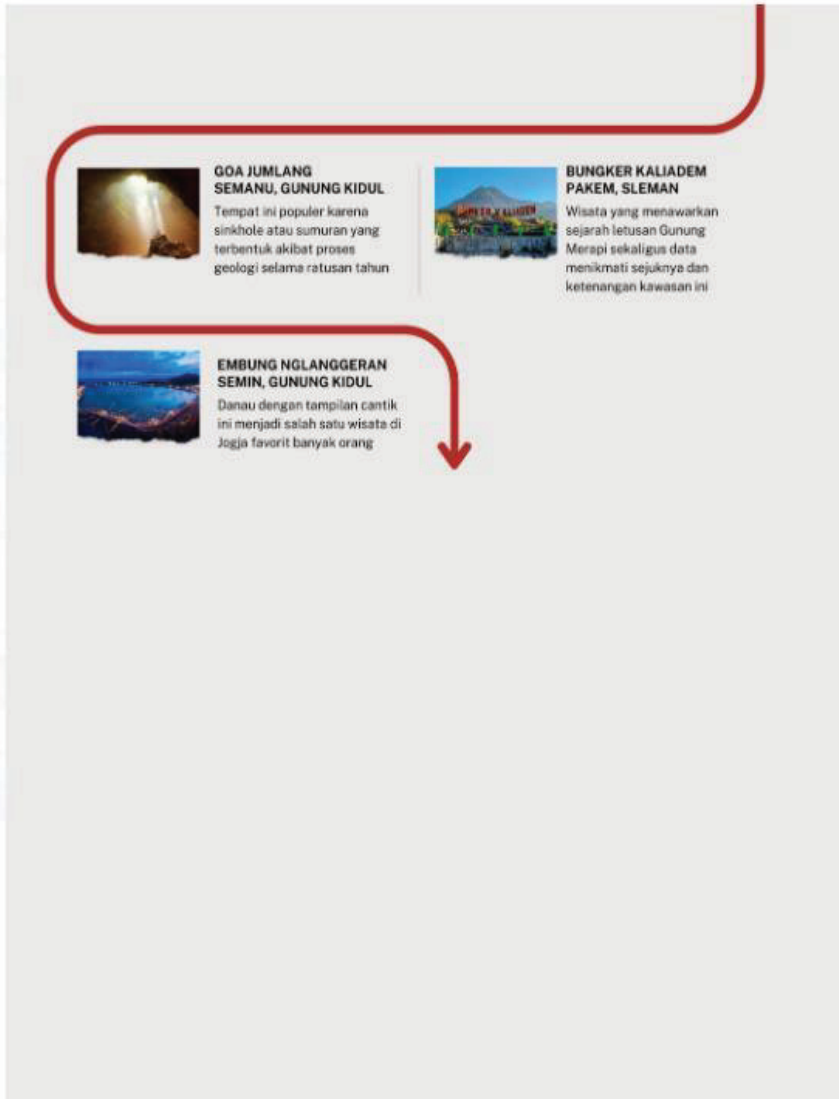
Di puncak bukit ada sebuah batu raksasa yang akan bergoyang bila disentuh atau didorong

**PANTAI INDRAYANTI TEPUS, GUNUNG KIDUL**

Wisata pantai di Jogja yang populer di kalangan wisatawan karena pemandangannya yang sangat indah

**PINUS PENGGER DLINGO, BANTUL**

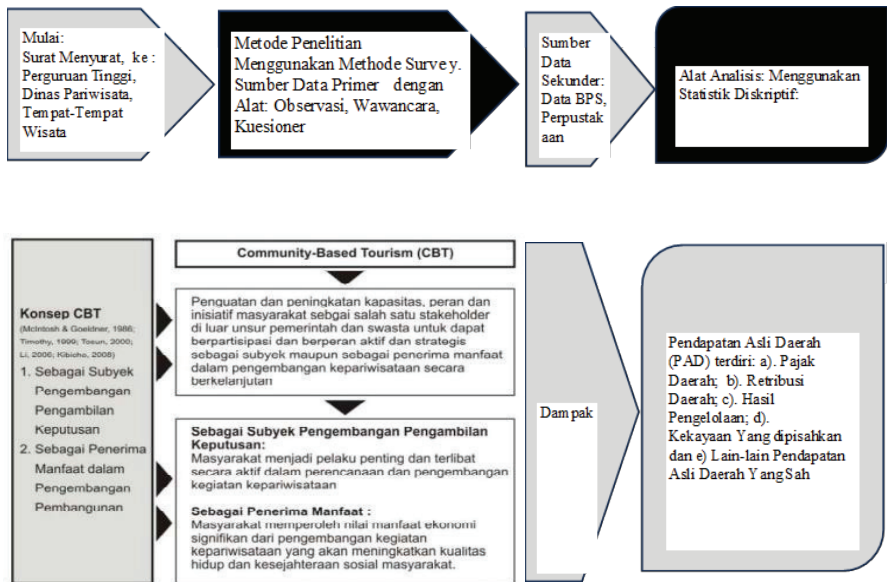
Menyajikan pemandangan hutan pinus dan pilihan tepat untuk mengambil foto pemandangan atau berfoto selfie



Gambar 2. Lokasi Destinasi Wisata Yogyakarta

BAB IV

METODE PENELITIAN



Gambar 3. Diagram Konsep CBT

Sumber: Timothy (2007) dikembangkan peneliti

BAB V

PEMBAHASAN

Badan Pusat Statistik 2023 mencatat, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke DIY pada Bulan Maret 2023 melalui Bandara YIA mengalami peningkatan. Tercatat, kenaikan sebanyak 3,46 % dibandingkan bulan Februari 2023, dari 4.849 kunjungan, menjadi 5.017 kunjungan pada Bulan Maret 2023. Pola kedatangan wisatawan mancanegara ke DIY melalui pintu Yogyakarta Internasional Airport (YIA) pada tahun 2021 dan 2022 terlihat berbeda. Pada Pandemi Covid-19 memukul perkembangan pariwisata DIY, termasuk kunjungan wisatawan mancanegara. Pergerakan kunjungan wisatawan mancanegara mulai terlihat seiring dibukanya pintu kedatangan penumpang internasional pada Bulan April 2022. Pada Bulan Mei 2022 jumlah kunjungan naik lebih dari tujuh kali lipat dibandingkan dengan bulan sebelumnya. Tren kenaikan terlihat pada Bulan Juni dan Juli. Pada Bulan Agustus

2022 terjadi penurunan jumlah kunjungan, meskipun hanya satu bulan tersebut. Kunjungan wisman mengalami kenaikan di Bulan September dan berlanjut hingga Bulan November 2022. Kenaikan signifikan juga terjadi di Bulan Desember 2022, dengan jumlah kedatangan sebesar 5.169 kunjungan atau naik tiga kali lipat dari bulan sebelumnya. Pada awal tahun 2023, kedatangan wisatawan mancanegara tercatat sebanyak 3.883 kunjungan. Pada Februari dan Maret 2023 kedatangan wisatawan mancanegara terus mengalami tren kenaikan. Tercatat 5.017 kunjungan pada Maret 2023 atau naik 3,46 persen dibandingkan Februari 2023.

Para wisatawan mancanegara yang mendominasi kunjungan pada periode Januari-Maret 2023 adalah Malaysia, Singapura, Amerika Serikat, India, Tiongkok, Jerman, Inggris, Jepang, Korea Selatan, dan Perancis. Tercatat, 77,40% wisman berasal dari sepuluh negara tersebut. Pada perkembangan transportasi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) Maret 2023 terdapat kenaikan pada penggunaan transportasi. Jumlah penumpang angkutan udara yang diberangkatkan melalui Bandara Adisutjipto dan YIA pada Maret 2023 sebanyak 155.510 orang yang terdiri dari 143.175 orang penumpang penerbangan asyarak dan 12.335 orang penumpang penerbangan internasional. Terjadi kenaikan keberangkatan penumpang sebesar 2,72% dibandingkan bulan sebelumnya. Penumpang yang berangkat dari Bandara Adisutjipto sebanyak 5.439 orang penumpang 3,50 % dan dari Bandara Internasional Yogyakarta sebanyak 150.071 orang penumpang atau 96,50 %. Jumlah penumpang angkutan kereta api yang diberangkatkan melalui Stasiun Wates, Stasiun YIA, Stasiun Maguwo, Stasiun

Yogyakarta, dan Stasiun Lempuyangan pada Maret 2023 sebanyak 667.100 orang atau naik 6,62% Februari 2023. Jumlah barang yang diangkut kereta api melalui Stasiun Rewulu, Stasiun Yogyakarta, Stasiun Lempuyangan, dan Stasiun Maguwo pada Maret 2023 sebesar 53.557 ton atau naik 18,85% Februari 2023. Terjadi kenaikan sebesar 36,98 % pada angkutan barang kereta api. Sebagian barang yang diangkut tersebut berupa BBM sebanyak 23.495 ton atau 43,87 % dari total barang yang diangkut. Yang berupa Barang Hantaran Paket (BHP) sebanyak 262 ton atau 0,49 % dari total barang yang diangkut dengan kereta api. Perkembangan Ekspor dan Impor DIY pada Maret 2023 juga mengalami kenaikan. Nilai ekspor DIY pada Maret 2023 mencapai US\$41,6 juta atau naik 3,74% Februari 2023. Ekspor Maret 2023 terbesar adalah ke Amerika Serikat yaitu US\$15,9 juta, disusul Jerman dan Jepang masing-masing sebesar US\$3,1 juta. Kontribusi ketiganya mencapai 53,13 %. Sementara ekspor ke Uni Eropa sebesar US\$12,2 juta dan ASEAN sebesar US\$1,1 juta. “Kenaikan terbesar ekspor Maret 2023 terhadap Februari 2023 terjadi pada pakaian jadi bukan rajutan sebesar US\$1,6 juta. Sektor ekspor hasil pertanian Maret 2023 naik 150,00 % Februari 2023. Sementara, ekspor hasil pengolahan naik 3,01 %. Dibanding Maret 2022, ekspor hasil pertanian menunjukkan nilai yang sama.

Ekspor DIY ini terbesar dikirim melalui Jawa Tengah sebesar 70,91 %, DKI Jakarta 27,40%, Jawa Timur 0,96%, dan DIY 0,72%. Nilai Tukar Petani (NTP) pada bulan April 2023 sebesar 102,90 naik 0,74% bulan sebelumnya yang tercatat 102,14. NTP DIY pada April 2023, mencapai angka 102,90, naik 0,74% bulan sebelumnya yaitu 102,14. NTP tanaman pangan sebesar

101,79. Sementara sub sektor hortikultura 127,68, tanaman perkebunan rakyat sebesar 102,79, peternakan 97,46 dan perikanan 91,91. Kenaikan indeks NTP gabungan pada bulan ini dipengaruhi oleh naiknya tiga yaitu tanaman pangan sebesar 1,16%, tanaman perkebunan rakyat 1,30%, dan peternakan sebesar 0,01%. “Kalau untuk Nilai Tukar Usaha Rumah Tangga Pertanian (NTUP) DIY bulan April 2023 tercatat 104,66. Naik 0,61% bulan sebelumnya sebesar 104,02. Untuk lebih jelasnya lihat Grafik jumlah kunjungan wisatawan di Daerah Tujuan Wisata Yogyakarta sebagai berikut:



Gambar 4. Jumlah Kunjungan Wistawan ke Daerah Tujuan Wisata Yogyakarta 2019-2023

Mendasarkan pada Gambar, menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan di daerah tujuan wisata Yogyakarta mengalami naik-turun. Adapun yang menyebabkan jumlah wisatawan naik sebagai berikut: 1) daya tarik wisata (atraksi); 2) Aksesibilitas; 3). Tarif; 4). Fasilitas dan 5), Informasi. Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan bahwa Daya Tarik Wisata bisa dijelaskan sebagai segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan, dan nilai yang berwujud keanekaragaman, kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Sedangkan jenis-jenis daya tarik wisata budaya yang bersifat tidak berwujud antara lain berupa berupa Kehidupan adat dan tradisi masyarakat dan aktivitas budaya masyarakat yang khas di suatu area/tempat, seperti sekaten, karapan sapi, pasola, pemakaman Toraja, ngaben, pasar terapung, kuin, dan sebagainya. Akseptabilitas merupakan kemampuan untuk menerima atau merespon intervensi atau perlakuan tertentu.

Kemampuan yang dimaksud adalah segala sesuatu yang dimiliki baik secara umum maupun potensial yang mampu menggerakkan individu untuk menerima suatu masyarakat atau perlakuan. Tarif (dari bahasa Arab: *تَفْرِعًا*, biaya yang harus dibayar) adalah pungutan yang dikenakan terhadap barang-barang masuk atau keluar batas negara. Tarif biasanya dihubungkan dengan proteksionisme, kebijakan ekonomi yang membatasi perdagangan antarnegara. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), tarif adalah harga satuan jasa, aturan pungutan, dan daftar bea masuk. Dari definisi ini tarif bisa dipakai untuk harga satuan listrik, air dan lain-lain. Se-

cara sederhana dapat disimpulkan pengertian tarif sejumlah pungutan yang dibebankan atas suatu hal, kegiatan, kebijakan, atau apapun yang telah diatur dalam peraturan.

Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha dan merupakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam melakukan atau memperlancar suatu kegiatan. Kurangnya atau tidak memadainya fasilitas penunjang yang ada di tempat wisata, dapat berdampak pada sepiunya pengunjung. Salah satu cara untuk memperbaiki kualitas dari destinasi wisata ialah memberikan fasilitas lengkap untuk seluruh wisatawan. Fasilitas pariwisata inilah yang nantinya dapat mendukung terciptanya kemudahan, kenyamanan, dan keselamatan bagi para wisatawan saat mengunjungi destinasi wisata. Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu aspek penting yang menunjang perekonomian, oleh sebab itu perlu dilakukan pengembangan pariwisata yang lebih baik. Salah satu solusi untuk membangun pariwisata yang lebih baik adalah dengan menerapkan konsep pariwisata berkelanjutan (*Sustainable Tourism*). Jenis Fasilitas tempat wisata: toilet, tempat sampah, fasilitas ramah disable, ruang hijau, tempat ibadah, terdapat akses, dan area food court.

Informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Informasi bersifat memberikan pelayanan atas tersedianya data. Dengan demikian, tujuan informasi adalah

menyiapkan informasi bagi kegiatan-kegiatan operasional dan dalam pengambilan keputusan. Menurut Mc Leod yang dikutip dari Azhar Susanto (2013:46) suatu informasi yang berkualitas memiliki ciri-ciri informasi sebagai berikut : a). Akurat b). Tepat Waktu c). Relevan. Disamping itu faktor yang mendorong kunjungan wisatawan meningkat: Keindahan Alam, Promosi Menarik, dan Stabilitas Politik merupakan tiga alasan utama wisatawan mengunjungi sebuah negara, termasuk Indonesia yang memiliki banyak destinasi menarik.

Di samping itu, faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke Yogyakarta adalah adanya jumlah desa wisata yang meningkat. Saat ini, ada sekitar 130 desa wisata di DIY dan sedang terus dikembangkan. Desa wisata akan menjadi wisata masa depan di Yogyakarta. Konsep Pengembangan Desa Wisata: a). Atraksi sebagai daya asya utama desa wisata; b). Amenitas sebagai fasilitas pendukung yang dimiliki oleh desa wisata; c). Aksesibilitas yang dapat diartikan sebagai beragam hal yang berkaitan dengan akses wisatawan hendak berkunjung ke desa wisata. Dalam pariwisata perlu memperhatikan 4 upaya berikut, yaitu memenuhi kebutuhan manusia, peningkatan mutu kehidupan, peningkatan sumber daya manusia dan alam, serta asya untuk mempertemukan kebutuhan manusia antar generasi dan wilayah. Desa Wisata Berkembang yang merupakan desa wisata yang sudah ada kunjungan dari wisatawan dari luar daerah. Sarana prasarana dan fasilitas juga sudah berkembang, sehingga mulai tercipta lapangan kerja bagi penduduk daerah. Faktor penghambat pengembangan Desa Wisata Nganggring adalah keterbatasan SDM karena banyak yang bekerja maupun berse-

kolah, bahkan ada yang memang belum mau terlibat dalam kepengurusan desa wisata.

Faktor lain yang menghambat pengembangan Desa Wisata Nganggring adalah terjadinya konflik. Sejalan dengan tujuan kepariwisataan, Pemerintah mengembangkan desa wisata yang bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, serta memajukan kebudayaan. Potensi wisata adalah segala sesuatu yang dimiliki oleh daerah tujuan wisata, dan merupakan daya agar orang-orang mau berkunjung ke tempat tersebut. Pengembangan daya wisata dapat dilakukan dengan memaksimalkan lahan asyara asyar, merawat dan memperbaiki berbagai wahana dan fasilitas pelengkap, dan melengkapi sarana dan prasarana yang belum ada dengan melakukan asyaraka dengan pihak pemerintah kota maupun pihak swasta yang terkait. Pembangunan kepariwisataan mempunyai tujuan akhir untuk meningkatkan pendapatan asyarakat yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan asyarakat dan pertumbuhan ekonomi. Perkembangan pariwisata juga mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Terlibat aktif dalam pelaksanaan pengembangan pariwisata. Mengembangkan potensi pariwisata yang ada dan menerima manfaat dari pengembangan pariwisata. Memberikan kontribusi secara terbatas berupa kegiatan pemantauan. Mendorong terlaksananya pengembangan pariwisata dengan tidak terlibat langsung.

Secara definisi, *sustainable tourism* adalah pariwisata yang memerhatikan dampak terhadap lingkungan, sosial, bu-

daya, serta ekonomi untuk masa kini dan masa depan, baik bagi masyarakat asya maupun wisatawan. Dalam mengembangkan atau menciptakan tempat wisata Pemerintah mempunyai peran penting karena sektor pariwisata tidak dapat berkembang secara maksimal jika tidak ada campur tangan dari pemerintah terutama dalam penyediaan fasilitas akses jalan, mencari wisatawan dan mempromosikan tempat wisata tersebut. Pengembangan pariwisata yaitu usaha untuk meningkatkan atau melengkapi fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan oleh para wisatawan agar merasa nyaman saat berada di tempat wisata. Istilah pariwisata berasal dari Bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata yaitu pari dan wisata, ulebih jelasnya lihat tabel sebagai berikut:

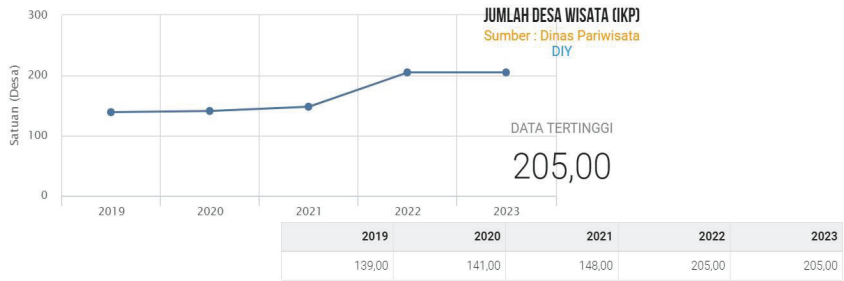
Tabel 1. Desa Wisata dan Pokdarwis

Kode	Bidang Urusan	Elemen	Tahun					Satuan	Sifat Data	Sumber Data
			2019	2020	2021	2022	2023			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
002	Pariwisata	Jumlah Desa Wisata	270,00	282,00	286,00	305,00	295,00 *	Desa	Tahunan	-
002.02	Pariwisata	Jumlah Desa Wisata Rintisan	-	-	-	100,00	100,00 *	Desa	Tahunan	Dinas Pariwisata
002.03	Pariwisata	Jumlah Desa Wisata Berkembang	39,00	33,00	39,00	54,00	54,00 *	Desa	Tahunan	Dinas Pariwisata
002.04	Pariwisata	Jumlah Desa Wisata Maju	48,00	60,00	31,00	37,00	37,00 *	Desa	Tahunan	Dinas Pariwisata
002.05	Pariwisata	Jumlah Desa Wisata Mandiri	-	-	-	14,00	14,00 *	Desa	Tahunan	Dinas Pariwisata
003	Pariwisata	Jumlah Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) di DIY	131,00	131,00	164,00	81,00	81,00 *	Kelompok	Tahunan	-
003.01	Pariwisata	Jumlah Pokdarwis di Kabupaten Gunungkidul	42,00	42,00	42,00	18,00	18,00 *	Kelompok	Tahunan	Dinas Pariwisata
003.02	Pariwisata	Jumlah Pokdarwis di Kabupaten Kulon Progo	20,00	20,00	20,00	3,00	3,00 *	Kelompok	Tahunan	Dinas Pariwisata
003.03	Pariwisata	Jumlah Pokdarwis di Kabupaten Sleman	15,00	15,00	48,00	13,00	13,00 *	Kelompok	Tahunan	Dinas Pariwisata
003.04	Pariwisata	Jumlah Pokdarwis di Kabupaten Bantul	40,00	40,00	40,00	8,00	8,00 *	Kelompok	Tahunan	Dinas Pariwisata
003.05	Pariwisata	Jumlah Pokdarwis di Kota Yogyakarta	14,00	14,00	14,00	39,00	39,00 *	Kelompok	Tahunan	Dinas Pariwisata

Sumber: Aplikasi dataku Daerah Istimewa Yogyakarta. link:

https://bapgeda.jogjapro.go.id/dataku/data_da_sar/ce ta k/2 11 - d e s a - w i s a t a - d a n - p o k d a r w i s

Grafik Series Data DIY Tahun 2019 s/d 2023



Gambar 5. Jumlah Desa Wisata DIY 2019-2023

Tabel 2. Indikasi Program Pembangunan Kepariwisata Daerah

No	Tahapan	Uraian
1	Tahapan I 2012 – 2014	a). mengembangkan diversifikasi atau keragaman Daya Tarik Wisata dalam berbagai tema terkait yang kreatif dan inovatif; b). memperkuat konservasi sumber daya Wisata dan lingkungan; c). meningkatkan pemahaman, dukungan dan partisipasi masyarakat sadar Wisata dalam mewujudkan sapa pesona bagi terciptanya iklim kondusif Kepariwisata; d). mengembangkan model-model promosi dan pemasaran Kepariwisata dalam memperluas jaringan pasar, baik pasar Wisatawan maupun Wisatawan mancanegara; e). mengembangkan fasilitasi, regulasi, insentif dan disinsentif untuk pengembangan usaha Pariwisata; dan f). optimalisasi kemitraan usaha Pariwisata antara Pemerintah Daerah, Pemerintah Kabupaten /Kota, swasta dan masyarakat
2	Tahapan II 2015 – 2019	a). mengembangkan inovasi dan kapasitas Daya Tarik Wisata untuk mendorong akselerasi perkembangan Pariwisata Daerah; b). meningkatkan kualitas dan kuantitas moda, sarana prasana, dan 24asyar transportasi darat, udara dan perkeretaapian sekaligus pengembangan transportasi multimoda dan antarmoda yang aman, nyaman, dan berbudaya; c). mengembangkan paket Wisata terpadu antarobyek dan antardaerah yang didukung oleh meningkatnya dukungan sektor lain (perhubungan, perdagangan, jasa, pertanian , perhotelan) terhadap sektor Pariwisata; d). meningkatkan keterlibatan dalam Kepariwisata untuk mendorong kesejahteraan masyarakat melalui Kepariwisata; e). mengembangkan citra Kepariwisata Daerah sebagai Destinasi Pariwisata yang aman, nyaman dan berdaya saing; f). meningkatkan kapasitas/skill serta produk layanan usaha ekonomi masyarakat di bidang Pariwisata; dan g). standarisasi dan sertifikasi Sumber Daya Manusia dan Industri di bidang Pariwisata.
3	Tahapan III 2020 – 2025	a). terwujudnya tujuan Wisata yang inovatif, aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, dan berwawasan lingkungan

	sehingga mampu meningkatkan pendapatan Daerah dan kesejahteraan masyarakat; b). terwujudnya pemasaran Pariwisata yang sinergis, unggul, dan bertanggung jawab untuk meningkatkan kunjungan Wisatawan baik masyarakat maupun mancanegara; c). terwujudnya Pariwisata yang berdaya saing, kredibel, mampu menggerakkan kemitraan usaha, dan bertanggung jawab atas kelestarian dan keseimbangan lingkungan alam dan sosial budaya; d). terwujudnya organisasi Pemerintah Daerah, Pemerintah Kabupaten/Kota, swasta, berkembangnya Sumber Daya Manusia, regulasi, dan mekanisme operasional yang efektif dan efisien dalam rangka mendorong terwujudnya Kepariwisataaan yang berkelanjutan; e). terwujudnya masyarakat sadar Wisata untuk mendukung tercapainya Sapta Pesona; dan; f). terwujudnya Daerah sebagai daerah tujuan Wisata berbasis budaya terkemuka di Asia Tenggara yang mempunyai ciri khas dan kekhususan daerah dengan keanekaragaman Daya Tarik Wisata dan budaya.
Sumber	Peraturan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 1 Tahun 2019 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 1 Tahun 2012 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2012–2025. Link: https://jdih.dprd-di.y.go.id/download/999

Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah, Pendapatan Asli Daerah adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan Pendapatan Asli Daerah (PAD), yaitu pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Pendapatan Asli Daerah (PAD), yaitu pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan. PAD bertujuan memberikan kewenangan kepada Pemerintah Daerah untuk mendanai pelaksanaan otonomi daerah sesuai dengan potensi daerah sebagai perwujudan desentralisasi. Dana Perimbangan-

gan, yaitu dana yang bersumber dari pendapatan APBN yang dialokasikan kepada daerah untuk mendanai kebutuhan daerah dalam rangka pelaksanaan desentralisasi. Lain-lain pendapatan daerah yang sah merupakan seluruh pendapatan Daerah selain pendapatan asli daerah dan dana perimbangan, yang meliputi hibah, dana darurat, dan lain-lain pendapatan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pendapatan Asli Daerah (PAD) terdiri: a). Pajak Daerah; b). Retribusi Daerah; c). Hasil Pengelolaan; d). Kekayaan Yang dipisahkan dan e) Lain-lain Pendapatan Asli Daerah Yang Sah. Lain-lain pendapatan daerah yang sah merupakan seluruh pendapatan daerah selain pendapatan asli daerah dan pendapatan transfer, yang meliputi hibah, dana darurat, dan lain-lain pendapatan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (UU 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah).

Beberapa faktor yang dapat memengaruhi PAD diantaranya Pengeluaran Pemerintah, Jumlah Penduduk, dan Inflasi. Jumlah penduduk merupakan salah satu faktor penentu adanya disparitas pendapatan asli daerah. Sumber PAD: Terdiri dari hasil pajak daerah, retribusi daerah, pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain. Dilansir dari situs resmi Kementerian Keuangan, Pendapatan Asli Daerah (PAD), adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Penyebab utama rendahnya PAD adalah sebagai berikut. Kurang berperannya Perusahaan Daerah sebagai sumber pendapatan daerah. Tingginya derajat sentralisasi dalam bidang perpajakan, karena semua

jenis pajak utama yang paling produktif baik pajak langsung maupun tidak langsung ditarik oleh pusat. PAD berpengaruh positif terhadap Pertumbuhan Ekonomi, hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresinya sebesar 0,1337. Ini berarti setiap peningkatan satu satuan PAD akan meningkat Pertumbuhan Ekonomi sebesar 13,37 persen. DAK tidak berpengaruh terhadap Pertumbuhan Ekonomi, hal ini ditunjukkan dengan nilai. Pendapatan Daerah adalah hak pemerintah daerah yang diakui sebagai penambah nilai kekayaan bersih (UU No 33 tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah). APBD terdiri atas pendapatan daerah, belanja daerah, dan pembiayaan daerah. APBD Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun Anggaran 2023 berjumlah Rp6.305.056.739.358,00 (Enam Triliun Tiga Ratus Lima Milyar Lima Puluh Enam Juta Tujuh Ratus Tiga Puluh Sembilan Ribu Tiga Ratus Lima Puluh Delapan Rupiah) terdiri atas pendapatan daerah, belanja daerah, dan pembiayaan daerah dengan rincian sebagai berikut: a). Pendapatan Daerah Rp. 5.751.056.739.358,00 ; b). Belanja Daerah Rp. 6.000.056.739.358,00 Surplus/ (Defisit) Rp. (249.000.000.000,00) ; c). Pembiayaan Daerah : 1). Penerimaan Rp. 554.000.000.000,00 2). Pengeluaran Rp. 305.000.000.000,00 Pembiayaan Netto Rp. 249.000.000.000,00 Sisa Lebih Anggaran Tahun Berkenaan : Rp. 0,00.

BAB VI

KESIMPULAN

1. Faktor-faktor yang menyebabkan jumlah wisatawan naik sebagai berikut: 1) daya tarik wisata (atraksi); 2) Aksesibilitas; 3). Tarif; 4). Fasilitas dan 5), Informasi
2. Jenis Fasilitas tempat wisata: toilet, tempat sampah, fasilitas ramah disable, ruang hijau, tempat ibadah, terdapat akses, dan area food court.
3. Desa wisata akan menjadi wisata masa depan di Yogyakarta. Konsep Pengembangan Desa Wisata: a). Atraksi sebagai daya 27asya utama desa wisata; b). Amenitas sebagai fasilitas pendukung yang dimiliki oleh desa wisata; c). Aksesibilitas
4. Pendapatan Asli Daerah (PAD) terdiri: a). Pajak Daerah; b). Retribusi Daerah; c). Hasil Pengelolaan; d). Kekayaan yang dipisahkan dan e) Lain-lain Pendapatan Asli Daerah Yang Sah.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Pariwisata Provinsi DIY 2011. Statistik Kepariwisataaan DIY 2011.
- Felstead, M.L. 2000. Master Plan for Community-Based Eco-Tourism in Ulgan Bay, Palawan, Republic of the Philippines. Puerto Princesa City (PPC), Philippines: UNESCO-UNDP- PPC.
- Hakim, R. 2003. Komponen Perancangan Arsitektur Lansekap. Jakarta: Penerbit BumiAksara.
- Kastolani, W. 2010. Pengembangan Wisata Terpadu Berdasarkan Daya Tarik Kawasan Konservasi di Kecamatan Cimenyan. Bandung: Penerbit UPI.
- Marpaung, H. 2001. Pengetahuan Pariwisata. Bandung: Alfabeta.
- Mat Som, Ahmad Puad; Badarneh, Mohammad Bader. 2011. Tourist Satisfaction and Repeat Visitation; Toward a New Comprehensive Model. International.
- Murphy, P. E. 1985. Tourism: A Community Approach. New York and London: Methuen.
- Okazaki, E. 2008. A Com-

- munity-Based Tourism Model: Its Conception and Use. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol 16, No. 5. New York: Taylor & Francis.
- Rietbergen-McCracken, J, and Deepa Narayan Parker, eds. 1998. *Participation and social assessment: tools and techniques*. Washington DC: World Bank Publications.
- Sofield, T.H.B. 2003. *Empowerment for Sustainable Tourism Development*. Oxford: Pergamon, Elsevier Science.
- The World Bank and Participation. 1994. *Participation and the World Bank Success, Constraints, and Responses*. Social Development The World Bank, Washington, D.C. USA.
- Timothy, D.J. 2007. *Empowerment and stakeholder participation in tourism destination communities*. In A. Church and T. Coles (eds). *Tourism, Power and Space*. London and New York: Routledge.
- Tisnawati, E, dkk. 2015. *Penataan Kawasan Bantaran Sungai Gajah Wong berbasis Masyarakat*. Laporan Program Pengabdian pada Masyarakat Ipteks bagi Masyarakat (IbW). Direktorat Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi, Republik Indonesia.



Kawasan Ekonomi Khusus

Industri Wisata

Ada dua lapis agenda pembangunan infrastruktur pariwisata di Yogyakarta yang perlu dipahami. *Pertama*, berdasarkan pemilik agendanya, ada pembangunan infrastruktur pariwisata yang merupakan agenda Pemerintah Pusat dan ada yang merupakan agenda Pemerintah Daerah. *Kedua*, berdasarkan skalanya, ada pembangunan pariwisata yang merupakan proyek "mercusuar" berkala besar dan ada yang berskala kecil di level komunitas. Kemajuan sektor pariwisata Yogyakarta ternyata belum mampu mengatasi masalah kemiskinan di sana.

Community Based Tourism (CBT) merupakan suatu pendekatan pembangunan pariwisata yang menekankan pada masyarakat lokal, baik yang terlibat langsung dalam industri pariwisata maupun tidak, dalam bentuk memberikan kesempatan (akses) dalam manajemen dan pembangunan pariwisata yang berujung pada pemberdayaan politis melalui kehidupan yang lebih demokratis, termasuk dalam pembagian keuntungan dari kegiatan pariwisata yang lebih adil bagi masyarakat lokal.