



PERANAN KEBUDAYAAN DAERAH DALAM PERWUJUDAN MASYARAKAT INDUSTRI PARIWISATA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA



DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

**PERANAN KEBUDAYAAN DAERAH
DALAM PERWUJUDAN MASYARAKAT INDUSTRI PARIWISATA
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

**PERANAN KEBUDAYAAN DAERAH
DALAM PERWUJUDAN MASYARAKAT INDUSTRI PARIWISATA
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Tim Peneliti/Penulis

Dra. Siti Munawaroh/Ketua
Drs. Sudarmo Ali Murtolo/Anggota
Noor Sulistyo Budi, SH/Anggota
Drs. Tugas Triwahyono/Anggota
Drs. Ambar Adrianto/Anggota

Konsultan

Drs. H. Ramli Nawawi

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
DIREKTORAT JENDERAL KEBUDAYAAN
DIREKTORAT SEJARAH DAN NILAI TRADISIONAL
PROYEK PENGKAJIAN DAN PEMBINAAN NILAI-NILAI BUDAYA
PROPINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
TAHUN ANGGARAN 1999/2000**

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga Proyek Pengkajian dan Pembinaan Nilai-nilai Budaya DIY tahun anggaran 1999/2000 ini dapat menerbitkan buku berjudul **Peranan Kebudayaan Daerah Dalam Perwujudan Masyarakat Industri Pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta**. Buku ini merupakan hasil Proyek tahun anggaran 1997/1998, penelitiannya dilakukan oleh Dra. Siti Munawaroh, dkk. Staf Peneliti Balai Kajian Sejarah dan Nilai Tradisional Yogyakarta.

Daerah Istimewa Yogyakarta sering mendapatkan sebutan sebagai kota budaya yang banyak memiliki adat-istiadat dan tradisi tempat-tempat pariwisata yang sampai saat ini masih dilestarikan oleh masyarakat setempat. Seperti halnya tempat-tempat wisata di Wilayah Yogyakarta merupakan salah satu andalan aset daerah, maka industri yang relevan perlu dikaji, dibina dan dilestarikan untuk memperkaya aset budaya daerah dan selanjutnya disumbangkan dalam pembentukan kebudayaan nasional.

Dengan diterbitkannya buku ini diharapkan selain untuk menambah khasanah dunia pustaka, juga diharapkan sebagai salah satu upaya untuk menyebarluaskan informasi tentang pentingnya memahami dan menghayati serta mencintai salah satu warisan budaya daerah untuk menunjang keberhasilan pembangunan nasional khususnya bidang pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kami menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan penelitian hingga diterbitkannya buku ini berkat kerja keras dari tim penyusun dan juga adanya kerjasama yang baik dari semua pihak, termasuk Pemda Tk. I Propinsi DIY dan Pemda Tk. II Kotamadya Yogyakarta serta bantuan dari para informan. Untuk itu kepada semua pihak yang telah turut membantu usaha penelitian hingga penerbitan buku ini, kami mengucapkan terima kasih, semoga buku ini ada manfaatnya.

Wassalamu'alaikum wr. wb



Yogyakarta, September 1999

Pemimpin Proyek

[Signature]
Yuli Astuti, BA
NIP. 130053496

**SAMBUTAN KEPALA KANTOR WILAYAH
DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
PROPINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Assalamu'alaikum wr. wb.

Diiringi rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, saya menyambut gembira atas keberhasilan Bidang Jarahnitra melalui Proyek Pengkajian dan Pembinaan Nilai-nilai Budaya DIY tahun anggaran 1999/2000 untuk melaksanakan pencetakan naskah hasil perekaman/penelitian tentang "**Peranan Kebudayaan Daerah Dalam Perwujudan Masyarakat Industri Pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta**".

Buku ini sangat penting bagi masyarakat yang ingin mengetahui lebih dalam budaya masyarakat Jawa, terutama budaya masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta, karena dengan membaca hasil penelitian ini kita dapat mengetahui bahwa pada kenyataannya nilai-nilai budaya daerah, seperti : nilai budaya keamanan, nilai ketertiban, nilai kebersihan, nilai keindahan, nilai kesejahteraan, nilai keramah-tamahan, dan nilai kenangan yang biasa disebut sebagai Sapta Pesona. Hal tersebut merupakan persoalan yang sangat strategis dan berpotensi dalam pengembangan sektor industri pariwisata. Dengan terciptanya kondisi nilai-nilai tersebut secara baik, maka para wisatawan yang berkunjung akan merasa tenteram, tenang, serta puas dalam menikmati adanya berbagai industri, sehingga akan mendorong minat wisatawan untuk senantiasa mengunjungi Yogyakarta. Keadaan semacam ini apabila dipertahankan maka akan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan sangat berpengaruh bagi pendapatan daerah.

Dengan diterbitkannya buku ini semoga dapat memberikan sumbangan yang berguna bagi upaya pelestarian dan pengembangan budaya daerah yang pada saatnya nanti dapat memperkaya khasanah budaya bangsa.

Akhirnya saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu usaha penerbitan ini, semoga hasil penerbitan ini bermanfaat bagi

mereka yang berminat dan menaruh perhatian terhadap masalah-masalah yang berkaitan dengan kebudayaan.

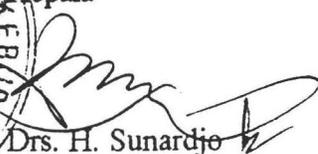
Sekian dan terima kasih

Wassalamu'alaikum wr. wb.



Yogyakarta, September 1999

Kepala


Drs. H. Sunardjo

NIP 130177354

DAFTAR ISI

	Hal
KATA PENGANTAR	v
SAMBUTAN KAKANWIL DEPDIKBUD PROPINSI DIY	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR PETA	xiii
DAFTAR GAMBAR/FOTO	xv
ABSTRAK	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Kerangka Pemikiran	9
E. Ruang Lingkup	10
F. Metode Penelitian	11
G. Pelaksanaan Penelitian	12
H. Kerangka Laporan	13
BAB II : GAMBARAN SINGKAT RESPONDEN DAN DAERAH PENELITIAN	15
A. Gambaran Singkat Responden	15
1. Umur	15
2. Tingkat Pendidikan	16
3. Status Sosial Ekonomi	18
4. Latar Belakang Sosial Budaya	20
5. Keagamaan	23
B. Gambaran Umum Daerah Penelitian	24
1. Lokasi	24
2. Kependudukan	26
3. Industri Pariwisata	32
4. Sejarah Industri Pariwisata Prawirotaman	44
5. Pandangan Masyarakat Tentang Industri Pariwisata	46

BAB III : POTENSI NILAI BUDAYA DAERAH	49
A. Pengertian Sapta Pesona	51
B. Memasyarakatkan Sapta Pesona	55
C. Persepsi Masyarakat Terhadap Sapta Pesona	56
D. Pelaksanaan Sapta Pesona	57
E. Nilai-Nilai Budaya Daerah	68
1. Nilai Keamanan	69
2. Nilai Ketertiban	72
3. Nilai Kebersihan	75
4. Nilai Keindahan	77
5. Nilai Kesejukan	77
6. Nilai Keramah tamahan	80
7. Nilai Kenangan	81
 BAB IV: PERILAKU DAN BENDA-BENDA BUDAYA.....	 93
A. Perilaku Suku Bangsa Di Sektor Industri Pariwisata	93
B. Benda-benda Budaya Suku Bangsa Di Sektor Industri Pariwisata	110
 BAB V: ANALISA NILAI BUDAYA, PERILAKU, DAN BENDA-BENDA BUDAYA SUKU BANGSA DI SEKTOR INDUSTRI PARIWISATA	 123
A. Kekuatan	124
B. Kelemahan	129
C. Peluang	132
D. Ancaman	135
 BAB VI: KESIMPULAN dan SARAN	 143
A. Kesimpulan	144
B. Saran	146
 DAFTAR PUSTAKA	 147
LAMPIRAN	153
- A. Daftar Responden	153
- B. Daftar Informan	155

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
I. 1. Perkembangan Kunjungan Wisman dan Wisnu di DIY tahun 1992 - 1996	4
II. 1. Komposisi Umur Responden di Prawirotaman	16
2. Tingkat Pendidikan Responden	17
3. Pendapatan Responden Selama Sebulan di Prawirotaman 1997	19
4. Status Matapencaharian Responden di Prawirotaman 1997	19
5. Komposisi Responden Menurut Agama di Prawirotaman ..	24
6. Komposisi Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin di Kelurahan Brontokusuman tahun 1996	28
7. Komposisi Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Kelurahan Brontokusuman	29
8. Komposisi Penduduk Menurut Matapencaharian Kelurahan Brontokusuman tahun 1996	30
9. Jumlah dan Perkembangan Penduduk Brontokusuman tahun 1992 - 1996	32
III. 1. Pendapat Responden tentang Pelaksanaan Sapta Pesona di Kawasan Penginapan Prawirotaman	91
IV. 1. Pendapat Responden tentang Perilaku Karyawan Industri Pariwisata yang ada di Prawirotaman	109
2. Motivasi Karyawan (responden) Bekerja di Sektor Industri Pariwisata tahun 1997	109

DAFTAR PETA

Peta	Halaman
1. Peta Kelurahan Brontokusuman Kecamatan Mergangsan	157
2. Peta Kotamadya Yogyakarta	158

DAFTAR GAMBAR/FOTO

Gambar	Halaman
1. Kantor Kelurahan Brontokusuman Kecamatan Mergangsan Kotamadya Yogyakarta	25
2. Salah Satu Hotel Berbintang di Prawirotaman	35
3. Taksi Yang Sedang Menunggu Penumpang	38
4. Becak Salah Satu Alat Transportasi Tradisional Yang Disukai Para Wisatawan	38
5. Salah Satu Restoran Yang Menyediakan Berbagai Masakan dengan Fasilitas Khas Daerah (tampak dari depan)	41
6. Rumah Makan dari Sisi Dalam Pada Waktu Malam hari	41
7. Salah Satu Toko Cenderamata Yang Ada di Prawirotaman	43
8. Suasana Lingkungan Fisik di Salah Satu Hotel	58
9. Komposisi Dinding Serba Bambu Dalam Ruangan Restoran	59
10. Kondisi Ruangan Rumah Makan Yang Berbentuk Joglo	60
11. Ruangan Informasi Yang Sempit	63
12. Kondisi Fisik Bangunan Warpostel Yang Ada di Prawirotaman	65
13. Keadaan Jalan di Pintu Masuk Sebelah Timur Jalan Prawirotaman	66
14. Keadaan Jalan Prawirotaman I Pada Saat Musim Lebaran Ataupun Musim Turis	67
15. Tempat Sampah di Pasar Prawirotaman Yang Merupakan Pintu Masuk Kawasan Pariwisata di jalan Gerilya	67
16. Salah satu hotel yang memperkerjakan Satpam	72
17. Salah Satu Sisi Halaman Guest House Adanya Taman	78
18. Salah Satu Fasilitas Jasa Penukaran Uang Asing dan Informasi Turis	98
19. Salah Satu Restoran dab Bar Yang Ada di Prawirotaman Yang Belum Mempunyai HO	105
20. Toko Cenderamata Khusus Batik dan Juga Penyetor Batik	114
21. Toko Cenderamata Batik Siap Pakai dan Meubel Antik Serta Persewaan Kendaraan	114

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul peranan kebudayaan daerah dalam perwujudan masyarakat industri pariwisata di DIY dilakukan di Jalan Prawirotaman, Kelurahan Brontokusuman, Kecamatan Mergangsan, Kotamadya Yogyakarta. Dipilihnya lokasi ini karena Prawirotaman sudah dikenal masyarakat secara internasional sebagai kawasan penginapan (*guest house*).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap industri pariwisata, potensi nilai-nilai budaya daerah yang terdapat dalam Sapta Pesona, dan untuk mengetahui perilaku dan benda-benda budaya dalam industri pariwisata, seperti: hotel, usaha wisata, restoran, jasa transportasi, dan jasa pemandu. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut penelitian ini menggunakan pendekatan secara kualitatif yang bersifat deskriptif analisis, sedangkan dalam pengumpulan data responden digunakan cara pengamatan, wawancara dengan responden dan informan, dan kepustakaan.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa, sebagian besar (91,7%) responden mempunyai pandangan positif atau merasa senang terhadap industri pariwisata, karena secara ekonomi memberikan keuntungan. Sementara nilai-nilai budaya daerah seperti nilai keamanan, ketertiban, kebersihan, keindahan, kesejukan, keramahtamahan, dan nilai kenangan dalam industri pariwisata di Prawirotaman dapat dikatakan masih kurang diperhatikan. Hal ini karena terlihat ada sebesar 30,0 % responden mengatakan nilai-nilai Sapta Pesona di kawasan industri pariwisata Prawirotaman masih kurang baik.

Sementara mengenai perilaku SDM yang bekerja di sektor industri pariwisata sebesar 81,7 % responden menilai baik atau positif. Hal ini karena mereka rata-rata sopan, disiplin, dan ramah tamah. Sedangkan benda-benda budaya daerah di daerah penelitian dapat dikatakan relatif baik, karena bisa memenuhi keinginan wisatawan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa peranan kebudayaan daerah di daerah penelitian sangat besar dan sangat sentral bagi pengembangan industri pariwisata. Di samping itu, kebudayaan daerah mampu dan sangat potensial dalam memberikan identitas dan juga mampu memberikan pegangan dasar, mendorong kreatifitas dan partisipasi masyarakat dalam industri pariwisata, di samping kebudayaan daerah tetap merupakan daya tarik utama bagi wisatawan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG PENELITIAN.

Kesadaran akan pentingnya mengembangkan sektor kepariwisataan sebagai salah satu pemasukan devisa bagi pemerintah sebenarnya bukan hal yang baru. Jauh sebelum terjadi krisis minyak di pasaran internasional pada tahun 1980-an, pemerintah Indonesia telah melihat potensi 13.677 buah pulau yang ada dan ratusan variasi adat dan budaya yang masing-masing memiliki keunikan tersendiri.

Bukti dari kesadaran pemerintah dapat dilihat dari lahirnya beberapa keputusan penting di bidang pariwisata, seperti terbentuknya Yayasan Tourisme Indonesia (1955), Dewan Tourisme Indonesia (1957), dan Lembaga Pariwisata Nasional (1980), yang pada dasarnya semua lembaga tersebut bertugas menangani masalah kepariwisataan nasional.

Namun, lebih dari itu dunia kepariwisataan Indonesia memasuki momentum paling penting pada tahun 1969, yaitu sejak dikeluarkannya Kepres No. 3/1969, tanggal 22 Maret 1969, yang melebur lembaga bersifat swasta menjadi bagian dari Departemen Perhubungan dengan status Direktorat Jenderal sehingga secara langsung lembaga ini bertanggung jawab kepada pemerintah.

Surat Keputusan Presiden No. 3 ini memiliki arti penting karena dengan membenahan organisasi yang membidangi kepariwisataan, kebijakan pemerintah di bidang ini semakin memiliki arah yang jelas. Apalagi kemudian disusul dikeluarkannya Kepres No. 30/1969 tentang pengembangan kepariwisataan nasional sebagai salah satu sumber penghasil devisa negara (Oka A. Yoeti: 1985).

Penjabaran lebih lanjut dari Kepres No. 30 tersebut adalah keluarnya Instruksi Presiden No. 9/1969, di mana dalam pasal 2 dicantumkan, bahwa pengembangan kepariwisataan digerakkan dengan tujuan meningkatkan devisa pada khususnya dan memberi kesempatan kerja sektor industri kepariwisataan serta untuk memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam Indonesia, di samping untuk meningkatkan persaudaran dan persahabatan internasional. Dari momentum penting di tahun 1969 inilah konsep industri pariwisata mulai diperkenalkan di Indonesia.

Sudah tentu dengan membenahan yang masih berusia muda ini sektor kepariwisataan masih menemui banyak hambatan untuk tumbuh secara mantap. Dalam Pelita I, misalnya, kebijakan kepariwisataan di Indonesia masih

bersifat konsolidatif, yaitu masih berupa upaya pembenahan kekurangan pada masa pra-pelita. Jumlah wisatawan asing yang masuk pada periode ini tercatat baru 256.600 jiwa. Baru pada Pelita II, jumlah wisatawan asing menunjukkan peningkatan cukup pesat, hingga mencapai angka 1.858.000 jiwa.

Dalam Pelita III, jumlah wisatawan asing yang berhasil dipancing masuk ke Indonesia terus mengalami peningkatan, walaupun secara persentase tidak terlalu mencolok. Tercatat di tahun 1979 sejumlah 501.430 wisatawan asing berkunjung. Tahun 1980 meningkat menjadi 561.178, tahun 1981 menjadi 600.151, tapi tahun 1982 mengalami penurunan sebesar 1,3 persen sehingga hanya 592.042 orang yang berkunjung. Terjadi peningkatan kembali pada tahun 1983 menjadi 635.000 orang, sehingga total pada Pelita ini (III) jumlah wisatawan asing yang masuk sebesar 2.887.413 orang dengan pemasukan devisa sebesar 395 juta dollar AS.

Masa antara akhir Pelita III dengan Pelita IV ditandai dengan berbagai krisis ekonomi dan resesi internasional. Secara teoritis keadaan ini akan mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan asing ke Indonesia. Akan tetapi, menghadapi situasi krisis ini pemerintah Indonesia justru optimis bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia tidak akan berkurang, bahkan akan sebaliknya akan meningkat. Optimisme ini diwujudkan dengan mencantumkan target bahwa selama Pelita IV harus diupayakan peningkatan jumlah wisatawan asing yang berkunjung agar dapat memasukkan devisa dari sektor ini menjadi urutan ke dua atau ke tiga setelah migas.

Untuk mendukung terpenuhinya target ini, berbagai kebijaksanaan yang diharapkan akan mampu meningkatkan angka wisatawan asing diberlakukan. Salah satu yang terpenting di antaranya adalah keluarnya Kepres No. 15/1983 yang mengatur kebijakan pengembangan kepariwisataan (Syahrul Gani: 1986). Kepres ini mengatur tentang: (1) kebijakan bebas visa bagi 29 negara asal wisatawan asing; (2) penambahan pintu gerbang masuk bagi wisatawan asing, khususnya Indonesia bagian Timur; (3) pemberian keringanan kepada usaha-usaha kepariwisataan yang menyangkut perkreditan, perpajakan, bea masuk dan perizinan; (4) peningkatan pelayanan kepada wisatawan asing; dan (5) peningkatan ketrampilan dan keahlian tenaga kerja kepariwisataan.

Kebijakan-kebijakan di atas, tampaknya memang cukup manjur. Terbukti setelah dikeluarkannya Kepres 15/1983 itu, jumlah wisatawan asing yang masuk ke Indonesia sebesar 7,1 persen dari angka 592.000 wisatawan di tahun 1983. Tiga tahun setelah kebijakan bebas visa, total jumlah wisatawan asing yang berhasil dijaring mencapai angka 2.053.000 orang, dengan total penerimaan devisa 1.479.2 juta dollar AS. Sementara pada tahun 1990 mencapai devisa sebesar 2.105.29 juta dollar AS dan tahun 1991 naik menjadi

2.473.00 juta dollar AS dengan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia tercatat 3.064.161 orang. Jelas ini merupakan sumbangan yang tidak sedikit bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Terjadinya lonjakan wisatawan dari hanya beberapa puluh ribu orang di tahun 1970-an menjadi sekitar 3 juta orang pada tahun 1991 tentu merupakan sesuatu yang sangat berarti. Hal ini terjadi karena memang para pengambil kebijakan politik dan ekonomi memiliki komitmen untuk mengembangkan pariwisata.

Ini berarti ada kesadaran bahwa pariwisata merupakan bisnis yang sangat besar dan Indonesia berpeluang untuk memainkan peran di dalamnya. Selain itu bagi Indonesia, industri pariwisata merupakan peluang yang tidak dapat dilepaskan begitu saja. Pariwisata telah tumbuh menjadi sebuah industri yang sangat menguntungkan dan memiliki prospek yang sangat cerah di kemudian hari bagi sebuah pembangunan nasional. Alasan penting lainnya karena pariwisata mampu memberikan sumbangan devisa bagi negara yang dapat dimanfaatkan untuk membantu neraca pembayaran luar negeri.

Selain itu, masih ada alasan lainnya, seperti penyediaan lapangan kerja dan kesempatan berusaha, menumbuhkan kebudayaan dan kesenian, dan bagi wisatawan domestik wisata itu berguna untuk mengasah rasa cinta pada tanah air dan meningkatkan disiplin nasional. Komitmen terhadap pengembangan pariwisata menuntut adanya serangkaian kebijakan untuk mendukung pariwisata. Menarik untuk dilihat bagaimana pengembangan industri pariwisata ini kemudian terintrograsi ke dalam berbagai bidang dan pola kehidupan bangsa dan negara. Pariwisata dikembangkan tidak semata-mata sebagai sektor tunggal, melainkan terintrograsi dengan berbagai aspek kehidupan sosial, politik, dan ekonomi.

Daerah Istimewa Yogyakarta, salah satu propinsi Daerah Tujuan Wisata (DTW) sudah tentu tidak ketinggalan memanfaatkan potensi kepariwisataan semaksimal mungkin. Memang jika dibandingkan dengan Bali, Daerah Istimewa Yogyakarta masih kalah dalam keberhasilannya menyedot wisatawan. Namun demikian Yogyakarta yang terkenal sebagai salah satu cagar budaya Jawa memiliki potensi besar untuk berkembang.

Apalagi Yogyakarta juga merupakan kawasan yang kaya akan segala macam obyek wisata, seperti kraton, makam raja-raja, Taman Sari, Sanggar Seni, Sanggar Tari, kelompok seni, Cagar Budaya dan Museum. Dapatlah dipastikan tidak ada yang membantah, bahwa potensi pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta sangatlah besar. Adapun obyek wisata minat khusus antara lain: kebun binatang, konveksi/MICE, desa kerajinan, wisata agro dan monumen perjuangan bangsa. Sedangkan obyek wisata alam meliputi gunung/pegunungan, hutan, goa, dan pantai (Dinas Pariwisata, 1996).

Dalam perkembangan pengunjung obyek wisata dan wisatawan ke Daerah Istimewa Yogyakarta juga mengalami peningkatan setiap tahunnya, pada tahun 1994 tercatat 8.288.669 orang, dan pada tahun 1995 tercatat 9.343.385 orang. Sementara jumlah pengunjung wisatawan mancanegara dari 216.051 orang tahun 1991 menjadi 344.265 orang pada tahun 1995, sedangkan wisatawan nusantara meningkat rata-rata 16,38% per tahun dari 492.048 orang pada tahun 1991 menjadi 837.265 orang pada tahun 1995.

Dengan lama tinggal (longth stay) para wisatawan tersebut rata-rata 2,40 hari untuk wisatawan mancanegara 1,34 untuk wisatawan nusantara di hotel non Bintang dan rata-rata 1,61 hari untuk wisatawan mancanegara 1,86 hari untuk wisatawan nusantara di Hotel Berbintang lihat tabel I.1. (data Dinas Pariwisata DIY, tahun 1992). Dari kunjungan ini diperkirakan dapat di raih devisa yang cukup besar dan jelas ini merupakan sumbangan yang tidak sedikit bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia pada umumnya dan khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tabel I.1
Perkembangan kunjungan wisman dan wisnu
di Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 1992 - 1996

No.	Tahun	Wisatawan		Jumlah
		Mancanegara	Nusantara	
1.	1992	256.192	561.224	817.416
2.	1993	299.433	610.818	910.251
3.	1994	323.194	640.801	963.993
4.	1995	344.265	837.265	1.181.530
5.	1996	351.542	901.575	1.253.117

Sumber: Data Dinas Pariwisata Yogyakarta

Untuk meningkatkan para wisatawan berkunjung, maka DIY dalam pengembangan pariwisata mengacu pada pemerintah pusat, dalam media telah dilaksanakan beberapa kegiatan yang dilakukan bersama-sama antara pemerintah daerah, instansi terkait, swasta, dan masyarakat. Berdasarkan Kepres RI no. 3/1989 turut mendukung penyelenggaraan VIY 1991 dengan bermacam-macam kegiatan baik yang dilakukan pemerintah, swasta dan masyarakat dengan sebagai intinya adalah Festival Keraton. Kemudian turut mendukung penyelenggaraan VAY 1992 yang puncak acaranya Asean Festi-

val of Art. Selanjutnya penyelenggaraan kampanye Sadar Wisata (Maryanto, 1992).

Sementara dalam pelaksanaan Sapta kebijakan di DIY antara lain promosi yaitu pengadaan dan penyebaran bulan Promosi baik ke luar negeri maupun di dalam negeri, dan penyelenggaraan familia ziation tour. Aksesibilitas yaitu pengembangan jalur wisata di DIY dan sekitarnya, peningkatan frekuensi penerbangan dari dan ke Yogyakarta, mutu produk dan pelayanan yaitu pembinaan pada pengelola obyek wisata, kemudahan mendapatkan izin investasi akomodasi. Pengembangan kawasan wisata, wisata baru dan wisata bahari dan sumber daya manusia. Kemudian kebijakan yang terakhir adalah menciptakan iklim sadar wisata yaitu mengadakan penataran di bidang pariwisata, pembinaan sopir taksi, kusir andong, pengemudi becak dalam sopan santun dan bahasa asing.

Sangat disadari oleh para pembuat kebijakan bahwa pariwisata merupakan clean and safe industry. Untuk itu, menghadirkan bisnis raksasa pariwisata di Indonesia umumnya dan khususnya DIY menuntut adanya berbagai jaminan agar lingkungan, baik sosial, politik, ekonomi, dan budaya senantiasa berada dalam kondisi bersih dan terjamin keamanannya. Pada hakekatnya; sebagai sebuah industri dengan standarisasi internasional, pariwisata merupakan industri yang sangat rentan akan gangguan keamanan. Meskipun ekonomi merupakan faktor yang paling menentukan kegiatan pariwisata akan tetapi stabilitas politik dan pembangunan yang memiliki dampak pada kenyamanan dan keamanan perjalanan wisatawan jelas tak kalah pentingnya.

Sejak beberapa tahun ini disebarluaskan slogan Sapta Pesona yang berisi tujuh syarat yang harus dipenuhi untuk mengembangkan pariwisata di Indonesia. antara lain: aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah-tamah, dan kenangan. Slogan Sapta Pesona ini dilengkapi dengan sebuah gambar rekaan (image) dalam bentuk logo matahari yang sedang tersenyum dengan tujuh pancaran sinarnya (Dinas Pariwisata Propinsi DIY, 1986: 6).

Untuk memberikan jaminan agar prosedur internasional ini dapat terselenggara dan untuk mengembangkan pariwisata maka pemerintah menyelenggarakan Kampanye Nasional Sadar Wisata di kalangan masyarakat. Sadar wisata dimaksudkan untuk menggalang pengertian yang mendalam tentang pariwisata pada orang atau sekelompok orang yang terwujud dalam pemikiran, sikap, dan tingkah laku yang mendukung pengembangan pariwisata. Sedang tujuannya, antara lain; meningkatkan peran serta masyarakat, menggalang sikap dan perilaku untuk menjadi tuan rumah yang baik bagi wisatawan.

Gerakan Sadar Wisata itu memang perlu ditanamkan secara simultan melalui jalur formal maupun informal, antara lain: organisasi, penyuluhan, pemasangan slogan di beberapa tempat yang dipandang strategis, memasang stiker pada kendaraan-kendaraan umum, penyebaran informasi melalui media massa (cetak maupun elektronik), dan juga pemanfaatan media massa (Sumintarsih, 1994: 26).

Kampanye nasional Sadar Wisata harus dimengerti berada dalam konteks yang sudah tertentu. Sadar Wisata sesungguhnya mengandaikan adanya suatu kebutuhan untuk mendisiplinkan cara melihat sesuatu. Pariwisata dalam konteks ini harus dipahami oleh orang kebanyakan sebagai suatu kemestian dan sebagai bagian dari perjuangan membangun negara. Berbagai study tour yang dirancang untuk pelajar dan mahasiswa agaknya juga merupakan usaha untuk menciptakan, memperluas wawasan, dan memupuk sebuah imajinasi nasionalisme bagi generasi muda. Melihat langsung situs-situs kejadian suatu peristiwa, study tour ke daerah lain merupakan upaya untuk menyeragamkan cara pandang terhadap dunia untuk menciptakan suatu kesatuan dan persatuan bangsa. Oleh karena itu, pariwisata mengharapkan dukungan dari komunitas bangsa.

Konsekuensi dengan adanya Gerakan Sadar Wisata itu tentu saja membawa konsekuensi tersendiri bagi kita untuk berjuang semaksimal mungkin mengembangkan sektor pariwisata ini. Apalagi dengan dicanangkannya Tahun Kunjungan Wisata (Visit Indonesia Year) pada tahun 1991 maka praktis berbagai daerah yang mempunyai potensi pariwisata harus secepatnya ditumbuhkembangkan (Murtolo, 1993: 147).

Pendisiplinan juga tampak dalam arena perlombaan kebersihan kota. Secara tidak langsung, perlombaan kebersihan kota yang dilambangkan dengan Adipura mempunyai sasaran penunjang pariwisata. Standar kebersihan serta penilaiannya yang ditetapkan secara sentral adalah sebuah upaya untuk menciptakan bentuk lain dari disiplin, yaitu penyeragaman. Pada akhirnya disiplin dan keseragaman ini penting, bukan saja bagi pariwisata, tetapi juga bagi pembangunan nasional. Dalam kerangka ini bisa juga dilihat bahwa sesungguhnya rekayasa doktrin ketertiban dan keamanan mengambil tempat tidak saja dalam urusan-urusan militer dan polisional, tetapi juga dalam rekayasa image atau bentuk-bentuk simbol kebudayaan yang lain.

Bilamana tidak diwaspadai, rekayasa kebudayaan dalam usaha dagang hiburan waktu senggang (leisure) akan jadi rapuh untuk dimanfaatkan sebagai pembenaran sebuah pembangunan yang seakan-akan sungguh demokratis. Kalau tidak jeli dan kritis, orang akan mudah percaya begitu saja bahwa industrialisasi akan menghasilkan kemakmuran, kemakmuran menghasilkan

hiburan mengisi waktu senggang. Sementara hiburan memberi orang sebuah kebebasan untuk belajar tentang dan berpartisipasi dalam politik serta yang terakhir itu memungkinkan hadirnya demokrasi. Jadi tidak berlebihan bilamana industri pariwisata juga menjadi sesuatu yang rapuh untuk dijadikan salah satu rekayasa politik kebudayaan.

Clifford Geertz (1978: 89) mengemukakan bahwa manusia dan kebudayaan adalah ibarat seekor laba-laba yang akhirnya harus terjatuh dengan jaring-jaring perangkap yang sebelumnya sudah dia tenun sendiri. Oleh karenanya, jangan heran kalau kemudian kebudayaan itu ternyata relatif rapuh untuk direkayasa oleh manusia, termasuk rekayasa bisnis pariwisata.

Gejala peningkatan dalam penyediaan jasa leisure di negara-negara industri terjadi sekitar tahun 1950-an dan tahun 1960-an. Hal ini cukup transparan menunjukkan bahwa peningkatan tersebut merupakan implikasi beberapa faktor, antara lain: (a) Peningkatan penghasilan dan perundang-undangan yang mengatur waktu libur; (b) Intervensi negara ke dalam wilayah kehidupan sosial di luar tempat kerja untuk menjamin kesejahteraan sosial; dan (c) Penyerapan kapital dari surplus penghasilan yang datang dari meningkatnya penghasilan (Trueng, 1992: 173).

Uraian tadi menunjukkan bahwa selama ini pariwisata seakan-akan telah menjadi pokok manusiawi. Permasalahan berikut: mengapa manusia atau para wisatawan tersebut selama ini dapat begitu saja mempercayainya? pepatah orang bijak mengatakan 'Tidak ada asap kalau tidak ada api'. Tampaknya ada suatu hal yang sebenarnya berdasar dari religiositas kemanusiaan yang tidak sadar diambil alih oleh gejala pariwisata tersebut. Diakui atau tidak, ternyata wisata itu mampu memberikan self-esteem kepada orang. Memang, pada kenyataannya, self-esteem itu mampu mendatangkan motivasi pencapaian status. Di dalamnya terkandung prestis, keyakinan, dan menunjukkan betapa pentingnya seseorang bagi yang lain.

Karena itulah tidak berlebihan kalau kemudian para analis pariwisata menyatakan bahwa pariwisata merupakan sebuah pemenuhan kebutuhan (need) meski kebutuhan tersebut direkayasa sedemikian rupa demi memenuhi kepentingan pihak tertentu saja. Tampaknya yang paling esensial dan sesuai dengan tawaran industri pariwisata tersebut adalah kebutuhan akan harga diri (esteem). Bisa jadi, sebuah harga diri itu muncul dari keinginan (desire) seseorang tatkala mampu menaklukkan dan berkuasa atas apa yang sudah dikuasainya, sekalipun hal tersebut terjadi hanya dalam bayangan atau sebatas di angan-angan saja. Untuk itu tugas utama dari industri pariwisata adalah terus memelihara citra (images) bahwa betapapun anda tetap merupakan orang penting dan bermakna di hadapan orang lain. Dengan kata lain,

wisatawan adalah semacam Very Important Person (VIP) yang mesti diperlakukan sebagaimana layaknya tuan besar atau seorang raja (Mill, 1985: 9).

B. PERMASALAHAN

Dengan berdasarkan uraian-uraian pada latar belakang di atas, maka peranan kebudayaan daerah (suku bangsa) adalah merupakan variabel sebab (independent variable), sedangkan masyarakat industri merupakan variabel akibat (dependent variabel).

Menurut Budhisantoso (Emiliana Sadilah 1996: 32) kebudayaan daerah ini diartikan sebagai kebudayaan suku bangsa yang paling dominan di daerah-daerah seluruh Indonesia. Dan kebudayaan daerah (suku bangsa) ini mempunyai fungsi dan lingkungan penggunaannya yang efektif sebagai kerangka acuan yang melancarkan pergaulan sesama anggota kelompok sosial dalam melaksanakan kewajiban-kewajiban sosial dan menikmati hak-haknya secara tertib dan efektif serta mengembangkan kreatifitasnya. Suku bangsa yang dikatakan dominan ini dapat terbentuk karena jumlahnya paling banyak, kebudayaan tersebut telah mapan, dan anggota-anggota dalam suku bangsa tersebut banyak yang menduduki peranan penting baik dalam bidang politik, sosial maupun ekonomi.

Dalam konteks ini, konsep kebudayaan daerah tersebut (suku bangsa Jawa) berupa nilai budaya yang menata perilaku dan benda-benda hasil karya pendukung kebudayaan Jawa tersebut. Adapun kebudayaan daerah yang merupakan variabel sebab dalam penelitian ini adalah slogan Sapta Pesona, antara lain: nilai budaya keamanan, ketertiban, kebersihan, keindahan, kesejukan, keramah-tamahan, dan nilai budaya kenangan, sedangkan variabel akibat adalah masyarakat industri pariwisata yang bekerja di hotel, usaha wisata, restoran, jasa transportasi, dan jasa pemandu.

Persoalannya yang menarik sekarang dalam penelitian ini adalah, bagaimana peranan kebudayaan daerah dalam mewujudkan masyarakat industri (pariwisata), apakah telah berhasil menjalankan program-program pemerintah, terutama yang menyangkut segi pelayanan Sapta Pesona. Apakah wisatawan sudah merasa aman, situasi sudah dianggap bersih, tertib dan indah, apakah makanan dan cendramata khas daerah mampu membuat wisatawan selalu terkesan, bagaimana sebenarnya wisatawan asing maupun domestik yang berkunjung di Yogyakarta apakah sudah merasa terpuaskan dengan pelayanan Sapta Pesona atau hanya sebagai slogan?, dan bagaimana persepsi masyarakat tentang industri pariwisata. Selain itu, bagaimana perilaku suku bangsa dan benda-benda budaya suku bangsa di sektor industri pariwisata,

apakah kebudayaan daerah tersebut bisa mewujudkan industri pariwisata.

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Sesuai dengan latar belakang dan permasalahan serta bertitik tolak dari tabulasi variabel sebab-akibat yakni kebudayaan daerah (suku bangsa Jawa) dan masyarakat industri (pariwisata), maka penelitian ini bertujuan untuk mengungkap fenomena sosio-kultural yang muncul didalamnya, antara lain:

1. Persepsi masyarakat tentang industri pariwisata,
2. Potensi nilai budaya daerah (Sapta Pesona), dan
3. Perilaku serta benda-benda budaya daerah.

Adapun manfaat penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Akademis, yakni merupakan nilai tambah untuk kepentingan referensi serta memperbanyak khasanah kepustakaan (laporan penelitian) khususnya tentang masyarakat industri pariwisata.
2. Praktis, yakni merupakan sumber informasi bagi kalangan masyarakat luas, terutama yang menaruh minat (interest) dengan persoalan yang diteliti.

Selain itu, temuan empiris ini merupakan masukan (input) bagi pengambilan kebijakan di tingkat makro sekalipun atau dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan yang berkaitan dengan program pembangunan, khususnya pembangunan di bidang kepariwisataan.

D. KERANGKA PEMIKIRAN

Secara substansional, sesungguhnya kegiatan penelitian yang dilakukan oleh Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional lebih diarahkan pada proses perekaman yang notabene punya sederet implikasi terhadap pembinaan dan pengembangan kebudayaan nasional. Persyaratan pokok dalam konteks ini, perekaman yang dilakukan hendaknya bertolak dari masalah praktis di lapangan. Pada gilirannya nanti, problematika tersebut akan dianalisis berdasarkan beberapa faktor, antara lain: kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Dari sinilah maka temuan empiris ini merupakan kontribusi yang begitu vital bagi pengambil kebijakan (decision maker) dalam menentukan strategi apa yang dianggap paling efektif untuk mengatasi masalah praktis tersebut.

Lazimnya suatu bentuk aktivitas penelitian itu melibatkan paling tidak dua variabel sebab dan akibat (bebas dan terikat). Katagori yang pertama

merupakan faktor-faktor yang diduga menjadi penyebab timbulnya variabel akibat, yakni kebudayaan daerah (suku bangsa Jawa). Sedangkan yang kedua berupa masalah praktis yang ada di lapangan, yaitu masyarakat industri (pariwisata).

Pokok pemikiran dalam penelitian ini tendensi mengacu pada statement yang dikemukakan oleh salah seorang pendekar antropologi, Clifford Geertz dalam sebuah karyanya yang cukup terkenal yang diberi judul *The Intergration of Culture* (1978) mereka mengatakan bahwa, fenomena atau gejala pariwisata sesungguhnya tidak terlepas dari aspek budaya masyarakat mengingat penilaian positif-negatif, baik-buruk, dan setuju ataupun tidak itu sangat diwarnai oleh konteks kebudayaan dari masyarakat yang berkunjung maupun masyarakat yang dikunjungi.

Sebagai sebuah industri, pariwisata mempunyai kaitan yang sangat luas. Organisasinya diatur secara internasional karena melibatkan pelaku-pelaku yang berbeda. Pihak-pihak yang menjadi pemain dalam hal ini, antara lain: (a) Mereka yang mencari kepuasan ataupun kesejahteraan lewat perjalanan, yakni wisatawan atau tamu (guest); (b) Mereka yang tinggal dan bertempat dalam masyarakat yang menjadi sarana pariwisata, yaitu tuan rumah atau penduduk setempat (host); dan (c) Mereka yang mempromosikan dan menjadi perantara bisnis pariwisata (brekers).

Menarik untuk dikaji adanya interaksi antara ketiga pemain ini karena sesungguhnya masing-masing pemain memegang peranan, fungsi, dan kepentingannya sendiri-sendiri. Ketiga pemain (aktor) inilah yang membentuk lahan pariwisata menjadi sebuah arena, entah sebagai pemuas kebutuhan atau guest, sebagai organisasi produksi atau breker dan sebagai pemanfaat sekaligus juga bertindak sebagai korban atau host (Spillane, 1994: 19).

E. RUANG LINGKUP

Penelitian tentang “Peranan Kebudayaan Daerah Dalam Perwujudan Masyarakat Industri di DIY” ini dibatasi pada kebudayaan daerah (suku bangsa Jawa) berupa nilai-nilai budaya yang menata perilaku, dan berupa benda-benda hasil karya pendukung kebudayaan Jawa. Di samping itu kebudayaan daerah ini merupakan variabel sebab yang dalam kaitan ini berupa *Sapta Pesona* yakni antara lain: nilai budaya, keamanan, ketertiban, keindahan, kesejahteraan, keramah-tamahan dan nilai budaya kenangan.

Sementara masyarakat industri pariwisata yang merupakan variabel akibat dibatasi pada mereka yang bekerja di hotel, usaha wisata, restoran, jasa transportasi dan jasa pemandu. Selain itu, materi lain yang akan dibahas adalah perilaku suku bangsa dan benda-benda budaya suku bangsa di sektor

industri pariwisata. Kemudian muatan-muatan nilai-nilai budaya tersebut di analisa berdasarkan beberapa faktor, antara lain: kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Oleh karena itu, ruang lingkup daerah penelitian diambil Prawirotaman, Kelurahan Brontokusuman, Kecamatan Mergangsan, Kotamadya Yogyakarta.

F. METODE PENELITIAN

1. Pemilihan Daerah Penelitian

Penelitian dilakukan di Jalan Prawirotaman Kelurahan Brontokusuman, Kecamatan Mergangsan, Kota Madya Yogyakarta. Dipilihnya Jalan Prawirotaman, Kelurahan Brontokusuman karena wilayah tersebut di samping secara teknis mudah dijangkau dengan sarana transportasi, juga merupakan kawasan industri pariwisata yang dulunya dari pengusaha batik ke penginapan (guest house). Menurut informasi dari pejabat kelurahan terdapat beberapa hotel non bintang (melati) seperti, Hotel Sunaryo, Wisma Gajah, Agung, Duta, galunggung, Kirana, Metro, Parikesit, Perwitasari, Prayogo, Rose, dan masih banyak yang lainnya. Hotel-hotel yang di Parwirotaman ini sudah dikenal di kalangan nasional maupun internasional dan merupakan primadona yang banyak dikunjungi wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

2. Pengambilan Sampel dan Responden

Dalam penelitian ini digunakan sampel responden yang dimaksudkan penggalian data tidak didapatkan dari keseluruhan populasi sasaran, namun hanya diambil sebagian saja. Untuk memudahkan di lapangan, sampel diambil sebanyak 60 orang. Dalam menjaring opini responden ini pertanyaan yang hendak diajukan harus disesuaikan dengan variabel sebab (kebudayaan daerah nilai sapta pesona serta benda-benda hasil karya), dan variabel akibat (masyarakat industri pariwisata yakni karyawan hotel, usaha wisata, restoran, jasa transportasi, dan jasa pemandu).

Selain responden, dalam penelitian ini dilengkapi wawancara dengan beberapa informan kunci yang banyak mengetahui keadaan daerah penelitian. Pengambilan informan dipertimbangkan kepada seseorang yang sungguh-sungguh memahami tentang keadaan daerah penelitian dan industri pariwisata, yang dapat berasal dari seniman/budayawan, tokoh pemuda, alim ulama, pendidik, pengusaha hotel, wisatawan mancanegara maupun nusantara, dan Dinas Pariwisata DIY. Pada gilirannya nanti, muatan nilai-nilai budaya akan dianalisa berdasarkan beberapa faktor, antara lain: kekuatan, kelemahan, peluang, dan faktor ancaman.

3. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data dibedakan menjadi dua yakni data primer dan data sekunder. Data yang bersifat primer diperoleh langsung dari sampel responden dengan wawancara berdasarkan pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya, selain itu pengamatan/observasi langsung di lapangan. Selanjutnya data yang bersifat sekunder diperoleh dari arsip yang tersedia di kantor atau instansi yang terkait dengan penelitian. Misalnya data potensi kelurahan, kecamatan, statistik, dan sumber-sumber data yang lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

4. Analisa Data

Untuk kepentingan analisa data, secara implisit penelitian tentang "Peranan Kebudayaan Daerah Dalam Perwujudan Masyarakat Industri" ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan secara kualitatif yang bersifat deskriptif analisis. Menurut nazir (1985:63) yaitu metode penelitian untuk mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta yang berlaku dalam masyarakat tentang, hubungan, kegiatan, pandangan dan proses-proses yang berlangsung serta pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.

G. PELAKSANAAN PENELITIAN

Operasional penelitian ini dibagi menjadi tiga tahap pokok: (a) persiapan antara bulan Mei sampai dengan akhir Juni 1997. Beberapa hal yang perlu diungkapkan dalam tahap ini adalah pengarahan dari Bapak Kepala Balai Kajian Sejarah dan Nilai Tradisional Propinsi Yogyakarta, yakni Bapak Drs. H. Tashadi selaku penanggung jawab Proyek P2NB. Selanjutnya mulai pembentukan dan penyusunan Tim Peneliti dengan konsultan Drs. H. Ramli Nawawi, Ketua Aspek Dra. Siti Munawaroh, dan sebanyak 7 anggota yang terdiri dari, Dra. Isyanti, Drs. Sudarmo Ali Murtolo, Drs. Tugas Tri Wahyono, Drs. Suratmin, Noor Sulisttyo Budi, SH, dan Dra. Etty Haryati. Program berikutnya dalam tahap pertama ini adalah pengurusan surat izin penelitian dari berbagai instansi terkait. Seterusnya mengadakan pertemuan Tim dan pembagian tugas pengumpulan studi pustaka, (b) pengumpulan data antara bulan Juli sampai Oktober 1997. Kegiatan diawali dengan Coaching atau pengarahan, test dan revisi alat ukur daftar pertanyaan. Tim siap diberangkatkan ke lapangan setelah pembagian perlengkapan dan biaya transportasi serta akomodasi, dan (c) tahap penulisan laporan dimulai bulan November sampai dengan Desember 1997. Kegiatan dalam fase ini, antara lain pengolahan data, penulisan, editing, dan penyerahan laporan akhir.

H. KERANGKA LAPORAN

Kerangka laporan penelitian ini akan dibagi menjadi enam bab dengan sistematika sebagai berikut:

- BAB I Merupakan bab pendahuluan, yaitu menyajikan latar belakang penelitian, permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka pemikiran, ruang lingkup, metode penelitian serta pelaksanaan penelitian.
- BAB II Mengenai gambaran singkat responden dan daerah penelitian, yang berisi karakteristik responden seperti usia, pendidikan, status sosial ekonomi, latar sosial budaya dan keagamaan. Kemudian mengenai gambaran daerah penelitian berisi lokasi, kependudukan, industri pariwisata, sejarah singkat Prowirahatan dan pandangan masyarakat tentang industri pariwisata.
- BAB III Berisi potensi nilai budaya daerah, yang menyajikan nilai budaya keamanan, ketertiban, kebersihan, keindahan, kesejukan, keramah-tamahan dan nilai budaya kenangan.
- BAB IV Berintikan perilaku dan benda-benda budaya yakni perilaku suku bangsa di sektor industri pariwisata seperti karyawan hotel, usaha wisata, restoran, jasa transportasi, dan jasa pemandu. Sementara dalam bab ini juga disampaikan mengenai benda-benda budaya suku bangsa di sektor industri pariwisata.
- BAB V Adalah berisikan analisis nilai budaya, perilaku, dan benda-benda suku bangsa di sektor industri pariwisata ke dalam empat faktor yakni faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan faktor ancaman.
- BAB VI Adalah bab kesimpulan dan saran, akan disajikan suatu kesimpulan secara keseluruhan. Kesimpulan ini diharapkan dapat mengungkapkan peranan kebudayaan daerah dalam perwujudan masyarakat industri pariwisata. Selain itu dalam bab ini, akan dikemukakan beberapa saran yang ada kaitannya dengan industri pariwisata yang ada di Yogyakarta khususnya di Prawirotaman, Kelurahan Brontokusuman, Kecamatan Mergangsan.

BAB II

GAMBARAN SINGKAT RESPONDEN DAN DAERAH PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai gambaran singkat responden yang meliputi umur, tingkat pendidikan, status sosial ekonomi, latar belakang sosial budaya, dan keagamaan. Selain gambaran responden dalam bab ini juga diuraikan mengenai gambaran daerah penelitian yang meliputi lokasi, kependudukan, industri pariwisata (hotel, jasa pemandu, toko cendera mata, jasa transportasi, biro perjalanan, dan restoran), sejarah singkat industri Prawirotaman, dan pandangan masyarakat terhadap industri pariwisata. Secara rinci akan diuraikan berikut ini.

A. GAMBARAN SINGKAT RESPONDEN

1. Umur

Umur merupakan salah satu ciri dasar berbagai kelompok demografis, karena umur secara tidak langsung akan mempengaruhi tingkat produktifitas kerja seseorang. Menurut Yasin (1981:20) umur merupakan karakteristik penduduk yang pokok karena struktur ini mempunyai pengaruh sangat penting baik terhadap tingkah laku demografi maupun sosial ekonomi.

Dalam penelitian ini, umur yang dimaksudkan adalah untuk mengetahui karakteristik responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden di daerah penelitian pada umumnya berusia produktif. Hal ini dapat dilihat dari umur responden (tabel II.1), umur paling tinggi (tertua) pada kelompok umur lebih 65 tahun yang biasa disebut sudah tidak produktif sebanyak 8,3 %. Sementara persentase responden paling banyak pada kelompok umur 35-44 tahun sebesar 30,0 %, kemudian diikuti kelompok umur antara 25-34 tahun sebesar 26,7 %. Dengan demikian menunjukkan bahwa responden di wilayah Prawirotaman sebagian besar masih usia muda atau usia produktif. Selain itu, sebelumnya mereka ini sudah membantu keluarga dalam hal industri kepariwisataan, sehingga setelah tidak sekolah mereka langsung terjun atau memasuki di berbagai usaha seperti, sebagai pramuwisata, jasa transportasi, pengusaha guest house atau penginapan, maupun bekerja pada fasilitas yang lainnya.

Dari hasil wawancara dengan responden, bahwa pemilihan lapangan pekerjaan tersebut mempunyai berbagai macam motivasi yang antara lain: penyaluran bakat yang sudah diperoleh dari pendidikannya, meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris yang telah dipunyai, mencari pengalaman, ajakan famili (keluarga), dorongan situasi sekitar, tempat pencarian nafkah

untuk memenuhi kebutuhan keluarga, dan sulitnya menembus pangsa pasar (pekerjaan). Selain hal itu, dimungkinkan juga karena ada pengaruhnya terhadap tingkat pendidikan mereka, dan untuk lebih jelasnya dapat diperlihatkan uraian berikut ini.

Tabel II.1
Komposisi Umur Responden di Prawirotaman

No.	Kelompok Umur	Jumlah	Persen
1.	25 - 34	16	26,7
2.	35 - 44	18	30,7
3.	45 - 54	8	13,3
4.	55 - 64	13	21,7
5.	65+	5	8,3
	Jumlah	60	100,0

Sumber: Data Primer, tahun 1997

2. Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan usaha yang amat sering dihubungkan dengan inventasi modal manusia. Dikatakan sebagai investasi karena pada hakekatnya adalah pengorbanan di masa kini untuk memperoleh keuntungan di masa depan. Selain itu, pendidikan juga merupakan investasi sumber daya manusia untuk mempersiapkan manusia dan berdaya guna bagi pembangunan di suatu daerah, meningkatkan harkat dan martabat, dan sebagai kesejahteraan dirinya.

Agar sumber daya manusia itu dapat berperan lebih efektif dalam proses pembangunan, maka diperlukan upaya peningkatan kemampuan dengan cara dibekali ilmu pengetahuan yang dapat diperoleh melalui suatu upaya semacam ini, daya penguasaan teknologi yang sangat diperlukan dalam proses pembangunan dapat dilakukan secara memadai. Adapun sasaran penyempurnaan sistem pendidikan antara lain ditunjukkan untuk pengembangan berbagai keahlian dan ketrampilan yang sekaligus dapat meningkatkan produktifitas, mutu dan efisiensi kerja, sehingga dapat memenuhi tenaga-tenaga terampil untuk berbagai bidang ilmu pengetahuan.

Ada pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang, maka makin banyak pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki sehingga semakin terbuka pula kesempatan bekerja untuk memperoleh pekerjaan (Harijati, 1985: 133).

Melihat pernyataan di atas, maka dapatlah dikatakan bahwa tingkat pendidikan amatlah penting. Hal ini disebabkan tingkat pendidikan sebagai modal manusia dalam usaha untuk memenuhi penciptaan lapangan kerja yang produktif. Walaupun diakui bahwa tingkat pendidikan seseorang bukan merupakan satu-satunya indikator yang memadai, namun masih banyak faktor-faktor yang lain seperti, penguasaan modal, dan keterampilan serta kemampuan seseorang memilih pekerjaan tertentu.

Berikut ini mencoba membahas tentang tingkat pendidikan responden di Prawirotaman sebagai daerah penelitian. Hal ini perlu karena untuk mengetahui perbedaan tingkat pendidikan responden, sedangkan tingkat pendidikan di sini diukur berdasarkan pendidikan formal yang pernah dicapai sampai selesai dan mendapatkan tanda tamat atau ijazah.

Tabel II.2
Tingkat Pendidikan Responden di Prawirotaman

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persen
1.	Tamat Sekolah Dasar	4	6,7
2.	Tamat SLTP	7	1,7
3.	Tamat SMU	30	50,0
4.	Tamat PT/Akademi	19	31,6
	Jumlah	60	100,0

Sumber: Data primer, tahun 1997

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden di daerah penelitian yaitu Prawirotaman pernah mengenyam pendidikan, dan dapat dikatakan tingkat pendidikannya relatif tinggi. Hal ini dapat dilihat dari sebanyak 60 responden yang mencapai pendidikan SMTA/SMU sebanyak 50,0 % bahkan yang sampai pendidikan perguruan tinggi atau akademi sebanyak 31,6 %, sedangkan sisanya 6,7 % sampai pendidikan setingkat SD.

Tingginya tingkat pendidikan responden ini, karena bekerja di berbagai bidang industri pariwisata diperlukan pendidikan formal tertentu, serta ketrampilan dan pengetahuan-pengetahuan khusus, dan modal yang tinggi. Sebagai contoh karyawan pramuwisata atau pemandu di sini mereka dituntut mempunyai keahlian berbahasa yang baik dan benar seperti bahasa Inggris, Perancis dan lainnya untuk menjaring para tamu baik wisatawan mancanegara

maupun nusantara. Kemudian pengusaha penginapan (guest house), toko cendera mata, maupun restoran mereka harus mempunyai modal yang tinggi dan juga pendidikan atau pengetahuan keterampilan yang cukup.

3. Status Sosial Ekonomi

Ekonomi responden di daerah penelitian ini pada umumnya tergantung pada sektor non pertanian seperti, restoran, usaha wisata, industri, swasta, dan pegawai negeri, sehingga tingkat kemakmuran mereka dapat dikatakan lebih tinggi bila dibandingkan dengan mereka yang mempunyai kegiatan di bidang pertanian (bertani).

Berdasarkan hasil penelitian, wujud dari tingkat kemakmuran responden ini dapat dilihat pada kondisi perumahan mereka, yang semuanya dari 60 responden sudah bersifat permanen. Selain itu juga dapat dilihat dari tingkat pendapatan mereka. menurut Penny dan ginting, M (1984:245) pendapatan adalah nilai ekonomi yang diterima suatu kepala rumah tangga selama tempo tertentu, misalnya satu bulan yang dapat dipergunakan kepala rumah tangga bersangkutan berupa konsumsi dan dapat pula sebagai investasi. Sehubungan dengan hal tersebut dari hasil perhitungan pendapatan rata-rata responden di Prawirotaman diperoleh sebesar Rp. 333.266,66 per bulan, secara lebih rinci dapat dilihat tabel II.3.

Berdasarkan tabel II.3, menunjukkan bahwa dari seluruh responden yang ada sebagian besar (63,3 %) responden mempunyai pendapatan antara Rp. 200.000,00 - 500.000,00; per bulan dan sebesar 13,4 % mereka berpendapatan lebih dari Rp. 500.000,00;

Kemudian dalam status sosial ekonomi dapat juga dilihat dari pekerjaan atau mata pencaharian pokok responden, karena dalam pekerjaan ini mereka dapat memenuhi kebutuhan hidup keluarganya. Berdasarkan penelitian sebagian besar (63,3 %) responden mempunyai pekerjaan di bidang wiraswasta yakni pengusaha hotel (guest house), karyawan hotel, pemandu atau pramuwisata, sebagai jasa transportasi, usaha wisata, maupun sebagai restoran. Hal ini dapat terjadi karena wilayah jalan Prawirotaman merupakan kawasan industri pariwisata yang sudah terkenal di luar maupun di dalam negeri dalam hal penginapannya yang murah dengan berbagai fasilitas yang disediakan untuk pelayanan wisatawan mancanegara maupun nusantara terpenuhi seperti money changer, art shop, toko kerajinan, jasa pemandu, dan lain sebagainya. Sehingga keberadaan wisatawan mancanegara maupun nusantara yang datang di Prawirotaman telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat setempat.

Tabel II.3
Pendapatan Responden Selama Sebulan di Prawirotaman, 1997

No.	Pendapatan per bulan (ribuan rupiah)	Jumlah	Persen
1.	Kurang dari 200.000	14	23,3
2.	200.000 - 500.000	38	63,3
3.	Lebih dari 500.000	8	13,4
	Jumlah	60	100,0
	Rata - rata 333.266,66		

Sumber: Data primer, tahun 1997

Tabel II.4
**Status Matapencaharian Responden
di Prawirotaman, 1997**

NO.	Matapencaharian	Jumlah	Persen
1.	PNS	9	15,0
2.	Pensiunan	7	11,7
3.	Swasta	6	10,0
4.	Wiraswasta*	38	63,3
	Jumlah	60	100,0

Sumber: Data primer, tahun 1997

Keterangan: * Karyawan pramuwisata, jasa transportasi, restoran, hotel, dan usaha wisata

Adapun usaha-usaha yang dilakukan oleh responden tersebut merupakan salah satu upaya mendapatkan tambahan penghasilan guna kebutuhan keluarga dalam hidupnya. Perlu diketahui bahwa di kawasan Prawirotaman pada umumnya pemilik guest house atau penginapan juga mempunyai restoran sendiri, toko cenderamata, penyewakan sepeda, motor, dan mobil. Dari ketiga penyewaan usaha (transportasi) tersebut yang banyak

dilakukan responden di daerah penelitian adalah sepeda. Hal ini disamping usaha tersebut tidak memerlukan modal yang besar, perawatannya mudah, juga tidak banyak menanggung resiko. Berbeda dengan usaha penyewakan motor dan mobil. Menurut responden Bapak Handoyo, SH seorang pengusaha hotel, bahwa wisatawan mancanegara selama dalam perjalanan wisatanya tidak mau kehilangan waktu hanya karena motor/mobil yang disewanya rusak di jalan. Karena jika wisatawan mengalami hal itu, maka motor/mobil yang disewanya itu akan ditinggal begitu saja di mana lokasi terjadi kerusakan. Kemudian Wisman akan melaporkan kejadian itu kepada pemiliknya setelah ia sampai ke penginapan, sedang motor dan mobil itu nantinya diambil oleh si pemiliknya. Berdasarkan itulah usaha penyewaan motor dan mobil hanya dilakukan oleh beberapa pengusaha saja. Adapun tarif penyewaan sepeda setiap wisman dikenakan biaya sebesar Rp. 2.500 per hari, tarif sepeda motor sebesar Rp. 5.600 per hari, sedangkan tarif sewa mobil biayanya sebesar Rp. 60.000 - 80.000 per harinya. Persyaratan bagi wisman yang hendak menyewa dari jenis-jenis kendaraan tersebut biasanya dengan menggunakan kartu identitas seperti paspor dan lain sebagainya.

4. Latar Belakang Sosial Budaya

Setiap manusia tidak seorangpun di antara kita yang menyangkal adanya kenyataan bahwa manusia adalah makhluk sosial. Sejak dari kecil hingga sampai kematiannya, dia tidak pernah hidup sendiri tetapi selalu berada dalam suatu lingkungan sosial yang berbeda satu sama lainnya. Lingkungan sosial yang dimaksud adalah suatu bagian dan suatu lingkungan hidup yang terdiri atas antara hubungan individu dan kelompok, pola-pola organisasi serta segala aspek yang ada dalam masyarakat yang lebih luas. Dengan adanya hal tersebut terjadilah suatu interaksi di antara mereka (Soelaiman, 1986: 26). Begitu juga masyarakat secara umum yang ada di kawasan Prawirotaman sebagai kawasan industri pariwisata penginapan (*guest house*) yang telah dikenal masyarakat baik luar maupun dalam negeri, adanya masyarakat itu baik langsung maupun secara tidak langsung akan merangsang terjadinya interaksi sosial. Akan tetapi proses interaksi tersebut yang tampaknya sangat sederhana itu sebetulnya merupakan proses yang cukup kompleks, karena dalam proses tersebut baik masyarakat setempat maupun pengunjung di kawasan industri pariwisata akan memperkenalkan gaya hidup masing-masing. Pada gilirannya proses interaksi itu akan mewujudkan berbagai kelakuan dan hasil kelakuan yang harus mereka pahami, sehingga keteraturan-keteraturan sosial tetap dipertahankan.

Sehubungan dengan itu, mengingat masalah kebudayaan tidak

terlepas dari nilai-nilai budaya tertentu yang mendasari dan melatarbelakangi, maka selama berlangsung proses interaksi sosial tentunya juga akan membawa serta nilai-nilai budaya baru, sehingga akan membawa pengaruh positif maupun negatif terhadap kehidupan sosial masyarakat. Dengan kata lain bahwa adanya industri pariwisata di Prowirotaman (banyaknya pengunjung baik wisatawan mancanegara maupun nusantara) maka sedikit banyak akan membawa pengaruh terhadap sosial budayanya. Adapun pengaruh tersebut dapat berupa pola pergaulan, pola perilaku, norma-norma adat, lain sebagainya.

Pola pergaulan masyarakat Jawa pada umumnya dan responden di Prowirotaman khususnya, ditentukan oleh prinsip-prinsip kerukunan dan saling menghormati. Menurut Suseno (1983: 39), bahwa kedua prinsip tersebut merupakan kerangka normatif yang menentukan bentuk-bentuk konkrit dari semua interaksi. Adapun konsep kerukunan itu sendiri dalam kamus bahasa Indonesia berasal dari kata dasar rukun, yang artinya semua pihak dalam keadaan damai satu sama lain, suka bekerja sama, saling menerima dalam suasana tenang dan sepakat. Hal ini berarti bahwa seorang individu dilihat untuk menomerduakan, dan bila perlu melepaskan kepentingan-kepentingan pribadi demi kesepakatan bersama.

Di samping prinsip bersama, prinsip lainnya yang memainkan peranan penting dalam mengatur pola pergaulan pada masyarakat Jawa adalah rasa saling menghormati. Sesungguhnya prinsip ini didasarkan atas cita-cita tentang keadaan masyarakat yang teratur dan baik, di mana setiap orang mengenal tempat tugasnya. Sehingga dengan demikian dapat ikut menjaga agar seluruh masyarakat merupakan satu kesatuan yang selaras. Hal ini sesuai dengan pendapat Willer (Subagio, dkk, 1995/1996: 83), yang mengatakan bahwa dalam masyarakat Jawa, setiap orang dalam cara berbicara dan membawa diri selalu harus menunjukkan sikap hormat terhadap orang lain, sesuai dengan drajad dan kedudukan, mereka berkedudukan lebih tinggi harus diberi hormat, sedangkan sikap yang tepat terhadap mereka yang berkedudukan rendah adalah sikap kebakapan dan keibuan dan tanggung jawab. Oleh karena itu, seorang individu hendaknya jangan mengembangkan ambisi-ambisi dan jangan bersaing satu sama lain, tetapi harus puas dengan kedudukan yang telah diperoleh dengan baik. Ambisi, persaingan, tingkah laku kurang sopan, dan keinginan untuk mencapai keuntungan material pribadi serta kekuasaan seharusnya dihindari (Mulder, 1978).

Sehubungan dengan keberadaan tersebut di Prowirotaman sebagai daerah penelitian yang berupa berbagai industri pariwisata yakni penginapan (guest house), usaha wisata, jasa transportasi, jasa pemandu, dan restoran,

maka terjadi pola pergaulan di antara pengusaha dengan pengusaha dan pengusaha dengan masyarakat cenderung bersifat individualistis. Hal ini dapat dilihat adanya gejala persaingan di antara sesama pengusaha dalam mendapatkan para tamu baik wisatawan mancanegara maupun nusantara, dengan jalan menyediakan berbagai fasilitas. Selain hal itu, gejala persaingan ini nampaknya juga telah memperkenalkan nilai-nilai baru kepada masyarakat sekitar industri pariwisata melalui wisatawan yang hadir. Di antaranya berupa menu-menu masakan khas Eropa, money changer, wastafel, shower, dan lain sebagainya. Bahkan nilai-nilai itu ada yang telah teradaptasi, misalnya pemakaian shower yang dahulu disediakan hanya untuk melayani wisatawan yang datang, sekarang telah digunakan oleh masyarakat setempat untuk keperluan mandi sehari-hari.

Dalam masyarakat modern di mana pengaruh industrialisasi sudah masuk mendalam, maka fungsi kesatuan kerabat yang sebelumnya memainkan peranan penting dalam banyak sektor kehidupan, sudah mulai berkurang. Bersamaan dengan itu maka nilai-nilai yang berkaitan dengan pola pergaulan dalam masyarakat sebagai satu kesatuan kelompokpun mulai berkurang.

Sebagaimana telah diketahui, bahwa para pengusaha penginapan atau guest house di Jalan Prawirotaman dan Jalan Gerilya pada umumnya bekas pengusaha batik yang alih profesi pekerjaan seperti penginapan, usaha wisata, restoran, dan lain sebagainya (lihat sub Bab II sejarah singkat Prawirotaman). Mereka ini pada dasarnya masih mempunyai hubungan kerabat, ada yang saudara kandung, saudara sepupu, orang tua dan paman keponakan. Selain itu, ada juga yang terkait hubungan perkawinan yaitu sebagai menantu dan saudara ipar.

Dengan adanya pengembangan industri pariwisata berupa penginapan dan berbagai fasilitas lainnya, maka prinsip kerukunan sebagai pengikat kesatuan kerabat cenderung merupakan pola pergaulan yang ideal. Mereka memisahkan antara urusan bisnis dengan kehidupan bermasyarakat, sebagai akibatnya norma-norma sosial yang berkaitan dengan kegiatan gotong-royong dan kerjasama yang merupakan wujud dari prinsip kerukunan telah mengalami pergeseran. Berdasarkan hasil penelitian bahwa sebesar 75,0 % responden melakukan kerjasama dan gotong royong dengan masyarakat maupun di antara sesama pengusaha dan sebesar 25,0 % responden tidak melakukan kerjasama dan gotong-royong.

Besarnya persentase responden dalam melakukan kegiatan kerjasama dengan anggapan bahwa kegiatan kerjasama dan gotong-royong merupakan suatu kelompok kekerabatan yang akan saling membantu dan melakukan pekerjaan bersama demi kepentingan kelompok, sehingga pekerjaan bisa

terselesaikan dengan baik. Adapun saling membantu pekerjaan yang dimaksud adalah dalam hal redistribusi kebersihan, keadaan tempat parkir, tenaga kerja, penjualan souvenir, keamanan, dan iuran satpam. Sedangkan kegiatan melakukan pekerjaan demi kepentingan kelompok yaitu kemasyarakatan dapat berupa kegiatan kerja bakti membersihkan jalan kampung, membuat gorong-gorong, layatan, jagongan, ronda, persiapan suatu pesta, dan memperingati HUT RI. Namun demikian, kerjasama dan gotong-royong yang bersifat kelompok atau kemasyarakatan tersebut cenderung mereka tinggalkan. Hal ini sesuai dengan pendapatan responden Bapak Handoyo, SH seorang pengusaha Hotel Prayogo, bahwa jika masih ada (kerjasama kemasyarakatan) biasanya hanya terbatas pada hal-hal yang menyangkut kematian, jogongan, perhelatan, seperti pesta perkawinan dan memperingati HUT RI.

Di sisi lain dengan adanya industri pariwisata bisa meningkatkan pengetahuan penduduk dalam penguasaan bahasa Inggris, Perancis, namun demikian di sisi lain dengan adanya penguasaan bahasa juga mengakibatkan perubahan perilaku khususnya perilaku penduduk yang aspek sosial budayanya yang berkaitan dengan perilaku pemandu atau pramuwisata. Dengan demikian mengakibatkan berpenampilan (selama bergaul dengan wisman) seperti cara dan model berpakaian, potongan rambut, dan menyapa dengan bahasa asing. Semua hal tersebut disebabkan hubungan yang erat antara pramuwisata dengan wisman karena menjalankan profesinya. Gejala hubungan yang menarik antara pramuwisata dengan wisman di Prawirotaman berlanjut sampai ke jenjang perkawinan. Sebagai contoh pemilik restoran Hanoman Forest. Restoran ini dikelola oleh seorang suami istri di mana suami adalah penduduk asli Prawirotaman, sedangkan istrinya berasal dari Belanda.

5. Keagamaan

Agama adalah satu sistem tata keimanan atau tata keyakinan atas adanya sesuatu yang mutlak di luar manusia dan merupakan satu sistem tata peribadatan manusia kepada yang dianggapnya mutlak itu, serta sistem norma yang mengatur hubungan manusia dengan sesama manusia dan hubungan manusia dengan alam lainnya yang sesuai dan sejalan dengan tata keimanan dan tata peribadatan termaksud (Salamun dkk, 1989/1990:25).

Dari hasil penelitian, bahwa responden di Prawirotaman sebagian besar (91,6 %) beragama Islam. Sedangkan penganut agama Katolik 5,0 %, Kristen 1,7 %, dan agama Hindu 1,7 %. Besarnya persentase responden di daerah penelitian menganut agama Islam, hal ini karena sejak nenek moyang sudah mempunyai jiwa keislaman yang besar. Di samping itu, terlihat juga dalam data statistik Kelurahan Brontokusuman tahun 1996 persentase tertinggi (93,3

%) beragama Islam.

Meskipun demikian di daerah penelitian, baik masyarakat maupun yang dijadikan responden dalam hal kehidupan keagamaan tetap berjalan baik. Maksudnya, antara umat Islam dengan agama yang lainnya hidup saling toleransi. Hal ini dikarenakan bahwa dalam kegiatan sosial selalu menunjukkan kebersamaan, baik itu dalam duka maupun suka. Di samping itu penghayatan masing-masing penganut agama cukup mendalam sehingga jarang terjadi pertentangan dalam masalah agama. Dari data statistik Kelurahan Brontokusuman tercatat Masjid sebanyak 11 buah bangunan, Langgar sebanyak 5 buah bangunan, dan Gereja 1 buah bangunan.

Tabel II.5
Komposisi Responden Menurut Agama
Di Prawirotaman

No.	Agama	Jumlah	Persen
1.	Islam	55	91,6
2.	Katolik	3	5,0
3.	Kristen	1	1,7
4.	Hindu	1	1,7
	Jumlah	60	100,0

Sumber: Data primer, tahun 1997

B. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

1. Lokasi

Daerah penelitian adalah Kelurahan Brontokusuman yang merupakan salah satu dari tiga kelurahan yang ada di Kecamatan Mergangsan Kotamadya Yogyakarta. Ditinjau dari posisi terhadap tempat yang penting, daerah tersebut mempunyai posisi yang strategis yakni terletak di sebelah selatan ibukota propinsi/ kotamadya yang berjarak kurang lebih 3 kilometer dengan jarak tempuh sekitar 15 menit naik bus kota. Secara administratif di sebelah selatan berbatasan dengan Desa Bangunharjo Kabupaten Bantul, di sebelah utara berbatasan dengan kelurahan Keparakan Kodya Yogyakarta, di sebelah barat berbatasan dengan kelurahan Mantrijeron Kodya Yogyakarta, dan di sebelah timur berbatasan dengan Kelurahan Sorosutan Kodya Yogyakarta (lihat peta 1).



Gambar 1. Kantor Kelurahan Brontokusuman, Kecamatan Mergangsan, Kotamadya Yogyakarta

Kemudian apabila dilihat secara administratif Kotamadya Yogyakarta diapit dua daerah tingkat II, yaitu daerah tingkat II Kabupaten Sleman di sebelah utara dan daerah tingkat II Kabupaten Bantul di sebelah selatan (lihat peta 2). Kelurahan Brontokusuman yang tepatnya di Jalan Prawirotaman dan Gerilya merupakan kawasan industri pariwisata yang berupa penginapan atau persinggahan sementara bagi wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara dapat dikatakan dekat (12 Km) dengan objek wisata peninggalan sejarah yang cukup terkenal yakni kompleks Keraton Kesultanan Yogyakarta. Sehubungan daerah tersebut merupakan penginapan, maka untuk mendapatkan sarana dan prasarana transportasi tidak mengalami kesulitan baik itu menuju Bandara Adi Sucipto, Stasiun Kereta Api, dan Terminal Bus Umbulharjo. Selain itu juga memiliki kemudahan-kemudahan dalam menuju objek wisata khususnya yang ada di kota Yogyakarta dan sekitarnya. Apalagi menuju Malioboro yang menjadi pusat perbelanjaan terbesar di Yogyakarta dapat ditempuh dengan naik Becak atau bus kota dengan jarak sekitar 3 km ke arah utara.

Sementara dilihat dari kondisi fisik, wilayah Brontokusuman, dari data statistik Kodya Yogyakarta (1996) terletak pada ketinggian kurang lebih 114 meter di atas permukaan air laut. Kemudian kemiringan lereng tanah berkisar antara 0 - 3 % yang melandai ke arah selatan, dengan kedalaman air antara 7,5 - 15 meter yang mengandung sedikit sulfur dikarenakan mempunyai keadaan tanah batu yang berwarna coklat kehitam-hitaman. Selain itu, daerah penelitian mempunyai temperatur berkisar antara 26°C - 36°C dengan

kelembaban udara yang cukup tinggi yaitu lebih kurang 78 % serta mempunyai curah hujan rata-rata antara 2000 - 3000 mm per tahun.

Mengenai kondisi fisik jalan yang ada, ternyata sudah tidak ada jalan atau gang dari tanah, melainkan sudah diperkeras baik itu dengan konblok maupun semen blawu yang mempunyai panjang keseluruhan kurang lebih 10,5 km. Sedangkan jalan utama menuju industri pariwisata yaitu di Jalan Prawirotaman dan Gerilya sudah diaspal dengan panjang 4 km. Selain itu sudah terdapat saluran air hujan, dan saluran pembuangan air limbah rumah tangga maupun *guest house*.

Daerah penelitian memiliki pola pemukiman mengelompok. Keadaan ini ditandai adanya rumah satu dengan yang lainnya sangat berdekatan, terutama lagi di wilayah Prawirotaman yang merupakan kompleks penginapan atau *guest house*, baik itu yang berada di samping jalan maupun rumah-rumah yang berada di bagian dalam berhimpitan. Dari hasil observasi dan pengamatan langsung di lapangan bahwa rumah atau tempat tinggal yang berada di wilayah Jalan Prawirotaman dan Jalan Gerilya ternyata masih ada rumah bertipe A sebanyak 30 buah rumah dan rumah bertipe B sebanyak 55 rumah.

Adapun rumah-rumah yang berada di kompleks sepanjang Jalan Prawirotaman kebanyakan berfungsi ganda yaitu sebagai hunian dan berbagai fasilitas industri pariwisata antara lain penginapan (*guest house*) toko cendera mata, restoran, *touris service* dan penukaran uang. Selain itu bangunan yang lainnya adalah sarana pendidikan, balai rukun kampung, pos kamling, pasar, toko, kios, dan warung.

2. Kependudukan

Terdapat dua pertimbangan penting masalah penduduk perlu diuraikan. Pertama, penduduk merupakan faktor pendorong (*push factor*) utama adanya perubahan (*agent of change*) untuk daerah yang bersangkutan. Kedua, dengan mengetahui gambaran kependudukan di suatu daerah, maka pembangunan pada daerah tersebut dapat direncanakan dengan baik.

a. Komposisi Penduduk

Harto Nurdin (*Dasar-dasar Demografi, 1980: 20*) mengemukakan bahwa komposisi penduduk dapat dibedakan berdasarkan ciri-ciri tertentu seperti: biologis (umur dan jenis kelamin), ekonomi meliputi penduduk yang aktif secara ekonomi, lapangan pekerjaan, dan pendapatan, dan geografi diantaranya adalah berdasarkan tempat tinggal seperti pedesaan maupun perkotaan.

Dengan demikian komposisi penduduk dapat digunakan sebagai sumber informasi penting untuk berbagai keperluan yang berkaitan dengan tenaga kerja, beban tanggungan, dan mengetahui penduduk produktif maupun yang tidak atau belum produktif.

1) Komposisi Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin.

Umur dan jenis kelamin merupakan karakteristik penduduk yang sangat penting. Struktur ini memiliki pengaruh yang penting dilihat dari aspek demografis maupun sosial ekonomi. Karena dengan mengetahui pengelompokan umur, maka suatu wilayah dapat diketahui apakah mempunyai penduduk berstruktur muda atau tua. Selain itu untuk mengetahui penduduk yang tergolong usia produktif maupun belum atau tidak produktif. Dengan berdasarkan hal tersebut maka akan dapat diambil kebijakan dalam pembangunan wilayah atau keluarga. Menurut Harto Nurdin, (1980:10) bahwa usia penduduk dapat digolongkan sebagai berikut: usia belum produktif umur antara 0 - 14 tahun, usia produktif umur antara 15 - 64 tahun, dan usia tidak produktif umur lebih dari 65 tahun. Atas dasar penggolongan tersebut maka penduduk di daerah penelitian memiliki struktur usia muda dan sebagian besar penduduk berada dalam usia produktif. Untuk lebih jelasnya lihat tabel II.1 tentang komposisi penduduk menurut umur dan jenis kelamin di Kelurahan Brontokusuman tahun 1996.

Berdasarkan tabel II.1, memperlihatkan bahwa golongan umur produktif yang berada pada kelompok usia kerja (15 - 64 tahun) di daerah penelitian berjumlah 8953 jiwa atau 74,18 %, golongan belum produktif berjumlah 2479 jiwa atau 20,54 %, dan golongan sudah tidak produktif berjumlah 638 jiwa atau 5,28 %. Dari data tersebut dapat diperhitungkan beban tanggungan atau Dependency Ratio (DR) wilayah Brontokusuman pada akhir tahun 1996, dengan rumus jumlah penduduk belum dan tidak produktif dibagi penduduk yang produktif kali 100 %. Dari perhitungan tersebut, beban tanggungan penduduk di Kelurahan Brontokusuman sebesar 34,81 %, artinya bahwa setiap 100 orang yang dianggap aktif secara ekonomis menanggung 34,81 % atau 35 orang yang tidak produktif atau belum produktif secara ekonomi. Angka beban tanggungan tersebut dibandingkan dengan beban tanggungan Kotamadya Yogyakarta (49,20 %) maka beban tanggungan di daerah penelitian lebih rendah atau lebih kecil. Hal ini karena salah satu jalan yang ada di Kelurahan Brontokusuman yaitu Jalan Prawirotaman dan Gerilya merupakan kawasan industri pariwisata, sehingga banyak penduduk yang mempunyai usia produktif mempunyai pekerjaan.

Menurut Ismail (Sumardi, 1994/1995: 18) angka beban tanggungan

dapat dikelompokkan menjadi 3 golongan yaitu, beban tanggungan kurang dari 60 % adalah rendah, antara 60 - 90 % adalah sedang, dan lebih dari 90 % adalah tinggi.

Tabel II.6
Komposisi Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin
di Kelurahan Brontokusuman Tahun 1996

No.	Kelompok Umur (tahun)	Laki		Perempuan		Jumlah	%
		Jumlah	%	Jumlah	%		
1.	0 - 6	302	4,80	294	5,08	596	4,94
2.	7 - 14	1035	16,46	848	14,67	1883	15,60
3.	15 - 25	1380	21,95	1338	23,14	2718	22,52
4.	26 - 35	835	13,23	877	15,17	1709	14,16
5.	36 - 45	963	15,31	850	14,70	1813	15,02
6.	46 - 50	483	7,71	437	7,56	922	7,64
7.	51 - 64	967	15,38	824	14,25	1791	14,84
8.	65 +	324	5,15	314	5,43	638	5,28
Jumlah		6.288	100,00	5.782	100,00	12.070	100,00
		(52,10 %)		(47,90 %)			

Sumber: Data Statistik Kelurahan Brontokusuman, Tahun 1996

Dengan demikian beban tanggungan wilayah Kelurahan Brontokusuman berdasarkan penggolongan tersebut termasuk rendah, sehingga dari segi teoritis angka beban tanggungan yang rendah sangat menguntungkan dari segi ekonomis.

2) Komposisi Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Keadaan pendidikan penduduk di suatu daerah dapat menggambarkan tingkat pengetahuan, sehingga dapat digunakan sebagai indikator tingkat kemajuan masyarakat. Melalui pendidikan formal maupun non formal seseorang akan memperoleh pengetahuan, pengalaman, dan ketrampilan, sehingga seseorang memiliki kemampuan yang diharapkan dalam mengembangkan sumber daya yang tersedia untuk mewujudkan kesejahteraan. dari komposisi penduduk berdasarkan tingkat pendidikan dapat juga mencerminkan status sosial dan alternatif pemilihan jenis pekerjaan,

terutama jenis pekerjaan yang memerlukan pengetahuan serta ketrampilan. Termasuk salah satunya pada pekerjaan yang mendukung industri pariwisata.

Tingkat pendidikan yang mendiami disuatu wilayah dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori, yaitu pendidikan tinggi, pendidikan rendah, dan pendidikan sedang. (Dien I, Amin, 1974:20). Pendidikan rendah mencakup setingkat SD, pendidikan menengah atau sedang meliputi SLTP sederajat, dan pendidikan tinggi setingkat SMA ke atas. Komposisi pendidikan di Brontokusuman dapat dilihat pada tabel II.2. berikut.

Tabel II.7
Komposisi Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan
Kelurahan Brontokusuman Tahun 1996

NO.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (jiwa)	Persen
1.	Tidak Sekolah	2	0,02
2.	Belum Sekolah	596	4,94
3.	Tidak Tamat SD	1205	9,98
4.	Tamat Sekolah Dasar	2720	22,54
5.	Tamat SLTP	2142	17,75
6.	Tamat SMU	3921	32,48
7.	Tamat PT/Akademi	1484	12,29
	Jumlah	12070	100,00

Sumber: Data Statistik Brontokusuman, tahun 1996

Dari tabel II.2 terlihat tingkat pendidikan penduduk di wilayah Brontokusuman proporsi tertinggi (32,48 %) telah tamat sekolah lanjutan atas (SMU), sedangkan sebesar 12,29 % menamatkan perguruan tinggi/akademi, dan sebesar 17,75 % tamat lanjutan tingkat pertama. Dengan melihat data tersebut, maka dapat dikatakan bahwa tingkat pendidikan penduduk di wilayah Kelurahan Brontokusuman tergolong tinggi. Tingginya tingkat pendidikan penduduk tersebut didasarkan adanya prasarana pendidikan di wilayah tersebut terpenuhi. Dari data statistik keluarahan tahun 1996 tercatat TK 20 gedung, SD 25 gedung, SMP 9 gedung, SMU/SMK 8 gedung, dan perguruan tinggi dan akademi 2 gedung.

3) Komposisi Penduduk Menurut Matapencapaian

Dengan melihat distribusi penduduk menurut matapencapaian maka dapat diketahui berapa besar penduduk yang menggantungkan hidupnya pada suatu pekerjaan atau menggambarkan aktivitas penduduk dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Selain itu juga untuk mengetahui struktur ekonomi wilayah. Dengan data ini dapat digunakan untuk mengetahui kegiatan apa saja yang harus dikembangkan dalam hubungannya dengan usaha ekonomi yang sesuai dengan kondisi setempat.

Berdasarkan tabel II.3, menunjukkan bahwa persentasi yang paling banyak (34,39 %) adalah penduduk yang kegiatan ekonominya sebagai pegawai negeri sipil dan ABRI, kemudian karyawan swasta (13,68 %), wiraswasta (13,26 %), dan buruh sebesar 12,21 %. Sedangkan yang lainnya masing-masing adalah jasa (5,89 %), pedagang (7,87 %), guru (5,23 %), dan pensiun sebesar 7,47 %.

Melihat data tersebut di atas, tampak bahwa karyawan swasta, wiraswasta, dan buruh termasuk relatif tinggi dibandingkan yang lainnya. Keadaan ini mungkin saja terjadi sehubungan di wilayah Kelurahan Brontokusuman yang tepatnya di komplek Jalan Prawirotaman dan Jalan Gerilya merupakan berbagai tempat usaha wisata, sehingga mengundang para tenaga kerja untuk bekerja di komplek tersebut. Di samping itu karyawan-karyawan penginapan dari luar banyak yang menetap dan juga sebagai penduduk wilayah tersebut.

Tabel II.8
Komposisi Penduduk Menurut Matapencapaian
Kelurahan Brontokusuman Tahun 1996

No.	Matapencapaian	Jumlah	Persen
1.	Pegawai Negeri/ABRI	1408	34,39
2.	Karyawan Swasta	560	13,68
3.	Guru	214	5,23
4.	Pensiunan	304	7,47
5.	Jasa	241	5,89
6.	Wiraswasta	543	13,26
7.	Pedagang	322	7,87
8.	Buruh	500	12,21
	Jumlah	4094	100,0

Sumber: Data Statistik Kelurahan, Tahun 1996

b. Jumlah, Kepadatan dan Pertumbuhan Penduduk

Jumlah penduduk dan perkembangannya sangat penting untuk diketahui sebab penduduk dalam suatu wilayah merupakan satu potensi sumberdaya yang sangat penting. Berdasarkan data statistik Kelurahan Brontokusuman pada akhir tahun 1996, jumlah penduduk sebanyak 12070 jiwa yang terdiri dari 6288 jiwa laki-laki dan 5782 jiwa perempuan. Dari jumlah penduduk tersebut berasal dari 2223 kepala keluarga (KK), berarti setiap keluarga atau rumah tangga rata-rata menanggung sejumlah 5 jiwa/orang. Selain itu penduduk yang berstatus sebagai kepala keluarga laki-laki 1791 orang dan 432 orang kepala keluarga perempuan. Perbandingan jumlah penduduk 12070 jiwa dengan luas daerah sebanyak 92,8250 hektar didapatkan angka kepadatan penduduk secara geografis sebanyak 12978 jiwa per km².

Melihat kepadatan sebesar itu termasuk relatif tinggi, hal ini karena di samping dipengaruhi oleh luas lahan, juga ditentukan oleh lajunya penambahan penduduk dari waktu ke waktu. Selain itu karena daerah penelitian tepatnya di Jalan Prawirotaman merupakan pusat industri pariwisata yaitu penginapan (*guest house*) dan dekat dengan pusat pemerintahan Kotamadya Yogyakarta, sehingga daerah tersebut merupakan pusat penduduk. Menurut informasi dari Ketua RW VII Bapak Ali Murtolo bahwa tahun 1996 wilayah Jalan Prawirotaman sendiri mempunyai jumlah penduduk sebesar 1793 jiwa dengan 484 kepala keluarga. Dari jumlah tersebut bekerja sebagai karyawan wisata sebanyak 27,60 % (merupakan proporsi tertinggi), sedangkan sebagai wiraswasta sebesar 24,92 %.

Untuk menghitung pertumbuhan penduduk rata-rata per tahun di daerah penelitian digunakan jumlah penduduk dari tahun 1992 sampai tahun 1996, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$P_t = P_o \cdot e^{rn} \dots\dots\dots (\text{Yasin, Moh, 1980: 9}).$$

P_t = Jumlah penduduk pada akhir tahun (12070 jiwa)

P_o = Jumlah penduduk pada awal tahun (11022 jiwa)

n = Lamanya waktu antara P_o dan P_t

r = Angka pertumbuhan penduduk

Menurut Mantra (1982) perubahan jumlah penduduk dalam suatu wilayah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor demografi. faktor demografi tersebut meliputi kematian, kelahiran, migrasi masuk, dan migrasi keluar. Dengan demikian pertumbuhan penduduk dalam suatu wilayah dapat dibedakan menjadi pertumbuhan penduduk alami, dan pertumbuhan penduduk bersih atau netto. Dasar pertumbuhan penduduk alami adalah merupakan selisih antara tingkat kelahiran dengan tingkat kematian, sedang

pertumbuhan penduduk bersih dasar perhitungannya dari jumlah penduduk dari tahun ke tahun.

Tabel II.9
Jumlah dan Perkembangan Penduduk Brontokusuman
Tahun 1992 - 1996

No.	Tahun	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1.	1992	5611	5411	11.022
2.	1993	5803	5503	11.306
3.	1994	5778	5656	11.404
4.	1995	6025	5532	11.554
5.	1996	6288	5782	12.070

Sumber: Data Statistik Brontokusuman, tahun 1992 - 1996

Berdasarkan perhitungan dengan rumus tersebut di atas, maka perkembangan penduduk dari tahun 1992 - tahun 1996 diperoleh angka pertumbuhan rata-rata per tahun selama empat tahun terakhir ini sebesar 2,21 % atau selama empat tahun mempunyai pertumbuhan penduduk sebanyak 1048 jiwa. Dengan demikian dari waktu ke waktu penduduk di Kelurahan Brontokusuman mengalami perkembangan penduduk yang cukup pesat.

3. Industri Pariwisata

Telah diuraikan sebelumnya, bahwa daerah penelitian yaitu Kelurahan Brontokusuman, Kecamatan Mergangsan, Kotamadya Yogyakarta yang tepatnya di komplek Jalan Prawirotaman dan Gerilya merupakan kawasan industri pariwisata berupa penginapan. Sehubungan merupakan kawasan industri pariwisata maka banyak berbagai bidang jasa sebagai pelayanan terhadap para wisatawan baik wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara. Setiap tahunnya bidang jasa tersebut tumbuh dan berkembang dengan pesatnya. Oleh karena itu Yogyakarta dipilih sebagai Daerah Tujuan Wisata (DTW) kedua setelah Bali. Tentu saja hal tersebut dapat memberikan peluang kerja masyarakat yang dapat mengadaptasi kepariwisataan tersebut. Umumnya adalah, biro perjalanan, penukaran uang, menyewakan mobil, menyewakan motor dan menyewakan sepeda. Begitu pula dalam penjualan cendera mata akan memacu kegiatan para perajin seperti kerajinan batik,

kerajinan perak, kerajinan kayu, dan kerajinan kulit.

Menurut Oka A. Yoeti (1985: 170), kedudukan Kota Yogyakarta sebagai Daerah Tujuan Wisata kedua setelah Bali itu didukung oleh komponen yang merupakan potensi industri pariwisata. Komponen industri pariwisata itu ditunjukkan dengan munculnya prasarana dan sarana pariwisata seperti fasilitas transportasi yang membawa para wisatawan dari dan ke daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, fasilitas akomodasi yang merupakan tempat tinggal sementara di tempat atau di daerah yang dikunjungi, fasilitas catering service yang dapat melayani makanan dan minuman, objek dan atraksi wisata yang ada di daerah tujuan yang akan dikunjungi, fasilitas perbelanjaan untuk membeli barang-barang souvenir, dan toko tempat untuk membeli dan mencetak film hasil pemotretan.

Berkaitan dengan hal tersebut (industri pariwisata) dapat terlaksana dengan baik, apabila didukung oleh beberapa faktor penunjang. Faktor penunjang industri pariwisata yang ada di Prowirotaman tersebut meliputi, hotel atau sarana akomodasi yang paling penting, transportasi, restoran, biro-biro perjalanan, toko cendera mata, dan jasa pemandu.

a. Hotel

Hotel merupakan salah satu perihal penting dalam dunia kepariwisataan. Fasilitas hotel memiliki fungsi pelengkap yang amat penting khususnya sebagai penyedia tempat tinggal sementara bagi wisatawan selama wisatawan melakukan perjalanan wisata yang diinginkan. Namun demikian tidak jarang pula fasilitas hotel menjadi faktor penarik bagi para wisatawan dan mempunyai andil yang cukup besar dalam menggairahkan dunia kepariwisataan ketika fasilitas hotel mampu memberikan kesan positif bagi para pengunjungnya.

Sebenarnya antara fasilitas hotel dan pariwisata merupakan dua hal yang saling bergantung dan tidak dapat dipisahkan antara yang satu dengan yang lainnya. Dalam arti hotel dengan berbagai bentuk fasilitas pelayanannya tidak akan berkegiatan tanpa pariwisata, demikian juga pariwisata tanpa fasilitas hotel merupakan hal yang tidak mungkin, apalagi kalau berbicara pariwisata sebagai suatu industri (Oka A. Yoeti, 1985: 236). Dengan demikian fasilitas hotel dan dunia pariwisata saling membutuhkan, saling menunjang dan harus berjalan seiring dalam suatu sistem yang berjalan di atas kepentingan yang sama yakni memajukan dunia kepariwisataan dan memberikan kontribusi devisa negara di sektor non migas.

Sebagai rumah yang bersifat sementara bagi para wisatawan maka fasilitas hotel sebenarnya juga tidak luput dari adanya tuntutan kenyamanan,

keenakan, adanya pelayanan yang baik, kebersihan sanitasi yang menjamin kesehatan dan perlu diciptakan sarana penginapan yang khas. Maksudnya isi dan susunan penginapan disesuaikan dengan budaya setempat sehingga wisatawan benar-benar hidup dalam budaya masyarakat yang dikunjungi serta menarik wisatawan datang dan tinggal lebih lama. Oleh karena itu dalam hal fasilitas hotel faktor-faktor tersebut tampaknya memerlukan perhatian sendiri. Artinya dalam dunia pariwisata fasilitas seperti hotel, motel, pension, bungalow, mest, penginapan, griyawisata, pondok, sanatorium dan sebagainya termasuk salah satu akomodasi yang penting (Nyoman S. Pendit, 1986:20), haruslah memiliki kondisi kenyamanan, keenakan, pelayanan yang baik, kebersihan sanitasi kesehatan serta hal-hal kebutuhan hidup sehari-hari yang berkelayakan dalam pergaulan dunia internasional agar fasilitas tersebut benar-benar memenuhi fungsinya.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata tahun 1996 di Yogyakarta terdapat 398 hotel atau penginapan. Sementara hotel yang berada di Kelurahan Brontokusuman tepatnya di kawasan Prawirotaman dan Jalan Gerilya terdapat 1 hotel berbintang yakni Hotel Airlangga, dengan memiliki 30 kamar dan 60 tempat tidur yang dilengkapi beberapa fasilitas seperti telepon, taman, tempat parkir, kamar mandi (bath tab, water basin, toilet dan shower), AC, dan swimming poll atau kolam renang). Sedangkan hotel non berbintang di kawasan Prawirotaman terdapat 42 hotel dengan perincian sebagai berikut: 1 melati III, 4 melati II, dan 26 melati I. Namun, menurut informasi bahwa sebenarnya di daerah penelitian yakni Jalan Prawirotaman dan Jalan Gerilya terdapat 96 rumah yang berfungsi ganda yaitu sebagai rumah tempat tinggal dan berfungsi sebagai tempat usaha fasilitas industri pariwisata baik itu penginapan (guest house), toko cendera mata, dan lain sebagainya.

Di komplek Prawirotaman hotel non berbintang biasanya atau pada umumnya disebut dengan istilah *guest house*. Pemberian nama ini sangat bervariasi ada yang diambil dari nama-nama raja atau kerajaan yang terkenal di Indonesia pada zaman dahulu seperti Airlangga dan Sriwijaya, ada yang diberi nama sesuai dengan nama pemiliknya seperti Prayogo dan Sumaryo, ada pula yang namanya dari Jawa seperti Parikesit, dan tokoh wanita dalam legenda Jawa seperti Dewi Kirana, Perwita sari, dan Palupi. Selain itu ada juga yang diambil dari nama bunga mawar atau rose dan lain sebagainya. Pada dasarnya pemberian nama-nama itu selain sebagai identitas Guest House yang bersangkutan juga bertujuan agar dikenal seperti terkenalnya nama yang mereka miliki.

Dalam hal pengelolaan hotel yang ada di komplek Prawirotaman

diklasifikasikan ke dalam klas tertentu, yaitu klas ekonomi, klas menengah atau medium, klas standar, dan klas mewah. Klas mewah dengan mempunyai fasilitas yang sangat terpenuhi, per harinya dengan tarif rata-rata Rp. 50.000,00 per orang. Namun rata-rata tarif penginapan yang ada di kompleks Prawirotaman antara Rp. 7.500 sampai Rp. 15.000 per orang per hari (Subagio, dkk, 1996: 73).



Gambar 2. Salah Satu Hotel Berbintang di Prawirotaman

b. Transportasi

Transportasi merupakan salah satu faktor pendukung dalam pengembangan industri pariwisata di suatu daerah. Untuk kelancaran transportasi perlu didukung berbagai syarat tertentu seperti jalan yang menuju objek wisata baik, jadwal perjalanan harus lancar dan tertib, sehingga jenis hubungan alat transportasi yang satu dengan transportasi yang lainnya bisa berjalan sesuai dengan waktu dan rencana. Di samping itu, kondisi alat transportasi perlu diperhatikan agar tidak mengecewakan para wisatawan sebagai pengguna jasa.

Menurut Oka Yoeti (1985) bahwa keberadaan sarana dan prasarana transportasi merupakan hal yang juga turut mempengaruhi keputusan orang untuk melakukan perjalanan pada suatu daerah wisata. Meski suatu daerah wisata yang mempunyai pemandangan alam yang indah atau kekayaan budaya yang sangat mempesona, namun jika tidak didukung oleh adanya sarana dan prasarana yang memadai, wisatawan umumnya enggan datang ke sana. Bukan rahasia lagi bahwa wisatawan umumnya selalu berusaha menghindari daerah tujuan wisata yang fasilitas dan pelayanan transportasi

di kenal jelek dan brengsek, seperti ketidaktepatan jadwal waktu berangkat, jumlah penumpang melebihi kapasitas, ulah sopir yang ugal-ugalan, dan gangguan para calo yang berebut penumpang serta kebersihan alat transportasi.

Daerah Istimewa Yogyakarta terletak di bagian tengah dari Pulau Jawa bagian selatan, sehingga letak ini dipandang sangat menguntungkan karena Yogyakarta terletak di jalur transportasi darat maupun transportasi udara yang melintasi Pulau Jawa bagian selatan. Kemudian dari arah barat ke timur maupun dari arah yang sebaliknya juga sangat menguntungkan.

Keberadaan alat transportasi di Daerah Istimewa Yogyakarta cukup memadai misalnya transportasi darat yakni angkutan bus, taksi, dan kereta api. Jasa angkutan ini digunakan para wisatawan yang datang dan keluar Yogyakarta. Jasa angkutan Kereta Api di Yogyakarta di bagi tiga jurusan yakni jurusan Yogyakarta - Jakarta, Yogyakarta - Surabaya, dan Yogyakarta - Bandung. Kemudian jasa angkutan bus dan taksi seperti Yogyakarta - Jakarta, Yogyakarta - Surabaya, dan masih banyak lagi. Angkutan jasa ini terdiri bus malam dan bus angkutan umum serta terbagi menjadi klas ekonomi dan klas non ekonomi.

Berdasarkan data dari Dinas Kanwil Deparpostel tahun 1996, bahwa fasilitas transportasi darat khususnya bus wisata terdapat 1721 angkutan wisata terdiri dari 169 bus, 640 taksi, 812 becak, dan 100 andong. Bus-bus wisata di atas antara lain PO Tirta Mulyo, Tani jaya, Yogya Rental, CV Sederhana, PT Baker, PT Dewata Sakti, Tours dan Travel, CV PO Lisa, PT Nosusono, CV Karya Jasa, PT Agung, Perum Damri, dan CV Rama Sakti.

Di samping itu di kota Yogyakarta memiliki angkutan kota dengan tarif rata-rata per orang Rp. 350;. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata terdapat 17 jalur atau route angkutan kota dengan jumlah 360 armada pengangkutan kota dengan jarak tempuh rata-rata 34 - 60 kilo meter. Satu-satunya jalur yang paling dekat menuju wilayah Jalan Prawirotaman dan Jalan Gerilya di Kelurahan Brontokusuman yakni jalur 2 bus kota, jalur 5 bus kota, jalur 15 armada Aspada, jalur 15 Damri, 2 bus Kobutri. Jalur angkutan kota ini melintasi Jalan Parangtritis yang merupakan persimpangan Jalan Prawirotaman. Selain angkutan kota terdapat angkutan andong dan becak yang merupakan kereta kuda khas Yogyakarta. Adapun pembayaran angkutan transportasi tersebut atas kesepakatan bersama. Bilamana wisatawan menginginkan kendaraan untuk berkeliling kota juga terdapat beberapa penyewaan seperti sepeda, sepeda motor, dan mobil.

Sementara transportasi yang melalui udara tempatnya di Bandara udara Adi Sucipto yang letaknya kurang lebih 8 kilo meter di sebelah timur juga

melayani wisatawan yang hadir ke Yogyakarta. Bandara ini cukup bagus dan mampu melayani pesawat terbang jenis DC - 9. Adapun trayek masing-masing pesawat yang ada di Yogyakarta adalah Garuda Indonesia yang melayani penerbangan dari dan ke Yogyakarta - Jakarta sebanyak 7 kali, dan jalur penerbangan dari dan ke Yogyakarta - Bali sebanyak 4 kali, dalam setiap hari. Kemudian Bouroq Indonesia Airlines, melayani penerbangan setiap hari satu kali dengan jalur Yogyakarta - Banjarmasin - Balikpapan - Samarinda - Tarakan - Palu - Sampit - Kota Baru dan berakhir di Palangkaraya. Di samping itu juga jalur antara Yogyakarta - Bandung - Jakarta pulang pergi. Sementara Merpati Nusantara Airlines, melayani 1 kali penerbangan. Selain itu jalur Sempati Airlines dengan mempergunakan pesawat F - 100, melayani jurusan Yogyakarta - Jakarta - Singapura, Yogyakarta - Surakarta - Denpasar - Ujung Pandang setiap hari 1 kali penerbangan.

c. Biro Perjalanan

Berkembangnya suatu daerah menjadi daerah industri pariwisata seperti yang ada di Prawirotaman Kelurahan Brontokusuman, Kecamatan Mergangsan Yogyakarta, membutuhkan alat-alat transportasi yang akan membawa para wisatawan baik nusantara maupun mancanegara ke objek-objek wisata. Untuk itu dibutuhkan pelayanan transportasi yang terorganisasi yaitu dengan pengelolaan yang teratur, disiplin dan terarah dengan sistem manajemen yang bisa dipertanggungjawabkan. Tuntutan alat-alat transportasi ini mendorong munculnya travel bureau atau biro-biro perjalanan yang khusus berfungsi sebagai biro-biro yang melayani para wisatawan dalam perjalanan atau menuju ke objek wisata yang diinginkan.

Di Yogyakarta terdapat beberapa travel bureau (Biro Perjalanan) sebanyak 22 travel di antaranya adalah PT Andika Duta Dewanta, Intan pelangi, Toursta Tour dan Travel, Index Elang Wisata, Kharisma Torugung, Alas Jaya Tour, Lima Jaya Trijasa, Pandaran Tour dan Travel, Sumber Tour Indonesia, Nusantara Tour dan Travel, Nitaur Inc, Candra Universal, Vista Expres, Natroba, Ina Media Wisata, Indra Kelana Tour, Setia Tour, Japanindo, Musi Holiday, dan Astrindo Tour dan Travel.

Di samping travel tersebut di atas, di Yogyakarta terdapat juga 6 agen-agen biro perjalanan atau travel agencis yaitu yang melayani wisatawan dalam bidang angkutan wisata. Agen tersebut antara lain Ido's Tour, Milangkori, Paradise Bali Indah, Tourista Puro Pakualaman, dan Ambarukmo Palace Hotel.



Gambar 3. Taksi Yang Sedang Menunggu Penumpang.

Di kompleks Prawirotaman agen-agen biro perjalanan atau travel agensi pada umumnya pemilik agen tersebut adalah merupakan pemilik guest house dengan mempekerjakan orang lain. Bahkan ada juga di antara mereka langsung mengelolanya. Dari data statistik Kelurahan Brontokusuman tahun 1996 tercatat ada 64 agen taksi, 72 becak, 1864 sepeda motor, dan 2664 sepeda. Bahkan di Prawirotaman para pengemudi becak ini membentuk suatu perkumpulan atau paguyuban yang diberi nama perkumpulan Pengemudi Becak Prawirotaman Yogyakarta (P2BPY). Menurut Dwi Koratno (1991: 4) di Yogyakarta becak menjadi salah satu pesona wisata andalan, sebagai kendaraan yang relatif murah dan bebas polusi, bahkan tukang becak dianggap duta wisata mandiri.



Gambar 4. Becak salah satu alat transportasi tradisional yang disukai para wisatawan

d. Jasa Pemandu

Pemandu atau guide adalah merupakan salah satu bidang usaha jasa yang sangat diperlukan guna melayani para wisatawan dalam perjalanannya menuju ke objek wisata. Oleh karena itu para pemandu ini dalam melayani para wisatawan harus mampu serta memiliki kemampuan dan pengetahuan yang cukup terutama pengetahuan budaya di daerah wisata (budaya Jawa di Yogyakarta).

Dinas pariwisata di Yogyakarta dalam hal ini mengusahakan para pemandu untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mereka dengan menyelenggarakan kursus-kursus yang diikuti oleh utusan-utusan dari biro perjalanan yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun materi-materi kursus tersebut antara lain tentang kepariwisataan, tentang lingkungan alam, tentang budaya daerah, dan pelajaran bahasa Inggris.

Di komplek pariwisata Prawirotaman yang bekerja sebagai pemandu atau pramuwisata pada umumnya adalah merupakan anak atau anggota keluarga dari para pemilik penginapan (guest house) itu sendiri. Adapun jumlah jasa pemandu yang ada di daerah penelitian tersebut tidak tercatat dalam statistik Kelurahan Brontokusuman karena banyaknya jumlah pemandu yang terselubung (liar), sehingga tidak bisa dirinci berapa jumlah jasa pemandu sebenarnya yang terlibat. Dengan demikian adanya jasa pemandu dari anak atau anggota keluarga guest house itu sendiri akan memudahkan para wisatawan pengguna jasa untuk menghubungi dan bahkan tidak akan keluar uang yang cukup banyak karena masih dalam satu penginapan.

Menurut responden bapak Nanang W. pemandu yang berorientasi di Prawirotaman jumlahnya kurang lebih 30 orang. Mereka ini pada umumnya merupakan pemandu atau pramuwisata yang tidak berlesensi yang biasa disebut guide liar. Pramuwisata liar ini atau yang tidak berlesensi ini mempunyai resiko bayaran yang tidak standar, bekerja sebagai biro perjalanan, dan di antara mereka ini ada yang masih duduk di bangku kuliah atau pekerjaan lainnya.

Di Yogyakarta terdapat dua jenis pemandu atau pramuwisata, yaitu pramuwisata berlesensi dan pramuwisata yang tidak berlesensi. Pemandu berlesensi dibagi dua, yakni pertama, lesensi bagi mereka yang ingin bekerja secara terbatas dalam kawasan wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta, dan kedua, lesensi bagi mereka yang ingin bekerja di semua kawasan wisata yang ada di Indonesia. Lesensi ini diberikan oleh pemerintah setempat setelah seorang calon pemandu lulus ujian yang diselenggarakan, sedangkan materi ujian meliputi mata pelajaran bahasa asing yang dipilih dan mata pelajaran kepariwisataan. Diharapkan kedua jenis mata pelajaran itu nantinya dapat

berguna sebagai pedoman praktis di lapangan.

e. Restoran

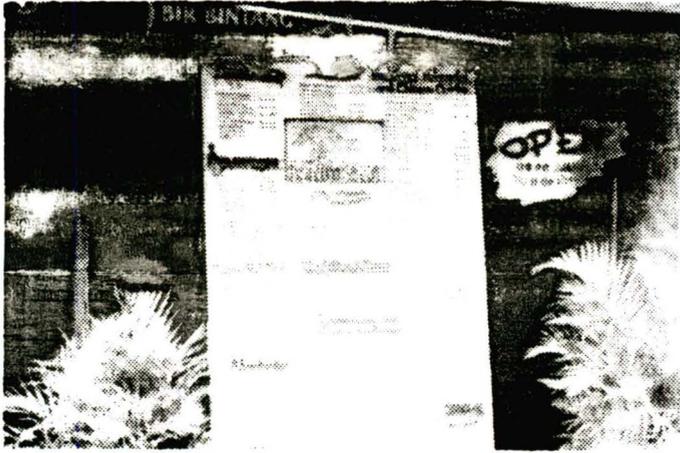
Restoran atau rumah makan yang merupakan sarana penunjang dalam pembangunan industri pariwisata. Apalagi, jika restoran yang ditawarkan memberikan warna yang khas, yang bercirikan budaya setempat. paling tidak, dengan segala keunikan dan sajian pelayanan yang khas kehadiran restoran dapat dijadikan suatu pilihan yang menarik untuk ditawarkan kepada para wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

Restoran (*Catering Service*) adalah sektor jasa yang bergerak dalam bidang pelayanan makanan dan minuman yang diperuntukkan bagi umum maupun lembaga-lembaga yang memesan secara khusus untuk keperluan yang bermacam-macam. Termasuk di dalamnya restoran ini adalah *bar* dan *caffe shop*, *cafetaria*, rumah makan, warung dan usaha-usaha lain yang sejenisnya.

Bagi pengembangan industri pariwisata, keberadaan *catering service* merupakan salah satu unsur penting di samping jasa-jasa pelayanan lain yang berhubungan dengan industri pariwisata. Pentingnya pelayanan di bidang penyediaan makanan dan minuman, tidak saja untuk melayani kebutuhan biologis dan energi para wisatawan, akan tetapi juga dikarenakan wisatawan biasanya cukup peka akan masalah makanan, baik menyangkut kebersihan, kelezatan, maupun menyangkut tarif atau harga jualnya.

Berdasarkan data yang ada di Yogyakarta terdapat 29 restoran atau rumah makan yang besar yang menyediakan berbagai makanan asing, seperti Chinese Food, European Food, Japanese Food, Korea Food, dan Indonesia Food. Restoran - restoran ini antara lain Valentino, Colombo, Sintawang, Spata Steak Hause, Kentucky Fried Chicken, Gita Buana, Yashi Noki, Pesta Perak, Dewi, Tempura Hana, Natour, Ny. Suharti, Sari Boga, Pring Sewu Garden, Paradiso, Nikmatono/Oshin, Gazebo, Pasific, Pizza Hut, Rancak, Bamboo, Selera Kuning, Guddeg Bu Citro, Wisata, dan California.

Adapun restoran atau rumah makan yang ada di Prawirotaman Kelurahan Brontokusuman juga banyak yang menyajikan atau menyediakan jenis masakan asing yakni makanan dan minuman dari Jepang dan Cina. Misalnya restoran Nusa Dua di jalan Prawirotaman No. 30, rumah makan ini selain menyediakan masakan khas Indonesia seperti masakan gado-gado, sate ayam, nasi rames, nasi guddeg, ayam goreng Jawa, nasi soto, sate sapi, dan juga menyediakan makanan dan minuman khas Eropa seperti Chiken Vegetables soup, Chiken



Gambar 5. *Salah satu restoran yang menyediakan berbagai masakan dengan perlengkapan tradisional fasilitas khas daerah (tampak dari depan)*



Gambar 6. *Rumah makan dari sisi dalam pada waktu malam hari*

Rice Cream Soup, Bawlion Soup, Minestron Soup, Shrimp Coctail dan lain-lain. Kemudian makanan dan minuman khas Jepang seperti Saimono, Misahiru, Satsuma Jiru, Kakitomajiru, Umewan, Tempura, Sake No Degaku, Tori Terikayi, dan Torikatsu. Sedangkan masakan dan minuman Cina seperti Soup Sayur Asin, Hat and Sour Soup, Asparagus and Crabmeat Soup, Cap Ray Ca, Kway Teaw, Funyug Hay, Fried Nudle, Bihun Goreng, Ayam Ca Mete, dan Udang Goreng Tepung.

Restoran-restoran di atas juga menyediakan minuman luar dengan berbagai merk baik itu minuman biasa maupun minuman keras. Adapun sistem pelayanan yang dilakukan adalah dengan terlebih dahulu pelayanan menyodorkan daftar menu, baru kemudian tamu menuliskan di daftar pesanan. Perlu juga dimengerti bahwa sudah kebiasaan yang dilakukan pelayan apabila tamu minta kopi atau teh manis dengan tidak langsung pelayan membuatnya, akan tetapi mereka (pelayan) hanya menyediakan air putih panas, dan kopi, kemudian yang bersangkutan membuatnya sendiri.

Pada umumnya di Jalan Prawirotaman restoran merupakan usaha tersendiri untuk melayani wisatawan, namun banyak hotel atau penginapan di daerah tersebut yang melengkapi dengan restoran seperti hotel Gajah, Duta, palupi, Airlangga, Candrakirana, Dina Kirana, Metro, New Prambanan, Sumaryo dan masih banyak lagi. Berdasarkan pengamatan yang dilihat ada beberapa restoran yang mempunyai fasilitas modelnya khas daerah. Artinya disesuaikan dengan kebudayaan dan lingkungan alam daerah (Jawa). Misalnya restoran yang ada di Prawirotaman kursi dan meja makan terbuat dari bahan bambu, dan atapnya terbuat dari daun nipah ataupun dari ijuk.

f. Toko Cendera Mata

Toko cendera mata juga merupakan salah satu penunjang fasilitas industri pariwisata, karena toko inilah yang memajang dan menjual hasil-hasil karya seni masyarakat daerah untuk dijadikan buah tangan para wisatawan bila kembali ke daerahnya kelak. Untuk syarat yang harus dipenuhi daerah wisata adalah harus tersedia apa yang disebut dengan istilah "*Something to buy*". Artinya, di tempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk berbelanja atau shopping, terutama barang-barang kerajinan rakyat dan souvenir sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal masing-masing wisatawan (Oka A. Yoetti, 1985: 167).



Gambar 7. Salah Satu Toko Cendera Mata Yang Ada di Prowirotaman

Pentingnya tersedia souvenir atau barang-barang kerajinan lokal, tidak saja berfungsi sebagai fasilitas pendukung bagi pengembangan suatu daerah wisata, akan tetapi ditinjau dari aspek promosi kepariwisataan ketersediaan souvenir sesungguhnya merupakan salah satu prasyarat utama yang memajang posisi kunci. Yang dimaksud posisi kunci di sini bahwa ketersediaan souvenir itu tidak bisa tidak harus ada karena di dalam souvenir itu sendiri sesungguhnya mengandung salah satu unsur "Sapta Pesona", yakni sejauh mana ia mampu menjadi unsur yang dapat membawa kenangan bagi wisatawan yang telah usai melakukan suatu perjalanan wisata. Karena pada umumnya seseorang wisatawan yang telah usai melakukan kunjungan ia tidak akan sekedar mengenang kembali perjalanan dalam pikiran atau dalam bentuk-bentuk foto-foto, akan tetapi tidak jarang akan mengenang dan membanggakan perjalanan yang sudah dilakukan dengan cara memamerkan souvenir yang sudah dibelinya.

Dari data Kelurahan Brontokusuman tahun 1996 tercatat sebanyak 95 toko seni atau toko cenderamata, kios 35 buah, dan warung 190 buah. Barang-barang yang tersedia di berbagai art shop dan art galery pada umumnya barang-barang yang dibuat secara massal dengan mutu proses yang tidak tinggi. Di antaranya beberapa lukisan batik, baju batik, berbagai jenis patung, topeng dan sebagainya. barang-barang tersebut dikoleksi di toko tersendiri dalam berbagai penginapan (guest house) kemudian di jual.

Dari berbagai jenis barang yang dijual di art shop, yang juga diproduksi sendiri oleh beberapa penduduk kampung Prowirotaman adalah berbagai

kerajinan batik. Adapun motif-motif kerajinan itu diantaranya berupa motif pemandangan, binatang, dan manusia. Bahkan ada beberapa lukisan bermotif manusia yang sudah terkenal unsur-unsur asing misalnya mencontoh pelukis dari Perancis yang bertujuan untuk mengundang daya tarik para wisatawan baik mancanegara maupun nusantara.

Batik yang berupa lukisan dan batik yang berupa pakaian nampaknya memang banyak digemari oleh wisatawan mancanegara, karena mempunyai daya tarik tersendiri. Daya tarik dari lukisan tersebut terletak pada proses pembuatannya, karena prosesnya serupa yang dipergunakan untuk membuat batik tulis asli. Wisatawan mancanegara pada umumnya memberi apresiasi positif terhadap batik tersebut., karena dalam karya itu tergambar kondisi seseorang yang berjiwa tenang dan tekun selama dalam pembuatannya. Oleh karena itu, proses pembuatan batik tulis di Prowirotaman juga dikursuskan secara komersial kepada wisatawan yang berminat.

Selain barang batik yang di jual lainnya adalah kerajinan kulit, patung kayu, wayang golek, wayang kulit dan lain sebagainya. Pada umumnya barang-barang yang dijual tersebut hasil karya dari masyarakat Kabupaten Bantul.

4. Sejarah Industri Pariwisata Prowirotaman

Prowirotaman semula merupakan salah satu perkampungan prajurit Kraton Kasultanan Yogyakarta yaitu Prajurit Prowirotaman. Sehubungan Prowirotaman merupakan perkampungan prajurit, maka pada waktu itu banyak masyarakat yang memakai nama Prowiro yakni antara lain Werdoyo Prowiro, Suropawiro, Margo Prowiro, Pedeksoprowiro, dan Gondoprowiro. Nama-nama tersebut pada waktu itu adalah orang-orang terkenal dan dianggap sebagai panutan (Murtolo, 1996/1997). Di samping itu mereka merupakan pengusaha batik yang boleh dikatakan berhasil, mempunyai rasa sosial yang tinggi terhadap masyarakat sekitar, dan juga sebagai prajurit Prowirotaman.

Pada tahun 1960-an saat kain batik mengalami kemajuan yang dapat dikatakan pesat, kemudian masuklah Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) maka para pengusaha batik di Prowirotaman menambah usahanya berupa kain tenun. Perusahaan kain batik dan tenun pada waktu itu mempunyai cap yang berbeda-beda antara lain, Batik Tuti, Batik Cap Jip, Batik Cap Gunting, batik Cap Bayi, dan Batik Cap Matahari. Dari semua perusahaan batik tersebut tergabung dalam koperasi Batik Tamtama yang pada waktu itu berkantor di Jalan Kintelan (sekarang Jalan Brigjen Katamsa).

Kejayaan Prowirotaman sebagai pusat produsen kain batik dan tenun berlangsung hingga tahun 1970-an. Pada waktu itu perusahaan sudah banyak

yang menutup usahanya, walaupun masih ada sebagian yang melangsungkan kegiatannya. Pengunduran pengusaha batik tersebut disebabkan antara lain dicabutnya subsidi pemerintah, sehingga para pengusaha mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku (mori), pergeseran pula pemakaian yang semula dipakai untuk hampir seluruh aktivitas-aktivitas masyarakat, baik yang bersifat seremonial, ritual, historis, cultural, filosofis yang sesuai dengan tuntutan dan kebutuhan pula kehidupan masyarakat. Keadaan itu mengakibatkan permintaan menurun yang pada akhirnya produksi batik dan tenun mengalami kemacetan.

Pada tahun 1970-an Yogyakarta mulai tumbuh dan berkembang sebagai Daerah Tujuan Wisata (DWT), dan diwujudkan sebagai daerah tujuan wisata yang potensial dan utama setelah pulau Bali. Sebagai konsekuensinya Yogyakarta berusaha dan berupaya memelihara dan mengembangkan obyek-obyek wisata, baik wisata alam, maupun wisata budaya, dan juga mengembangkan prasarana dan sarana wisata.

Melihat usaha pemerintah daerah untuk mengembangkan kepariwisataan di Yogyakarta, maka para pengusaha kain batik di Prawirotaman memanfaatkan situasi tersebut dengan merubah usahanya dari produsen kain batik dan tenun ke usaha fasilitas pariwisata. Sehubungan mempunyai halaman yang luas, maka keadaan itu sangat menguntungkan bagi pengusaha batik merubah bangunannya khususnya ruangan proses batik menjadi kamar-kamar penginapan, sehingga mereka tidak terlalu banyak mengeluarkan biaya. Sementara di halaman muka dan belakang dimanfaatkan untuk taman.

Perintis usaha fasilitas industri pariwisata yang berupa penginapan di Prawirotaman adalah Bapak Sugiyanto salah satu anak dari Bapak Werdayoprawiro yaitu dengan nama Hotel Airlangga (Airlangga Guest House), yang kemudian diikuti oleh kakaknya yaitu Bapak Subarjo dengan nama Kirana Guest House, kemudian diikuti lagi oleh Bapak Indro (kakak ipar Bapak Sugiyanto) dengan nama Wisma Gajah. Pada tahun berikutnya Bapak Sumaryo salah satu anak Bapak Suruprawiro (menantu Bapak Werdayoprawiro) juga melakukan usaha penginapan dengan nama Sumaryo Guest House, kemudian keluarga Bapak Sugiyo (kakak Bapak Sumaryo) mengikuti usaha yang sama dengan nama Duta Guest House. Setelah itu muncullah beberapa penginapan seperti Sriwijaya, Borobudur Guest House, Wisma Indah. Kemudian pada tahun 1980-an penginapan di komplek jalan Prawirotaman mulai bermunculan.

Seiring dengan perkembangannya usaha penginapan, maka juga diikuti oleh perkembangan usaha fasilitas industri pariwisata yang lainnya seperti

toko cendera mata, restoran, tourist service dan lain sebagainya. Suatu kenyataan bahwa usaha fasilitas pariwisata bukan hotel, banyak dikuasai atau didominasi oleh pengusaha dari luar Prawirotaman. Namun demikian, keadaan tersebut sangat menguntungkan bagi masyarakat Prawirotaman yang mempunyai pekarangan luas. Mereka menyewakan pekarangan kepada pengusaha tersebut, sehingga si penyewa dapat meningkatkan kualitas rumahnya atau menambah modal usaha.

Penyewa pekarangan di Prawirotaman untuk fasilitas industri pariwisata yang mencatatkan diri menjadi penduduk Prawirotaman dapat dikatakan relatif kecil, dan yang paling banyak mereka tinggal di luar Prawirotaman. Selain itu pegawai fasilitas industri pariwisata baik berasal dari penginapan atau yang lainnya dapat dikatakan banyak yang berasal dari luar Prawirotaman. Keadaan ini dimanfaatkan oleh masyarakat Prawirotaman untuk membuat kamar sederhana yang dipergunakan bagi karyawan usaha fasilitas industri pariwisata.

Perlu diketahui juga, bahwa usaha penginapan (guest house) yang ada di komplek Prawirotaman di dominasi oleh satu trah yaitu kakak beradik trah Werdoyoprawiro, Suroprawiro, dan Mangunprawira. Kemudian pada tahun 1990 sampai sekarang usaha fasilitas industri pariwisata yang berupa penginapan tersebut dikelola oleh anak-anaknya bahkan sudah sampai cucunya.

Dengan adanya perkembangan fasilitas industri pariwisata di Prawirotaman, ternyata dimanfaatkan juga oleh para pengemudi becak. Kemudian ada inisiatif warga masyarakat setempat bahwa pengemudi becak tersebut dikumpulkan dan dihimpun dengan nama Persatuan Pengemudi Becak Prawirotaman (P2BPY).

5. Pandangan Masyarakat Tentang Industri Pariwisata

Manusia dalam hidup dan kehidupannya akan selalu berhubungan dengan lingkungan, baik itu lingkungan fisik maupun lingkungan sosial budaya. Hubungan tersebut menurut Walgito (1987:31) dibedakan menjadi dua wujud, yaitu pertama, seseorang menolak lingkungan. Dalam kondisi seperti ini individu atau seseorang mempunyai pandangan yang tidak sesuai dengan keadaan lingkungan yang diinginkan, sehingga individu yang bersangkutan dapat memberikan bentuk serta perubahan terhadap lingkungan selaras dengan yang dikehendaki. Wujud kedua, seseorang menerima keadaan lingkungan yang ada. Artinya lingkungan di sekitarnya sesuai yang dikehendaki. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa manusia menerima maupun menolak lingkungan sekitarnya tergantung dari cara manusia mampu menilai apa yang dilihat atau dengan kata lain tergantung persepsi atau

pandangan manusia yang bersangkutan.

Huky (Sumardi, 1995:38) menyatakan bahwa persepsi masyarakat merupakan proses inderawi seseorang yang menjadikan sadar akan kondisi yang terdapat di lingkungan sekitarnya. Lebih lanjut dia mengatakan bahwa kesadaran setiap individu atau orang berbeda dalam cara melihat serta apa yang dilihat orang lain. Sementara Sartono (1982:4) mengemukakan bahwa persepsi seseorang terhadap sesuatu obyek atau lingkungan merupakan rangkaian proses mental yang menghasilkan bayangan pada diri sendiri yang dapat untuk mengenal obyek melalui asosiasi pada ingatan seseorang. Sedangkan menurut Thoha (1993: 138) mengatakan bahwa persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungan, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Sementara Sutopa (1989:8), menyatakan bahwa persepsi dan berfikir kenyataannya selalu berkaitan. Dengan perkataan lain, bahwa pikiran seseorang selalu dipengaruhi oleh apa yang dilihat, demikian pula sebaliknya apa yang diserap seseorang dapat dipengaruhi pikiran orang yang bersangkutan. Dengan demikian setiap kelompok masyarakat dalam periode apapun lingkungan mendapat interpretasi yang tidak sama. Di samping itu persepsi seseorang terhadap obyek suatu lingkungan dipengaruhi oleh status sosial ekonomi keluarga. Sebagai contoh pada seseorang yang memiliki tingkat pendidikan tinggi, maka tentu jauh berbeda dengan persepsi orang yang mempunyai pendidikan rendah.

Berdasarkan pendapat tersebut di atas, maka setiap individu atau seseorang di dalam menerima maupun menolak lingkungan yang berdasarkan oleh masing-masing serta pola pikiran di sini sangat tergantung oleh pengalamannya. Demikian pula dengan masyarakat di komplek jalan Prawirotaman dan Gerilya Kelurahan Brontokusuman, dalam hubungannya dengan industri pariwisata yang berupa penginapan mempunyai persepsi dan pandangan yang berbeda-beda atau berlainan.

Dari hasil wawancara dengan salah satu informan Ibu Sugiarti seorang pendidik yang ada di Prawirotaman mengatakan merasa senang dengan adanya industri pariwisata, karena dengan alasan secara garis besar memberikan keuntungan pada sebagian besar anggota masyarakat khususnya masyarakat di sekitarnya. Sebagai contoh tanah yang kosong (belum ada bangunan) banyak disewakan, masyarakat sekitar sebagai tenaga kerja baik jasa pemandu, jasa transportasi, warung, dan lain sebagainya. Namun demikian, ada juga yang tidak merasa senang karena sehari-harinya merasa terganggu dengan adanya suara-suara yang membisingkan telinga. Selain itu kadang-kadang ada orang mabuk minuman keras, menjadikan keruwetan

lalu lintas jalan serta menjadikan tidak merasa tenteram karena banyak bermunculan kerusakan dan lain sebagainya. Pernyataan tersebut di atas juga sesuai dengan pendapat responden bahwa secara umum dari jumlah responden yang ada mengatakan mempunyai persepsi positif terhadap adanya industri pariwisata, yang terinci sebesar 91,7 % mengatakan senang dan sebesar 8,3 % mengatakan tidak senang.

Menurut Murniatmo dkk (1993/1994: 81-96) dalam penelitiannya yang berjudul Dampak Pengembangan Pariwisata di DIY mengemukakan bahwa perkembangan industri pariwisata di Prowirotaman dirasakan membawa pengaruh baik positif maupun negatif bagi masyarakat sekitar. Pengaruh positif dilihat dari segi ekonomi antara lain menambah dan menumbuhkan kesempatan kerja seperti persewaan sepeda dan motor (mobil), restoran, souvenir, pelayan transportasi lokal seperti becak maupun andong, dan meningkatkan taraf penghasilan di tingkat ekonomi rumah tangga. Sedangkan dampak negatif yang terjadi antara lain berkurangnya ikatan keluarga di antara warga setempat sehingga tampak adanya jurang pemisah (gap) yang tajam, dan mengendornya norma-norma seiring dengan munculnya praktek pola pergaulan bebas dari turis, misalnya mengenakan busana terlalu minim, pertunjukan musik dan tarian semalam suntuk, dan bursa seks oleh para pramunikmat (prostitusi) di losmen-losmen atau tempat-tempat penginapan.

BAB III

POTENSI NILAI BUDAYA DAERAH

Dewasa ini, industri pariwisata telah menjadi industri raksasa yang bersifat internasional. Dalam program pembangunan nasional di Indonesia, pariwisata sebagai salah satu sektor pembangunan ekonomi. Dari pariwisata diharapkan diperoleh devisa, baik dalam bentuk pengeluaran uang dari para wisatawan di negara kita maupun sebagai penanaman modal asing dalam industri pariwisata.

Potensi industri pariwisata sebagai sumber devisa besar sekali. Menurut beberapa ahli, industri pariwisata dewasa ini sudah menjadi bidang usaha atau industri terbesar ketiga setelah minyak dan perdagangan senjata. Bahkan ada yang menyatakan bidang usaha terbesar setelah minyak.

Belanja para wisatawan dapat merangsang pertumbuhan berganda pada sektor-sektor ekonomi lainnya. Misalnya wisatawan-wisatawan yang membeli barang seni budaya daerah sebagai cendera mata, akan merangsang kegiatan kreasi seni sehingga seniman-seniman memerlukan bahan mentah tertentu untuk ungkapan kreasi seninya yang berupa kayu, cat, kertas, amplas, dan lain-lain. Para perajin terangsang pula untuk memproduksi barang-barangnya lebih banyak lagi. Toko cenderamata tumbuh sebagai penyalur barang kreasi seni budaya daerah maupun produksi perajin. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengembangan pariwisata merangsang tumbuhnya usaha-usaha ekonomi tertentu yang saling merangkai dan saling menunjang.

Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta (1996) mengatakan bahwa Yogyakarta telah dikenal di seluruh Indonesia yaitu sebagai pusat pendidikan, pusat kebudayaan, dan daerah tujuan wisata utama yang potensial. Adapun daya tarik potensial yang dimiliki Yogyakarta disebabkan keadaan historis sejak beberapa abad lalu yang merupakan pusat pemerintahan dan pusat pengembangan kebudayaan yang dimulai sejak zaman Kerajaan Mataram Kuno, Kerajaan Mataram Islam, Kerajaan Yogyakarta Hadiningrat, sampai Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi pusat pemerintahan Republik Indonesia pada tahun 1946 - 1949.

Dalam hal pusat kebudayaan bahwa di Yogyakarta terdapat budaya asli nan indah yaitu Kraton Yogyakarta, memiliki kesenian dan kebudayaan yang tinggi, dan merupakan pusat dari seni budaya Jawa. Peninggalan seni budaya dapat dilihat pada monumen-monumen seperti candi-candi dan Istana Sultan. Selain itu kehidupan seni kebudayaan yang tinggi masih berkembang dengan seni tari-tariannya. Nilai budaya masyarakat Yogyakarta terungkap pula pada bentuk arsitektur rumah penduduk dengan bentuk rumah Joglonya.

Demikian juga masih terdapatnya transportasi andong yang memiliki nilai-nilai tradisional yang menarik.

Menurut Wall (Kedaulatan Rakyat, 1993: 3), mengatakan banyaknya kesempatan para wisatawan mancanegara maupun nusantara untuk berkunjung ke Yogyakarta mempertajam pengamatan tentang prospek kepariwisataan di Yogyakarta. Keunggulan Yogyakarta adalah kedudukan pusat kegiatan dari potensi kepariwisataan yang berada di Dieng, Borobudur, Prambanan, Solo, Pantai Selatan, dan Gunung Merapi. Di samping itu, Yogyakarta juga dianggap sebagai pertemuan antara tradisional dan kemoderenan serta bertemunya berbagai peradaban seperti Agama Hindu, Budha, dan Agama Islam.

Dengan demikian ada beberapa keunggulan kompetitif industri pariwisata di Yogyakarta yang perlu pengelolaan lebih lanjut. Keunggulan tersebut berupa budaya yang menyangkut sejarah maupun kehidupan keseharian, pendidikan (terutama adanya universitas-universitas yang meningkatkan diselenggarakannya konversi, koperansi, seminar, dan workshop internasional), dan shopping yang berpusat di Malioboro yang mempunyai daya tarik lebih besar dari pada fasilitas shopping di tempat lain, bahkan Bali sekalipun.

Sehubungan dengan hal tersebut Mardiatmojo (1991:4) mengatakan bahwa wawasan wisata sangat diperlukan untuk mendukung adanya promosi wisata. Artinya kalau wawasan wisata mau diseraskan dengan wawasan pembangunan tentunya kita akan menawarkan wisata yang mempedulikan kesenangan menyeluruh dari manusia dan kesenangan seluruh manusia.

Menawarkan wisata sebenarnya tidak hanya menawarkan akomodasi hotel atau penginapan, tontonan, keindahan alam atau benda-benda kenangan, melainkan menawarkan kenang-kenangan dalam arti mendalam. Sehingga mutu wisata diukur tidak pertama-tamā dengan keindahan hotelnya atau dengan jumlah uang atau omset perdagangan, melainkan dari jawaban atas pertanyaan "kesan batin macam apakah yang membekas pada wisatawan"?. Sebagai misal, tempat tidur dapat kita jajakan, tetapi istirahat hanya mungkin kita tawarkan menciptakan suasana alam, tertib, bersih, indah, karyawan yang sopan, ramah-tamah, menyenangkan dan informatif.

Selain itu, juga patung kenangan dapat kita jual, tetapi tersentuhnya hati oleh kenangan mendalam lebih bertumpu pada keramah-tamahan yang asli dan lain sebagainya. Sehingga menurut Mardiatmojo bahwa sukses dari suatu sadar wisata dapat diukur dari berbagai variabel yaitu: cuaca, suasana penginapan (hotel), makanan, pemandu, panorama alam, keramah-tamahan, keamanan, keaslian, dan kekhasana. Demikianlah nilai-nilai budaya Sapta

Pesona dijadikan tema sentral dan kampanye Nasional Sadar Wisata.

Menurut Koentjaraningrat (1979: 204) yang dimaksud nilai budaya adalah merupakan konsep-konsep mengenai apa yang hidup dalam pikiran sebagian besar dari warga suatu masyarakat mengenai apa yang mereka anggap bernilai, dan penting dalam hidup, sehingga dapat berfungsi sebagai suatu pedoman yang memberi arah dan orientasi kepada kehidupan para warga masyarakat. Sehubungan nilai budaya daerah yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah tujuan unsur yang terdapat dalam Sapta Pesona yakni merupakan suatu nilai yang berhubungan dengan kepariwisataan, maka dengan mendasarkan pengertian atau definisi tersebut di atas, nilai budaya di sini adalah suatu konsep-konsep yang hidup dalam alam pikiran sebagian besar dari warga masyarakat yang hidup dalam lingkungan kepariwisataan di mana konsep-konsepnya dianggap bernilai dan penting. Sehingga dapat berfungsi sebagai pedoman yang memberi arah dan orientasi kepada pengembangan khususnya Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dengan adanya nilai-nilai budaya tersebut diharapkan akan memberikan suatu kenyamanan baik itu wisatawan maupun warga masyarakat di sektor kawasan industri pariwisata. Untuk itu dalam bab III ini berturut-turut akan diuraikan mengenai pengertian Sapta Pesona, memasyarakatkan Sapta Pesona, persepsi masyarakat terhadap Sapta Pesona, pelaksanaan Sapta Pesona, dan nilai-nilai budaya daerah yang menata perilaku di daerah penelitian yakni tujuh unsur daya tarik wisata antara lain keamanan, ketertiban, kebersihan, keindahan, kesejukan, keramahtamahan, dan kenangan.

Dalam mana ke tujuh unsur dalam sapta pesona tersebut dalam suatu industri pariwisata seperti hotel, usaha wisata, restoran, jasa pemandu dan jasa transportasi adalah merupakan daya tarik tersendiri bagi para wisatawan. Untuk itu diperlukan kerjasama secara terpadu antara instansi yang terkait, lingkungan (masyarakat lokal), maupun pengusaha itu sendiri.

A. PENGERTIAN SAPTA PESONA

Sapta Pesona merupakan suatu slogan dan program dalam rangka mempromosikan kepariwisataan di wilayah Indonesia termasuk Yogyakarta. Dengan Sapta Pesona diharapkan menciptakan kondisi dan suasana yang menarik dan nyaman sehingga wisatawan akan betah tinggal yang pada akhirnya akan menambah devisa negara. Dalam Panduan Sadar Wisata (1997: 18-23), bahwa Sapta Pesona terdiri dari tujuh unsur yaitu: aman; tertib; bersih; sejuk; indah; ramah tamah dan kenangan.

1. Aman

Wisatawan akan senang berkunjung ke Yogyakarta atau suatu tempat apabila merasa aman, tenteram, tidak takut, terlindung dan bebas dari:

- a. Tindak kejahatan, kekerasan, ancaman, seperti pencopetan, pemerasan, penodongan, dan penipuan.
- b. Terserang penyakit menular dan penyakit berbahaya lainnya.
- c. Kecelakaan yang disebabkan oleh alat perlengkapan dan fasilitas yang kurang baik, seperti kendaraan, peralatan untuk makan dan minum, lift, alat perlengkapan atau rekreasi atau olah raga.
- d. Gangguan oleh masyarakat, antara lain berupa pemaksaan pedagang asongan, tangan jahil, ucapan dan tindakan serta perilaku yang tidak bersahabat.

Jadi, aman berarti terjamin keselamatan jiwa dan fisik, termasuk milik (barang) si wisatawan.

2. Tertib

Kondisi yang tertib merupakan sesuatu yang sangat didambakan oleh setiap orang termasuk wisatawan. Kondisi tersebut tercermin dari suasana yang teratur, rapi dan lancar serta menunjukkan disiplin yang tinggi dalam semua segi kehidupan masyarakat, seperti:

- a. Lalu lintas tertib, teratur dan lancar, alat angkutan datang dan berangkat tepat pada waktunya.
- b. Tidak tampak orang yang berdesakan atau berebut untuk mendapatkan atau membeli sesuatu yang diperlukan.
- c. Bangunan dan lingkungan ditata teratur rapi.
- d. Informasi yang benar dan tidak membingungkan.

Lingkungan yang bersih baik di rumah sendiri maupun di tempat-tempat umum, seperti hotel, restoran, angkutan umum, tempat rekreasi, tempat buang air dan lainnya. Bersih dari sampah kotoran, corat-coret dan lain-lainnya.

3. Bersih.

Bersih merupakan suatu keadaan/kondisi lingkungan yang menampilkan suasana bebas dari kotoran, sampah, limbah, penyakit dan pencemaran. Wisatawan akan merasa betah dan nyaman bila berada di tempat-tempat yang bersih dan sehat, seperti;

- a. Lingkungan yang bersih baik di rumah sendiri maupun di tempat-tempat umum, seperti di hotel, restoran, angkutan umum, tempat

- rekreasi, tempat buang air kecil/besar, dan lain-lainnya. Bersih dari sampah, kotoran, corat-coret dan lain-lainnya.
- b. Sajian makanan dan minuman bersih dan sehat.
 - c. Penggunaan dan penyediaan alat perlengkapan yang bersih seperti sendok, piring, tempat tidur, alat olah raga, dan lain-lainnya.
 - d. Pakaian dan penampilan petugas bersih rapi dan tidak mengeluarkan bau tidak sedap dan lain-lainnya.

4. Sejuk

Lingkungan yang serba hijau, segar, rapi memberi suasana atau keadaan sejuk, nyaman dan tenteram. Kesejukan yang dikehendaki tidak saja harus berada di luar ruangan atau bangunan tetapi juga di dalam ruangan, misalnya ruangan kerja/belajar, ruangan tidur, ruangan makan dan lain-lainnya. Untuk itu hendaklah kita semua:

- a. Turut serta aktif memelihara kelestarian lingkungan dan hasil penghijauan yang telah dilakukan masyarakat ataupun pemerintah.
- b. Berperan secara aktif untuk menganjurkan dan memelopori agar masyarakat setempat melaksanakan kegiatan penghijauan dan memelihara kebersihan, menanam berbagai tanaman di halaman rumah masing-masing baik untuk hiasan maupun tanaman yang bermanfaat bagi rumah tangga, melakukan penanaman pohon/tanaman rindang di sepanjang jalan di lingkungan masing-masing, di halaman sekolah dan lain-lainnya.
- c. Membentuk perkumpulan yang tujuannya memelihara kelestarian lingkungan.
- d. Menghiasi ruang belajar/kerja, ruang tamu, ruang tidur dan lainnya dengan aneka tanaman penghias dan penyejuk.
- e. Memprakarsai berbagai kegiatan dan upaya lain yang dapat membuat lingkungan hidup kita menjadi sejuk, bersih, segar dan nyaman.

5. Indah

Keadaan atau suasana yang menimbulkan lingkungan yang menarik dan sedap dipandang disebut indah. Indah dapat dilihat dari berbagai segi, seperti segi tata warna, tata letak, tata ruang, bentuk ataupun gaya dan gerak yang serasi dan selaras, sehingga memberi kesan yang enak dan cantik untuk dilihat.

6. Ramah Tamah

Ramah tamah merupakan suatu sikap dan perilaku seseorang yang menunjukkan keakraban, sopan, suka membantu, suka tersenyum dan menarik hati. Ramah tamah tidaklah berarti kita harus kehilangan kepribadian kita ataupun tidak tegas dalam menentukan suatu keputusan atau sikap. Ramah tamah merupakan watak dan budaya bangsa Indonesia pada umumnya, yang selalu menghormati tamunya dan dapat menjadi tuan rumah yang baik. Sikap ramah tamah ini merupakan salah satu daya tarik bagi wisatawan, oleh karena itu harus kita pelihara terus.

7. Kenangan

Kenangan adalah kesan yang melekat dengan kuat pada ingatan atau perasaan seseorang disebabkan oleh pengalaman yang diperolehnya. Kenangan dapat berupa yang indah dan menyenangkan, akan tetapi dapat pula yang tidak menyenangkan. Kenangan yang ingin diwujudkan dalam ingatan dan perasaan wisatawan dari pengalaman berpariwisata di Yogyakarta, dengan sendirinya adalah yang indah dan menyenangkan. Kenangan yang indah ini dapat pula diciptakan dengan antara lain:

- a. Akomodasi yang nyaman, baik, dan sehat, pelayanan yang cepat, tepat dan ramah, suasana yang mencerminkan ciri khas daerah dalam bentuk dan gaya bangunan serta dekorasinya.
- b. Atraksi seni budaya daerah yang khas dan mempesona baik itu berupa seni tari, seni suara, berbagai macam upacara.
- c. Makanan dan minuman khas daerah yang lezat dengan penampilan dan penyajian yang menarik. Makanan dan minuman ini merupakan salah satu daya tarik yang kuat dan dapat dijadikan jati diri (identitas) bangsa.
- d. Cenderamata yang mungil yang mencerminkan ciri-ciri khas daerah, bermutu tinggi, mudah dibawa dan dengan harga yang terjangkau, mempunyai ciri tersendiri dan dijadikan suatu bukti atau kenangan dari kunjungan seseorang ke suatu tempat/daerah/negara.

Sapta Pesona dan tujuan pelaksanaannya begitu luas dan tidak untuk kepentingan pariwisata semata. Memasyarakatkan dan membudayakan Sapta Pesona dalam kehidupan sehari-hari mempunyai tujuan yang jauh lebih luas, yaitu untuk meningkatkan disiplin nasional dan jatidiri bangsa yang juga akan meningkatkan citra baik bangsa dan negara.

B. MEMASYARAKATKAN SAPTA PESONA

Seperti telah dianjurkan oleh pemerintah bahwa Sapta Pesona supaya dimasyarakatkan baik di kalangan masyarakat di kawasan industri pariwisata ataupun di kawasan obyek wisata. Dengan memasyarakatkan dan membudayakan Sapta Pesona diharapkan masyarakat di lingkungan kawasan industri pariwisata baik yang terlibat langsung maupun tidak langsung akan dapat mendukung program pengembangan pariwisata, serta dapat juga sebagai suatu langkah untuk menata lingkungannya sendiri.

Di kawasan industri pariwisata Prawirotaman, menurut informasi yang diperoleh telah terbentuk kelompok sadar wisata. Kelompok ini merupakan suatu dawah pengusaha industri pariwisata, yang tujuannya antara lain menata kawasan industri pariwisata dalam hubungannya dengan kepentingan pariwisata dan juga memberikan pengertian dan pengarahan kepada masyarakat baik yang terlibat dengan arti pentingnya Sapta Pesona, dengan demikian diharapkan antara sesama anggota masyarakat baik yang terlibat dengan kepariwisataan maupun tidak dapat saling mendukung.

Namun suatu kenyataan kelompok sadar wisata belum mampu mengarah pada apa yang diharapkan. Suatu Program yang sudah nampak adalah menghimpun satuan keamanan atau satpam yang personilnya sebagian dari warga Prawirotaman dan sebagian lagi berasal dari luar Prawirotaman. Satpam ini mempunyai fungsi sebagai pengendali keriuhan ataupun tindak kejahatan dan juga membuat lancar lalu lintas di jalan Prawirotaman.

Sedangkan dalam rangka memasyarakatkan dan membudayakan Sapta Pesona di kalangan masyarakat nampaknya belum dilaksanakan. Sehingga masyarakat terutama yang tidak terlibat dengan kepariwisataan tidak tahu dengan jelas apa yang dimaksud dengan Sapta Pesona. Keadaan ini disebabkan karena ada beberapa pengurus dari kelompok sadar wisata justru melakukan aktivitas usahanya melebihi waktu atau dapat dikatakan tidak mau memperhatikan situasi dan kondisi lingkungannya yang pada akhirnya justru mengarah pada konflik. Selain itu, menurut pengamatan, antara sesama pengusaha belum satu pandangan bahkan berbeda sama sekali, yang pada dasarnya ada yang hanya mementingkan dirinya sendiri.

Berdasarkan pengamatan dan juga informasi dari beberapa tokoh masyarakat, bahwa di kawasan industri pariwisata Prawirotaman belum dimanfaatkan dan dibudayakan mengenai Sapta Pesona di kalangan masyarakat bukan pelaku industri pariwisata. Walaupun demikian hasil wawancara menunjukkan sebagian besar responden (68,33 %) menyatakan sudah pernah mendengar mengenai Sapta Pesona, dan yang belum pernah mendengar persentasenya relatif kecil yaitu sebesar 31,67 persen. Dari mereka

yang sudah mendengar mengenai Sapta Pesona sebagian besar dari mereka yaitu 50,00 persen dari seluruh responden adalah mereka yang terlibat langsung dengan aktivitas industri pariwisata. Dengan demikian responden yang tidak terlibat dengan aktivitas industri pariwisata yang sudah mendengar mengenai Sapta Pesona hanya 18,33 persen, itupun mereka terdiri dari para pegawai negeri dan tokoh masyarakat.

Dari pernyataan tersebut di atas, maka sudah sewajarnya bahwa kalau mereka yang terlibat langsung dengan aktivitas industri pariwisata sudah pernah mendengar mengenai Sapta Pesona. Keadaan itu dapat dikatakan merupakan tuntutan dari pengusaha terhadap karyawannya dalam hubungannya dengan pengembangan usahanya. Selain itu para pengusaha sudah pernah mendapat pembinaan dari pemerintah melalui kelompok sadar wisata sehingga mereka dapat dikatakan tahu mengenai Sapta Pesona dan diharapkan selalu dirasakan di lingkungannya yang konsekuensinya karyawan juga harus mengetahui mengenai Sapta Pesona.

C. PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP SAPTA PESONA

Yang dimaksud dengan persepsi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tanggapan atau penerimaan, berdasarkan dengan pengertian tersebut maka, persepsi di sini adalah tanggapan atau penerimaan responden terhadap Sapta Pesona.

Seperti telah disebutkan di muka, bahwa yang sudah pernah mendengar mengenai Sapta Pesona sebesar 68,33 persen. Dengan demikian mereka mengetahui apa yang dimaksud dengan Sapta Pesona. Dari mereka yang mendengar mengenai Sapta Pesona memberikan pengertian Sapta Pesona bervariasi dan sebagian besar (43,90 %) jawabannya sudah mengarah pada tujuh kriteria Sapta Pesona (keamanan, kebersihan, kesejukan, keramahan, ketertiban, keindahan, dan kenangan) yang kesemuanya itu harus terpenuhi di suatu daerah untuk menjadi daerah wisata dan jika dijalankan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan serta meningkatkan pendapatan (incom). 36,58 persen memberikan pengertian bahwa Sapta Pesona merupakan suatu slogan atau semboyan dari pemerintah untuk pariwisata dalam rangka menarik wisatawan untuk datang dan menetap lebih lama. Selain itu juga ada yang memberikan pengertian bahwa Sapta Pesona merupakan suatu nilai atau norma yang harus dilaksanakan dalam industri pariwisata, mereka yang menyatakan demikian itu sebesar 12,20 %. 7,32 % memberikan pengertian bahwa Sapta Pesona merupakan suatu motto yang diharapkan dapat mewujudkan adalah kehidupan sehari hari baik di rumah maupun di tempat bekerja, sehingga mampu mendukung bidang pariwisata dan bukan hanya

slogan.

Dari rincian uraian pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian responden tersebut belum begitu sesuai dengan pengertian Sapta Pesona, namun demikian jawaban responden sudah mengarah pada suatu nilai yang harus dilaksanakan dalam kaitannya dengan penataan kawasan industri pariwisata. Sehingga mereka (responden) dapat dikatakan menghendaki sapta Pesona harus dan perlu dilaksanakan. Pernyataan tersebut ditunjang pula dari pernyataan seluruh responden (100,00 %), yang menganggap bahwa nilai-nilai budaya daerah yang terkandung dalam Sapta Pesona sangat berperan untuk mewujudkan industri pariwisata. Mereka (responden) memberikan ulasan demikian, masing-masing mempunyai alasan tersendiri. Sebagian besar (76,67 %) memberikan alasan bahwa nilai-nilai budaya daerah tersebut merupakan karakteristik suatu daerah tertentu yang merupakan daya tarik yang besar bagi para wisatawan, baik mancanegara maupun nusantara, serta dapat berperan dalam mewujudkan misi industri pariwisata. Selain itu 10,00 % mengatakan bahwa budaya daerah tersebut akan menarik wisatawan mancanegara maupun nusantara sehingga wisatawan "betah" tinggal lama di kemudian hari dapat datang lagi. 8,33 % mengatakan karena dapat untuk kerukunan sesama antar umat beragama, dan 5,00 % mengatakan karena budaya daerah tersebut merupakan pembentuk pola pikir yang hidup di dalamnya.

Dari persepsi masyarakat mengenai Sapta Pesona, dapat dikatakan masyarakat mengharapkan bahwa Sapta Pesona perlu dan harus dilaksanakan di kawasan industri pariwisata Prawirotaman. Hal ini mengingat bahwa pengembangan industri pariwisata harus selalu diantisipasi keadaan-keadaan yang mungkin menjadi kendala yang pada akhirnya akan mengarah pada keseimbangan antara masyarakat dan pengusaha industri pariwisata untuk dapat menghadirkan wisatawan.

D. PELAKSANAAN SAPTA PESONA

Keberhasilan pelaksanaan Sapta Pesona sangat tergantung dari berbagai faktor, antara lain kondisi fisik dan perilaku masyarakat. Yang dimaksud masyarakat di sini adalah warga yang terlibat langsung maupun tidak langsung dengan pariwisata dan juga yang tidak terlibat dengan pariwisata.

Mengenai Sapta Pesona, unsur-unsurnya tidak dapat berdiri sendiri melainkan merupakan satu kesatuan yang utuh, maka unsur yang satu akan berkaitan dengan unsur yang lainnya, sehingga ada satu unsur yang kondisinya tidak baik akan mempengaruhi unsur yang lain. Dengan mendasarkan hal tersebut, maka di sini akan diuraikan secara kesatuan (tidak satu persatu),

tentu saja kaitannya dengan keadaan lingkungannya.

1. Kondisi fisik

Yang dimaksud dengan kondisi fisik dalam hubungannya dengan *Sapta Pesona*, dalam hal ini meliputi kondisi hotel, kondisi restoran, kondisi toko cinderamata maupun kondisi *torist service* termasuk travel dan pertukaran uang.

a. Kondisi Fisik Hotel (penginapan)

Hotel atau penginapan di wilayah Prowirotaman merupakan aktivitas industri pariwisata yang pertama kali muncul, pada waktu itu sebutannya *Guest House* (wisma tamu), yang pada waktu itu tahun 70-an dipelopori oleh *Guest House Erlangga*, kemudian diikuti oleh *Goest House Sumaryo*, *Kirana Guest House*, *Duta Guest House* dan wisma Gajah. Kemudian tahun 1978 sampai tahun 80-an mulai berkembang *Guest House* di Prowirotaman.

Sehubungan penginapan yang ada di Prowirotaman telah lama keberadaannya, maka pada saat ini sudah sewajarnya kalau mengalami perkembangan fisik, baik tambah bangunan maupun penataan tata ruang maupun taman.

Wisatawan datang ke Yogyakarta dapat dikatakan berrekreasi, dan tinggal di Yogyakarta kurang lebih 24 jam. Sehubungan dengan hal itu faktor utama yang sangat dibutuhkan oleh wisatawan untuk beristirahat, yaitu penginapan. Dengan demikian keadaan dan situasi penginapan merupakan faktor utama di samping obyek wisata yang menentukan wisatawan dapat bertahan tinggal di Yogyakarta.

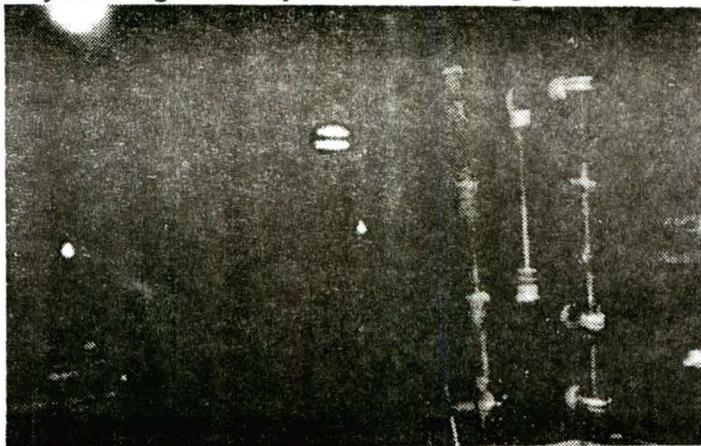


Gambar 8. Susasana lingkungan fisik di salah satu hotel

Hotel atau penginapan di Prawirotaman sebagian besar telah ditunjang oleh fasilitas yang memadai meliputi kamar minimal berukuran 3x3 m bahkan ada yang 4x4 m dan 5x5 m dengan kamar mandi dalam; telepon umum baik itu dengan kartu maupun koin; ruang pertemuan, ruang makan, taman dan juga kolam renang. Selain itu penataan ruang didesain sedemikian rupa sehingga menimbulkan kesan bersih dan indah. Di samping keadaan yang demikian itu, penginapan atau hotel di Prawirotaman sebagaian besar 70,00 % adalah tergolong hotel melati. Keadaan inilah yang dapat dikatakan suatu fasilitas yang memungkinkan wisatawan khususnya mancanegara akan dapat bertahan lebih lama di penginapan yang berada di Prawirotaman. Walaupun demikian hal itu juga tidak akan lepas dengan pelayanan baik itu pelayanan di dalam hotel maupun pelayanan dalam rangka wisatawan menuju ke lokasi wisata. Mengenai hal itu akan dibahas dalam perilaku. Selain pelayanan tersebut juga faktor penunjang lainnya yang berada di luar hotel, seperti *restaurant* dan *tourist service*.

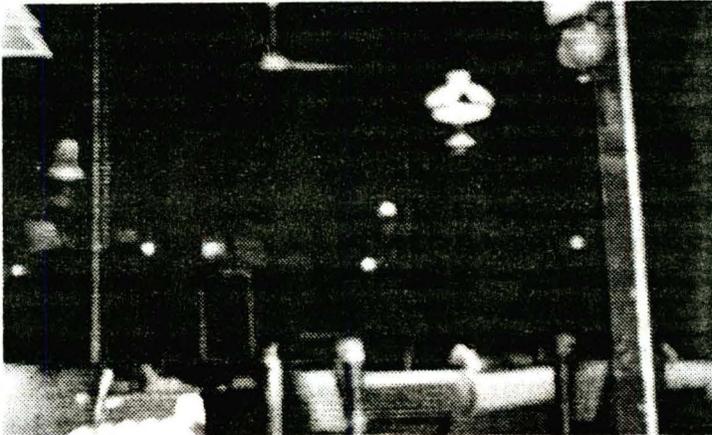
b. Kondisi Fisik Rumah Makan (*restaurant*)

Rumah makan atau *restaurant* yang ada di Prawirotaman, merupakan aktivitas industri pariwisata yang muncul setelah adanya penginapan atau hotel kurang lebih pada tahun 80-an. Rumah makan atau *restaurant* yang berada di Prawirotaman dapat dikatakan didominasi oleh pengusaha yang berasal dari luar Prawirotaman. Mereka melakukan aktivitas tersebut dengan cara menyewa bangunan ataupun tanah milik warga Prawirotaman.



Gambar 9. Komposisi dinding serba bambu dalam ruangan *restaurant*

Bangunan rumah makan atau restoran yang ada di Prawirotaman pada umumnya menunjukkan corak tradisional. Keadaan tersebut terlihat bahwa bangunannya terdiri dari bambu dan *gedeg* yang dicat dengan cat transparan (vernisi), serta didesain secara artistik sehingga menimbulkan kesan indah dan bersih. Walaupun ada juga bangunan rumah makan yang bahannya dari kayu, tetapi kayunya dilapisi (ditutup) dengan *gedeg*, bahkan ada dinding yang permanen tetapi justru dinding tersebut ditutup dengan *gedeg*. Selain bangunan tersebut di atas, ada juga bangunan rumah makan yang didesain sesuai ciri khas rumah Jawa yaitu joglo.



Gambar 10. Kondisi ruangan rumah makan yang berbentuk joglo

Atap bangunan restoran atau rumah makan bervariasi, ada yang menggunakan asbes, sirap, genting biasa, kombinasi sirap dan genting biasa dan ada yang menggunakan daun rumbia (*rapak*). Dan seluruh restoran yang ada di Prawirotaman menunjukkan sebagian besar atapnya menggunakan genting biasa. Sedangkan yang menggunakan asbes, sirap maupun daun rumbia (*rapak*) dapat dikatakan tidak banyak.

Pada tahun 1988, rumah makan atau restoran yang ada di Prawirotaman dapat dikatakan sebagian besar masih menggunakan daun rumbia (*rapak*). Mereka menggunakan *rapak* tidak lain hanya menunjukkan ciri khas bangunan tradisional yang paling sederhana. Selain itu diharapkan dapat menarik wisatawan, dan juga biayanya relatif murah. Atap dari daun rumbia (*rapak*) tidak berlangsung lama yaitu hanya sampai tahun 1991. Keadaan itu disebabkan ada suatu bangunan restoran atau rumah makan

yang belum 100,00 % jadi, atapnya yang dari daun rumbia terbakar. Disebabkan kejadian tersebut, maka pengurus RT dan RW sepakat bahwa bangunan apapun tidak diperbolehkan menggunakan daun rumbia (rapak), yang tujuannya untuk menghindari kebakaran seperti yang pernah terjadi. Dengan demikian sedikit demi sedikit atap yang dari rumbia mulai diganti dengan genting biasa.

Bangunan rumah makan yang ditata atau didesain secara modern dan tradisional yang akhirnya mempunyai kesan tersendiri yang pada akhirnya merupakan daya tarik wisatawan untuk mencicipi bahkan menikmati sajian atau hidangan dari rumah makan yang bersangkutan. Namun di sisi lain masih ada tempat yang dapat dikatakan tergolong kurang bahkan tidak menarik karena terkesan jorok yaitu adanya tempat sampah yang berada di dapur tidak diatur, bahkan letaknya di bawah maupun masih dekat dengan tempat untuk masak. Dikarenakan keadaan tersebut sisa-sisa makanan yang dibuang di tempat sampah tersebut cenderung semakin menumpuk, sehingga mengundang lalat, yang pada akhirnya menimbulkan bau yang kurang enak bahkan tidak sedap. Selain itu ada beberapa rumah makan yang tidak segera membuang sampah. Melainkan ditunda sampai dua hari. Keadaan ini akan menyebabkan keadaan tidak menarik, bahkan pada saat gerobag sampah datang mengambil sampah, tutup sampah dibuka bau tidak sedap terbawa angin yang pada akhirnya memberikan suatu kesan tidak baik terhadap tetangga, bahkan pada wisatawan yang pada saat itu lewat. Di samping pada saat sampah diangkat dengan gerobag baupun tidak hilang, bahkan gerobag jalan sambil mengeluarkan bau yang tidak sedap.

c. Kondisi Fisik Toko Cenderamata

Toko cenderamata yang ada di Prawirotaman pada umumnya menjual cenderamata yang bervariasi seperti batik, patung, topeng dan hasil kerajinan. Kesemuanya itu (selain batik) nampak suatu kerajinan yang sudah berumur lama, tetapi kenyataannya barang buatan baru yang dibuat dengan zat kimia sehingga nampak umumnya lebih lama aatau terkesan barang yang tergolong antik. Walaupun demikian ada juga barang-barang yang memang sudah berumur lama.

Selain cenderamata seperti tersebut di atas, ada juga yang khusus, seperti perak, batik dan juga mebel, namun itu jumlahnya banyak sedikit.

Mengenai bangunannya dapat dikatakan semuanya permanen, namun sebagian besar tidak punya halaman bahkan bangunannya relatif sempit. Keadaan itu dikarenakan statusnya sewa tanah. Ada juga yang menyewa bangunan. Sedangkan status tanah dan bangunan merupakan milik sendiri

jumlahnya sedikit yaitu hanya 4 (empat).

Bangunan yang digunakan untuk cinderamata walaupun permanen, tetapi modelnya dapat dikatakan hanya sederhana, bahkan ada juga yang bagian ruang dalam menggunakan *gedeg*. Keadaan itu disebabkan karena sewa tanah di Prawirotaman dapat dikatakan sudah tinggi. Menurut informasi yang diperoleh dan pengakuan salah satu pengusaha, biaya sewa tanah tiap tahunnya minimal Rp. 2.500.000,- itupun minimal harus menyewa lima tahun. Harga tersebut dengan luas tanah 16 m² dengan biaya sebesar itu tentu saja akan berpengaruh terhadap bangunan, karena pada umumnya mereka membuat perjanjian setelah kontrak atau sewa bangunan menjadi milik yang menyewakan.

Atap bangunan yang digunakan pada umumnya genting biasa walaupun ada juga yang menggunakan genting pres ataupun asbes tetapi jumlahnya relatif sedikit. Sedangkan lantainya pada umumnya hanya ubin biasa, tetapi ada juga yang menggunakan keramik, tetapi status tanah dan bangunannya adalah milik sendiri.

Walaupun bangunannya hanya sederhana tetapi ditinjau dari kebersihan dapat dikatakan sudah baik. Keadaan itu terlihat dari penataannya dan juga dinding yang dicat rapi ditunjang lagi dinding depan dihiasi dengan kerajinan seperti topeng sehingga menimbulkan kesan indah. Selain itu di dalam ruangan ada juga yang dihiasi dengan hiasan bambu, sehingga menimbulkan kesan tersendiri.

d. Kondisi Fisik Pelayanan Wisatawan (tourist service)

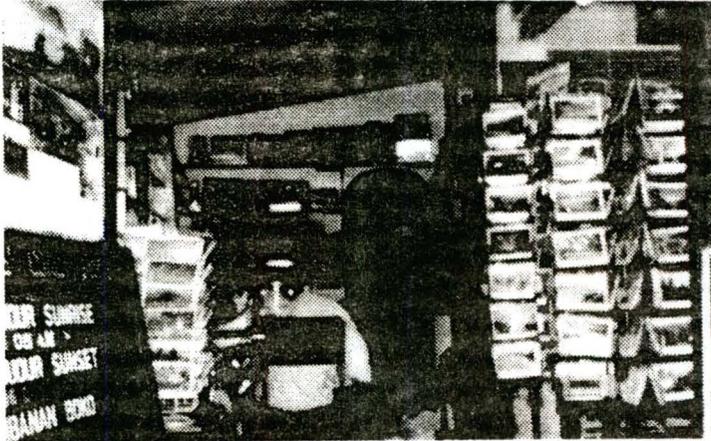
Usaha pelayanan wisatawan merupakan suatu usaha industri pariwisata yang bergerak dalam bidang pelayanan informasi, travel, persewaan kendaraan (rental), pertukaran uang, dan pelayanan akan tujuan wisata baik wisata alam maupun budaya termasuk di dalamnya kesenian yang pada umumnya ramayana.

Usaha pelayanan wisatawan yang ada di Prawirotaman pengelolanya didominasi oleh pengusaha dari luar Prawirotaman. hal itu terlihat dari 21 buah pelayanan wisatawan, 75,00 persen pengelolaannya berasal dari luar Prawirotaman, dengan cara menyewa bangunan atau rumah milik penduduk setempat. Lamanya menyewa minimal 5 tahun dan maksimal 15 tahun.

Dari hasil pengamatan dapat diketahui bahwa mereka yang menyewa bangunan pada umumnya bangunan tersebut tergolong luas, ada yang menyewa satu rumah, dan digunakan juga sebagai rumah tempat tinggal, dan juga toko cinderamata. Selain itu ada juga yang menyewa ruangan depan dengan luas ruangan antara 3x3 m sampai 4x6 m. Bangunana tersebut

merupakan bangunan permanen. Sedangkan mereka (pengusaha) yang hanya menyewa tanah dapat dikatakan luas tanahnya hanya sempit antara 4x6 m sampai 3x4 m bahkan ada yang hanya menyewa 2,5x3 m. Dengan kondisi tanah tersebut tentu saja bangunan yang didirikan juga sempit sesuai dengan luas tanahnya. Keadaan itu terlihat tidak adanya halaman baik muka maupun belakang.

Mengenai bangunannya ada yang permanen ada juga yang semi permanen bahkan ada juga yang dari papan. Bentuk bangunan pada umumnya kampung ada juga yang panggangpe. Selain itu ada juga limasan, tetapi itu satu rumah untuk atapnya, sebagian besar dari genting biasa, walaupun ada juga yang genting pres dan paris, bahkan ada yang menggunakan sirap. Sedangkan lantainya sebagian besar dari ubin. Selain itu ada yang menggunakan tegel dan keramik.



Gambar 11. Ruang informasi yang sempit.

Walaupun sebagian besar bangunannya sederhana, tetapi ditata dengan rapi dan dihias dengan beberapa poster-poster yang ditunjang dengan tata lampu yang menarik dan terang membuat ruangan tidak terasa sempit melainkan terkesan luas. Keadaan yang demikian itu cukup menarik wisatawan untuk mendapatkan pelayanan yang dibutuhkan.

Dari beberapa bangunan untuk pelayanan wisatawan yang ada di Prawirotaman, yang terkesan luas dan menarik adalah milik pengusaha asal Prawirotaman. Usaha ini sebagian besar milik dari pengusaha penginapan. Mereka melakukan usaha dalam pelayanan wisatawan setelah usaha penginapannya berkembang. Bangunan tersebut permanen dengan atap dari

sirap dan lantai keramik. Selain itu ditunjang dengan ruang istirahat yang tersedia kursi dan juga adanya tempat parkir. Keadaan itu dapat dikatakan wajar karena tanah tergolong luas dan milik sendiri. Sehingga tidak memerlukan modal yang tinggi dibanding mereka yang menyewa.

Dari kondisi fisik bangunan pelayanan wisatawan seperti yang telah diuraikan di atas, maka keadaannya akan menunjang keberhasilan dari pelaksanaan Sapta Pesona di wilayah Prawirotaman.

e. Kondisi Fisik dan Fasilitas Lainnya

Yang dimaksud dengan fasilitas lainnya di sini meliputi Warpostel, Kios Phone dan keadaan di sini aman juga tersedia tempat penampungan sampah dan jalan umum.

1) Kondisi fisik Warpostel dan Kios phone

Warpostel dan Kios phone merupakan fasilitas hubungan jarak jauh melalui telepon. Keduanya mempunyai fungsi sama, tetapi fasilitasnya berbeda yaitu terletak pada book teleponnya, di mana Warpostel jumlahnya lebih banyak, sehingga membutuhkan ruangan yang lebih luas dibanding dengan kios phone.

Pengusaha Warpostel maupun kiosphone keduanya berasal dari luar Prawirotaman, maka dapat dikatakan menyewa. Untuk warpostel menyewa bangunan milik penduduk setempat, sedangkan Kios phone menyewa tanah. Walaupun bangunan untuk Warpostel dapat dikatakan luas tetapi kondisi bangunannya masih nampak sederhana. Keadaan itu terlihat oleh adanya model bangunan yang kurang menarik. Dikarenakan di Prawirotaman khususnya wilayah industri pariwisata (RW VII dan VIII) fasilitas tersebut tidak ada lainnya pengunjung tetap ada termasuk wisatawan asing.

Untuk Kios phone dapat dikatakan bangunannya lebih menarik walaupun luasnya lebih sempit. Keadaan itu dikarenakan penataan ruangan dapat dikatakan lebih teratur sehingga menimbulkan kesan lebih bersih dan lebih indah. Walaupun demikian pengunjungnya tetap lebih banyak Warpostel.



Gambar 12. Kondisi fisik bagian depan Warpostel yang adadi Prawirotaman

Bangunan Warpostel terbagi dua, yaitu bagian depan untuk usaha dan bagian belakang untuk rumah tangga. Sedangkan Kios phone dapat dikatakan khusus untuk usaha. Apabila ditinjau dari ruangan usaha dapat dikatakan perbedaan tidak terlalu banyak. Namun yang menjadi perhatian keduanya tidak mempunyai tempat parkir, sehingga saat banyak pengunjung yang menggunakan kendaraan terpaksa kendaraanya harus diparkir di pinggir jalan. Keadaan itu tentu saja tidak sesuai dengan apa yang telah menjadi ketentuan pemerintah dalam hal ini adalah tata kota. Akibat tidak adanya tempat parkir memungkinkan terjadi kemacetan arus lalu lintas apabila bus-bus wisata sudah mulai masuk ke jalan Prawirotaman. Keadaan itu sebagai akibat jalan Prawirotaman dapat dikatakan kurang sesuai untuk bus-bus yang berukuran besar. Mengenai keadaan jalan akan diuraikan berikut.

2) Keadaan fisik jalan

Kawasan industri pariwisata Prawirotaman dilalui oleh 2 (dua) jalan yaitu jalan Prawirotaman dan jalan Gerilya. Jalan Prawirotaman keadaannya lebih baik dibanding jalan Gerilya, karena jalan Prawirotaman merupakan jalan umum (jalan pemerintah) sedangkan jalan Gerilya pada mulanya jalan kampung yang diperlebar dan keadaannya diperbaiki. Perbaikan jalan Gerilya dan jalan Prawirotaman ditangani oleh pemerintah sebagai akibat perkembangan pariwisata di Yogyakarta khususnya Kodya Yogyakarta.

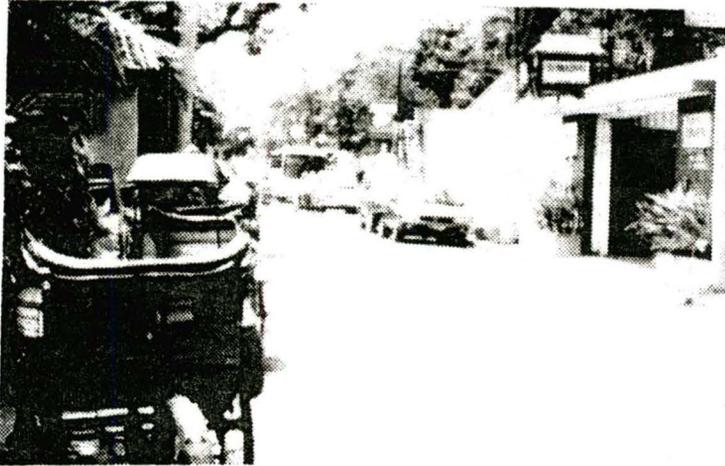
Keadaan jalan Prawirotaman dapat dikatakan sempit, hal ini terlihat bahwa dari barat ke timur keadaannya semakin sempit. Dengan keadaan

seperti itu sering menimbulkan permasalahan terutama kemacetan lalu lintas. Keadaan itu sebagai akibat penginapan di sepanjang jalan Prawirotaman dapat dikatakan tidak mempunyai tempat parkir yang memadai, sehingga apabila menerima tamu rombongan dengan menggunakan bus ada yang memarkir di jalan. Apabila musim liburan sekolah dapat dikatakan penginapan di Prawirotaman menjadi tujuan rombongan wisatawan domestik (anak-anak sekolah) dengan menggunakan bus yang ada yang dua bus ada yang sampai lima bus. Pada saat bus mulai masuk ke jalan Prawirotaman kemacetan lalu lintas pasti terjadi. Keadaan itu sebagai akibat ada bus yang parkir di pinggir jalan serta mobil-mobil tamu yang diparkir di pinggir jalan yang dapat dikatakan tidak teratur, sehingga bus dari arah barat sulit masuk, kemudian disusul kendaraan umum yang lewat menambah suasana macet. Walaupun di ujung timur sudah ada rambu-rambu lalu lintas yang melarang kendaraan tidak boleh lewat dari arah timur, tetapi hal itu tidak diindahkan oleh pemakai jalan, sehingga keadaan lebih ruwet.

Lain halnya dengan jalan Gerilya yang lebih dikenal sebagai jalan Prawirotaman II. Di jalan ini tidak pernah terjadi kemacetan lalu lintas karena memang masyarakat melarang bus-bus masuk. Apabila ditinjau dari keadaan jalan dapat dikatakan bus tidak memungkinkan dapat masuk. Keadaan itu karena jalannya sempit ditambah lagi di ujung barat adalah pasar yang merupakan pasar yang sudah tua umurnya dan merupakan pasar pemerintah. Selain hal itu pada pagi hari mobil dari arah timur tidak diperbolehkan terus sampai ke pasar dan ini dijaga oleh Satpam



Gambar 13. Keadaan jalan di pintu masuk sebelah Timur jalan Prawirotaman I



Gambar 14. Keadaan jalan Prowirotaman I pada saat musim lebaran ataupun musim turis.



Gambar 15. Tempat sampah di pasar Prowirotaman yang merupakan pintu masuk kawasan pariwisata di Jalan Prowirotaman II (Jalan Gerilya)

c. Keadaan Fisik Tempat Pembuangan Sampah.

Di Prawirotaman ada tempat pembuangan sampah untuk umum, letaknya di bagian utara pasar Prawirotaman, tepatnya di ujung barat jalan Gerilya yang merupakan pintu masuk kawasan industri pariwisata di Prawirotaman II. Tempat pembuangan sampah tersebut merupakan tempat pembuangan sampah bagi masyarakat warga Prawirotaman dan sekitarnya dengan menggunakan gerobag.

Sampah yang ada di tempat sampah tersebut diambil oleh truk yang dikelola oleh pemerintah (UDKP) pada saat pagi hari setelah pasar mulai sepi. Sehingga tidak mengganggu para pedagang maupun orang-orang yang sedang belanja.

Selain tempat sampah di pinggir jalan Gerilya tepatnya di utara pasar terdapat titipan sepeda yang dikelola oleh pengurus tiga RW Prawirotaman. Dengan adanya titipan sepeda tersebut jalan dapat dikatakan menjadi sempit. Namun aktifitas titipan sepeda hanya berjalan pada pagi hari saja.

Di lokasi tersebut di atas dapat dikatakan pada pagi hari suasanaya ruwet bahkan kadang-kadang menimbulkan bau yang kurang sedap, lebih-lebih pada saat tempat sampah dibuka. Sehingga menimbulkan kesan tidak bersih dan tidak nyaman. Walaupun keadaannya demikian, ternyata hasil pengamatan masih banyak wisatawan mancanegara lewat di jalan utara pasar, baik itu pada pagi hari maupun siang hari dan malam hari. Keadaan itu dapat dikatakan cukup wajar karena jalan tersebut menuju jalan besar yaitu Jalan Parangtritis yang memungkinkan mudah mendapatkan fasilitas transportasi dan juga keadaannya ramai dibanding dengan jalan di bagian timur yaitu Jalan Sisingamangaraja.

E. NILAI-NILAI BUDAYA DAERAH

Di muka telah diuraikan bahwa yang dimaksud nilai budaya menurut Koentjaraningrat (1979) adalah merupakan konsep-konsep mengenai apa yang hidup dalam alam pikiran. Sebagian besar dari warga suatu masyarakat mengenai apa yang mereka anggap bernilai, dan penting dalam hidupnya, sehingga dapat berfungsi sebagai suatu pedoman yang memberi arah dan orientasi kepada kehidupan pada warga masyarakat.

Sehubungan nilai budaya daerah yang dimaksud dalam penelitian yang berjudul "Peranan Kebudayaan Daerah Dalam Perwujudan Masyarakat Industri" adalah nilai-nilai budaya yang dalam kaitannya dengan kepariwisataan yang telah diprogramkan oleh pemerintah dalam Sapta Pesona untuk itu isi Sapta Pesona akan diuraikan di bawah ini.

1. Nilai Keamanan (Aman)

Yang dimaksud keamanan (aman) sesuai apa yang tertera dalam pengertian Sapta Pesona secara garis besar mengandung maksud terjamin keselamatan jiwa dan fisik, termasuk milik (barang) wisatawan.

Di daerah penelitian kondisi seperti yang dimaksud di atas belum sepenuhnya terlaksana. Keadaan itu terlihat dengan adanya beberapa kejadian seperti adanya pencurian di hotel penjambretan di Jalan Gerilya, tindak ancaman dan pemerasan maupun gangguan-gangguan dari para pedagang asongan.

Tindakan pencurian di hotel atau penginapan terjadi pada tahun 1995 sekali dan pada tahun 1997 sebanyak dua kali. Kejadian tersebut sebagai akibat adanya kelonggaran tata tertib dari beberapa hotel. Kelonggaran-kelonggaran tata tertib tersebut tercermin bahwa hotel (penginapan) yang bersangkutan mengizinkan para tamunya (wisatawan) menerima tamu setiap saat, bahkan ada yang menerima tamu di kamar. Menurut hasil pengamatan terlihat bahwa tamu tersebut dengan wisatawan yang menginap seolah-olah sudah menjalin hubungan yang akrab. Hal ini kemungkinan merupakan anggapan wisatawan merupakan keramahan, karena memang tamu yang umumnya pemandu liar dapat meladeni si wisatawan. Sebagai akibat cara-cara yang dilakukan oleh pihak penginapan seperti tersebut di atas membuka kesempatan pihak yang tidak bertanggung-jawab memanfaatkan situasi dengan tindakan pencurian.

Kejadian tersebut di atas juga merupakan akibat adanya kelonggaran tata tertib penginapan (hotel) terhadap tamu. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa penginapan yang demikian itu persentasenya hanya kecil kurang lebih hanya sekitar 3,00 % dari seluruh penginapan yang ada di Prawirotaman. Selain itu penginapan yang demikian itu tergolong klasnya rendah, sehingga di dalam menjaring tamu menggunakan cara pemberian *kornisi* antara 20,00-25,00 % termasuk service makan dan minum. Keadaan itulah yang menyebabkan pihak yang ingin mendapatkan untung secara mudah berlomba-lomba memasukkan tamu. Mereka yang biasa memasukkan tamu ke penginapan tersebut pada umumnya adalah para pemandu-pemandu *liar*, sehingga pihak penginapan dapat dikatakan sudah menjadi langganannya mereka (pemandu liar), yang pada akhirnya hubungannya akrab, yang memungkinkan terbiasa keluar masuk penginapan.

Lain halnya dengan penginapan yang klasnya sudah tergolong tinggi, mereka dapat dikatakan hanya mau menerima tamu khusus wisatawan mancanegara ataupun wisatawan yang sifatnya sendiri-sendiri. Penginapan tersebut terlihat keamanannya dapat dikatakan terjamin. Keadaan itu tercermin

dengan adanya satpam serta adanya tata tertib yang lebih ketat yaitu tidak diperbolehkan tamu yang menginap menerima tamu pada jam-jam tertentu (24.00 ke atas) kecuali ada hal-hal yang sifatnya sangat penting, itupun dikawal oleh satpam. Selain itu ada larangan tamu yang menginap menerima tamu di dalam kamar, melainkan harus di tempat khusus.

Pada penginapan (hotel) yang demikian itu dapat dikatakan dari keamanan terjamin artinya wisatawan dapat merasa tenteram dan dapat istirahat dengan sebaik-baiknya. Pada umumnya penginapan tersebut tidak pernah memberikan komisi (persen), karena penginapan merasa sudah bekerjasama biro perjalanan maupun agen-agen tertentu yang keberadaannya dapat dipertanggungjawabkan, dan dapat menjaga kualitas penginapan serta kepercayaan wisatawan yang menginap.

Kejadian lain yang mengarah pada keresahan wisatawan adalah adanya penjambretan yang terjadi di Jalan Prawirotaman maupun di Jalan Gerilya. Pada umumnya penjambretan dilakukan dengan menggunakan sepeda motor. Penjambretan yang terjadi di Jalan Parangtritis dapat dikatakan si penjambret dapat meloloskan diri sedangkan yang terjadi di Jalan Prawirotaman dan Jalan Gerilya dapat tertangkap berkat kerjasaman masyarakat dan para pengemudi becak yang bersedia mengorbankan becaknya untuk menghalang-halangi kendaraan penjambret.

Penjambretan biasanya dilakukan pada siang hari, di mana suasana jalan nampak sepi. Walaupun sudah ada satpam yang fungsinya sebagai pengendali kejahatan, tetapi toh kejahatan di jalan masih terjadi. Keadaan ini dapat dikatakan karena Jalan Prawirotaman maupun Jalan Parangtritis merupakan jalan umum, sehingga banyak kendaraan lalu lalang, yang membuat situasi sulit membedakan kendaraan yang dianggap mencurigakan. Selain itu dapat juga sebagai akibat kurang aktifnya satpam. Keadaan itu terlihat dari hasil pengamatan yang menunjukkan pada malam hari penjaga keamanan satpam seharusnya keliling ternyata tidur. Selain itu kurang aktifnya para satpam dalam mengantisipasi kejadian-kejadian.

Seperti wilayah industri lainnya, perkembangannya akan diikuti oleh munculnya pedagang cinderamata yang tidak menetap. Pedagang tersebut dapat dikatakan terbagi dua, yaitu khusus yang melayani wisatawan dalam negeri. Mereka datang untuk menjual dagangannya apabila ada rombongan wisatawan dalam negeri datang. Sedangkan pedagang yang lainnya khusus menjajakan kepada wisatawan mancanegara, dengan berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris walaupun dapat dikatakan tidak begitu lancar.

Pedagang cinderamata keliling yang khusus melayani wisatawan mancanegara dapat dikatakan cenderung tidak teratur. Hal itu terlihat adanya

tindakan yang dapat mengurangi ketenteraman wisatawan yang sedang berjalan, mereka (pedagang) mengejar-ngejar wisatawan supaya membeli barangnya. Walaupun wisatawan sudah mengatakan tidak! (No), pedagang tersebut terus saja merayu agar dagangannya dapat laku.

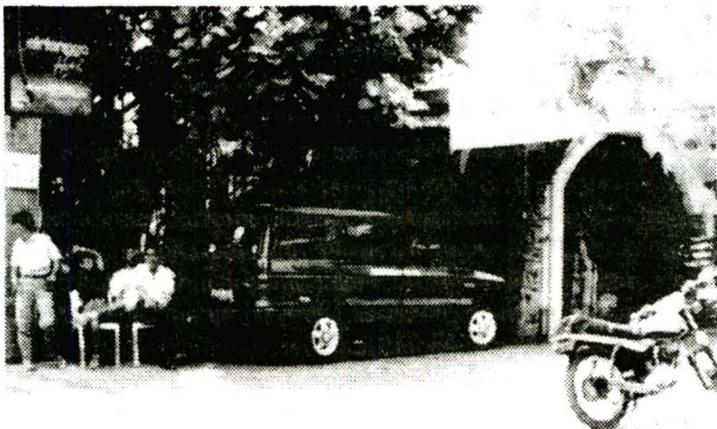
Selain kejadian seperti yang diuraikan di atas terjadi suatu tindakan pemerasan secara tidak langsung, yaitu terjadi pada salah satu toko cinderamata. Pada umumnya wisatawan mancanegara membeli cinderamata semata-mata hanya sebagai tanda bahwa dirinya sudah pernah ke Yogyakarta. Sehubungan dengan hal itu, salah satu wisatawan asal Jepang datang ke salah satu toko cinderamata khusus lukisan batik. Wisatawan tersebut tertarik pada salah satu lukisan maka lukisan tersebut dibeli dengan harga kesepakatan bersama. Menurut informasi yang diperoleh keesokan harinya wisatawan tersebut pergi ke Bali. Setelah beberapa hari berada di Bali kemudian merencanakan lagi untuk kembali ke Yogyakarta. Untuk itu wisatawan tersebut menyempatkan diri belanja ke toko cinderamata. Kebetulan di salah satu toko cinderamata yang ada di Bali wisatawan tersebut melihat lukisan yang motif dan warnanya sama lukisan yang pernah dibeli di salah satu toko cinderamata yang berada di daerah penelitian. Lukisan tersebut harganya lebih murah daripada yang dibeli di Yogyakarta. Hal itu menjadikan wisatawan tersebut kecewa dengan lukisan yang dibeli di Yogyakarta.

Pada suatu hari wisatawan tersebut telah berada di Yogyakarta dan menginap di hotel yang sama sebelum ke Bali. Kemudian menyempatkan diri ke toko cinderamata untuk mengembalikan lukisan yang dibeli setelah tiba di toko cinderamata, maksud wisatawan ditolak, dengan alasan barang yang sudah dibeli tidak boleh dikembalikan. Wisatawan tersebut berusaha supaya lukisan yang dibeli dapat dikembalikan sehubungan harganya terlalu mahal dibanding dengan yang dilihat di Bali. Maksud tersebut tetap tidak kesampaian, maka dengan perasaan kesal wisatawan tersebut pergi.

Selain kejadian pemerasan tersebut, ada kejadian lagi yang dilakukan oleh beberapa pengemudi becak yang berusaha mencari untung sebanyak-banyaknya. Sehubungan pengemudi becak cukup baik berbahasa Inggris, maupun berbahasa lainnya seperti Perancis dan Jepang, maka kebolehan berbahasa tersebut justru untuk mencari untung dari wisatawan mancanegara. Pada umumnya wisatawan apabila ingin naik becak dihitung perjam. Tetapi yang cukup disayangkan beberapa becak yang mengangkut wisatawan dengan tujuan tertentu tidak lewat jalan yang pendek melainkan diputar-putarkan. Selain itu kalau belanja tidak pernah wisatawan di antar ke toko cinderamata di sekitr Prawirotaman melainkan diantar ke toko cinderamata di luar Prawirotaman yang ada *bonusnya* (persennya) bahkan mencari yang

persenannya tinggi. Patut disayangkan ada yang memberi komisi (persen) 50,00 %. Secara tidak langsung ini merupakan pemerasan bagi si wisatawan.

Dari apa yang telah diuraikan tersebut di atas, maka dapat dikatakan bahwa nilai Sapta Pesona yang pertama yaitu keamanan di daerah penelitian belum berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Tetapi apabila ditinjau secara keseluruhan sudah dapat dikatakan baik, karena tindak penyimpangan dapat dikatakan persentasenya hanya kecil. Di samping itu, karena di daerah ini terdapat petugas keamanan yang khusus mengamankan kawasan yang disebut dengan "satpam kawasan". Satuan keamanan ini secara bergiliran atau bergantian bertugas selama 24 jam. Satpam tersebut digaji bersama oleh pemilik penginapan atau *Guest House*. Selain itu ada juga beberapa *Guest House* di Prawirotaman yang memiliki satpam sendiri seperti penginapan kartika *home stay*, Kirana hotel, Galunggung hotel, Prayogo hotel, Parikesit hotel, Pervitasari, Rose hotel, Duta hotel, Prambanan hotel, Sriwijaya hotel, Putrajaya hotel, Borobudur hotel dan Sumaryo hotel.



Gambar 16. Salah satu hotel yang ada di Prawirotaman yang mempekerjakan satpam.

Walaupun demikian hal itu perlu terus diadakan pembenahan-pembenahan terhadap penginapan yang terlalu longgar tata tertibnya, sehingga penciptaan rasa aman bisa terwujud.

2. Nilai Ketertiban

Kondisi yang tertib merupakan suatu yang sangat didambakan oleh setiap orang termasuk wisatawan. Kondisi tersebut tercermin dari suasana

yang teratur, rapi, dan lancar serta menunjukkan disiplin yang tinggi dalam semua segi kehidupan masyarakat.

Kondisi tertib di daerah penelitian dapat dikatakan belum berjalan sesuai dengan harapan sesuai apa yang tertera dalam Sapta Pesona. Dari sisi bangunan, seperti yang telah diungkap dalam sub bab kondisi fisik khususnya penginapan maupun fasilitas lainnya sudah menunjukkan adanya keteraturan yang dapat membuat wisatawan *kerasan* dan merasa nyaman. Selain itu dari sisi pelayanan khususnya di penginapan sudah mewujudkan pelayanan yang dapat dikatakan memuaskan, walaupun masih ada beberapa penginapan yang masih harus dibenahi sehubungan pelayanannya kurang memuaskan seperti adanya kelonggaran tata tertib yang dapat menyebabkan terjadinya tindakan yang tidak diinginkan.

Selain pelayanan yang memuaskan tersebut, nampak juga di dalam restoran, dimana pelayanan dapat dikatakan memuaskan. Keadaan itu tercermin dari apa yang diinginkan oleh wisatawan terpenuhi, adanya karyawan dalam memberikan pelayanan selalu tersenyum bahkan wisatawan dapat berkomunikasi secara baik dengan para karyawan. Sebagai akibat pelayanan yang demikian tidak jarang para wisatawan memberikan *Tip* (bonus) kepada karyawan. Hal-hal ini juga merupakan dorongan para karyawan untuk selalu memberikan pelayanan secara baik. Namun di balik itu ada yang menjadikan suasana tidak tertib yaitu adanya para pemandu liar yang ikut *nimbrung* berkomunikasi dengan wisatawan mancanegara yang sedang menikmati hidangan. Keadaan ini membuat para wisatawan merasa tidak nyaman dalam menikmati hidangan. Lebih-lebih ada pemandu liar yang mabuk, dan tidak jarang membuat ulah dengan mengganggu para karyawan. Bahkan ada beberapa pemandu liar yang memecah gelas. Keadaan itu terjadi pada tahun 1997, dimana salah satu pemandu liar yang berusaha mencari mangsa wisatawan mancanegara di salah satu restoran, tetapi oleh karyawan dan pemilik restoran supaya pemandu tersebut meninggalkan ruangan restoran. Tetapi tidak mau, kemudian salah satu karyawan mengatakan, "apabila saudara tetap di sini harus memesan makanan dan minuman". Baik! jawab si pemandu liar. " Saya pesan 10 gelas es teh dan satu nasi goreng". "Mengapa 10 gelas?, tanya karyawan. Jawab si pemandu liar, "katanya saya disuruh pesan; ya itu pesanan saya. Karyawan restoran memohon uangnya supaya disiapkan terlebih dahulu," kemudian uang diberikan, hidangannya pun dikeluarkan. Namun hidangan tersebut tidak diminum dan dimakan melainkan ditumpahkan semua, kemudian si pemandu liar meninggalkan restoran. Kejadian tersebut membuat wisatawan atau tamu yang ada di ruangan menjadi takut dan tidak nyaman.

Apabila diamati secara seksama, kejadian tersebut diawali oleh adanya rasa tidak senang dari kedua belah pihak, baik pihak restoran terhadap pemandu tersebut, begitu juga si pemandu terhadap pemilik restoran. Ketidaksenangan kedua belah pihak tersebut diawali si pemandu liar tiap saat mangkal selalu ditolak, sedangkan menurut karyawan si pemandu setiap mangkal selalu minta minuman dengan gratis.

Mengenai pelayanan akan informasi yang dilakukan oleh beberapa industri pariwisata yang bergerak dalam hal itu dapat dikatakan memuaskan wisatawan. Pada umumnya industri tersebut bergeraknya usaha dapat dikatakan sama, kerjasamanya juga dapat dikatakan sama, sehingga wisatawan mendapatkan informasi ke *touris service* satu akan sama dengan informasi yang diperoleh dari *touris service* lainnya. Selain itu, karena pada lembaga pemerintah seperti Kanwil VIII Parpostel, Dinas Pariwisata DIY dan *touris information center* (pusat penerangan pariwisata), yaitu lembaga yang bekerja di bawah pengelolaan Dinas Pariwisata DIY. Kesemua lembaga tersebut memberikan informasi tentang kepariwisataan di Yogyakarta, baik melalui penerbitan buku hasil-hasil penelitian maupun berupa brosur-brosur kepariwisataan. Namun yang membuat wisatawan agak merasa jenuh yaitu adanya jemputan dengan bus yang dapat dikatakan wisatawan harus menunggu di depan hotel agak lama.

Kondisi yang dianggap kurang tertib yang menjadi masalah umum adalah adanya kemacetan lalu lintas di jalan Prawirotaman. Kemacetan tersebut terjadi pada musim liburan sekolah, di mana pada waktu itu banyak bus yang parkir di pinggir Jalan Prawirotaman sebagai akibat adanya beberapa penginapan menerima rombongan dengan bus, tetapi tidak punya tempat parkir yang mampu menampung bus, kalau ada itupun hanya mampu menampung satu bus. Selain itu ada suatu anggapan bahwa pinggir jalan di depan penginapan adalah hak penginapan yang bersangkutan. Memang kalau dilihat dari patok memang betul, tetapi kesepakatan untuk kepentingan umum jalan tersebut dilebarkan. Keadaan yang demikian itulah yang sering menimbulkan konflik antar penginapan.

Suatu kejadian yang cukup meresahkan masyarakat adanya bus parkir di depan gang, sehingga mobil milik masyarakat mau keluar ke jalan besar mengalami kesulitan. Namun keadaan itu dapat diatasi oleh aparat setempat, yaitu memasang rambu-rambu lalu lintas dilarang parkir bus di depan gang dengan jarak 10 meter ke kanan dan ke kiri. Pemasangan rambu-rambu lalu lintas tersebut tentu saja sejjin kepolisian, DLAJR dan PU Kodya Yogyakarta. Walaupun demikian toh masih saja ada yang parkir di dekat rambu-rambu lalu lintas tersebut.

Selain kejadian-kejadian tersebut, ada kejadian lain yang terjadi di suatu restoran. Kejadian itu menjadikan wisatawan tidak nyaman. Kejadian itu adalah penggrebagan masyarakat terhadap restoran yang bersangkutan. Penggrebagan tersebut sebagai akibat restoran yang bersangkutan menggelar kesenian band sampai malam hari dan juga restaurant tersebut sudah merupakan bar. Ditinjau dari sisi kedisiplinan dan ketertiban restoran tersebut belum mempunyai IMB dan ijin usaha. Tetapi ditinjau dari kebutuhan wisatawan manca negara bar memang dibutuhkan. Keadaan yang demikian itulah yang harus menjadikan perhatian aparat yang lebih atas seperti Kelompok Sadar Wisata maupun Dinas Pariwisata dalam melakukan pembinaan.

Walaupun ada beberapa kejadian-kejadian yang mengarah pada lingkungan tidak tertib, tetapi kondisi ketertiban sudah dapat dikatakan mendekati apa yang diharapkan. Keadaan itu tercermin dari keadaan di tempat lain yang sudah memberikan pelayanan dan penataan lingkungan yang mengarah pada ketertiban bahkan sudah dapat dikatakan ketertiban baik yaitu adanya penataan taman, pelayanan baik maupun fasilitas memadai.

3. Nilai Kebersihan.

Bersih merupakan suatu keadaan/kondisi lingkungan yang menampilkan suasana bebas dari kotoran, sampah, limbah, penyakit dan pencemaran. Wisatawan akan merasa betah dan nyaman berada di tempat-tempat yang bersih dan sehat.

Kondisi kebersihan di daerah penelitian dapat dikatakan belum sesuai dengan apa yang diharapkan, walaupun suasana sudah dapat dikatakan cukup bersih.

Kebersihan di penginapan dapat dikatakan sudah menunjukkan seperti apa yang diharapkan. Keadaan itu dapat terlihat dengan kondisi bangunan yang baik dan bersih dan dilengkapi dengan tempat-tempat sampah yang tertutup. Menurut hasil pengamatan di beberapa penginapan nampak ruangan bebas dari debu. Keadaan itu disebabkan karyawan setiap saat selalu membersihkan kotoran-kotoran lebih-lebih dalam kamar setiap saat selalu dibersihkan baik itu kamar isi maupun kosong. Walaupun tamu sedang pergi rekreasi meninggalkan kamar, kamar tersebut tetap dibersihkan. Tentu saja karyawan yang bertugas dituntut mempunyai tanggung jawab yang total, sehubungan kamar yang dibersihkan ada barang-barang yang dapat menggoyahkan rasa tanggung jawab. Menurut hasil informasi dari pengusaha hotel, sebelum karyawan diberi tugas membersihkan kamar tamu, terlebih dahulu dites dengan tugas membersihkan kamar milik pengusaha yang di dalam kamar tersebut ada barang-barang yang berharga bahkan nampak di

atas meja ada beberapa lembar uang. Apabila dalam waktu dua bulan dalam kamar tersebut tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan barulah karyawan tersebut diperbolehkan membersihkan kamar hotel baik itu isi tamu maupun kosong. Mengapa karyawan diperlakukan demikian? menurut informasi kalau karyawan akan berbuat sesuatu yang tercela lebih baik bukan milik tamu. Kalau itu nanti terjadi pada barang milik tamu, kepercayaan akan hilang yang pada akhirnya akan kehilangan tamu, karena tamu datang ke penginapan juga dari informasi wisatawan yang pernah menginap. Jawabnya *gethok tular*.

Kondisi kebersihan di industri lainnya seperti restoran dapat dikatakan sudah baik. Namun ada beberapa restoran yang tidak memperhatikan kebersihan secara total, artinya yang nampak bersih hanya bagian depan dan ruangan restoran. Tetapi di bagian belakang seperti di dapur masih ada tempat sampah yang tanpa tutup, sehingga kotoran sisa makanan maupun lainnya yang dibuang di tempat sampah tersebut menarik lalat untuk hinggap. Selain itu sampah tersebut tidak segera dibuang melainkan menunggu gerobag sampah datang, sehingga menimbulkan pencemaran bau yang tidak sedap di pagi hari karena tempat sampah diletakkan di luar. Keadaan itu akan mengganggu lingkungan. Lebih-lebih saat gerobag sampah datang mengambil sampah, pencemaran semakin kuat, bahkan saat gerobag jalan, pencemaran akan muncul di sepanjang jalan yang dilalui sampai di tempat penampungan sampah di Utara Pasar Prawirotaman. Keadaan itu akan mengganggu wisatawan yang sedang lewat ataupun sedang menikmati hidangan di suatu restoran.

Selain itu sampah-sampah yang ada di TPS Prawirotaman juga akan mengganggu pandangan, karena berada di pintu utama masuk di kawasan penginapan Prawirotaman II (Jalan Gerilya).

Keadaan yang lain yang cukup mengganggu kebersihan terutama di Jalan Prawirotaman yaitu pada saat hujan suasana jalan nampak seperti sungai. Setelah hujan reda masih ada air yang menggenang di jalan, sehingga hal itu akan mengganggu wisatawan yang lewat. Keadaan itu sebagai akibat di Jalan Prawirotaman belum ada saluran air hujan atau air permukaan. Lain di Jalan Gerilya, walaupun jalannya lebih sempit tetapi sudah ada saluran air permukaan sehingga mengurangi genangan air.

Berdasarkan dari uraian tersebut, maka di daerah penelitian kondisi kebersihan baru dapat dikatakan cukup. Tetapi bila ditinjau dari sisi kebersihan di dalam penginapan sudah menunjukkan kondisi kebersihan yang membuat wisatawan merasa tidak terganggu atau merasa nyaman.

4. Nilai Keindahan

Keindahan merupakan kondisi yang tidak dapat dipisahkan dari tertib dan bersih. Keadaan itu dapat dilihat dari berbagai segi seperti dari segi tata warna, tata letak, tata ruang, bentuk ataupun gaya dan gerak yang serasi dan selaras, sehingga memberikan kesan yang enak dan cantik untuk dilihat.

Sehubungan ketertiban dan kebersihan di daerah penelitian secara umum belum sesuai dengan yang diharapkan, maka keindahan demikian juga. Walaupun demikian keindahan sudah dicerminkan oleh penginapan dan industri pariwisata lain terutama restoran. Keadaan itu terlihat di depan mapun di dalam ruangan penginapan sebagian besar penginapan mendesain atau menata dengan baik. Di depan atau halaman penginapan nampak adanya tanaman yang membuat suasana menjadi sejuk dan indah untuk dipandang. Sedangkan pengaturan ruangan baik itu di bagian *reseption* sampai kamar hotel didesain atau ditata dengan rapi, sehingga menimbulkan kesan tidak menjemukan. Selain itu di halaman bagian halaman dalam dan juga di sekitar kolam renang dibuat taman yang ditata sedemikian rupa sehingga wisatawan akan merasa nyaman menikmati istirahatnya. Demikian halnya di restoran, keindahan nampak terlihat penataan ruangan serta adanya karyawan yang melayani dengan baik dan berpakaian seragam. Pakaian seragam yang dipakai pada umumnya putih hitam. Tetapi ada beberapa restoran yang karyawannya berseragam pakaian adat Jawa gaya Yogyakarta.

Selain keindahan tersebut masih adanya pemandangan yang kurang menarik bahkan tidak menarik yaitu adanya keruwetan lalu lintas dan juga tempat sampah yang berada di pintu utama Jalan Prawirotaman II (Jalan Gerilya).

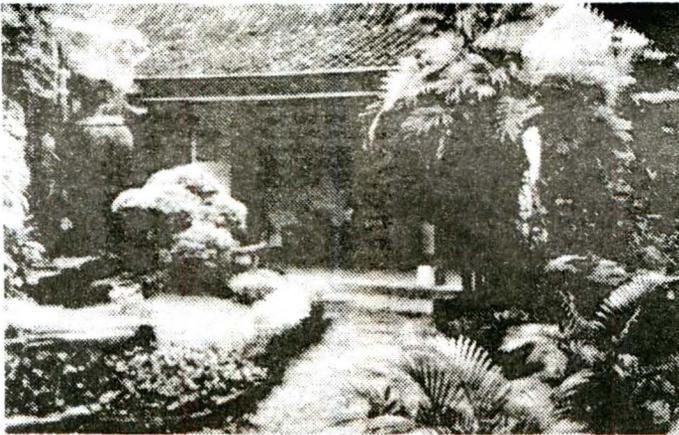
5. Nilai Kesejukan

Unsur nilai budaya daerah yang lain yang tercermin dalam Sapta Pesona selain keamanan, ketertiban, kebersihan, dan keindahan adalah kesejukan. Kesejukan dimaksudkan sebagai suatu lingkungan yang serba hijau, segar, dan rapi sehingga memberikan suasana atau keadaan yang sejuk, nyaman dan tenteram. Kesejukan yang dikehendaki tidak saja harus berada di luar ruangan tetapi juga di dalam ruangan, misalnya ruangan kerja, ruangan tidur, ruangan makan, dan sebagainya.

Agar kondisi sejuk dapat diwujudkan sehingga dapat menarik minat wisatawan, maka perlu dilakukan usaha-usaha yang mendukung ke arah itu, misalnya: (1) Turut serta aktif memelihara kelestarian lingkungan dan hasil penghijauan yang telah dilakukan masyarakat atau pun pemerintah. (2) Berperan secara aktif untuk menganjurkan dan mempelopori agar masyarakat

setempat melaksanakan kegiatan penghijauan dan memelihara kebersihan, menanam berbagai tanaman di halaman rumah masing-masing, baik untuk hiasan maupun tanaman yang bermanfaat bagi rumah tangga, melakukan penanaman pohon atau tanaman rindang di sepanjang jalan di lingkungan masing-masing. (3) Membentuk perkumpulan yang tujuannya memelihara kelestarian lingkungan. (4) Menghiasi ruangan kerja, ruang tamu, ruang tidur dan tempat lainnya dengan aneka tanaman penghias atau penyejuk. (5) Memprakarsai berbagai kegiatan dan upaya lain yang dapat membuat lingkungan hidup kita menjadi sejuk, bersih, segar, dan nyaman.

Terhadap program Sapta Pesona, khususnya unsur nilai budaya kesejukan, nampaknya upaya-upaya tersebut di atas dapat kita lihat pada kawasan industri pariwisata di Yogyakarta, khususnya penginapan di Jalan Prawirotaman. Masyarakat Jalan Prawirotaman ini melalui aparat kelurahan diwajibkan untuk membuat taman di ruas-ruas jalan yang berada di depan rumah di kawasan penginapan Prawirotaman ini cukup luas dan lingkungan jalan yang cukup lebar. Keadaan demikian tidak disia-siakan oleh masyarakat, mereka menjadikannya sebagai taman yang diisi berbagai jenis bunga-bunga. Pembuatan taman tidak saja dilakukan di depan rumah, akan tetapi juga bagian tengah rumah yang tanahnya sengaja dikosongkan. Oleh karena itu, dapatlah dikatakan bahwa kawasan penginapan di Jalan Prawirotaman sangatlah sejuk.



Gambar 17. Salah satu sisi halaman penginapan/guest house dengan adanya taman.

Namun demikian, berdasarkan wawancara dengan salah satu informan bernama Ibu Ettyk bahwa masyarakat di daerah Prawirotaman masih kurang menunjukkan partisipasinya. Mereka memberikan pandangan seperti berikut:

“Sebenarnya potensi remaja Prawirotaman komplit untuk mendukung pariwisata, tetapi belum dimanfaatkan secara baik. Hal ini disebabkan tidak ada pengarahan khususnya dari Pemerintah. Pertemuan ibu-ibu hanyalah arisan, dan setelah itu bubar. Pada suatu ketika ada pertemuan warga untuk membicarakan hal-hal yang penting, tetapi setelah itu tidak terealisasi dan berakhir dalam pembicaraan saja.”

Pandangan dari Ibu Ettyk S. itu ternyata sejalan dengan Bapak Ragil Imanuel Mugiyono yang menyatakan bahwa, pelaksanaan Sapta Pesona di Prawirotaman masih kurang baik, terutama dalam hal kebersihan dan keamanan. Di sini masih banyak masyarakat yang membuang sampah di got-got sehingga menyebabkan tidak enak dipandang mata dan berbau. Selain itu adanya *guide-guide* liar, keamanan terhadap wisatawan, ternyata masih ada turis yang kehilangan barang-barangnya serta masih terdapatnya pencopetan-pencopetan dan penjembutan terutama di bus-bus kota. Padahal nilai-nilai Sapta Pesona itulah yang membuat wisatawan tinggal dan membuat betah di suatu daerah. Maka untuk itu dalam rangka mendukung dan untuk merebut peluang pasar, perlu sikap yang sesuai dengan budaya Jawa yang direfer atau diacu oleh individu dan komunitas yang berada di kawasan industri pariwisata Prawirotaman. Analogi antara di rumah dan di kawasan industri pariwisata Prawirotaman adalah tetangga di rumah dengan tetangga sesama pedagang/pengusaha/karyawan, tamu di rumah dengan pengunjung. Perilaku-perilaku atau sikap ini antara lain adalah merupakan ketujuh unsur (nilai Sapta Pesona) yang harus terpenuhi dan diperhatikan suatu daerah untuk menjadi daerah wisata. Karena ke tujuh unsur tersebut merupakan suatu yang menempatkan kedamaian, sehingga wisatawan akan merasa betah tinggal apabila unsur-unsur tersebut betul-betul terwujud.

Pandangan yang agak bersifat negatif dari Bapak Ragil dan Ibu Ettyk khususnya, nampaknya merupakan lontaran pendapat yang diadopsi atau didasarkan atas adanya kasus-kasus di bidang sosial yang pernah terjadi di daerah Prawirotaman. Misalnya kalau ada pertemuan warga di tingkat RT/RW, jarang sekali para pengusaha industri pariwisata (hotel, restoran, jasa transportasi, dan lain-lain) yang datang atau hadir dalam pertemuan itu. Biasanya cukup diwakilkan kepada pembantunya saja. Juga pernah terjadi ada keluarga yang sedang tertimpa musibah kematian, sementara tidak jauh dari lokasi tersebut ada pengusaha penginapan yang menyelenggarakan acara

evening show dengan dimeriahkan iringan band semalam suntuk. Dari peristiwa-peristiwa tersebut di atas dapat dikatakan bahwa gejala memudarnya solidaritas atau kesetiakawanan sosial di daerah Prawirotaman terlihat semakin transparan.

Kasus lain, pernah ada pengusaha penginapan yang memberi sumbangan untuk perayaan *Tujuhbelasan* hanya sebesar sepuluh ribu rupiah. Oleh panitia, uang sebesar itu dikembalikan kepada pengusaha yang bersangkutan disertai ucapan "terima kasih". Dari peristiwa ini, sekali lagi menunjukkan lemahnya derajat partisipasi pengusaha terhadap kepentingan bersama para warga masyarakat sekitar yang kurang mesra yang ditunjukkan dengan sumbangan *sing ora mingsepiro* tadi. Memang ada kesan, bagi mereka (pengusaha) yang penting mereka punya *backing* yang kuat di tingkat kaum atasan (elit). Kenyataannya usaha mereka tetap jalan terus walaupun tanpa partisipasi dari masyarakat sekitar.

Apabila ditelusuri lebih jauh, maka sebenarnya potensi nilai budaya daerah yang berupa nilai kesejukan itu, dimaksudkan tidak hanya sejuk dalam arti fisik yakni lingkungan yang sedap dipandang mata, tetapi meliputi juga kesejukan di dalam hati. Dengan demikian "iklim sejuk" atau suasana "sejuk di mata dan sejuk di hati" perlu diciptakan di kawasan Prawirotaman yang merupakan kawasan penginapan guna mendukung suksesnya pembangunan di bidang industri pariwisata.

6. Nilai Keramahtamahan

Ramah-tamah merupakan sikap dan perilaku seseorang yang menunjukkan keakraban dalam pergaulan, hormat, dan sopan dalam berkomunikasi, suka tersenyum, suka menyapa, suka memberikan pelayanan dan ringan tangan untuk membantu tanpa pamrih, baik diberikan oleh petugas/aparat unsur pemerintah maupun oleh usaha pariwisata yang secara langsung melayaninya. Ramah-tamah merupakan watak dan budaya bangsa Indonesia pada umumnya, yang selalu menghormati tamunya dan dapat menjadi tuan rumah yang baik. Masyarakat Yogyakarta yang ramah dan bersahabat itu merupakan salah satu kekuatan daya tarik bagi wisatawan, terutama wisatawan mancanegara.

Sikap ramah-tamah kepada para wisatawan telah dilakukan oleh para pelaku pengelola industri pariwisata di daerah Prawirotaman. Hal itu terbukti dari komentar salah seorang wisatawan mancanegara bernama Maria La Redola (24 tahun) yang berasal dari kota Florida, sebagai berikut:

"Karyawan hotel ataupun fasilitas yang lainnya rata-rata bagus. Hal

ini mungkin sudah merupakan watak khas manusia Jawa yang ramah, sopan, dan suka membantu”.

Meskipun di satu sisi Maria La Redola sangat terkesan oleh sikap ramah tamah para karyawan dan pengelola industri pariwisata, namun ia juga berpesan agar aspek mutu (kualitas) pelayanan karyawan agar ditingkatkan. Hal ini dimaksudkan agar para tamu tertarik untuk datang lagi berkunjung di tempat yang sama.

Komentar dari salah seorang wisatawan mancanegara ini diperkuat dan dibuktikan oleh hasil lapangan terhadap 60 responden yang memberikan pendapat tentang perilaku atau sikap karyawan (hotel, restoran, usaha wisata, jasa pemandu, dan jasa transportasi) terhadap para wisatawan. Dari 60 responden itu, 21,7 % responden menyatakan bahwa perilaku atau sikap karyawan baik. Alasannya, mereka (para karyawan) sopan, ramah-tamah, disiplin, tidak mengganggu masyarakat sekitar, bila bertemu menyapa, dan menjamin rasa aman dalam hal sanitasi kesehatan maupun keamanan para wisatawan. Secara rinci tentang perilaku karyawan industri pariwisata dapat di lihat pada bab IV.

Apabila diperhatikan memang masyarakat Yogyakarta pada umumnya dan khususnya masyarakat Prawirodaman terkenal dengan keramahatamannya. Keramahatamahan tersebut tidak saja dilakukan oleh orang-orang yang berhubungan langsung dengan industri kepariwisataan, akan tetapi juga oleh masyarakat umum, misalnya penumpang bis kota, orang yang berbelanja di pasar dan sebagainya.

Keramahatamahan itu akan lebih dirasakan lagi bila berhubungan dengan orang-orang yang berkecimpung di bidang industri pariwisata, misalnya tukang becak, pedagang kaki lima, pelayan toko, pelayan restoran, pelayan penginapan dan sebagainya. Mereka tidak dengan profesi ataupun usahanya, tetapi juga tentang hal lain di luar profesinya. Misalnya pelayan toko yang memberikan informasi tentang objek-objek wisata dan atraksi budaya yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta.

7. Nilai Kenangan

Kenangan adalah kesan yang melekat dengan kuat pada ingatan atau perasaan seseorang yang disebabkan oleh pengalaman yang diperolehnya. Kenangan yang indah dan menyenangkan tentunya akan memberikan kepuasan batin tersendiri bagi para wisatawan. Untuk itu bagi orang-orang yang berkecimpung di dalam industri pariwisata dalam menawarkan wisata dan pelayanan kepada wisatawan, selalu dituntut untuk mempedulikan

kesenangan menyeluruh dari manusia dan kenangan seluruh manusia.

Sebelumnya telah diuraikan bahwa, menawarkan wisata sebenarnya tidak hanya menawarkan hotel dan tontonan atau benda kenangan, melainkan menawarkan kenang-kenangan dalam arti mendalam. Maka mutu wisata diukur tidak pertama-tama dengan keindahan hotelnya atau jumlah uang atau omzet perdagangannya, melainkan jawaban atas pertanyaan, “kenang-kenangan batin macam apakah yang membekas pada wisatawan?” Sebagai misal, tempat tidur dapat kita jajakan, tetapi istirahat mungkin dapat kita tawarkan dengan menciptakan suasana alam. Juga patung kenangan dapat kita jual, tetapi tersentuhnya hati oleh kenangan mendalam lebih bertumpu pada keramah-tamahan asli yang tidak “mata duwitan”.

Kenang-kenangan tersebut di atas bisa timbul dari segi kenyamanan lingkungan, pelayanan penginapan dan restoran. Kenangan juga akan timbul akibat atraksi budaya yang mempesona, objek-objek wisata yang menarik, makanan yang khas, benda-benda cenderamata yang mungil, bermutu dan menawan dan perilaku-perilaku suku bangsa yang terlihat di bidang industri pariwisata.

Banyak orang yang mengatakan bahwa, Yogyakarta terkenal dengan keramah-tamahan (orang-orangnya), keanggunan (budayanya), keindahan (objek-objek wisatanya), dan kelezatan (makanannya). Kesemuanya itu menimbulkan kenangan yang mendalam terhadap orang yang pernah mengunjunginya.

Menyadari akan arti pentingnya sebuah kenangan, maka para pengelola industri pariwisata harus selalu menciptakan suatu kondisi yang dapat memberikan kepuasan batin kepada para wisatawan. Dengan kondisi ini diharapkan suatu kunjungan wisata menjadi tidak kering, artinya para wisatawan memperoleh kesan mendalam dan mendapatkan sesuatu yang sangat berharga dari kunjungan wisatanya. Sebagai contoh, dapat disebutkan sebuah kunjungan wisata candi yang merupakan salah satu bagian dari wisata sejarah.

Perhatian wisatawan untuk berkunjung ke candi diarahkan tidak hanya sekedar melihat-lihat wujud candi atau hanya sekedar melihat keindahan dan kemegahannya saja, namun wisatawan diarahkan untuk mencoba mengapresiasi candi beserta bagian-bagiannya, artinya mengamati secara detail bagian-bagian candi yang dilihatnya. Bila diperhatikan, jarang para wisatawan yang melakukan kegiatan seperti itu. Padahal bila disimak betul, setiap bagian atau pun sudut candi, bisa “berticara” alias “berceritera” banyak. Dan justru ceritera di balik benda mati yang tidak bergerak yang namanya candi itulah yang mengasyikkan.

Mungkin saja tidak semua orang kurang tertarik pada kisah di balik bangunan candi dan sudut-sudutnya. Oleh karena itu para pemandu wisata dituntut untuk bisa memberi penjelasan lebih rinci dan mampu berceritera dengan menarik perihal bagian-bagian candi. Dengan demikian orang-orang awam pun pasti akan tertarik untuk mendalami lebih jauh obyek wisata yang dikunjunginya.

Dengan adanya uraian secara detail dan mudah untuk dipahami, maka sebuah kunjungan wisata menjadi tidak kering. Para wisatawan pun memperoleh kesan mendalam dan mendapatkan sesuatu yang sangat berharga dari kunjungan wisatanya. Masalahnya sekarang tentu saja tergantung dari wisatawan itu sendiri. Merekaaa punya cukup waktu atau tidak, kedatangannya hanya sekedar sambil lalu atau memang betul-betul untuk berwisata, itulah masalahnya.

Bagi para pengelola wisata, tentunya tidak mudah mengarahkan para wisatawan yang demikian banyaknya, lebih-lebih pada hari libur, untuk menjadi apresiator candi dan bagian-bagiannya. Hanya sedikit pemandu yang bisa memebrikan suguhan ceritera dengan menarik dan relatif mendalam tentang bagian-bagian candi. Dan pihak pengelola obyek wisata pun nampaknya memiliki sejumlah keterbatasan dalam melayani para pengunjung obyek wisata yang dikelolanya. Akan tetapi cepat atau lambat, promosi wisata kita harus mengarah ke sana. Tujuannya agar wisata candi memberikan nilai lebih bagi para pengunjungnya, dan tidak sekedar memberikan kesan sekilas.

Contoh berikutnya, selain wisata candi, yakni seni budaya yang khas dan mempesona, baik berupa seni suara atau seni tari serta berbagai ragam upacara tradisional juga dapat memberikan kenangan yang indah. Sebab kesemuanya itu merupakan bagian dari aset wisata yang berpotensi untuk dikembangkan. Di depan telah disebutkan, bahwa wisata candi merupakan salah satu obyek wisata sejarah. Selain itu, juga ada obyek wisata budaya dan obyek wisata alam. Obyek wisata budaya berupa obyek budaya publik yang sampai kini masih terpelihara, baik yang berujud kesenian maupun adat istiadat dan tradisi, seperti Sendratari Ramayana, wayang kulit, wayang golek, sekaten, grebeg Maulud, grebeg syawal, labuhan, grebeg besar, dan sebagainya. Adapun obyek wisata alam meliputi obyek wisata pantai, pegunungan dan goa. Ketiga jenis obyek wisata tersebut, yakni obyek wisata sejarah, obyek wisata budaya dan obyek wisata alam merupakan aset pariwisata yang sangat berpotensi untuk dikembangkan dan dapat memberikan sebuah kenangan yang indah bagi wisatawan.

Kenangan yang indah selain dengan menyuguhkan berbagai obyek wisata, dapat pula diciptakan melalui fasilitas-fasilitas yang mendukung

kelancaran dan kenyamanan kunjungan para wisatawan. Adapun fasilitas yang dimaksud meliputi:

1. Akomodasi yakni:

Akomodasi/penginapan/hotel yang nyaman, bersih dan sehat, pelayanan yang cepat, tepat dan ramah, suasana yang mencerminkan ciri khas daerah dalam bentuk dan gaya bangunan serta dekorasinya. Dalam konteks kekhasan tersebut, hotel atau tempat penginapan lainnya mencitrakan keberadaannya sebagai obyek sekaligus subyek kebudayaan Jawa. Dekorasi dan desain interior hotel-hotel dan sebagian sarana akomodasi lainnya menampilkan sentuhan arsitektur Jawa dengan detail-detail ukirannya. Para staf dan karyawan hotel yang begitu fasih berbahasa asing mengenakan busana-busana khas Jawa. Suasana keasrian budaya tersebut semakin komplis dengan suguhan seni pementasan, musik-musik etnik, atau pun makanan khas daerah yang menjadi menu keseharian di masing-masing hotel. Citra hotel terpolat dalam perpaduan unsur-unsur dan kemoderenan yang amat serasi.

Citra lainnya dari hotel dapat ditemukan adanya bagian hotel atau tempat penginapan yang digunakan untuk pameran dan penjualan barang-barang seni dan kerajinan (*art gallery/art shop*). Ini adalah salah satu bentuk dari keikutsertaan hotel /tempat-tempat penginapan untuk mengembangkan potensi-potensi industri kecil. Peran hotel sebagai "bapak angkat", selain dalam hal pemasaran hasil kerajinan, diharapkan membantu pengembangan ide-ide dan kualitas hasil kerajinan. Dengan harapan yang sama, hotel juga berperan dalam pengembangan industri kecil makanan.

Dengan demikian, akomodasi adalah merupakan fasilitas pariwisata yang akan dapat menentukan mutu produk pariwisata secara keseluruhan. Sarana akomodasi di Indonesia telah dirancang dalam beberapa klasifikasi sehingga memungkinkan kondisi finansial wisatawan untuk memilih, tanpa mengurangi perjalanan mereka. Klasifikasi hotel menurut klas diharapkan dapat menjadi pedoman bagi konsumen (wisatawan), produsen (pengusaha wisata), maupun lingkungan (masyarakat dan pemerintah) tentang fasilitas yang tersedia pada sebuah hotel sebagai pencerminan kualitas produk hotel seutuhnya.

Ada dua pengelompokkan klas pada hotel/penginapan, yakni Hotel Berbintang dan Hotel Melati (Losmen). Pengelompokan terhadap klas hotel tersebut didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu, meliputi: (1) Unsur fisik, yang berkenaan dengan perlengkapan fisik yang berupa bangunan maupun peralatan/perlengkapannya. (2) Unsur operasional, berkenaan dengan kondisi

fisik (bangunan dan peralatan), pengelolaan fungsionalnya, dan pemberian layanan untuk kepentingan tamu seperti jasa penitipan barang-barang berharga, jasa penukaran uang asing, dan lain-lain. (3) Unsur pelayanan, berkenaan dengan kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh tenaga manusia; dan (4) Unsur legal, berkenaan dengan izin pendirian hotel. Berdasarkan kriteria tersebut, maka hotel-hotel di Indonesia dapat diketahui apakah termasuk hotel berbintang ataukah hotel melati.

Animo wisatawan untuk menikmati fasilitas penginapan di Yogyakarta tergantung kepada pertimbangan finansial (pilihan tarif) dan kesediaan fasilitas yang tersedia (*service*). Khusus di kawasan Prawirotaman, meskipun fasilitas penginapannya kebanyakan terdiri dari kelas melati, namun banyak wisatawan yang senang dan memilih menginap di tempat ini. Ada beberapa alasan mengapa wisatawan memilih tempat menginap di kawasan Prawirotaman: Pertama, tempat penginapan setingkat melati relatif lebih murah; Kedua, letaknya dekat dari pusat kota Yogyakarta dan obyek-obyek wisata seperti kraton, museum, pantai Parangtritis, dan sebagainya.

Menurut kesan salah seorang informan, Maria La Redola (24 tahun), menyatakan bahwa fasilitas penginapan di Prawirotaman relatif baik, tetapi dari segi keamanan masih perlu ditingkatkan dan dijaga agar bisa lebih nyaman bepergian ke seluruh penjuru Yogyakarta. Juga dalam hal kebersihan masih terkesan kurang terpelihara.

Kesan-kesan yang dilontarkan oleh informan tersebut membuktikan adanya dugaan dari para responden yang dihubungi, yaitu bahwa pelaksanaan Sapta Pesona di daerah Prawirotaman adalah masih kurang baik. Hal ini dinyatakan oleh 30,0 % dari sebesar 60 responden. Khusus dalam bidang kebersihan, mereka menyatakan masih banyak masyarakat maupun wisatawan yang membuang sampah di jalan-jalan, got-got atau saluran-saluran air lainnya. Di samping itu, hubungan sosial antara pihak *guest house* dengan masyarakat sekitar kurang harmonis. Para pengusaha merasa tidak bertanggungjawab terhadap kebersihan, sebab menurut mereka soal kebersihan sudah ada yang menanganinya yaitu Dinas Kebersihan Kota.

2. Fasilitas Makan/Usaha Tataboga

Yaitu makanan dan minuman khas daerah yang lezat, dengan penampilan dan penyajian yang menarik. Usaha penyediaan makan-minum ini merupakan salah satu sarana yang berperan penting dalam pengembangan industri pariwisata dan dapat dijadikan jati diri (*identitas*) bangsa.

Yogyakarta memiliki hampir seluruh aspek yang terkait dengan jasa boga ini, seperti tempat, suasana, kualitas masakan, serta kekhasan makanan.

Bahkan “wisata selera” sangat memungkinkan untuk dilakukan di Yogyakarta. Pada bab II telah diuraikan bahwa di daerah kawasan penginapan Prawirotaman tersedia berbagai jenis menu masakan asing, seperti masakan ala China, Jepang, Korea, Eropa, dan sebagainya tersedia di banyak tempat. Masakan dari berbagai daerah di Indonesia juga tersedia. Selain beberapa masakan khas Yogyakarta, tersedia juga masakan Jawa Tengah, Jawa Timur, Madura, Sunda, Padang, dan daerah lainnya. Sebagian besar hotel atau penginapan dilengkapi dengan fasilitas makan-minum ini. Bahkan, sebagian hotel melengkapinya dengan *bar*, *room service*, dan swalayan (*buffet*). Sarana makan-minum di luar hotel pun dengan mudah dapat ditemukan di hampir setiap sudut kota, dari rumah makan mewah sampai dengan warung-warung kecil.

Lesehan, merupakan nuansa makan yang paling khas di Yogyakarta. Lesehan adalah cara duduk bersila di hampan tikar. Di Yogyakarta, istilah lesehan berkonotasi pada suasana makan di sepanjang trotoar jalan Malioboro, sejak sekitar pukul 21.00 hingga dini hari. Di trotoar jalan tersebut berjajar para penjual makanan dan minuman dengan berbagai menu khas seperti gudeg, ayam goreng, burung goreng, dan sebagainya. Masing-masing penjual menyediakan beberapa tikar untuk lesehan para pembelinya. Di samping itu, dentingan musik atau petikan gitar pengamen tidak jarang melengkapi suasana makan lesehan ini. Suasana khas dari lesehan inilah yang diharapkan menjadi sisi lain dari perjalanan wisata di Yogyakarta.

3. Cinderamata/Souvenir

Cinderamata yang mungil yang mencerminkan ciri-ciri khas daerah, bermutu tinggi, mudah dibawa dan dengan harga terjangkau, mempunyai ciri tersendiri dapat dijadikan bukti atau kenangan dari kunjungan seseorang ke suatu tempat/daerah/negara. Cinderamata bisa berupa barang-barang orisinal dan tidak tersedia di lain daerah/negara. Kerajinan misalnya, sebagai cinderamata amat erat hubungannya dengan daya cipta masyarakat yang bersangkutan, yang pada dasarnya bersumber pada unsur-unsur agama, kepercayaan, adat-istiadat dan budaya, maupun dunia flora dan fauna yang tersedia di sekelilingnya. Cinderamata juga dapat berupa barang imitasi/tiruan dari barang-barang yang secara otentik susah didapat, seperti barang-barang antik atau kuno (yang orisinal).

Dilihat dari fungsinya, cinderamata mungkin sebatas barang kebutuhan praktis (*utility items*), barang dengan efek-efek dekoratif (*decorative items*), paduan keduanya, atau bahkan barang-barang seni (*art craft*). Melalui cinderamata, unsur khas kerajinan adalah aset nasional sebagai bagian dari

budaya bangsa secara keseluruhan. Adanya ciri khas kedaerahan biasanya menjadi daya tarik yang paling umum bagi sebuah cinderamata.

Yogyakarta, memiliki beraneka ragam kerajinan yang memiliki *trade mark* khas daerah ini, seperti misalnya wayang kulit, wayang golek, berbagai kerajinan kulit, barang-barang antik, aneka kerajinan perak dan keramik, dan secara lengkap diuraikan pada sub bab IV.

Keberadaan cinderamata sebagai hasil karya seni yang mampu menciptakan kenangan dari kota Yogyakarta terus dikembangkan dan ditingkatkan. Pengembangan ini mencakup beberapa segi seperti desain, mutu bahan, kemasan, bentuk, harga, dan pemasaran. Semua unsur ini berperan penting dalam membentuk citra kepariwisataan Yogyakarta.

Untuk mendukung pengembangan pemasaran cinderamata, kiranya perlu diadakan suatu pameran. Menurut Nugroho (40 tahun), pameran itu baik sekali karena sebagai sarana memamerkan dan menawarkan hasil karya masyarakat lokal. Apabila yang dipasarkan berupa barang-barang yang mempunyai kualitas rendah, tentu akan membawa dampak negatif. Sebaliknya jika pameran hasil benda budaya daerah mempunyai kualitas yang baik, dengan sendirinya wisatawan akan tertarik untuk membeli, dan ini merupakan kepuasan serta kenangan tersendiri.

Menurut Dirjen Pariwisata, Andi Mappisameng, menyatakan sesungguhnya kerajinan dan cinderamata merupakan komoditi yang begitu dibutuhkan oleh wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Meskipun hal itu sebagai peluang guna pengembangan lebih lanjut, kenyataannya masyarakat belum mampu memproduksi secara masal souvenir dengan tekstur dan nilai seni tinggi, padahal pangsa pasar tetap besar, baik domestik maupun mancanegara. Selanjutnya Dirjen Pariwisata berpandangan, bahwa wisman-centris merugikan, sebab menggarap potensi pasar wisatawan nusantara jauh lebih efektif dan efisien karena tidak ada kendala bahasa, selera, dan adat-istiadat. Permintaan wisatawan nusantara (wisnus) akan komoditi wisata juga relatif tinggi, terlebih jika sudah dikemas sedemikian rupa.

4. *Pramuwisata/Pemandu*

Pramuwisata adalah pribadi yang berdiri paling depan, yang berperan sebagai komunikator antara wisatawan dengan obyek wisata, wisatawan dengan masyarakat, wisatawan dengan perusahaan/ agen perjalanan, antara wisatawan dengan segala kebutuhan dan keluhannya. Pramuwisata bertindak sebagai penterjemah ketentuan-ketentuan yang ditetapkan di obyek wisata, penjelas seluruh aspek dari obyek wisata, dan pemandu dalam kegiatan wisata, seperti misalnya menelusuri goa, memasuki hutan lindung, dan sebagainya.

Dengan demikian, pramuwisata mengatur perjalanan wisata. Pribadi-pribadi semacam inilah yang membimbing wisatawan dari mengatur transportasi, rencana perjalanan wisata, kesehatan, akomodasi, dan sebagainya. Pekerjaan pramuwisata biasanya bernaung dalam suatu usaha tertentu yang bergerak di bidang kepariwisataan. Badan usaha yang banyak menyediakan jasa kepramuwisataan adalah biro perjalanan. Meskipun begitu, profesi pramuwisata ini dapat pula ditemui di badan usaha yang bergerak di bidang lain, misalnya perhotelan.

Begitu pentingnya peranan pramuwisata dalam dunia kepariwisataan Indonesia, nampaknya perlu dilakukan peningkatan pengetahuan kurikuler yang memang amat dibutuhkan dan berkaitan erat dengan profesi ini, misalnya pengetahuan yang berkaitan dengan dimensi non-fisik para wisatawan, seperti psikologi dan komunikasi massa, pengetahuan kepribadian. Sebab, asumsi tentang profesi ini berkaitan dengan aktualitas wisatawan yang dihadapinya. Bagaimanapun, deskripsi tentang suatu obyek wisata tidak terbatas pada hal-hal faktual tentangnya. Lebih dari itu, perlu dilengkapi dengan "ceritera di balik fakta" sehingga obyek wisata yang diceriterakan memiliki aspek *important* dalam khasanah pengetahuan wisatawan.

Dengan serapan pengetahuan seperti itu, setiap wisatawan dapat diharapkan menjadi subyek wisata di tempat asalnya. Artinya, di balik statusnya sebagai wisatawan, setiap orang berwisata nantinya akan menjadi "informan" terbaik atas obyek wisata yang pernah dilihatnya. Semakin dekat "dunia makna" seorang wisatawan pada sesuatu obyek wisata berarti semakin besar potensi obyek wisata tersebut untuk dikenang, untuk dikenal, dan untuk dikenal ulang. Tentunya untuk menambah pengetahuan yang demikian, amat memerlukan koordinator dari instansi terkait, secara vertikal maupun horisontal.

Dari ketujuh unsur nilai budaya yang tercermin dalam Sapta Pesona, yaitu keamanan, ketertiban, kebersihan, keindahan, kesejukan, keramahtamahan, dan kenangan tersebut apabila dapat benar-benar diwujudkan dalam rangka menarik wisatawan maka pada akhirnya dapat pula meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, untuk keberhasilannya diperlukan dukungan, peran serta atau kerjasama yang terkoordinasi dari masyarakat luas, baik dari kalangan usaha, tokoh masyarakat, cendekiawan, budayawan, pemuda dan pelajar, maupun dari pemerintah.

Arti pentingnya Sapta Pesona sebagai hal yang harus ada dalam industri pariwisata telah disadari oleh masyarakat. Hal tersebut terbukti dari hasil wawancara di lapangan terhadap 60 responden di kawasan Prawirotaman yang semuanya (100,00 %) menyatakan bahwa potensi dari nilai-nilai budaya

daerah yang terdapat dalam Sapta Pesona sangat berperan dalam mewujudkan industri pariwisata. Alasannya, pertama, karena nilai-nilai budaya daerah tersebut merupakan karakteristik suatu daerah tertentu yang merupakan daya tarik besar bagi para wisatawan baik mancanegara maupun nusantara, serta dapat berperan dalam mewujudkan misi industri pariwisata (76,7 %). Kedua, karena budaya daerah tersebut akan menarik wisatawan mancanegara maupun nusantara sehingga mereka nantinya akan datang lagi dan betah tinggal lebih lama (10,0 %). Ketiga, kerana dapat untuk kerukunan sesama antar umat beragama (8,3 %). Dan keempat, karena budaya daerah tersebut merupakan pembentuk pola pikir yang hidup di dalam masyarakat (5,0 %).

Meskipun Sapta Pesona sangat strategis dan berpotensi dalam pengembangan industri pariwisata, namun ada hal yang cukup ironis yakni ada sebagian dari masyarakat kita belum pernah mengetahui atau bahkan belum pernah sama sekali mendengar istilah Sapta Pesona. Padahal Sapta Pesona telah dicanangkan oleh Pemerintah sejak tahun 1991 guna menyambut Tahun Kunjungan Wisata (*Visit Indonesia Year*). Dari data lapangan, diperoleh gambaran bahwa sebesar 31,7 % responden tidak tahu Sapta Pesona dan hanya pernah mendengar istilahnya saja. Menurut mereka Sapta Pesona belum pernah dimasyarakatkan di daerah Prawirotaman, dan slogan tersebut masih terbatas pada para pengusaha saja. Mereka hanya tahu slogan untuk kota Yogyakarta yaitu Yogyakarta Berhati Nyaman: Bersih, Sehat, Indah, dan Nyaman.

Sedangkan sebagian besar responden (68,3 %) telah mengetahui Sapta Pesona. Menurut mereka, Sapta Pesona diartikan sebagai: (1) Tujuh kriteria (keamanan, kebersihan, kesejukan, keramahtamahan, ketertiban, keindahan, dan kenangan) yang harus terpenuhi suatu daerah untuk menjadi daerah wisata. Dan jika dapat dijalankan akan dapat meningkatkan kunjungan para wisatawan serta meningkatkan pendapatan (*income*); (2) Suatu slogan atau semboyan dari pemerintah untuk pariwisata dalam rangka menarik wisatawan untuk datang dan menetap lebih lama; (3) Suatu nilai atau norma yang harus dilaksanakana dalam industri pariwisata; (4) Suatu motto yang diharapkan dapat diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari, baik di rumah maupun di tempat kerja, sehingga mampu mendukung bidang pariwisata bukan hanya sebagai slogan semata-mata.

Tentang bagaimana pelaksanaan Sapta Pesona di daerah Prawirotaman, diperoleh jawaban responden sebagai berikut:

1. 18,3 % responden menyatakan, bahwa pelaksanaan Sapta Pesona di Prawirotaman berjalan dengan baik, dengan alasan: (a) Keamanan terjamin karena ada Satpam, sehingga tidak menjadikan kerepotan, kekisruhan dan

merasa tenang; (b) Pemilik penginapan dan karyawan sopan, ramah tamah, nyaman, bersih sehingga merasa puas. Dan ternyata semakin hari banyak pengunjung yang datang di Prawirotaman ini. (c) Para pengusaha dan para karyawannya serta masyarakat sekitar sudah cukup paham tentang Sapta Pesona.

2. 51,7 % responden menyatakan cukup, dengan alasan: (a) Pengusaha hampir memenuhi apa itu yang dimaksud Sapta Pesona; (b) Sapta Pesona (keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keramahtamahan, dan kenangan) bisa dikatakan cukup baik, hanya aperlu lebih ditingkatkan penanganannya. (c) Situasi, sifat, tradisi masyarakat sekitar merupakan faktor dari Sapta Pesona sehingga pelaksanaan Sapta Pesona itu perlu dilakukan lebih terorganisir dan kerjasama secara terpadu antara beberapa pihak yang terkait, yaitu pengusaha, masyarakat lokal, dan pemerintah daerah melalui instansi-instansi yang berkompeten.

3. Adapun responden yang menyatakan bahwa pelaksanaan Sapta Pesona di Prawirotaman kurang baik, cukup besar porsinya yakni 30,0 %. Hal ini didasarkan pada alasan yang mereka kemukakan, antara lain: (a) Para pengusaha tidak merasa ikut bertanggungjawab atas pelaksanaan Sapta Pesona. Di samping itu hubungan kerjasama antara pemilik *guest house* dengan masyarakat sekitar kurang harmonis. Mereka seolah-olah hanya mementingkan diri sendiri. (b) Dalam hal kebersihan, masih kurang diperhatikan karena masih banyak masyarakat maupun wisatawan yang dengan seenaknya sendiri membuang sampah di sembarang tempat, misalnya ke saluran air, jalan-jalan, dan sebagainya; (c) Adanya pemandu-pemandu liar juga menambah suasana kurang tertib dan tidak menyenangkan; (d) Sapta Pesona, terutama unsur keamanan, kebersihan, dan ketertiban belum terjamin atau belum sesuai dengan yang diharapkan terutama kurang tertibnya parkir mobil, bis, dan becak sehingga sangat mengganggu lalu lintas pengguna jalan. Untuk itu perlu penataan dan kesadaran pemilik hotel untuk menyediakan lahan parkir; dan (e) Dalam hal nilai keamanan, meskipun ada Satpam namun masih dijumpai kasus-kasus ancaman, pencopetan, dan kehilangan barang yang menimpa para turis. Secara rinci pendapat responden tentang pelaksanaan Sapta Pesona di daerah penelitian lihat tabel III.

Tabel III.1
Pendapat Responden tentang Pelaksanaan Sapta Pesona
di Kawasan Penginapan Prawirotaman

No.	Pendapat Responden	Jumlah	%
1.	Berjalan baik	11	18,3
2.	Berjalan cukup baik	31	51,7
3.	Berjalan kurang baik	18	30,0
	Jumlah	60	100,0

Sumber: Data primer, tahun 1997

Dari hasil keterangan yang telah dikemukakan oleh para responden dan juga berita-berita dari media massa di atas, maka dapat dikatakan bahwa, pelaksanaan Sapta Pesona yang notabene merupakan nilai-nilai budaya daerah yang terdiri dari nilai keamanan, ketertiban, kebersihan, keindahan, kesejukan keramah-tamahan, dan kenangan itu masih kurang diperhatikan. Padahal sebagian besar dari mereka menyadari dan menyatakan bahwa Sapta Pesona itu berpengaruh terhadap industri pariwisata (93,3 % responden), alasannya: (1) Karena dengan terciptanya kondisi tersebut akan menjadikan wisatawan yang hadir merasa tenteram, tenang dan puas, sehingga akan tinggal lebih lama untuk menikmati keindahan kota Yogyakarta dan sekitarnya serta tidak ada gangguan. (2) Karena kondisi tersebut akan mempengaruhi minat wisatawan mancanegara maupun nusantara untuk berkunjung lagi dan nantinya juga akan berpengaruh terhadap pendapatan daerah; (3) Karena semua kondisi tersebut dapat membuat suasana menjadi menyenangkan bagi semua pihak lebih-lebih para wisatawan, merupakan daya tarik tersendiri bagi wisatawan serta dikenang terus karena merasa puas.

Oleh karena itu dalam rangka pengembangan kepariwisataan yang lebih baik perlu dilakukan perbaikan-perbaikan yang sifatnya menyeluruh, baik perbaikan sarana maupun prasarana-nya disertai kesadaran masyarakat pendukungnya. Artinya masyarakat yang sadar wisata itu perlu ditumbuhkembangkan sebagai suatu gerakan untuk mensukseskan pembangunan kepariwisataan di tanah air, khususnya di daerah Yogyakarta.

BAB IV

PERILAKU DAN BENDA-BENDA BUDAYA

Di dalam bab tentang perilaku dan benda-benda budaya dalam penelitian ini sesungguhnya yang diuraikan adalah ada dua materi pokok yaitu: (a) Perilaku Suku Bangsa (Jawa) di sektor industri pariwisata, seperti hotel, usaha wisata, restoran, jasa transportasi, dan jasa pemandu. Beberapa aspek yang hendak diungkap secara lebih mendalam, antara lain: strategi menjaring tamu baik (wisatawan mancanegara maupun nusantara), berbagai kendala dan cara mengatasinya, serta tanggapan responden tentang perilaku suku bangsa Jawa; (b) Benda-benda budaya suku bangsa di sektor industri pariwisata, antara lain: jenis produk, bahan baku, dan tanggapan responden tentang benda-benda budaya suku bangsa di sektor industri pariwisata.

A. PERILAKU SUKU BANGSA DI SEKTOR INDUSTRI PARIWISATA

Untuk menunjang sektor kapariwisata di Indonesia, pemerintah telah mencanangkan program nasional yang disebut 'Sapta Pesona' yang berisi keamanan, ketertiban, kedisiplinan, kebersihan, keindahan, kemerdekaan dan kenangan. Tentunya ini berkaitan dengan predikat Yogyakarta sebagai kota pelajar dan sentra budaya yang pada kenyataannya kini menjadi Daerah Tujuan Wisata (DTW) terbesar kedua setelah Bali. Di tingkat makro, relevansinya juga cukup kuat dengan kebijakan pemerintah *Visit Indonesia Year 1991*, dan tentunya juga mempunyai strategi khusus untuk berupaya selalu serta tetap eksis dengan predikat tersebut.

Berbagai upaya telah dilakukan oleh instansi terkait agar kota Yogyakarta layak mendukung kepariwisataan dengan slogan 'Yogyakarta Berhati Nyaman.' Substansinya antara lain: keamanan, ketertiban, kesejukan, keramah-tamahan, kebersihan, keindahan, dan nilai kenangan (Yogyakarta *Tourist Guide Book*, 1991). Semua ini dimaksudkan untuk menarik para wisatawan, baik mancanegara maupun domestik untuk datang berkunjung di kota Yogyakarta ini.

Mengingat industri pariwisata merupakan sebagian pemasukan devisa negara, khususnya devisa daerah (selain migas), tentunya sangat memerlukan perhatian yang serius. Dalam arti, dari segi ekonomis, kontribusi sektor pariwisata transparan dalam meningkatkan pendapatan per kapita pemerintah daerah dan masyarakat. Dari aspek sosial, kegiatan industri pariwisata juga berdampak positif bagi perluasan kesempatan kerja. Dalam perspektif budaya, aktivitas kepariwisataan merangsang tumbuh-kembangnya kreasi seni budaya yang dapat diperkenalkan kepada para wisatawan. Untuk itu, perlu digali

kebudayaan daerah (lokal), dikembangkan, bahkan dilestarikan.

Sesungguhnya masih banyak lagi upaya yang telah dilakukan oleh instansi terkait, seperti Dinas Pariwisata DIY untuk mempertahankan predikat Yogyakarta sebagai kota budaya tersebut dalam rangka menjaring tamu (wisatawan). Ini semua agar dapat menarik para pendatang khususnya para tamu wisatawan mancanegara dan agar ingin datang lagi dan kerasan berada di Yogyakarta. Sehingga dapat memenuhi target pengunjung wisata yang telah diprediksikan dalam Visit Indonesia Year 1991. Selama empat tahun terakhir ini, memang secara kuantitas arus wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Yogyakarta dari tahun ke tahun terus meningkat. Menurut data paling tidak setiap tahunnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta kurang lebih 15 %.

Adapun target untuk wilayah DIY antara 250.000-300.000 wisatawan, sementara di tingkat nasional (seluruh Indonesia) 2,5-3,5 juta orang. Kecuali itu, beberapa daerah tujuan wisata yang dulunya tidak pernah dijajah wisatawan mancanegara, selama Visit Indonesia Year 1991 ini juga sudah mulai dikenal dan dikunjungi para wisatawan.

Persoalan yang mendasar, pemerintah daerah sendiri jelas tak kuasa menangani semua kegiatan tersebut. Oleh karena itu, di samping berusaha memberikan pelayanan informasi selama 24 jam '*Information Tourism*' di Jalan Malioboro, yang lebih penting lagi justru mencari upaya yang tepat untuk menggalang segenap warga Yogyakarta agar mau menyambut wisatawan secara positif. Ada beberapa langkah yang dilakukan selama ini, diantaranya menyelenggarakan kursus bahasa asing kepada para pemandu wisata. Selain itu, juga ditanamkan wawasan tentang kebudayaan, sejarah, dan berbagai etika dalam rangka memberikan pelayanan yang baik kepada para wisatawan.

Gebrakan lainnya yang terlihat adalah memberi pakaian seragam pada para kusir *andhong* (busana kejawen). Perlakuan khusus pada *andhong wisata* ini, selain dimaksudkan untuk penyeragaman, sekaligus juga memperkenalkan kebudayaan daerah kepada para wisatawan. Dalam prakteknya, program tersebut ditangani oleh Pordasi yang dikoordinasikan oleh Gusti Yudaningsih. Masih ada lagi transportasi lain yang ditangani secara khusus, yakni becak. Kini becak beserta sopirnya juga telah diseragamkan. Ketentuannya, becak yang berwarna putih dioperasikan pada malam hari, dan yang berwarna merah beroperasi pada siang hari. Khusus untuk pakaian yang harus dikenakan oleh para sopir becak berwarna oranye.

Sementara itu, beberapa di antara sopir becak telah diberi kursus bahasa asing sebagaimana yang dilakukan oleh hotel-hotel dan *gallery* yang ada di

Yogyakarta ini. Upaya lain berkaitan dengan persoalan transportasi, di antaranya mendirikan biro-biro perjalanan (*travel biro*) dan penyedia jasa taksi. Ini pun masih diperkuat dengan armada lain, seperti bus kota dan jenis angkutan kota (*mini bus*) untuk mendukung kelancaran transportasi di sektor kepariwisataan khususnya.

Di samping berbagai sarana dan prasarana yang telah disiapkan oleh instansi terkait tadi, masih ada satu hal yang tak kalah pentingnya, yakni menyediakan akomodasi. Sarana tersebut sangat vital perannya bagi para pendatang saat berkunjung di Yogyakarta ini. Rata-rata wisman mengeluarkan biaya sebesar 30,6 % dari keseluruhan bekal yang dibawanya untuk berlibur (Kedaulatan Rakyat, 1997).

Secara kuantitas, kemampuan fasilitas akomodasi yakni jumlah hotel yang berada di kota Surakarta ada 111 buah dengan kapasitas 2590 kamar, Semarang ada 149 hotel dengan 2740 kamar. Fasilitas di kota Yogyakarta relatif lebih banyak dibandingkan dengan kedua kota tersebut. Dari Data Dinas Pariwisata DIY (1996: 15) tercatat 398 hotel berbintang dan non berbintang dengan kapasitas 8310 kamar. Perlu diketahui, beberapa bangunan hotel di Yogyakarta ini jika dilihat dari kategori (kelasnya) amatlah bervariasi. Mulai dari kelas yang berbintang sampai dengan yang sederhana (*losmen*). Lokasinya pun menyebar, mulai dari pusat kota (sekitar Malioboro) sampai di kawasan pinggiran kota.

Prawirotaman yang berada di sebelah selatan pusat kota Yogyakarta dengan pusat perbelanjaan yaitu Malioboro berjarak kira-kira 3 km, sebelum menjadi daerah perhotelan sebenarnya merupakan kawasan (*sentra*) usaha batik. Pada pertengahan tahun 70-an, muncul gejala secara meluas alih profesi dari usaha batik menjadi penyedia jasa penginapan. Fenomena tersebut sesungguhnya sarat resiko sebagaimana diutarakan oleh salah seorang pemilik hotel Prayogo yakni Bapak Handoyo bahwa, sebelum berkecimpung di bidang jasa perhotelan, dulunya ia adalah pengusaha batik. Ketika itu banyak turis asing yang belajar batik, bahkan tidur di sini. Dari sinilah kemudian muncul pemikiran untuk berganti usaha penginapan saja.

Ternyata ide tersebut juga menjadi pemikiran para pengusaha batik lainnya, terutama mereka yang bertempat tinggal di seputar kawasan Prawirotaman. Akhirnya, sekarang ini Kampung Prawirotaman berubah wajah menjadi kampung hotel (*kampung internasional*) yang ramai dan dikenal secara meluas oleh wisatawan domestik maupun mancanegara.

Ada beberapa resiko yang harus ditanggung oleh pengusaha hotel, antara lain: tidak mesti ada tamu yang datang menginap, para karyawan yang dulunya tenaga batik, ternyata bukan kategori tenaga yang siap pakai

seperti yang disampaikan oleh salah seorang responden Bu Atik bahwa, usaha penginapan atau hotel itu sesungguhnya relatif berat. Tamu tidak *ajeg* ada, dan para karyawan kebanyakan punya latar belakang pendidikan rendah, tamatan SMTP, dan tidak sedikit diantaranya ada yang SD saja tidak tamat!

Akibatnya, setelah terjadi regenerasi kepemimpinan (pengusaha), tenaga batik yang notabene hanya berbekal pendidikan minim tersebut dengan sangat terpaksa tidak tertampung lagi karena tidak relevan dengan kebutuhan (*unskilled labour*). Dengan mengedepankan manajemen modern yang efisien, banyak di antara mereka (tenaga batik) itu terpaksa dihentikan (PHK).

Secara riil, sebenarnya kawasan Prawirotaman ini lebih tepat kalau disebut sebagai sentra industri pariwisata. Di sana tidak hanya hotel dan *guest house* saja, tetapi ada juga toko *souvenir*, *travel biro*, *money changer*, *restourant*, *gallery* dan lainnya. Konsekuensi jamurnya usaha di bidang industri pariwisata tersebut maka terjadilah persaingan untuk berebut pasaran secara berlebihan. Boleh dikata, bisnis uang yang menjadi tujuan utama mereka. Sudah barang tentu, pengaruh pola pikir yang semata-mata hanya mendewakan materi (*profit oriented*) akan mengakibatkan mengendornya kesetia-kawanan dalam interaksi sosialnya. Dengan kata lain, kini sifat individualistis relatif menonjol.

1. Strategi Menjaring Tamu

Mengingat yang menjadi prioritas mereka saat ini adalah bisnis maka topik yang relevan dikedepankan adalah bagaimana caranya merebut peluang pasar untuk memperoleh tamu sebanyak-banyaknya. Berdasarkan hal tersebut, di bawah ini berturut-turut akan diuraikan mengenai perilaku karyawan industri pariwisata hotel, usaha wisata, restoran, jasa transportasi dan jasa pemandu dalam mencari strategi menjaring tamu.

a. Hotel

Ada beberapa strategi atau cara yang ditempuh oleh kalangan pengusaha penginapan di Jalan Prawirotaman antara lain: mengintensifkan berbagai promosi dengan cara penempelan *stiker* atau menyebarkan *brosur*, pemasangan iklan di beberapa *media massa*, dan *booklet*. Cara lainnya adalah menjalin relasi sebanyak mungkin melalui sekolah ataupun agen *travel biro*. Selain itu, ada upaya pemberian bonus kepada para karyawan berupa *tip* (*persenan*), juga komisi pada *guide* atau siapa pun yang berhasil mengantarkan tamu (wisatawan).

"Adanya sistem bonus (*tip*) tersebut ternyata mampu menumbuhkan

semangat dan kreativitas para *guide*, *calo* yang bertugas membawa para tamu. Besar-kecilnya pemberian komisi (*persenan*) dari para pengusaha hotel pada akhirnya merangsang tumbuhnya persaingan yang tidak sehat. Wajar manakala kemudian para *calo* cenderung mengantarkan tamu-tamu ke hotel yang bersedia memberi komisi tertinggi yakni antara 40 - 50 %. Dengan demikian muncul istilah khas di kalangan mereka (*calo*) tersebut: “*Brengose pira?* komisinya berapa besar.”

Strategi lain yang diterapkan oleh pengusaha hotel adalah mencoba bersikap ramah-tamah tatkala memberikan pelayanan kepada setiap tamu yang datang disertai sikap murah senyum, tegur sapa, selalu menjaga kebersihan lingkungannya, menata keindahan (dekorasi) tata ruang secara lebih artistik, dan keberanian perang tarip. Adanya *service* yang baik serta memuaskan, mereka berharap tamu yang bersangkutan akan datang lagi menginap manakala berkunjung ke kota Yogyakarta lagi.

b. Usaha Wisata

Sikap dan perilaku dari pengusaha wisata dalam strategi menjaring tamu adalah memberikan pelayanan sebaik mungkin terhadap para tamu (konsumen), diantaranya berusaha memberikan kesan kewibawaan, ramah-tamah, disiplin, dan berusaha memberikan informasi yang sehat (tidak bertele-tele dan menyesatkan) kepada para tamu. Jelas faktor ini amat penting karena umumnya para tamu tidak sudi dibuat *bulan-bulanan* (*ketipu*). Jika ini sampai terjadi, dapat dipastikan mereka akan *kapok* selamanya. Sementara itu, kiat-kiat yang diperagakan oleh pengusaha *souvenir* (*gallery*) tidak jauh berbeda, antara lain: menjaga kualitas (mutu) barang yang dijual, mengambil keuntungan secara proporsional mengingat persaingan yang ketat di antara mereka. Selain itu, mereka juga berusaha menjalin hubungan dengan hotel, *travel*, pemandu, dan para tukang becak. Jalinan hubungan ini dicerminkan pada pemberian komisi atau istilah *brengos* tadi.

Di samping berbagai cara yang telah ditempuh tadi, pemilik toko *souvenir* juga berupaya menambah dan menata koleksi barang-barang kerajinan yang dijualkannya, selain itu juga mempermudah sistem pembayaran dengan cara menerima *credit card* dan bayaran berupa mata uang yang dibelanjakan Wisman. Hal ini sesuai pendapat responden (mas Dadang) bahwa, masyarakat yang bekerja di bidang jasa seperti hotel, rumah makan, *art shop* dan sebagainya, juga tidak jarang memperoleh bayaran berupa mata uang asing \$ AS dan ini tidak menjadikan masalah karena di Prawirotaman terdapat atau tersedia fasilitas penukaran uang asing, ia melayani 25 jenis mata uang

asing dari berbagai negara.

Kemudian untuk lebih meyakinkan pada para tamu, khususnya untuk perajin batik perlu memperlihatkan tahap *processing* pembuatannya, selain menjaga mutu dan kreasi motifnya. Dan terlihat proses pembuatan batik tulis di Prawirotaman juga dikhususkan secara komersial kepada wisatawan yang berminat.



Gambar 18. Salah satu fasilitas jasa penukaran uang dan informasi turist di Prawirotaman

c. Restoran

Demikian juga bagi pengusaha *restaurant*, strategi yang diterapkan adalah menjalin kerjasama dengan para pengusaha industri pariwisata lainnya. Faktor lainnya adalah senantiasa menyediakan menu yang baru (tidak basi) dengan resep-resep masakan ala Barat maupun lokal (tradisional). Yang tidak kalah pentingnya lagi adalah bersikap ramah-tamah dan menjaga sanitasi (kebersihan) seperti disampaikan oleh responden Mbak Made bahwa, para tamu, khususnya turis asing paling takut kalau mereka itu terserang penyakit perut. Oleh sebab itu, dalam menyajikan menu harus dijaga kebersihan dan kesehatannya agar mereka tidak *kapok jajan* di sini.

Sehubungan dengan itu, berikut ini juga akan dikemukakan komentar dari salah seorang tamu asing berkewarga-negeraan Amerika Serikat, yakni Miss Nia Linda Fliam dan California. Ia paling merasa ngeri jika terserang sakit perut dan panas di cuaca panas seperti halnya di Indonesia yang notabene beriklim tropis ini.

Beranjak dari salah satu kasus tersebut maka strategi yang mesti

dilakukan oleh pengusaha industri pariwisata, khususnya yang bergerak di bidang *restaurant* harus ekstra hati-hati, baik dalam upaya *menggaet* para tamu, maupun dalam hal menyajikan menu yang bersih dan sehat.

d. *Jasa Pemandu*

Di kalangan para pemandu atau pramuwisata, rupa-rupanya juga punya jurus-jurus tertentu dalam upaya *menggaet* para tamu. Dari keterangan sebagian besar (88,3 %) responden, diperoleh gambaran sekilas bahwa usaha yang bergerak di bidang pariwisata, khususnya jasa pemandu memang membutuhkan persyaratan utama, yakni penguasaan bahasa asing, penampilan yang menarik, sopan, disiplin, dan punya referensi budaya Nusantara.

Memang sekilas jasa pemandu itu tidak mengandalkan materi sebagaimana usaha industri pariwisata lainnya. Namun, kenyataannya jasa pemandu tersebut sama sekali tidak boleh dipandang remeh karena sbenarnya mereka itu sangatlah potensial sebagaimana dikatakan oleh salah seorang pemilik hotel, Sunarko. Sebagai pengusaha hotel, kita harus membina hubungan baik dengan para pemandu sebab banyak-sedikitnya tamu yang datang menginap, salah satunya ditentukan oleh jasa pemandu tersebut.

e. *Jasa Transportasi*

Di bidang jasa transportasi, perilaku bisnis yang diterapkan adalah memberikan pelayanan sebaik mungkin, antara lain selalu menjaga kesehatan kendaraan agar tidak *rewel* di jalan. Selain itu, juga berusaha menjalin hubungan kerjasama dengan para pemandu, pemilik penginapan (hotel, losmen), serta penempelan *stiker* di beberapa tempat yang dipandang cukup strategis. Perlu juga dijaga jangan sampai pemakai kecewa saat melakukan *tour*. Selain itu, faktor kedisiplinan harus selalu dijaga seperti yang diutarakan oleh pemilik Agung Travel bahwa, disiplin dan *service* kendaraan harus dijaga. Untuk itu, ia berusaha agar kendaraan selalu baru, paling tidak menggunakan jenis Mitsubishi keluaran (produk) 90-an ke atas lengkap dengan fasilitas AC.

Di samping menyediakan sarana kendaraan yang *fit*, yang tidak kalah pentingnya adalah faktor sopir (*driver*). Untuk yang satu ini, mestinya harus dipilih yang benar-benar profesional agar tidak mengecewakan dalam melayani para tamu ataupun pemakai.

Seperti halnya pada *restourant*, di mana dipajang berbagai macam menu beserta daftar harganya, pada jasa transportasi ini pun perlu dibuatkan pula penjabaran rincian biaya, jenis kendaraan, lokasi tujuan, dan fasilitas akomodasinya. Tentu saja, daftar semacam ini bermanfaat memberikan

kepastian kepada para pemakai. Itulah beberapa perilaku dan metode para pengusaha industri pariwisata hotel, usaha wisata, restoran, jasa pemandu, dan jasa transportasi di daerah penelitian. Berikut ini akan disajikan beberapa kendala di bidang industri pariwisata khususnya.

2. Berbagai Kendala dan Cara Mengatasinya

Berdasarkan pengakuan beberapa responden, secara implikatif terkandung keluhan mengenai munculnya kendala atau hambatan yang sifatnya sangat merugikan bagi usaha di bidang industri pariwisata, antara lain: hotel, usaha wisata, restoran, jasa pemandu, dan jasa transportasi. Berikut ini, kelima usaha di bidang industri kepariwisataan tersebut akan disoroti satu per satu.

a. Hotel

Implikasi dari segala daya dalam hal menarik para wisatawan di lingkungan industri pariwisata Prowiroataman ini adalah munculnya berbagai persaingan yang cenderung kurang sehat, misalnya di antara pengusaha hotel tidak ada keseragaman dalam hal pemberian bonus atau komisi, ada yang empat puluh persen, bahkan ada yang mencapai lima puluh persen. Praktek semacam itu menyebabkan harga kamar di sana menjadi tinggi. Lebih parah lagi, para sopir becak pun dengan berbagai cara seakan memaksa tamu agar *check in* di hotel yang sanggup memberikan komisi tinggi kepada mereka. Kenyataan demikian itu kadang-kadang menimbulkan ketidakpuasan bagi para tamu. Mengapa demikian? pertama, besarnya komisi yang diterima mengakibatkan tingginya tarif kamar hotel; kedua, akibat komisi tersebut, otomatis pemilik hotel hanya memperoleh untung pas-pasan saja sehingga pada gilirannya berpengaruh pada mutu pelayanan akomodasi dan fasilitas lainnya yang kurang memuaskan.

b. Usaha Wisata

Di bidang usaha wisata yakni toko-toko *souvenir* dan *gallery* yang berada di daerah industri pariwisata Prowiroataman boleh dikata kurang inovatif sehubungan dengan beberapa barang kerajinan yang dipajang (*display*). Selain itu, juga kurangnya kadar kualitas barang (*barang kodhen*) sehingga mengurangi daya tarik pengunjung.

Pada halaman terdahulu telah disinggung bahwa Indonesia saat ini sedang mengembangkan sektor pariwisata. Usaha ini berpangkal dari kesadaran bahwa banyak potensi alam dan budaya yang dapat dimanfaatkan

menjadi obyek wisata. Pemerintah senantiasa berupaya memanfaatkan penerimaan devisa negara. Bahkan, pemerintah telah bertekad pula menjadikan sektor pariwisata sebagai penghasil devisa utama negara menggantikan sektor migas demi menjaga kelangsungan pembangunan.

Dalam GBHN 1993, khususnya pada bab IV ditegaskan bahwa pembangunan kepariwisataan diarahkan pada peningkatan pariwisata menjadi sektor andalan yang mampu menggerakkan kegiatan ekonomi, termasuk sektor lain yang terkait. Dari sini diharapkan tercipta lapangan kerja baru yang nantinya berdampak positif bagi pendapatan masyarakat, pendapatan daerah yang akhirnya juga bermuara pada pendapatan negara.

Kiranya amanat yang tercantum pada GBHN 1993 itulah yang saat ini menjadi pedoman bagi pemerintah dalam melaksanakan pembangunan kepariwisataan nasional. Kenyataannya, saat ini pemerintah telah melakukan berbagai usaha. Peraturan dan kebijakan deregulasi yang mendukung perkembangan pariwisata digulirkan agar tujuan yang telah ditetapkan tercapai. Usaha tersebut tampaknya telah membawa hasil sesuai target. Tahun demi tahun, jumlah wisatawan terus meningkat. Pada kurun waktu sepuluh tahun terakhir ini, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia setiap tahun mengalami peningkatan sebesar kurang-lebih empat belas persen. Demikian juga pemasukan devisanya pada tahun 1995 meningkat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Atas dasar pengalaman tersebut, konsekuensinya daya dukung pariwisata seperti kondisi dan keadaan alam daerah wisata perlu dipelihara, dipupuk agar senantiasa tampak alami dan lestari (asri).

Telah disinggung di bagian muka bahwa pariwisata merupakan bidang yang perkembangannya sangat tergantung pada kondisi dan keadaan lingkungannya. Kualitas lingkungan mempengaruhi jumlah wisatawan yang berkunjung ataupun lama tinggalnya. Tanpa lingkungan yang baik atau asri, nisacaya pariwisata akan dapat berkembang. Lingkungan hidup dan berbagai peninggalan purbakala serta budaya ini merupakan sebagian dari faktor pendukung kepariwisataan untuk berkreasi. Secara harfiah, istilah rekreasi berarti menciptakan kembali. Jadi, dengan berwisata, kira-kira orang ingin menciptakan kembali atau memulihkan kembali kondisi jasmani maupun rohaniannya. Ini dilakukan setelah mereka melakukan aktivitas sehari-hari (rutinitas).

Yogyakarta dengan keunikan dan kekhasannya yang dimiliki ternyata telah menarik perhatian wisatawan setelah pesona Pulau Bali. Banyak wisatawan yang berkunjung ke kota ini setelah mereka mengunjungi Pulau Dewata. Begitu pula sebaliknya, Yogyakarta kadangkala sebagai daerah transit bagi mereka yang akan mengunjungi Bali. Tidak sedikit di antara wisatawan

asing yang berkunjung di Kota Gudeg ini sekedar ingin menikmati berbagai keunikannya.

Potensi obyek wisata yang ada di kota Yogyakarta memang sangat bervariasi, baik dilihat dari pesona alamnya, peninggalan kepurbakalaannya, seniman, kebudayaannya. Potensi alam tersebut dapat kita saksikan apabila kita mengarahkan pandang ke arah utara, di sana ada gunung Merapi yang masih aktif berikut dengan Kaliurang yang selalu dipenuhi pengunjung, selain adanya mata air yang disebut Tlogo Muncar, Nirmolo, dan Tlogo Putri. Pemandangan atau panorama tersebut paling tidak merupakan pesona tersendiri bagi wisatawan.

Selain itu, jika arah pandang kita menuju selatan kira-kira 19 km akan sampai di kawasan Pantai Parangtritis (Paris) dan Pantai Parangkusuma. Potensi alam ini tidak pernah sepi pengunjung. Profil pantai yang permukaannya sangat landai dan lebar memang memungkinkan untuk menampung banyak wisatawan. Di pantai ini pun, para wisatawan dapat menikmati pemandangan menelusuri sepanjang pantai dengan memanfaatkan jasa transportasi tradisional, seperti *dokar (andhong)* pantai sekali putar dengan tarif Rp 4.000,-. Selain itu, dapat pula menikmati *kuda tunggangan* yang telah disediakan oleh penduduk sekitar. Di sana juga telah disediakan fasilitas kamar mandi air tawar guna membersihkan badan yang terkena air laut dan pasir sewaktu mandi di pantai dengan tarif sekali mandi Rp 500,- per orang. Jika ingin bermalam, di sana pun telah tersedia jasa penginapan atau hotel dengan kapasitas yang lumayan baik dan murah rata-rata per malamnya Rp 7.500,- per kamar. Demikian juga halnya dengan penyediaan sarana transportasi relatif cukup, di sana ada kendaraan umum, seperti bus besar dan mini bus.

Menurut Kanwil Departemen Pariwisata Pos dan Telekomunikasi Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (1997: 9), bahwa kawasan Pantai Parangtritis memiliki potensi wisata yang dapat dijadikan andalan pariwisata di Propinsi D I Y (khusus wisatawan nusantara) karena letaknya tidak jauh dari kota (27 km) dan keanekaragaman obyek dan daya tarik wisata (Padang Pasir Parangtritis, Parang Wedang, Gua langse, Dataran tinggi Gambirowati, dan Makam Syeh Bela Belu). Selain Parangtritis, sebenarnya masih ada lagi pantai berpotensi yang berada di kawasan Yogyakarta ini, yang tepatnya di Kabupaten Gunungkidul misalnya Baron, Kukup, dan Krakal, di Kabupaten Bantul Pantai Samas, dan di Kabupaten Kulonprogo Pantai Glagah, Trisik, dan Congot.

Peninggalan purbakala juga banyak bercokol di kota Yogyakarta ini. Secara fisik dapat kita lihat berbagai peninggalan kuna yang ada, seperti Beteng Vredeberg, Beteng Tamansari, dan museum yang menyimpan berbagai

barang kuna (antik). Jadi, tidak terlalu salah kalau ada sementara orang yang menyebut kota Yogyakarta ini sebagai Indonesia mini. Dengan predikat sebagai kota pelajar dan budaya jelas menggambarkan kota ini merupakan daerah tujuan para pelajar yang berasal dari berbagai penjuru. Walaupun Yogyakarta ini tidak memiliki candi, seperti halnya Jawa Tengah, tetapi kenyataannya Yogyakarta masih tetap sebagai Daerah Tujuan Wisata (DTW). Setelah itu, barulah wisatawan melanjutkan *tour* ke Candi Borobudur dan Prambanan sekaligus menikmati pementasan sendratari Ramayana.

Potensi lainnya yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah bercokolnya para seniman. Yogyakarta terkenal sebagai *Kawah Condrodimuka* para seniman *kondhang*, seperti Affandi, Amri Yahya, Ardiyanto, Harjiman, dan Sapto Hudaya. Tidak ketinggalan seniman muda, seperti WH. Kabul, Isnia dan masih banyak lagi seniman yang tinggal di seputar Ngasem dan Tamansari. Belum lagi dihitung munculnya seniman-seniman jalanan yang beroperasi di sepanjang Jalan Malioboro.

Dipandang dari perspektif budaya, keraton sebagai sentrum dan penyangga budaya daerah tidaklah kecil andilnya. Jadi, selalu ada kenangan tersendiri di hati wisatawan tentang *keraton Ngayogyakarta Hadiningrat*. Aneka ragam kesenian tradisional kerap ditampilkan untuk memberi suguhan pada wisatawan, mulai dari pertunjukan wayang kulit, wayang orang, maupun atraksi kesenian lainnya. Pertunjukan tari-tarian diiringi gamelan secara *live* juga membuat wisatawan makin *krasan* untuk menikmatinya. Banyaknya atraksi seni tradisional ini ternyata merangsang wisatawan, khususnya turis asing yang tertarik untuk belajar mendalaminya. dari informasi yang diperoleh, selama ini banyak turis asing yang belajar menari di Pendapa Joyokusuman dan Padepokan Bagong Kusudiarjo. Sedang untuk seni batik dan lukis, banyak yang belajar di Ngasem dan tamansari. Untuk motif tradisional umumnya belajar di kawasan batik Prawirotaman. Pemerintah (Bidang Kesenian Depdikbud) menjalin kerjasama dengan Australia berupa pertukaran pelajar untuk mempelajari seni batik tradisional dan cap. Ada pun seniman yang ditunjuk sebagai wakil Indonesia adalah 'Bhrahma Tirta Sari Batik.'

Fenomena tadi menunjukkan bahwa kota Yogyakarta memang sangat potensial dari segi kapariwisataannya. Ini juga dibuktikan dengan banyaknya para turis asing yang tinggal di sekitar daerah obyek wisata untuk memperdalam pengetahuannya tentang adat budaya Jawa khususnya. Tidak sedikit di antaranya yang kemudian mengikuti kursus-kursus, seperti batik, lukis, tari, karawitan, dan seni pedhalangan. Bahkan, karena begitu intensnya pergaulan di antara mereka maka ada juga yang akhirnya membina mahligai rumah tangga dengan warga kota Yogyakarta ini. Di muka telah diuraikan

bahwa hubungan yang sampai membina mahligai rumah tangga adalah pemilik restoran Hanoman Forest.

c. Restoran

Berbagai kendala juga menimpa salah satu bidang industri pariwisata ini, yaitu usaha restoran, misalnya ada wisatawan asing yang mabuk berat di Hotel Matahari yang terpaksa berurusan dengan polisi karena dirasa telah mengganggu pengunjung lainnya (*mabuk* dan kemudian *ngamuk*). Bahkan, ada yang berbuat asusila terhadap salah satu karyawan hotel tersebut. Mula-mula tamu tersebut iseng lalu mengajak kencan pelayan putri tersebut. Pemandangan yang lebih seru lagi, tatkala lewat tengah malam, banyak para turis (pasangan muda-mudi) yang berkeliaran sambil berangkulan mesra dengan pakian seenaknya (setengah polos). Nah, apalagi yang mereka lakukan kalau bukan adegan *bule mabuk* di sembarang tempat yang sangat tidak etis bagi budaya ketimuran kita.

Mengingat adegan *serem* itu terjadi hampir setiap malam maka masyarakat sekitar boleh dikata sudah terbiasakan menyaksikannya. Jelas bahwa lama-kelamaan, para karyawan industri pariwisata dan masyarakat setempat akan terpengaruh pola berpikir dan gaya hidupnya (*westernisasi*). Kita lihat di restoran-restoran, hampir setiap unit meja diterangi dengan sinar lampu yang cenderung remang-remang yang memang mengasyikan bagi pasangan muda-mudi untuk *indehoy*, begitu tidak ada lagi istilah *risih* atau *ewuh-pakewuh* pada orang yang menyaksikan adegan 21 tahun ke atas tersebut. Ironisnya, pemilik restoran pun, pada umumnya tidak ambil pusing, yang penting ada uang masuk, beres. Berikut ini akan disajikan penuturan dari salah seorang responden pemilik hotel dan restoran, Mbak Lina.

“Terus-terang saja, bagi kami tidak menjadi persoalan. Apa yang dilakukan oleh mereka itu mungkin sudah biasa di negaranya. Yang penting, sikap dan perilaku mereka itu tidak merugikan. harus disadari, mereka itu adalah tamu-tamu kami”

Selain berbagai kendala-kendala tersebut di atas, di daerah penelitian ada salah satu restoran dan *Bar* yang belum mempunyai HO atau belum punya izin resmi dari pemerintah. Restoran dan *Bar* tersebut melakukan kegiatan usahanya yang sampai larut malam, kemudian pada suatu saat restoran dan *Bar* tersebut *digrebeg* oleh pemuda setempat dan seterusnya terpaksa harus melibatkan aparat keamanan (polisi).



Gambar 19. Salah satu restoran dan Bar yang ada di Prowirotan yang belum mempunyai HO

d. Jasa Pemandu

Bagi mereka yang berkecimpung di bidang jasa pemandu (pramuwisata), tampaknya juga tidak lepas dari berbagai persoalan yang kadang menimbulkan ketegangan di antara mereka. Salah satunya mungkin disebabkan makin menjamurnya pemandu-pemandu liar di sana. Sering mereka dicap sebagai kambing hitam yang menimbulkan keonaran di sana-sini, baik bagi para tamu maupun pihak pengusaha wisata lainnya. Misalnya, adanya kasus pemerasan terhadap para tamu dengan cara meminta komisi relatif tinggi. Tidak jarang masuk laporan dari wisatawan yang merasa ditipu mentah-mentah oleh mereka itu. Selain itu, mengingat di kalangan intern juga sering terjadi perselisihan maka dampaknya juga merembet pada *guide-guide* resmi.

Seperti yang telah disampaikan oleh responden Gepeng (36 tahun) bahwa, pendapatan pramuwisata atau pemanu yang berlesensi atau resmi/izin dalam suatu paket wisata adalah sebagai berikut: (1) bayaran tiap jam kerja Rp 3.500,00 untuk setiap wisman, sedangkan bukan untuk group besarnya Rp 3.000,00, (3) komisi dari harga batik lukis dalam art shop khusus batik 40 %, (3) komisi dari toko batik sebesar 20-25 %, (4) komisi dari barang-barang yang dijual dalam toko antik (*antique shop*) sebesar 20 %, (5) komisi keris yang dijual dalam toko yang khusus keris 40 %, (6) komisi dari rumah makan sebesar 10 % atau mendapat kesempatan makan gratis di rumah makan itu, dan (7) gratis bermalam di hotel tempat wisatawan tinggal.

Melihat fenomena seperti itu, jelas bahwa pada jasa sektor ini pun banyak ketegangan yang mereka hadapi, saling bersaing satu lain. Munculnya persaingan yang tidak sehat ini akan berakibat salah satu unsur yang ada dalam Sapta Pesona diabaikan. Keramah-tamahan sudah tidak lagi digubris, mereka mengejar-ngejar para tamu yang baru saja *check in* maupun mereka yang akan mengadakan *tour* ke berbagai obyek wisata. Perilaku negatif di antara para penjual jasa tersebut akhirnya menyebabkan sulit terwujudnya rasa keadilan dan kekompakan. Boleh dikata, ada pemandu yang selalu mendapat tamu, tetapi tidak bagi pemandu lainnya. Kejadian semacam itu mungkin juga dikarenakan belum adanya organisasi atau semacam wadah yang mengaturnya sehingga aturan main di antara mereka itu menjadi tidak jelas. Oleh sebab itu, wajar terjadi ketidak-merataan pembagian jatah di kalangan mereka.

e. Jasa Transportasi

Pada dekade sekarang ini, banyak pengusaha yang bergerak di bidang ini. Di kawasan Prawirotaman saja, boleh dibilang hampir setiap penginapan selalu menyediakan sarana tranport, baik ditangani (milik) sendiri maupun atas kerjasama dengan biro lain. Dengan begitu, para tamu tidak perlu repot-repot mencari kendaraan sendiri manakala akan berpergian. Pelayanan hotel boleh dikata *all in* atau *full service*, begitu. Akhirnya persaingan di antara mereka kian kompetitif sebagaimana dikatakan oleh salah seorang pemilik usaha transportasi, Mas Agung bahwa, apa mau dikata, memang persaingan antarbiro perjalanan itu makin ketat, baik di segi akomodasi maupun tarifnya. Praktis, bagi mereka yang tergolong pemilik modal kuat akan keluar sebagai pemenangnya.

Langkah antisipatif dalam menanggapi situasi yang sedemikian itu, maka sikap yang dilakukan oleh para pengusaha biro transportasi dan *travel*, antara lain: menjalin kerjasama dengan sesama pengusaha sepropinsi berupa membuat kesepakatan tentang brosur tarif perjalanan. Memang, paling tidak harus ada keseragaman di bidang jasa ini untuk mengatasi perilaku 'berebut tulang' di antara mereka. Selain itu, pengusaha transportasi yang notabene berada di luar kelompok (*outsider*) sulit untuk masuk ke kawasan Prawirotaman ini. Namun, lagi-lagi memang faktor kuat tidaknya segi permodalan yang menjadi biang keladi munculnya persoalan karena pemilik modal *gedhe* otomatis lebih mampu menyediakan sarana secara lebih baik dan memuaskan konsumen.

Di samping modal harus besar, ada kendala lain lagi, yakni aspek komunikasi. Kadang-kadang dari segi bahasa masih tampak kelemahan di

sana-sini sebab tidak hanya bahasa Inggris saja yang dalam prakteknya mendominasi komunikasi di kawasan Prawirotaman ini. Kita tahu, tamu-tamu yang datang berasal dari berbagai penjuru dunia. Memang tak salah kalau dikatakan bahwa modal yang satu ini memang tak seberat modal yang pertama, tetapi akan lebih sempurna kalau menguasai kedua aspek pokok tersebut (*loro-loroning atunggal*).

Menyadari adanya berbagai kendala yang dialami oleh masing-masing jenis usaha wisata itu maka strategi antisipatifnya yang kini diterapkan, antara lain berupaya mencari tambahan (obyek sampingan) berupa jenis usaha yang serupa atau seirama dengan usaha pokoknya, demikian langkah yang dilakukan di bidang hotel. Usaha tersebut, diantaranya melakukan merger dengan para seniman, baik yang modern sifatnya, seperti usaha *bar cafe corner* dengan menyuguhkan atraksi musik *band* ataupun musik tradisional (gamelan dan tarian). Selain untuk menambah *income*, juga merupakan daya tarik bagi para tamu yang menginap. Jelasnya, segala daya dilakukan agar dapat menjaring tamu yang masuk. Ibarat lebih lama tinggal di kamar, lebih banyak pula uang yang ditinggalkannya.

Ada pepatah mengatakan "Tamu adalah Raja". Karenanya, dalam memberikan pelayanan pun harus mendapatkan porsi perhatian utama supaya tamu tidak *gela* atau kecewa. Kebersihan selalu dijaga, disiplin, ramah-tamah, dan melengkapi fasilitas pendukung lainnya. Seperti sarana kolam renang juga merupakan salah satu daya tarik bagi wisatawan. Yang penting disini, janganlah sampai bersikap menghalalkan segala cara, itu saja.

Berbeda halnya dengan usaha wisata di bidang *souvenir* dan *gallery*, disamping mengupayakan peningkatan kuantitas dan mutu produk, juga harus memberikan semacam diskon harga. Pemberian komisi pun pantang dihitungkan kalau ingin para pemandu selalu membawa tamunya berbelanja (*shopping*) di tokonya. Faktor lainnya yang tak kalah pentingnya adalah selalu menata barang-barang dagangannya agar kelihatan rapi dan menarik, misalnya dimasukkan dalam almari kaca atau kaca bahkan dalam sebuah peti untuk menimbulkan aspek kewibawaan. Otomatis apresiasi para tamu terhadap barang-barang dagangan tersebut akan meningkat, dianggap berkualitas dan punya bobot (nilai) seni tinggi, tidak asal-asalan. Hal lain yang tak boleh dikesampingkan, antara lain : memupuk rasa percaya diri, menjalin hubungan dengan para pemandu, hotel, biro jasa lainnya, dan menata dekorasi barang sedemikian rupa sehingga menimbulkan kesan improvisif bagi calon pelanggan. Misalnya, masing-masing produk itu diklasifikasikan berdasarkan corak seni yang berbeda satu dengan yang lainnya sebagaimana dikatakan oleh salah seorang wisatawan mancanegara yang berasal dari negara Australia, James,

bahwa ia merasa bingung ketika melihat barang-barang yang dipajang di *show room* Erlangga sebab semuanya relatif bagus, mestinya ada barang yang terbagus yang ditempatkan di sudut yang berbeda sehingga calon pembeli tidak terlalu repot memilihnya.

Dengan demikian, kepuasan para tamu dengan pelayan yang baik dari penjaja *souvenir* merupakan nilai plus tersendiri bagi para pembeli. Langkah-langkah yang ditempuh, antara lain : berupaya selalu menampilkan barang-barang produk lokal yang bermutu, menyambut tamu dengan sikap yang menarik dan menyenangkan. Ingatlah kata pepatah “Banyak tamu banyak rejeki”.

3. Tanggapan Responden

Berdasarkan hasil lapangan dari sebanyak 60 responden yang ditemui, sebanyak 49 orang di antaranya atau 81,7 % menilai positif (baik) berkenaan dengan perilaku para karyawan di bidang industri pariwisata, baik mereka yang bekerja di hotel, usaha wisata, restoran, jasa transportasi, atau pun jasa pemandu (pramuwisata). Berdasarkan presentase tersebut ada beberapa alasan yang dikemukakan responden untuk mendukung kriteria tersebut, antara lain : (a) Perilaku karyawan rata-rata sopan; (b) Disiplin berkaitan dengan budaya bersih, keamanan wisatawan, dan yang penting tidak mengganggu masyarakat sekitar; dan (c) Ramah-tamah, misalnya mau menegur apabila bertemu dengan warga sekitar, bersedia membaur dengan kegiatan sosial, dan bersedia memberikan informasi secara benar kepada para tamu.

Namun demikian, ada sebanyak 11 orang atau 18,3 % di antara responden yang mengatakan bahwa perilaku karyawan di bidang industri pariwisata itu secara umum masih memprihatinkan atau kurang baik, hal ini dengan alasan pernah terjadi keributan yang bersifat negatif di antara karyawan, Karyawan pariwisata umumnya mencari keuntungan sendiri dan sampai pernah terjadi pemandu-pemandu di kejar-kejar oleh masyarakat sekitar karena berbuat asusila. Selain itu ada perilaku karyawan industri pariwisata yang seenaknya. Oleh karena itu untuk menjaga citra Yogyakarta sebagai kota budaya maka dipandang perlu diadakan pembinaan berkaitan dengan sikap mental para karyawan-karyawan tersebut agar mampu memainkan peran sebagaimana layaknya *tuan rumah yang baik* dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan domestik maupun mancanegara.

Selain hal tersebut ternyata selama ini muncul beberapa kasus yang sangat memalukan, antara lain : terjadinya keributan intern di kalangan para karyawan akibat potensi konflik di bidang industri pariwisata yang kian meningkat itu. Kasus lainnya, ada karyawan salah satu restoran yang dikenal bisa di bawa oleh para tamu *dibooking (dicarter)* seperti layaknya pelayanan

seorang pramunikmat (WTS). Kejadian lainnya adalah sikap memaksa para pemandu agar tamu yang bersangkutan mau *check in* dan belanja di tempat tertentu yang notabene bersedia memberikan komisi tinggi kepada mereka (*profit oriented*). Selain itu, ada di antara mereka yang pernah berbuat cabul dengan salah seorang warga masyarakat setempat. Untuk lebih jelasnya dan lebih rinci tentang perilaku karyawan di sektor industri pariwisata dapat dilihat pada tabel IV, berikut ini.

Tabel IV.1
Pendapat Responden Tentang Perilaku Karyawan
Industri Pariwisata Yang Ada di Prawirotaman

No.	Perilaku	Jumlah	%
1.	baik	13	21,7
2.	cukup baik	36	60,0
3.	kurang baik	11	18,5
	jumlah	60	100,0

Sumber: Data primer, tahun 1997

Sementara bila dilihat dari motivasi-motivasi mereka karyawan yang bekerja di sektor industri pariwisata yakni hotel, usaha wisata, restoran, jasa pemandu dan jasa transportasi maka persentase tertinggi adalah mereka menyatakan mencari pengalaman. Secara rinci dapat dilihat pada tabel IV.2.

Tabel IV.2
Motivasi Karyawan (responden) bekerja di Sektor
Industri Pariwisata Prawirotaman, tahun 1997

No.	Motivasi Responden	Jumlah	%
1.	Mencari pengalaman dan mengembangkan bakat yang dimiliki	12	40,0
2.	Mengikuti usaha famili yang sudah dulu mengerjakan	9	30,0
3.	Mengikuti perkembangan situasi wilayah	3	10,0
4.	Ajakan teman	6	20,0
	Jumlah	30	100,0

Sumber: Data primer, tahun 1997

Berdasarkan tabel IV.2, menunjukkan persentase tertinggi (40,0 %) motivasi karyawan yang bekerja di bidang industri pariwisata adalah mencari pengalaman dan untuk mengembangkan bakat yang telah dimiliki, kemudian diikuti mereka yang mengatakan mengikuti usaha famili-famili yang sudah dulu mengerjakannya yakni sebesar 30,0 %. Alasan ini mungkin saja terjadi, karena di wilayah jalan Prawirotnaman dalam sub bab sebelumnya sudah diuraikan yakni pengusaha batik yang beralih profesi sebagai penginapan, dan ternyata hingga sampai sekarang di Prawirotnaman pun pengusaha yang bekerja di bidang jasa industri pariwisata tersebut pada umumnya masih dalam satu trah atau regenerasi. Dengan demikian sudah sepatutnya alasan karyawan tersebut yakni mengikuti usaha famili persentasenya juga tinggi.

B. BENDA-BENDA BUDAYA SUKU BANGSA DI SEKTOR INDUSTRI PARIWISATA

Dalam sub bab pembahasan tentang benda-benda budaya ini akan diuraikan secara lebih teliti tentang jenis produk, bahan baku, dan tanggapan responden. Ada pun sektor industri yang dimaksudkan di sini, antara lain: hotel, usaha wisata, restoran, jasa transportasi, dan jasa pemandu.

1. Jenis Produk

Dipandang dari sudut jenisnya, sesungguhnya ada berbagai produk budaya Jawa yang dipajang di berbagai sektor industri pariwisata di kawasan Prawirotnaman ini, antara lain: (a) *Hotel*: lukisan batik, cat, tenun, dan gambar prajurit keraton; Barang-barang antik, seperti almari, meja, kursi, dan lampu; Berbagai kerajinan keramik dari Kasongan dan tembikar (*pottery*); Patung; Wayang kulit, *golek*, dan *klithik*; Foto-foto peninggalan budaya; dan gamelan sebagai iringan tari-tarian; (b) *Usaha wisata*: patung; topeng; wayang kulit dan *golek*; keris; berbagai kerajinan perak Kotagede; berbagai kerajinan kulit, seperti ikat pinggang, tas, dompet, koper; berbagai kain batik, seperti batik tenun dan tulis; peta kota, foto obyek wisata di Yogyakarta, *booklet* wisata; dan makanan khas Indonesia ataupun menu luar negeri; (c) *Restoran*: gamelan untuk mengiringi atraksi tarian dan wayang orang; lukisan batik (tulis dan tenun); wayang kulit dan *golek*; kain batik; kursi bambu; makanan tradisional (*jajan pasar*), seperti *geplak* Bantul, *yangko*, *gudeg*, dan *bakpia* Patuk; (d) *Jasa Transportasi*: lukisan batik; foto obyek wisata DIY - Jawa Tengah, *booklet* wisata; dan (e) *Jasa Pemandu*: lukisan batik; pakaian (busana) nasional ataupun lokal (Jawa). Pernyataan responden tersebut juga senada apa yang dikatakan oleh salah satu informan Bapak Suprpto pemilik *guest house* parikesit bahwa, mengenai jenis-jenis kerajinan lokal yang ada di industri

pariwisata yang ada di Prowirotan cukup banyak dan baik, antara lain: layang-layang, wayang kulit, wayang golek, patung, topeng, batik, lukisan tenun, tikar, vas, keramik dan barang-barang antik. Adapun bahan-bahannya berasal dari kain, kayu, logam, gabus, dan tanah liat.

Ternyata di antara benda-benda budaya yang tersedia (*display*) di sektor industri pariwisata hotel, usaha wisata, restoran, jasa transportasi dan jasa pemandu di kawasan Prowirotan itu lebih didominasi oleh barang-barang kerajinan kulit dan batik dengan berbagai model. Seperti dalam hukum ekonomi '*supply and demand*' ada permintaan ada penawaran, itulah yang terjadi di kawasan ini.

2. Bahan Baku

Berdasarkan pengamatan di lapangan, ternyata benda-benda budaya Jawa yang dipajang di sektor industri pariwisata di kawasan Prowirotan ini dapat dikelompokkan menurut asal bahan bakunya, antara lain: kulit, kayu, tembaga, perak, kain, tanah liat, batu, dan daun pandan (*rasella*). Berturut-turut di bawah ini akan diuraikan mengenai bahan baku benda-benda budaya daerah.

a. Kayu

Benda-benda budaya yang terbuat dari bahan kayu tersebut, antara lain: patung yang dinamakan *Loro Blonyo* berupa sepasang patung yang terdiri dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan yang duduk bersanding mengenakan busana adat Jawa. Masih dari bahan baku kayu ini, bisa kita temukan alat permainan anak perempuan yang berupa *dakon* dengan bermacam kreasi seni ukirnya. Juga barang kerajinan topeng dengan berbagai jenis beserta karakternya masing-masing. Ada juga produk *wayang golek* berbagai jenis dan corak, dan masih banyak lagi barang ukir-ukiran yang berasal dari Jepara dan Bali. Hasil penelitian Pusat Penelitian Kebudayaan UGM bahwa perajin topeng, patung, wayang golek dan aneka kerajinan kayu dari Patuk Gunungkidul ini sejak tahun 1970 telah memusatkan perhatian dan konsentrasinya untuk memodifikasi aneka desain. Seiring dengan pesatnya industri pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta, Ismadi mengaku makin maju pula usahanya. Tentang desain otomatis berkembang sendiri tanpa khusus belajar, lebih lanjut dia mengatakan bahwa setiap bulannya memiliki omset kurang lebih 7 juta - 8 juta.

b. Kulit

Beberapa benda budaya yang terbuat dari bahan kulit yang ditemukan

di sektor industri pariwisata Prowirotaman ini, antara lain: wayang kulit, *kepet*, hiasan lampu, *dompet*, tas, gantungan kunci, sabuk, jaket, dan topi. Perlu diketahui bahwa di antara produk budaya yang berasal dari kulit ini bisa dibedakan yang terbuat dari kulit mentah ataupun dari kulit *matang* (kulit yang sudah diolah). Apabila dilihat dari jenis kreasinya, ternyata ada barang yang polos, ada pula yang dilengkapi dengan ukir-ukiran cat minyak ataupun tatah. Khusus untuk wayang kulit, bahkan lebih menarik lagi dengan menggunakan bahan cat kuning emas (*prodo mas*). Menurut Ki Sartono (KR, 1995: 7) bahwa, kerajinan sungging wayang di Gendeng Bangunjiwo, Kasihan, Bantul, meski stabil namun tetap promosi gethok tular, namun tetap ajeg mempromosikan kerajinan kulit sejak tahun 1967 hingga sekarang. Tidak terhitung berapa karyanya yang dikoleksi wisatawan mancanegara, lebih lanjut menurut dia bahwa banyak wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara mengoleksi wayang jenis legendaris seperti, tokoh Bima, Rama, Shinta, Jenaka, Sembodro dan lain-lainnya.

c. Tembaga

Ada pun benda-benda budaya yang terbuat dari bahan tembaga, diantaranya adalah gamelan kecil, *bendhe* patung, miniatur candi (Prambana dan Borobudur), kereta kecil (*andhong*) beserta kusir dan kuda penariknya dan masih banyak lagi lainnya yang dipajang di hotel, usaha wisata, restoran, ataupun di jasa transportasi yang ada di Prowirotaman.

d. Perak

Benda-benda budaya lainnya yang terbuat dari bahan tembaga yang dipajang oleh beberapa industri pariwisata di Prowirotaman ini, antara lain: berbagai bentuk kerajinan khas Jawa, seperti miniatur alat-alat transportasi tradisional (*gerobak*, *andhong/dokar*), juga aneka macam asesoris kaum wanita (gelang, kalung, cincin, anting-anitng, manik-manik).

e. Tanah Liat (Tembikar)

Ada beberapa jenis benda budaya yang bahan dasarnya terbuat dari tanah liat, antara lain barang-barang yang dinamakan gerabah (*pottery*): periuk-belanga, patung-patung yang menyerupai jenis hewan tertentu (fauna) dengan berbagai kreasi seninya, juga asbak kecil-kecil yang cukup artistik.

Benda-benda hasil karya seni budaya yang berasal dari daerah Kasongan, Bantul ini memang sangat bervariasi bentuknya. Sejak tahun 1980 telah memusatkan perhatian konsentrasinya untuk memodifikasi aneka desain. Sementara dalam hal pemasaran, kebetulan banyak wisatawan mancanegara

yang datang kemari.

f. Batu

Mengenai benda-benda budaya yang berasal dari bahan baku batu, antara lain: patung-patung kecil, seperti patung tokoh pewayangan, patung Budha yang sedang duduk bersila; juga miniatur candi-candi; patung hewan (fauna); dan berbagai jenis bebatuan yang berupa akik (batu mulia).

g. Kain

Untuk benda-benda budaya yang bahan bakunya berasal dari kain ini tergolong spesial di kawasan Prawirotaman. Hal ini dikarenakan daerah tersebut dulu merupakan sentra industri batik dan tenun yang kemudian beralih profesi lihat sub bab sebelumnya, sehingga mereka ini tidak mengalami kesulitan dalam berkarya seni. Betapa tidak, dengan kain boleh dikata mereka mampu menghasilkan uang yang tidak kecil jumlahnya. berbekal *coretan malam* di atas kanvas kain, mereka dapat menghasilkan karya seni yang luar biasa. Perlu diketahui bahwa salah satu penunjang utama di sektor kepariwisataan di Yogyakarta adalah abtik. Sulit memang untuk mengetahui seberapa mahal harga selembar kain batik mengingat nilai batik dilihat dari cara pembuatan dan juga melalui nilai (bobot) seninya. Di kawasan Prawirotaman ini, benda-benda budaya yang berasal dari kain yang diujakan di *showroom*, antara lain: kain sebagai bahan pakaian, busana siap pakai, jarit, kaos, selendang, tas, dan lukisan. Ada berbagai jenis lukisan, batik cap dan tulis. Untuk itu, nilai seni dan harganya pun tentu saja berbeda.

Menurut salah satu responden Atik (36 tahun) yakni karyawan sebuah toko souvenir, batik dan penginapan yang ada di Prawirotaman mengatakan bahwa, batik termasuk konveksi dan kerajinan kulit tetap merupakan bahan gift yang tetap. Alasan Atik mengembangkan batik yang kini dikenal sebagai toko souvenir, karena untuk memberi alternatif para wisatawan mencari souvenir ketika berkunjung di Yogyakarta. Dan saat ini kerajinan tangan yang khususnya dari kulit dan batik dalam aneka modifikasi dari kulit, mendominasi tokonya, sedang anyam-anyaman, logam dan kayu serta kerajinan keramik juga cukup tinggi pula peminatnya. Lebih lanjut dia mengatakan meski sudah yakin bila prospek batik akan terus cerah, namun tetap menyadari perlu jurus-jurus jitu agar mampu eksis dan kemudian mampu berkembang besar.

Pada era globalisasi ini, jelas semuanya serba global. Artinya, seolah-olah dunia kita ini menyempit. Dengan peralatan yang serba canggih, kita dapat berhubungan dengan orang lain, sekali pun masing-masing berada di lain negara.



Gambar 20. Toko cenderamata khusus batik dan juga penyeter produk batik yang ada di Prawirotaman



Gambar 21. Toko cenderamata kain batik siap pakai dan meubel antik serta persewaan kendaraan

Dalam kaitannya dengan realisasi Gerakan Nasional Sadar Wisata, sebaiknya pengusaha industri wisata yang berada di kawasan Prowirotaman bersiap diri menyuguhkan karya-karya yang berbobot sebagai kiat untuk membuat *krasan* wisatawan terhadap segala yang dilihat, dikunjungi, ataupun dikonsumsi. Aksi penyambutan dengan tata cara tradisi atau budaya kita justru merupakan daya tarik tersendiri bagi para tamu.

Di lain pihak, harus disadari bahwa para tamu itu juga membawa serta budayanya masing-masing. Untuk itu, harus dicari bagaimana strategi dalam menghargai budaya para tamu tersebut. Sebenarnya hal itu justru dapat dimanfaatkan untuk wahana saling belajar dan menghargai kultur masing-masing. Pada gilirannya nanti diharapkan akan terjadi proses percampuran budaya (*akulturasi budaya*).

Ada pun dampak atau pengaruh terhadap kehidupan di lingkungan Prowirotaman dapat dilihat dari dua aspek, yakni pengaruh positif maupun negatif. Kalau dilihat pada aspek yang kedua yaitu aspek negatif khususnya memang lebih mudah sebab tidak perlu dikaitkan dengan budaya yang dibawa oleh para tamu asing pun, kalau kita memang menerapkan, meniru, dan melakukan hal-hal yang tidak cocok (*tidak pas*) dengan situasi budaya kita tentu saja akan berakibat runtuhnya struktur sosial masyarakat (*dekadensi kultural*).

Sebelum berbicara mengenai dampak, harus disadari bahwa pada jaman yang serba global ini, semua serba transparan. Kita semua dituntut menjadi masyarakat dunia, di mana satu sama lain akan berbeda budayanya. Untuk itu, masyarakat yang tinggal di kawasan pariwisata khususnya daerah penelitian yakni Prowirotaman harus mampu mengendalikan dan menyesuaikan diri. Sebagai masyarakat yang menjunjung tinggi budaya Jawa maka warga Prowirotaman dituntut untuk senantiasa bertahan hidup (*survival*) dengan masyarakat lain yang berbeda secara sosio-kultural sebagaimana yang disampaikan oleh Nugroho pengusaha batik yang ada di Prowirotaman. Agar kita lebih maju, paling tidak kita harus mengerti dan mengikuti budaya lain yang dirasa dapat berjalan sesuai dengan situasi dan kondisinya. Jadi, jika dikaitkan dengan segi positif maupun segi negatifnya, sebenarnya tergantung pada personnya atau individunya. Mestinya dijaga agar jangan sampai dalam mengikuti atau menerapkan budaya yang masuk ke Indonesia itu 'berseberangan' dengan alam budaya kita sendiri.

Dengan begitu, bagi masyarakat Prowirotaman sendiri, untuk menyongsong era globalisasi ini, khususnya dalam menjalani hidupnya yang notabene bergerak dalam bisnis industri pariwisata, melalui Gerakan Sadar Wisata, harus dapat memetik mana budaya yang baik untuk kepentingan

proses sosialisasi atau tat kala berhubungan dengan masyarakat di belahan dunia mana pun secara saling menguntungkan.

Untuk dapat memetik target seperti tersebut, jelas tidak terlepas dari apa yang kita kenal dengan sistem nilai budaya. Faktor nilai budaya daerah yang ada sangat berperan dalam industri pariwisata itu sebagaimana berikut ini dituturkan oleh salah seorang informan yang bergerak dalam bidang usaha batik, Nugraha.

“... mereka (turis) yang datang ke Indonesia, khususnya di Yogyakarta relatif sulit ditebak, sesungguhnya apa yang mereka inginkan. Tidak mesti tujuannya sama walau mereka berasal dari negara yang sama. Inilah yang harus kita sadari bersama ...”

“... tren yang ada sekarang, kebanyakan turis menaruh perhatian yang besar terhadap hasil budaya daerah yang *adiluhung*, yakni kerajinan batik dan gamelan ..”

Serangkaian informasi yang diperoleh di lapangan menunjukkan bahwa para wisatawan, terutama mancanegara, mereka ingin belajar menambah koleksi bidang kesenian utamanya. Lalu pertanyaannya, mengapa mereka interes mempelajari batik dan gamelan? kita atahu bahwa kedua faktor tersebut tidak terdapat di Barat. Satu-satunya jalan, mereka harus belajar ke Indonesia.

Dilihat dari sepek-terjangnya, bagi masyarakat Prawirotan yang menggantungkan hidupnya di bidang industri pariwisata baik pengusaha hotel, usaha wisata, restoran, jasa transportasi dan jasa pemandu kenyataannya punya strategi yang berbeda-beda. Bagi mereka yang telah terbilang *establish (mapan)* yang notabene sudah tahu tentang seluk beluk dunia wisata memang bisa diandalkan, dalam arti merupakan tenaga hotel yang telah terdidik baik melalui jalan formal maupun informal. Mereka mengerti nilai-nilai hidup di luar kehidupannya sehari-hari sebab mereka dituntut untuk lebih mengerti tentang kehidupan perhotelan dalam menyambut wisatawan.

Lain halnya bagi mereka yang tidak di bawah naungan atau tidak terorganisasikan. Mereka ini tidak mengerti yang harus dilakukan di luar nilai-nilai pada dirinya. Nilai tersebut diperoleh hanya dari pendidikan di lembaga sebagaimana yang tercantum dalam Sapta Pesona yakni nilai keamanan, nilai ketertiban, nilai kebersihan, nilai keindahan, nilai kesejukan, nilai keramah-tamahan, dan nilai kenangan. Akhirnya di kalangan yang tidak terdidik itu muncul pemandu-pemandu liar dan adanya kasus perang tarif di antara sesama pengusaha wisata. Tentu saja, fenomena semacam ini akan merugikan para

wisatawan, seperti banyaknya pemberian informasi yang terkesan *simpang-siur*. Hal ini menjadi catatan tersendiri (negatif) bagi wisatawan asing yang memang menilai tinggi faktor kejujuran dan kedisiplinan dalam hal pelayanan.

Dengan demikian, jika dilihat dari realisasi program Sapta Pesona, perilaku para pemandu liar tersebut semata-mata bertujuan memperoleh keuntungan saja mengingat mereka tidak memperoleh cukup bekal pengetahuan berkaitan dengan Sapta Pesona sehingga akhirnya banyak wisatawan yang mengeluh (*complain*). Itulah suatu contoh penyimpangan daripada tujuan Sapta Pesona yang kita canangkan bersama.

Agar dapat diwujudkan seperti yang terdapat dalam slogan kepariwisataan, hendaknya pendukung-pendukung industri pariwisata itu diorganisasikan pada wadah-wadah tertentu yang disesuaikan dengan kebutuhannya. Tujuannya adalah untuk menyamakan langkah di kalangan pendukung industri pariwisata itu sendiri, bagi penghasil dan penjual benda-benda budaya misalnya, untuk memberikan kepuasan kepada wisatawan maka hendaknya para pengrajin itu ditampung pada organisasi agar terkesan tidak liar. Di samping itu, berarti juga mengurangi timbulnya persaingan tidak sehat. Lebih jauh lagi, akibat adanya keseragaman kualitas otomatis akan menambah nilai kepercayaan wisatawan terhadap benda-benda budaya produk lokal.

Upaya yang bisa ditempuh para perajin, di antaranya adalah mengadakan pameran agar para pengunjung dapat melihat dari dekat tentang barang yang dihasilkan oleh para perajin tersebut. Akan tetapi, resiko dari pameran tersebut amatlah berat seperti yang diuraikan oleh salah seorang pengusaha batik pemilik *showroom* Erlangga. Melalui media pameran ini harus benar-benar sermat, dalam arti mampu menampilkan hasil karya yang dapat diterima oleh para wisatawan (asing). Tentu saja, hal semacam ini tidaklah gampang.

Dari apa yang disampaikan oleh informan tersebut barang-barang hasil karya atau produk budaya lokal memang dituntut untuk berkualitas sehingga dapat memenuhi taraf (standar) internasional. Kalau hanya *asal-asalan* saja, bukan tidak mungkin apabila nanti jadi bumerang bagi kita sendiri. Data yang diperoleh di lapangan menunjukkan bahwa dari sekian banyak benda-benda budaya yang dipajang di kawasan industri wisata Prawirotaman, yang tampak menonjol, antara lain: batik tulis, batik cap, batik lukis, ataupun coretan kuas, mulai dari motif tradisional sampai yang bercorak modern kontemporer.

Khusus mengenai produk batik ini, motif yang disenangi oleh wisatawan asing adalah yang bermotif tradisional sebagaimana dipaparkan berikut ini oleh wisman dari Australia, James.

“ ... ingin melihat tentang batik, khususnya motif tradisional, baik dari segi teknis maupun kedalamannya atau sisi filosofisnya ... ”

Memang, usaha penjaja dan pengrajin benda-benda budaya daerah penuh dengan kondisi pasang-surut, termasuk diantaranya produk lokal batik. Akhir-akhir ini muncul produk batik yang kurang berkualitas, baik dari segi nilai seninya ataupun motifnya sehingga harganya pun relatif murah. Salah satu PR bagi pengusaha batik adalah berusaha mengembalikan kepercayaan diri untuk memproduksi karyanya ke tingkat nilai seni yang bertaraf internasional. Sampai di sini menjadi jelas bahwa kondisi pasang-surut industri pariwisata di daerah penelitian ini sesungguhnya tergantung pada perilaku para pendukung pariwisata itu sendiri. Dapatkah mereka menghargai hasil karya dan usahanya sendiri?

Dari berbagai uraian yang telah disampaikan tadi, dapat dikatakan bahwa di kawasan Prawirotan, umumnya masyarakat hidup di lingkaran bisnis yang cenderung pada sisi materinya saja. Selain itu, nyata benar bahwa dalam kesehariannya mereka bergaul secara intensif dengan wisatawan asing sehingga sedikit-banyak budaya asing pun masuk dalam pola kehidupannya.

Fenomena yang terlihat saat ini, sifat individualistis masyarakat Prawirotan kian menonjol. Nilai gotong-royong yang merupakan tolok ukur kerukunan masyarakat juga telah *luntur*. Kecuali itu, unsur *teposeliro* pun sudah banyak terabaikan. Ditemukan kasus di lapangan, ada salah satu keluarga yang sedang tertimpa musibah (*kesripahan*) ironisnya tetangga sebelahnya (hotel) justru menyelenggarakan pertunjukan *show band* yang sangat memekakkan telinga dalam menyuguhkan atraksi bagi para tamutamanya. Tidak sedikit pula di antara pengusaha industri wisata setempat yang mulai meninggalkan perilaku yang bernafaskan budaya Jawa, seperti *jagongan*, *lek-lekan*, kerja bakti, ronda malam, arisan, dan *pitulasan*. Boleh dikata, para pengusaha selama ini amatlah lemah partisipasinya. Andaikata ada respon, biasanya hanya bersifat perwakilan saja, baik karyawan atau bahkan para pembantunya.

Sebenarnya kalau kita mau berpikir secara obyektif, kurang tepat kalau dikatakan perilaku para pengusaha tersebut lantaran adanya pengaruh budaya Barat. Mengapa begitu? karena jujur saja, kita mesti akui bahwa tidak semua unsur yang berasal dari Barat itu jelek, bukan. Para wisatawan yang datang ke Indonesia pun, tidak semua berasal dari negara yang boleh dibilang *amburadul*. Mereka toh punya aturan dan seperangkat hukum, selain adat dan tata kelakuan yang telah diatur oleh negaranya masing-masing. Dengan begitu, wajar manakala peradabannya pun berbeda antara negara-negara maju dengan negara berkembang. Sebut saja, perihal busana minim (seksi).

Perilaku mengenakan pakaian seperti itu sesungguhnya bukan semata-mata dimaksudkan untuk menonjolkan keindahan tubuh (pamer), tidak suatu hal yang kontradiktif karena mereka justru tidak merasa memancing hal-hal yang sifatnya tidak sopan atau tidak etis. Dengan kata lain, terpengaruh atau tidaknya masyarakat sekitar kawasan Prawirotaman tersebut tergantung pada aspek mentalnya masing-masing. Berkaitan dengan itu, berikut ini akan disampaikan komentar dari wisatawan AS, Nia Linda Fliam.

“ ... di negaranya, jika ada orang yang melirik atau mengintip (*nginjen*) bagian tubuh orang lain yang dapat menimbulkan rangsangan (*erotisme*) maka orang tersebut dapat dianggap sebagai abnormal atau orang gila (*ora waras*). Di kalangan mereka, sama-sama orang Barat, sebenarnya tidak memiliki perasaan atau pikiran ke arah situ ... “

Yang tersirat dari apa yang disampaikan oleh salah seorang wisman tersebut adalah ciri individualistis yang bisa positif artinya. Intinya, mereka tidak mau mengganggu orang lain, sebaiknya juga tidak ingin diganggu orang, begitu konsep. Bagi masyarakat Prawirotaman khususnya, mengingat sehari-harinya bergaul dengan wisatawan asing, jika mentalnya kuat dan imannya mendalam, dan senantiasa menjaga kejawaannya, serta tidak semata-mata materialis (*profit oriented*), tentu dapat menerima dan memahami adanya perbedaan kultur tersebut. Untuk itu, diharapkan masyarakat harus bisa menempatkan diri, bagaimana harus bersikap terhadap para wisatawan dan terhadap masyarakat setempat (Jawa).

3. Tanggapan Responden

Mengenai tanggapan responden tentang benda-benda budaya suku bangsa di sektor industri pariwisata yang ada di daerah penelitian adalah sekitar 75 % dari keseluruhan responden (N=60) yang ada pada dasarnya mengakui bahwa benda-benda budaya produk lokal tersebut relatif baik, dalam arti bisa memenuhi selera wisatawan, baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Namun begitu, masih diperlukan adanya peningkatan kualitas (mutu) produk, selain itu juga diperlukan unsur inovatif. Sayang sekali, sampai saat ini, di kawasan Prawirotaman belum ada sentra industri benda-benda budaya produk lokal. Namun demikian, boleh dikata secara kuantitas telah memadai. Ada pun beberapa barang yang bisa ditemukan di kawasan Prawirotaman ini, antara lain: (a) Berbagai kerajinan perak; (b) Berbagai kerajinan kulit; (c) Keris; (d) Batik; (e) Pahat; (f) Keramik atau Gerabah; (g) Lukisan; dan (h) Barang-barang antik.

Berdasarkan uraian-uraian tersebut di atas, terlihat variabel-variabel

perilaku suku bangsa dan benda-benda budaya daerah dalam industri pariwisata yang ada di daerah penelitian telah cukup jelas terlihat, bahwa peranan kebudayaan daerah tersebut juga mampu memberikan pegangan dasar dan pola pengendalian sehingga dengan demikian keseimbangan sosial dan ketahanan kebudayaan daerah dapat diwujudkan. Sebagai contoh melalui toko cenderamata atau souvenir, ini telah menunjukkan wujud konkrit dari kebudayaan daerah karena dalam toko ini dipajang dan di suplai hasil karya seni budaya daerah. Kemudian juga perilaku-perilaku suku bangsa (karyawan industri pariwisata) seperti nilai sopan santun, ramah tamah, kebersihan dan lain sebagainya.

Selain hal tersebut di atas, kebudayaan daerah juga mampu mendorong kreatifitas dan partisipasi masyarakat dalam industri pariwisata, di samping kebudayaan tetap merupakan daya tarik utama bagi kunjungan wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Hal tersebut senada dengan pendapat Wirawan, dkk (1989: 83) bahwa pariwisata juga cukup berperan bagi pengembangan kebudayaan daerah masyarakat memang merupakan wadah fungsional bagi keberadaan kebudayaan daerah dan kebudayaan daerah merupakan pola acuan dan pola tatanan bagi perkembangan masyarakat. Dengan demikian komponen pariwisata, masyarakat, dan kebudayaan daerah saling berperan dan meningkatkan terhadap satu komponen yang lainnya.

Peristiwa tersebut terbukti cukup memacu vitalitas dan revitalitas kebudayaan. Dari perspektif nilai budaya, pariwisata telah memacu selupsi dan pengembangan nilai-nilai propesif dalam masyarakat tanpa luntarnya nilai-nilai dasar yang bersifat ekspresif seperti nilai solidaritas, nilai seni dan nilai-nilai religius lebih lanjut mereka mengatakan secara jelas antara pariwisata dan kebudayaan daerah telah berkembang satu pola interaksi dinamika yang positif.

Dengan demikian, industri pariwisata jelas membutuhkan dukungan dan partisipasi dari masyarakat penerima pariwisata, karena masyarakat pada hakekatnya merupakan sumber jasa kepariwisataan dan masyarakat adalah sumber atraksi bagi kepentingan wisatawan, karena banyak kebutuhan-kebutuhan dasar wisatawan pada hakekatnya telah disediakan oleh masyarakat. Oleh karena itu modal interaksi yang bersifat saling menghidupkan antara wisatawan dengan masyarakat, di mana wisatawan mengharapkan estetis dan masyarakat mengharapkan ekonomi pariwisata, maka masyarakat pada dasarnya juga membutuhkan perkembangan dan peningkatan pariwisata. Pariwisata telah mampu memberikan kesejahteraan material, melainkan juga telah mampu meberikan kesejahteraan spiritual. Masyarakat

mendapatkan penghargaan material, karena pariwisata memberi dampak ekonomi dan masyarakat mendapatkan penghargaan spiritual, karena karya-karya mereka dihargai oleh wisatawan.

BAB V

ANALISIS NILAI BUDAYA, PERILAKU, DAN BENDA-BENDA BUDAYA SUKU BANGSA DI SEKTOR INDUSTRI PARIWISATA

Satu hal yang perlu digarisbawahi di sini bahwa nilai budaya, perilaku, dan benda-benda budaya Jawa yang notabene mengandung muatan: kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam kenyataannya juga merupakan faktor pengaruh di sektor industri pariwisata, seperti hotel, usaha wisata, restoran, jasa transportasi, dan jasa pemandu. Sebaliknya, industri pariwisata itu sendiri kadang menimbulkan serangkaian implikasi, baik yang menguntungkan atau bahkan membawa bencana bagi nilai budaya, perilaku, dan benda-benda budaya lokal.

Menurut James J. Spillane (1993: 52), dewasa ini pariwisata merupakan industri terbesar ketiga setelah minyak dan perdagangan senjata. Dari pariwisata diharapkan diperoleh devisa dalam bentuk pengeluaran uang dari para wisatawan (domestik dan mancanegara), maupun sebagai penanaman modal (investasi) asing dalam industri pariwisata. Sebagaimana juga dikatakan oleh Tadjudin Noor Effendi dan Sujali (1987: 2), bahwa pariwisata kini telah berkembang sebagai sebuah industri raksasa yang mampu meningkatkan penerimaan devisa, memperluas kesempatan berusaha, memperkenalkan dan melestarikan budaya Indonesia. Sementara di lain pihak, industri pariwisata juga membawa dampak negatif, antara lain: degradasi kualitas lingkungan, begitu permissifnya nilai-nilai sosial-budaya, dan menurunnya kadar mutu hubungan antar manusia atau *human relations* (Kodhyat, 1991: 4).

Dalam konteks ini, peran nilai budaya, perilaku, dan benda-benda budaya lokal akan dideskripsikan secara integral mengingat ketiga aspek tersebut dalam prakteknya punya keterkaitan yang erat, masing-masing memiliki peran terhadap sektor industri pariwisata. Dengan demikian, pembahasan tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman akan diuraikan secara keseluruhan dari keempat aspek tersebut. Oleh karena itu dalam analisis ini akan mengandalkan hasil serangkaian wawancara dengan beberapa informan secara apa adanya. Namun demikian, untuk menambah kejelasan di sana-sini juga akan ditampilkan beberapa hasil penelitian dari responden maupun sejumlah teori yang dipandang relevan.

A. KEKUATAN

1. Nilai Budaya

Data lapangan menunjukkan bahwa sebanyak 68,0 % dari keseluruhan responden (N=60) menyatakan pentingnya melaksanakan nilai atau norma dalam menunjang industri pariwisata. Untuk itu, ada baiknya kita ikuti bagaimana komentar dari salah seorang informan, Nugroho (40 tahun), pengusaha 'Showroom Batik Erlangga' dan Hotel Soenarko.

“Sesungguhnya kekuatan nilai budaya itu terletak pada bagaimana kita pandai-pandai melayani para wisatawan agar lingkungan lokasi wisata memberi kesan: nyaman, indah, bersih, dan aman. Untuk mewujudkan itu semua, hendaknya masyarakat ikut berpartisipasi aktif menciptakan suasana tersebut.”

Sementara itu, sekitar 20,0 % responden menilai bahwa pelaksanaan Sapta Pesona relatif baik. Boleh dikata keamanan cukup terjamin karena ada Satpam sehingga mampu mengatasi berbagai bentuk gangguan dan keributan, dengan demikian para tamu merasa tenang. Faktor pendukung lainnya, pemilik penginapan dan karyawan berpenampilan sopan, ramah-tamah, mementingkan kebersihan dan kenyamanan sehingga membuat tamu merasa puas. Ternyata makin lama banyak pengunjung yang datang ke Prawirotaman. Fenomena ini sekaligus merupakan bukti bahwa pengusaha, karyawan, dan masyarakat sekitar sebenarnya telah memahami dan melaksanakan Program Sapta Pesona. Namun demikian, masih banyak hal yang perlu dibenahi dan ditingkatkan segi kualitatifnya agar misi industri pariwisata itu sendiri dapat terwujud dengan hasil yang optimal. Sehubungan dengan hal itu, dikatakan salah seorang responden, Ragil Immanuel Mugiyono; bahwa Pelaksanaan nilai-nilai Sapta Pesona itulah yang membuat wisatawan betah tinggal di suatu wilayah. Selain itu, untuk mendukung dan merebut peluang pangsa pasar, kiranya perlu sikap referensi budaya Jawa yang diacu oleh individu dan komunitas yang berada di kawasan industri pariwisata Prawirotaman, antara lain: masyarakat, pedagang, pengusaha, dan karyawan.

Hampir 80,0 % dari keseluruhan responden yang ditemui mengatakan bahwa nilai-nilai budaya daerah merupakan karakteristik lokal yang notabene berfungsi sebagai daya pikat utama bagi para wisatawan, baik domestik maupun mancanegara sekaligus berperan mewujudkan misi industri pariwisata. Dengan begitu, diharapkan para wisatawan tersebut suatu saat datang lagi, bahkan kalau mungkin bisa tinggal lebih lama. Jelas ini juga merupakan bukti bagaimana unsur ramah-tamah dan kemampuan berbahasa Inggris oleh

Satpam misalnya dalam menjalin komunikasi dengan wisatawan mancanegara membuat mereka akan betah tinggal di Yogyakarta ini. Pendek kata, unsur ketenangan, ketentraman, dan kepuasan sungguh dominan dalam rangka strategi menjaring tamu sebanyak-banyaknya.

Masih kentalnya nilai-nilai tradisi Jawa yang dilestarikan oleh masyarakat di daerah penelitian jelas merupakan potensi vital bagi perkembangan industri pariwisata di kawasan Prowirotaman dan Yogyakarta pada umumnya. Di pihak tuan rumah itu berarti bertambahnya pendapatan, sebaliknya bagi para tamu itu sendiri merasa puas atas kenyamanan lingkungan dan semua suasana yang serba menyenangkan. Berbagai kenangan itulah yang membuat mereka akan datang lagi. Terbukti sampai saat ini pun kawasan Prowirotaman tak pernah sepi pengunjung.

2. Perilaku

Selama ini perilaku karyawan dianggap cukup baik: hotel, restoran, usaha wisata, jasa pemandu, dan jasa transportasi, demikian dituturkan oleh sebesar 81,7 % responden yang ditemui secara rinci lihat tabel IV.1. Pada umumnya mereka berperilaku sopan, ramah-tamah, disiplin, tidak mengganggu masyarakat sekitar (bila bertemu selalu menyapa duluan), menjaga sanitasi kesehatan, dan menjamin rasa aman bagi para wisatawan sesuai dengan tugasnya masing-masing. Momen demikian jelas urgen untuk dipertahankan dalam upaya menjaring tamu.

Berikut ini akan dipaparkan bagaimana perilaku karyawan industri pariwisata dalam konteks strategi menjaring tamu dalam atmosfer yang begitu kompetitif saat ini.

a. Hotel

Ada beberapa kiat yang telah ditempuh selama ini oleh pihak jasa penginapan tersebut, misalnya mengintensifkan promosi melalui penempelan striker dan penyebaran brosur, menjalin relasi sebanyak-banyaknya (sekolah, agen, *travel*, dan biro perjalanan), pemberian bonus kepada karyawan (THR), memberi tip kepada orang yang mengantarkan tamu (beli *souvenir*, menginap). Unsur penting lainnya adalah memberi pelayanan murah senyum, berani perang tarif, menjaga kebersihan dan keindahan penampilan serta tata ruang (dekorasi) untuk memberikan servis yang maksimal sehingga para tamu puas dan diharapkan nantinya mereka mau datang lagi.

b. Usaha Wisata

Langkah yang ditempuh adalah memberikan pelayanan sebaik mungkin dengan bersikap ramah-tamah, sopan, disiplin, berwibawa; memberikan informasi yang sehat (tidak menyesatkan); senantiasa menjaga kualitas barang-barang yang dijual dengan mengambil keuntungan yang tidak terlalu besar. Dipandang perlu juga untuk menjalin kerjasama dengan hotel, *travel*, pemandu, dan tukang becak; memberikan penawaran yang pasti; mengutamakan kepuasan para tamu; dan sanggup menerima 'credit card' dalam pembayaran; selalu berupaya menambah koleksi barang-barang kerajinan.

c. Restoran

Beberapa kebijakan yang telah dilakukan, diantaranya berusaha menjalin kerjasama dengan usaha industri pariwisata lainnya, seperti hotel, *tours and travel*; menyediakan berbagai resep masakan, makanan, dan minuman khas lokal; memberikan pelayanan maksimal, seperti ramah-tamah, sopan-santun, menjaga kebersihan dan keamanan.

d. Jasa Pemandu

Tentu saja unsur jasa pemandu atau pramuwisata tidak bisa diabaikan dalam mengemban misi menyukseskan industri pariwisata. Untuk itu, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain: kemampuan menguasai bahasa asing (Inggris); sopan; murah senyum; dan disiplin waktu. Boleh dikata di pundak merekalah para wisatawan mancanegara itu mengenal pertama kali bagaimana sosok *Kawula Mataram* ini (kepribadian Jawa).

e. Jasa Transportasi

Upaya-upaya yang telah ditempuh, antara lain: berusaha memberi pelayanan maksimal, disiplin waktu (*tour*); menjalin relasi dengan pihak hotel; dan mengadakan promosi melalui penempelan striker di beberapa usaha industri pariwisata, di jalan-jalan yang dipandang strategis atau bisa juga di tempel di kendaraan umum.

Menyadari bahwa aspek perilaku tersebut merupakan salah satu kekuatan dalam kontak menjaring wisatawan maka beberapa persyaratan harus dipenuhi secara efisien. Untuk itu, ada baiknya manakala masyarakat sekitar, pengusaha, karyawan mengembangkan sikap supel, ramah-tamah, sopan santun dalam melayani wisatawan yang datang. Langkah penting lainnya adalah mengembangkan sifat kegotong-royongan antara pengusaha dengan masyarakat; penataan sikap peduli terhadap lingkungan, termasuk tata ruang (*interior*); serta unsur pelayanan yang baik dengan disiplin yang

tinggi. Berikut ini akan dipaparkan bagaimana komentar dari salah seorang informan, Sukarjani yang bekerja di kantor BNI, bahwa kekuatan perilaku perlu ditingkatkan dengan senantiasa menjaga kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dalam hal pelayanan. Ini harus disertai sikap yang baik, sopan, dan terus mengadakan pembinaan karyawan dan pemandu. Kalau itu semua sudah diterapkan, bolehlah kita optimis para wisatawan akan betah tinggal di Yogyakarta.

Senada dengan pendapat Sukarjani tadi, berikut ini juga akan dikemukakan komentar dari informan lainnya, yakni Sujoko hadi Martono, bahwa sebenarnya kekuatan perilaku justru terletak pada aspek kekompakan dalam upaya mencapai asas kebersamaan mengemban misi industri pariwisata.

3. Benda-Benda Budaya

Yogyakarta ternyata menyimpan potensi wisata alam dan keanekaragaman benda seni hasil karya budaya daerah yang tak jauh berbeda dengan Bali. Di sini ada wisata alam yang cukup menawan, seperti Kaliurang (pegunungan), Parangtritis (pantai), candi (peninggalan purbakala), kraton dengan berbagai upacaranya. Selain itu, juga benda-benda hasil karya masyarakat lokal, seperti kerajinan perak, kulit, keris, batik, pahat, keramik (gerabah), lukisan, dan beberapa barang antik. Dalam pandangan Prof. Gaoffrey Wall (1993: 3), bahwa keunggulan Yogyakarta adalah kedudukannya sebagai pusat kegiatan dari potensi pariwisata yang berada di Dieng, Borobudur, Prambanan, Solo, Pantai Selatan, dan Gunung Merapi. Selain itu, Yogyakarta juga merupakan perpaduan tradisionalisme-modern, sinkretisasi peradaban Hindu-Budha, Islam dan Nasrani.

Untuk memperoleh gambaran yang transparan, berikut ini akan dicoba menampilkan kekuatan benda-benda budaya yang dipajang atau dijajakan di berbagai usaha industri pariwisata di Prawirotaman seperti, hotel, usaha wisata, restoran, jasa pemandu, dan jasa transportasi.

a. Hotel

Dari hasil pengamatan dan serangkaian wawancara dengan para informan, ada benda-benda budaya produk lokal yang dijajakan (*display*) untuk konsumsi para wisatawan, domestik maupun mancanegara, antara lain: lukisan batik, cat, tenun, dan gambar prajurit kraton; berbagai barang antik, seperti lemari, meja, kursi, dan lampu; kerajinan keramik dari Kasongan; patung; wayang kulit dan golek. Masih ada lainnya, yaitu foto-foto peninggalan budaya; gamelan beserta tariannya.

b. Usaha Wisata

Beberapa benda yang dipamerkan, di antaranya patung, topeng; wayang kulit dan golek; keris; kerajinan perak dan kulit, seperti ikat pinggang, tas, dompet, dan koper. Barang-barang lainnya, antara lain: kain batik tenun dan tulis; peta kota; foto obyek wisata di Yogyakarta; *booklet* wisata; makanan khas Indonesia dan luar negeri; dan pertunjukan atau aatraksi seni asli daerah.

c. Restoran

Upaya-upaya yang telah ditempuh, antara lain: ada gamelan yang mengiringi pertunjukan wayang orang beserta tari-tarian; berbagai lukisan batik tulis dan tenun; wayang kulit dan golek; kain batik; dan kursi dari bambu. Strategi lainnya adalah menyediakan menu makanan disertai tarif harga makanan dan minumannya; makanan jajanan tradisional, seperti *geplak*, *yangko*, *gudeg*, *bakpia Patuk*.

d. Jasa Pemandu

Beberapa hal yang perlu mendapat perhatian di sini adalah mengenakan pakaian nasional; pelayanan total dengan sikap sopan, murah senyum, disiplin; dan kemampuan berbahasa asing (Inggris, Perancis) untuk dapat berkomunikasi dengan wisatawan mancanegara. Kain batik yang dikenakan oleh pemandu wisata jelas merupakan daya tarik bagi wisatawan karena memang merupakan produk lokal yang kini hendak dipasarkan secara meluas *Go International*.

e. Jasa Transportasi

Ada beberapa barang-barang produk lokal yang dipamerkan di sini, antara lain: lukisan batik; foto-foto obyek wisata di Yogyakarta dan Jawa Tengah; *booklet* wisatawan; aagenda perjalanan; daftar tarif transportasi; taksi; persewaan (*rental*).

Memang disadari bahwa keanekaragaman benda budaya produk masyarakat lokal itu berarti juga adanya gerakan pelestarian. Selain itu, juga merupakan potensi di bidang jasa dan barang industri pariwisata. Pada muaranya nanti jelas benda-benda budaya produk lokal tersebut mampu meningkatkan *income* aatau nilai bagi masyarakat setempat. Sehubungan dengan hal itu, berikut ini akan disajikan opini dari salah seorang responden yang berhasil diwawancarai, Mahmudi yang saat ini bekerja sebagai karyawan Bank Bukopin. Ternyata daya tarik wisata budaya tradisional dan ritual merupakan kekuatan dalam upaya menjaring tamu, misalnya memakai

pakaian tradisional, kemampuan menabuh perangkat gamelan. Animo turis pun tampak dari keinginan mereka untuk belajar membuat, sindhen, dan menabuh gamelan.

B. KELEMAHAN

1. Nilai Budaya

Sejauh ini, data lapangan menunjukkan masih terdapatnya responden yang tidak tahu persis apa itu Program Sapta Pesona. Sebagian di antaranya mengaku hanya tahu slogan Yogyakarta Berhati Nyaman. Fenomena tersebut memberikan gambaran bahwa Sapta Pesona itu memang belum pernah dimasyarakatkan di wilayah Prawirofaman. Andai pun ada, masih sebatas di kalangan pengusaha saja. Sekitar 52 persen responden mengatakan bahwa pengusaha setempat belum sepenuhnya menerapkan program Sapta Pesona. Untuk itu, diperlukan adanya suatu organisasi yang terpadu antara pengusaha, masyarakat lokal, dan pemerintah daerah dalam merealisasikan Program Sapta Pesona.

Hasil observasi menunjukkan bahwa di sana-sini masih muncul masalah parkir kendaraan yang terkesan *semrawut* (tidak tertib). Bahkan, ada informasi di sana muncul persaingan yang tidak sehat di antara kalangan pemberi jasa (komisi). Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas, berikut ini akan disajikan keterangan dari salah seorang responden, Ragil Immanuel Mugiyono. Ternyata Pelaksanaan Sapta Pesona di Prawirofaman masih kurang baik terutama kebersihan dan keamanan. Tidak sedikit warga masyarakat yang membuang sampah sembarangan di got-got sehingga tidak enak dipandang mata, selain berbau busuk. Selain itu, masih terdapat *guide* liar, turis kehilangan barang, kecopetan, dan peristiwa penodongan dan penjambretan di bus kota (keamanan tak terjamin).

Terus terang saja bahwa kebersihan itu merupakan unsur penting yang jadi bahan pertimbangan wisatawan mancanegara, misalnya begitu mereka melihat ada kecoa di sekitar rumah makan, umumnya wisatawan mancanegara langsung ke luar, tidak jadi membeli makanan. Selain itu, unsur keamanan juga tak kalah pentingnya bagi turis. Untuk itu, antisipasi untuk menekan penodong, penjambrat, dan pelaku tindak kriminal lainnya perlu segera dibenahi.

Jelas sekali bahwa partisipasi aktif dari masyarakat setempat itu amat besar kontribusinya, selain instansi terkait dalam mewujudkan misi industri pariwisata tersebut. Sebagaimana dikatakan oleh Maria Hartiningsih (1992: 4), bahwa kini banyak negara yang tidak berorientasi pada pasar pariwisata massa. Pemikiran yang melulu bersumber pada ekonomi jelas akan ketinggalan

jaman mengingat unsur penting bagi perkembangan pariwisata di masa depan justru terletak pada penduduk lokal.

2. Perilaku

Tampak dari penelitian empiris ada sekitar 60,0 % responden menganggap masih adanya kelemahan di sektor perilaku. Karyawan perlu membaur dengan masyarakat sekitar dan bersikap informatif dalam menghadapi wisatawan yang datang. Perlu juga adanya pembinaan karyawan yang umumnya berasal dari luar (pendatang) yang notabene belum memiliki kemampuan dan pengalaman profesionalisme. Di samping itu, juga diperlukan pembinaan pengetahuan berbahasa asing dan informasi umum yang berkaitan dengan industri pariwisata. Selama ini masih tampak adanya kurang perhatian karyawan terhadap apa-apa yang diperlukan oleh para tamu.

Beberapa perilaku lainnya yang masih perlu ditingkatkan, di antaranya adanya fenomena sebagian pengusaha yang kurang peduli terhadap lingkungannya, ada karyawan yang serong, pemandu terselubung (liar), mabuk-mabukan. Sampai kini karyawan belum memperoleh penataran tentang pengetahuan umum sekitar industri pariwisata. Lebih parah lagi, banyak pengusaha yang tidak punya watak *handarbeni* lingkungan sehingga muncul kecemburuan sosial antar warga dengan pengusaha, tiadanya satu pandangan di antara mereka. Perilaku negatif lainnya, tak sedikit karyawan yang memberikan keterangan palsu atau menyesatkan. Sehubungan dengan itu, dikemukakan oleh DR. James J. Spillane (Murniatmo, 1994: 96) bahwa, dampak negatif dalam pariwisata, antara lain: berkurangnya ikatan keluarga di antara warga masyarakat, mengendornya norma-norma (pola pergaulan bebas), semaraknya bursa seks (pramunikmat) dan sebagainya.

Masih ada kelemahan perilaku sebagaimana akan diungkapkan oleh salah seorang responden, Sukarjani yang saat ini bekerja sebagai pegawai Bank BNI bahwa, kelemahan perilaku tampak dari mudahnya terpengaruh oleh budaya asing. Selain itu, pemberian jasa tamu perlu dikoordinasikan, juga pembenahan atas umnclunya *guide* liar yang bekerja tanpa dedikasi karena hanya mengejar keuntungan finansial semata. Di kalangan generasi muda kini banyak di antaranya yang lupa dengan budayanya sendiri. Sementara responden lainnya, yakni Bapak Sujoko Hadi martono juga memberikan komentar atas terjadinya perilaku negatif berkaitan dengan upaya mewujudkan industri pariwisata. Ternyata di Prawirotaman muncul gejala kurang kompaknya di antara intern usaha industri pariwisata sehingga menimbulkan terjadinya persaingan yang kurang sehat. Memang, kebanyakan karyawan diambil dari orang luar sehingga sering terjadi adanya pemberian

komisi yang tidak seragam.

Lebih parah lagi, masih adanya sikap masa bodoh dan putus asa, tak mau meningkatkan usahanya untuk memenuhi selera konsumen (wisatawan): "Laku, ya soker ... tidak laku, ya sudah." Sikap demikian itu muncul dikarenakan kian banyaknya usaha wisata yang bak cendawan di musim hujan. Faktor itulah yang membuat sebagian di antara mereka ada yang pasrah menerima nasib.

3. Benda-Benda Budaya

Kota Yogyakarta dan kawasan Prawirotaman khususnya ternyata banyak menyimpan potensi wisata, tetapi belumlah dimaksimalkan. Mengenai benda-benda hasil produk lokal yang dijual relatif cukup baik memenuhi selera konsumen (wisatawan). Namun demikian, sebanyak 75,0 % responden mengatakan masih perlunya ditingkatkan kualitas produknya. Di sini juga belum terdapat sentra hasil-hasil budaya daerah. Selain itu, kualitas barang masih perlu ditingkatkan. Kadangkala banyaknya penjaja *souvenir* justru membuat risih wisatawan yang datang. Sehubungan dengan masih lemahnya standar mutu barang, berikut ini akan dipaparkan suatu *statement* dari salah satu harian edisi Yogyakarta, *Bemas* *1987: 2), bahwa upaya mengembangkan pariwisata di Yogyakarta ternyata masih diwarnai keluhan di antara komponen usaha pariwisata, antara lain: menurunnya pasaran perak di Kotagede, lesunya pemasaran batik di Imogiri maupun di kawasan Prawirotaman.

Berikut ini akan dikemukakan pendapat dari tiga orang responden mengenai wacana seputar kelemahan benda-benda dalam strategi menjaring tamu (wisatawan).

"H.J. Setyorini Mukhosim mengatakan bahwa kita mesti waspada terhadap pengaruh pakaian wisatawan asing yang sering ditiru mentah-mentah oleh muda-mudi setempat."

"Menurut Mahmudi, karyawan Bank Bukopin, biasanya para perajin belum profesional. Juga kemampuan pemandu dalam berbahasa asing masih lemah. Jadi, perlu diadakan kursus dalam melayani tamu asing."

"Komentar dari Nurwijanadi, turis kebanyakan sangat teliti, mereka mampu membedakan mana barang asli dan mana yang tiruan (imitasi). Jadi, berilah mereka informasi atas kualitas barang dengan benar supaya nantinya tak ada kesan penipuan."

C. PELUANG

1. Nilai Budaya

Pada pokoknya rasa aman, bersih, sejuk, ramah-tamah, tertib, indah, dan nilai kenangan merupakan prasyarat mutlak untuk menjadi Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang dapat meningkatkan *income* lokal. Untuk itu, perlu adanya slogan atau semboyan daerah, seperti Yogyakarta Berhati Nyaman. Hampir sebanyak 70,0 % responden yang ditemui mengatakan bahwa motto atau slogan tersebut harus direalisasikan: di rumah, tempat kerja, dan arena sosial.

Sebagai salah satu aset yang menarik, sudah semestinya diupayakan pelestarian budaya Jawa. Untuk mewujudkan misi tersebut maka konsekuensinya terus diusahakan mempertahankan dan meningkatkan nilai-nilai budaya, benda-benda budaya produk lokal, dan perilaku karyawan industri pariwisata dan masyarakat. Selain itu, ada sekitar 10,0 % responden mengatakan bahwa nilai-nilai budaya daerah dapat difungsikan untuk menggalang kerukunan sesama umat beragama.

Faktor lainnya yang tak kalah penting adalah upaya menjamin keamanan wisatawan, menjaga kebersihan, diperkenalkannya budaya dan tradisi daerah yang masih asli. Dalam konteks ini, hendaknya Yogyakarta bisa mencontoh Bali. Pasti ada kiat-kiat khusus mengapa tamu (asing maupun domestik) terus membanjir ke Pulau Dewata (Bali) tersebut. Sehubungan dengan itu, dikemukakan oleh Arwan Tuti Artha (1995: 7) berikut ini, bahwa untuk mengoles potensi daerah dalam strategi menjaring wisatawan domestik dan mancanegara maka amat diperlukan pemikiran inovatif untuk menggali sekaligus mengaktualisasikan obyek-obyek wisata yang dirasa sudah mulai jenuh.

2. Perilaku

a. Hotel

Beberapa langkah yang telah ditempuh, antara lain: mencari peluang (alternatif) lain, seperti bekerjasama dengan *tour and travel*; berupaya menekan tarif semaksimal mungkin; melengkapi sarana dan prasarana hotel; menampilkan seni unik yang masih asli; dan memberi komisi pada hotel lainnya.

b. Usaha Wisata

Mula-mula diupayakan memperkuat manajemen dan intensifikasi di banyak bidang; meningkatkan kualitas produk yang di-*display* serta diadakan diskon; menata barang agar selalu tampak menarik dan rapi; meningkatkan

nilai seni (kualitas); dan mengadakan hubungan kerjasama dengan pemandu maupun *travel*.

c. Restoran

Melayani pembayaran dengan *credit card*; keadaan ruangan harus senantiasa bersih dari kuman-kuman pembawa penyakit; dan yang tak kalah pentingnya adalah unsur pelayanan yang penuh dengan sikap ramah-tamah, anggun, dan indah dipandang mata.

d. Jasa Pemandu

Satu hal yang penting untuk diperhatikan dalam hal ini, setiap pemandu (*guide*) memang dituntut punya kecakapan berbahasa asing (Inggris) untuk dapat berkomunikasi secara lancar dengan wisatawan asing khususnya. Selain itu, mereka harus dibiasakan diri untuk bersikap sabar, ramah-tamah, dan bijaksana dalam melayani para tamu yang datang. Tentu saja mereka juga perlu memperluas jaringan relasi sosialnya demi kelangsungan hidupnya.

e. Jasa Transportasi

Beberapa langkah yang telah ditempuh selama ini, antara lain: memperbanyak peluang dengan cara menciptakan usaha alternatif, seperti menyewakan sepeda, motor, dan mobil. Faktor lain yang tak kalah berperan dalam hal ini adalah peluang untuk melayani tiket via darat, laut, maupun udara.

Memang untuk merealisasikan program pemerintah di bidang pariwisata amat diperlukan terciptanya kekompakan di kalangan pengusaha yang bergerak di bidang industri pariwisata. Harus disadari awal bahwa unsur pelayanan yang baik di pihak tuan rumah tentu saja akan membuat para turis (wisatawan) merasa senang dan puas sehingga bukan tidak mungkin suatu ketika mereka akan kembali lagi dan lebih *betah* tinggal di sana. Sebagaimana dikemukakan oleh salah seorang responden Ragil Immanuel Mugiyonobahwa, perilaku atau sikap yang berkaitan dengan Sapta Pesona yakni nilai budaya keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramah-tamahan dan kenangan mesti dipenuhi terlebih dahulu untuk dapat menciptakan suasana damai sekaligus mampu membuat wisatawan *betah* tinggal lebih lama (*length stay*).

Khusus untuk jasa transportasi lokal juga merasa diuntungkan sejalan dengan berkembangnya industri pariwisata daerah, misalnya peluang bekerja bagi abang-abang becak. Namun demikian, untuk mengantisipasi terjadinya

kekisruhan, ada baiknya dibentuk organisasi becak. Misalnya saja, becak-becak yang berasal dari luar hanya diperbolehkan membawa wisatawan dari luar saja, jadi tak boleh membawa turis (wisatawan) dari hotel. Itu pun mereka harus terdaftar, dan antri menunggu giliran masing-masing.

3. Benda-benda Budaya

Hampir seluruh responden (82,0 %) mengatakan bahwa benda-benda hasil budaya Jawa yang ada di hotel, usaha wisata, restoran, jasa pemandu, dan jasa transportasi sudah cukup baik dan memenuhi selera wisatawan yang datang berkunjung. Karena dengan memajang benda-benda hasil budaya Jawa itu berarti telah memperkenalkan budaya lokal dan mampu menambah wawasan wisatawan. Namun, ada baiknya benda-benda hasil budaya Jawa tersebut ditingkatkan lagi segi kualitas atau mutu barang-barang tersebut agar lebih menarik lagi. Perlu diketahui, bahwa sampai saat ini pun, belum ada sentra industri (koordinasi) barang-barang produk lokal yang dijual di kawasan Prawirotaman ini.

Yogyakarta memang layak menyandang predikat kota budaya. Dengan adanya pariwisata maka praktis ada usaha memperbaiki dan meningkatkan seni budaya lokal, demikian dikemukakan oleh salah seorang responden budayawati, Etyk S.

“Di Prawirotaman ada suguhan wayang kult walaupun waktu pentasnya hanya beberapa jam saja. Nilai tambah lainnya adalah peluang meningkatkan hasil produksi lokal dan menambah kemampuan berbahasa asing. Di sana ada anak kelas IV SD yang mengikuti kursus bahasa Inggris untuk dapat berkomunikasi (melayani) wisatawan mancanegara. Beberapa peluang tersebut jelas merangsang munculnya pemikiran-pemikiran inovatif dalam memenuhi selera pasar (*market demand*), peningkatan pengetahuan dan karya.”

Dalam arti, adanya peningkatan kualitas dan kuantitas benda-benda hasil budaya lokal tersebut akan memperluas kesempatan kerja bagi masyarakat setempat khususnya, misalnya sopir, karyawan restoran, dan pemandu. Selain itu, perlu diselenggarakan pembinaan secara kontinyu di antara pengusaha dan karyawan agar misi industri pariwisata dapat tercapai dengan baik. Tentu saja ini merupakan kontribusi yang tidak kecil artinya bagi penambahan devisa pemerintah daerah dan masyarakat sekitar. Berkaitan dengan *statement* tersebut, berikut ini akan dikemukakan komentar dari salah seorang responden, HJ. Setyorini Mukhosim.

Perkembangan industri pariwisata jelas memberi kesempatan kepada

generasi muda untuk menambah *income*. Ini sekaligus juga merupakan peluang bagi mereka yang hendak mengusahakan jasa penginapan (*guest house*, hotel), transportasi, pemandian, dan *guide*. Ditambahkan juga oleh seorang karyawan Bank BNI, Sukarjani, nilai tambah lainnya adalah adanya peluang ekonomi bagi pemilik hotel, pedagang kecil, jasa seni, tukang becak. Satu hal penting lainnya adalah menambah rangsangan dan pengetahuan berbahasa asing. Secara transparan, industri pariwisata mampu mengurangi jumlah pengangguran lokal, putus sekolah (DO).

Dengan demikian secara implisit dapat dikatakan bahwa ada kepedulian wisatawan asing terhadap masyarakat Yogyakarta, terutama bagi mereka yang tergolong ekonomi lemah, demikian dikatakan oleh karyawan Bank Bukopin, Mahmudi (responden), bahwa banyak anak-anak muda yang kemudian terjun menjadi sopir, *guide*, membuat kreasi sendiri, dan membuat *souvenir* untuk menambah penghasilan. Peluang bagi masyarakat lainnya, antara lain: tukang becak, sopir, karyawan restoran, pemandu, perajin, kreasi *artshop* lainnya, persewaan tanah, satpam umum maupun satpam khusus hotel.

Perlu juga disampaikan di sini sebagaimana damanatkan dalam GBHN 1993, strategi untuk menjaring wisatawan dapat ditempuh dengan banyak cara, diantaranya adalah mengupayakan pemeliharaan benda-benda dan khasanah bersejarah yang notabene mampu menggambarkan ketinggian budaya bangsa yang pada gilirannya nanti merupakan obyek dan pesona wisata yang amat potensial. Sehubungan dengan hal itu, dikatakan oleh Sudarmo Ali Murtolo (1994: 153) bahwa potensi wisata yang ada di kawasan kota Yogyakarta ini, antara lain: peninggalan sejarah (candi), monumen, pentas seni (atraksi budaya), wisata alam (gunung, hutan, dan pantai). Sementara itu menurut seorang responden, Sujoko Hadi Martono atraksi seni budaya perlu dikembangkan, misalnya gamelan dan tarian yang pada kenyataannya mampu memikat wisatawan untuk datang berkunjung.

D. ANCAMAN

1. Nilai Budaya

Ada sekitar 30,0 % responden yang pada pokoknya menekankan bahwa semua pengusaha tidak merasa ikut bertanggung jawab dan *handarbeni* (*sense of belonging*). Dalam hal kebersihan, banyak masyarakat sekitar, pemilik *guest house*, dan juga wisatawan yang membuang sampah di got-got. Koordinasi antara pemilik penginapan, satpam, dengan masyarakat sekitar kurang harmonis. Selain itu, masih ada pemandu liar berkeliaran di kawasan Prawirotaman. Dengan begitu, pelaksanaan Sapta Pesona perlu pembenahan di sana-sini, misalnya persoalan pengelolaan tempat parkir kendaraan (bus,

becak, andong dan taksi) yang mengganggu lalu lintas pengguna jalan lainnya. Selama ini, walaupun sudah ada satpam, tetapi toh masih ada kasus penjambratan, pencopetan, dan turis kehilangan barang dari data statistik Kelurahan Brontokusuman (1996) tercatat ada serangkaian ancaman keamanan bagi wisatawan, antara lain: (a) pencurian 16; (b) penipuan 1 (c) penjambratan 2; dan (d) penggelapan 1. Ini baru yang dilaporkan ke kepolisian. Dan ternyata kasus seperti tersebut akan terulang kembali di tahun 1997, yakni kaitannya seorang wisatawan asal Belanda yang sedang menginap di salah satu hotel jalan Prawirodaman. Mereka kemudian melapor dan mengadu ke polisi karena jiwanya akan terancam dibunuh oleh seorang warga di jalan Sisingamangaraja. Ancaman tersebut cukup menakutkan mereka hingga harus berobat ke rumah sakit karena stres dan shock (Bernas, 1997: 2).

Kalau boleh dikatakan, sebenarnya masalah keamanan, ketertiban, dan kebersihan di daerah penelitian belum dapat diatasi dengan baik. Hal ini karena semua industri pariwisata tendensi pada komersialisasi. Hal yang memprihatinkan lainnya adalah fenomena pengaruh budaya asing yang tidak sesuai dengan adat ketimuran kita. Kerugian lainnya, wisatawan yang kebetulan pernah kecopetan (jambret) akan memberikan informasi pada rekan-rekannya secara *gethok tular* (Jawa) bahwa Yogyakarta termasuk kawasan wisata yang tidak menjamin keamanan para pendatang (wisatawan). Pendek kata, adanya kasus penjambratan sungguh merupakan ancaman yang akan membawa dampak menyusutnya wisatawan.

Munculnya ancaman lain, yakni pengaruh minuman keras pada kalangan generasi remaja, kurang tertibnya parkir kendaraan yang menempati jalan-jalan umum, bukan di halaman masing-masing hotel. Jelas bahwa kondisi sedemikian itu mengganggu lalu lintas setempat sehingga menimbulkan rasa kurang nyaman, terutama bagi para tamu. Selain itu, sampai kini pun masalah pembuangan sampah yang belum diatur. Itu semua tentu membawa implikasi yang kurang baik bagi tuan rumah. Manakala wisatawan sudah merasa *gelo* atau kurang menjamin, seperti kurang aman, tidak bersih, dan tidak nyaman, tidak tertib, pelayanan yang jauh dari kata ramah jelas merupakan oleh-oleh informasi ke negara masing-masing untuk diceritakan pada keluarga, tetangga, ataupun teman-temannya. Mengapa hal itu merupakan ancaman yang serius bagi tuan rumah karena besar kemungkinan mereka tidak mau datang lagi.

2. Perilaku

Sekitar 20,0 % responden mengatakan bahwa pernah terjadi keributan yang mengarah negatif antar karyawan industri pariwisata di daerah penelitian karena adanya persaingan antar hotel. Muncul kasus lain, yakni ada karyawan

yang bisa “dibawa” oleh wisatawan mancanegara pramunikmat (prostitusi terselubung). Ada juga pramuwisata yang sempat dikejar-kejar massa karena perbuatannya yang dianggap tidak senonoh. Di samping itu, masih ada pemandu yang bersifat memaksakan kehendaknya sendiri demi keuntungan pribadi agar wisatawan mancanegara yang diantaranya itu berbelanja di suatu tempat tertentu (kolusi). Di lain pihak, tidak sedikit karyawan yang *cuek*, seenaknya sendiri, tidak sopan, mementingkan urusan pribadi sehingga ada kesan tidak adanya kekompakan di antara mereka. Selain itu, pelayanan jasa becak pun terkesan dikejar-kejar. Terlepas dari semua persoalan tersebut, ternyata polisi tidak pernah mengambil tindakan tegas atas berbagai pelanggaran yang ada di sana.

a. Hotel

Kini muncul persaingan yang tidak sehat di antara pengusaha hotel, juga dalam hal pemberian komisi yang tidak seragam, 40-50 persen. Abang becak yang sudah diorganisasikan pun ternyata dalam prakteknya masih menghalalkan segala cara agar tamu yang diantaranya ‘*checkin*’ di hotel yang bersedia memberi komisi tinggi padanya. Di samping itu, masih ditemukan wisatawan yang mengeluh atau *complain* karena lemahnya pelayanan. Kelamahan lainnya adalah kurangnya promosi tentang obyek-obyek wisata di kawasan DIY. Dalam konteks ini, dikatakan oleh Y. Dwi Koratno (1991: 4) bahwa, di Yogyakarta, kendaraan tradisional becak menjadi salah satu pesona wisata andalan: murah tarifnya, bebas polusi. Selain itu, tukang becak dianggap sebagai duta wisata mandiri.

b. Usaha Wisata

Dari pengamatan di lapangan, ternyata sampai saat ini unsur inovatif dalam pembuatan barang kerajinan masih kurang, selain juga kadar mutunya. Padahal, itu merupakan daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Gejala terlalu sering penggantian karyawan juga menunjukkan masih lemahnya manajemen perusahaan (kurang profesional).

c. Restoran

Kadang ada tamu yang suka iseng terhadap para karyawan. Di lain pihak, persoalan lain muncul sehubungan dengan kurang luasnya ruangan yang ada sehingga sangat menyulitkan penataan interior demi kenyamanan para tamu. Di pihak pengunjung itu sendiri, kadangkala juga mendatangkan persoalan yang fatal, seperti mabuk-mabukan.

d. *Jasa Pemandu*

Yang masih memprihatinkan sampai saat ini masih bermunculan pemandu liar yang dikarenakan jumlah mereka cukup besar maka praktis berarti berkurangnya jatah yang diterima oleh masing-masing *guide* tersebut. Otomatis oleh sebab yang sulit dielakkan tersebut maka terjadilah persaingan yang menjurus negatif di kalangan mereka.

e. *Jasa Transportasi*

Ada persaingan di kalangan *tour and travel* yang kian hari kian memuncak. Boleh dkata, siapa kuat modal maka dialah yang nantinya akan ke luar sebagai pemenangnya. Selain implikasi suasana yang begitu kompetitif tersebut di pihak lain muncul kendala dalam hal kemampuan tuan rumah dalam memahami bahasa asing (Inggris). Dengan begitu sulit dijalin komunikasi yang akrab antara wisatawan mancanegara dan tuan rumah.

Salah seorang informan yang ditemui, Etyk S mengatakan masih adanya kurang kekompakkan dan keserasian di antara pengusaha dalam hal pemberian komisi. jadi, terkesan adanya kelemahan koordinasi dan pengarahan. Kalau banyak tumbuh hotel maka wajar apabila timbul persaingan tidak sehat. jelas nantinya ada yang gulung tikar (*bangkrut*) karena memang unsur individualisme kini amat menonjol: pemilik modal kuat justru melindas yang kecil.

Sebenarnya pramuwisama (pemandu) juga perlu memperoleh pembinaan dalam hal, antara lain: kemampuan berbahasa asing mengingat justru merekalah kesan pertama bagi tamu yang berkunjung. Hal yang sungguh mengecewakan sampai kini masih saja ada pemandu liar yang *mbeleh* wisatawan sehingga kesannya sangat negatif. Juga ada konflik sesama pengusaha dan karyawan yang notabene menjauhkan sifat kekeluargaan di kalangan mereka. Jadi, terkesan mulai lunturnya rasa solidaritas di kalangan pengusaha hotel.

Sementara itu dikatakan oleh salah seorang responden HJ, Setyorini Mukhosim, kini muncul perselisihan patokan harga (jasa). Di antara tukang becak sering terjadi bom-boman sehingga mereka mudah sekali terpancing bertindak emosional. Selama ini, sistem komisi kepada abang becak dan pemandu sepenuhnya tergantung pada kebijakan para pengusaha. Oleh karena itu ada baiknya diadakan organisasi di kalangan dengan cara menyelenggarakan semacam arisan agar mereka dapat memiliki becak sendiri.

Selama ini, masih ada kendala yang perlu dibenahi, demikian diungkapkan oleh salah seorang responden yang berhasil diwawancarai, Sukarjani, karyawan Bank BNI. Budaya kita harus mampu menangkala cara

dan praktek pergaulan bebas, termasuk pakaian yang dikenakan turis asing. Selain itu, adanya persaingan yang tidak sehat di banyak bidang jelas merupakan ancaman yang cukup seiris. Dikatakan juga oleh Mahmudi, karyawan Bank Bukopin, bahwa sering turis-turis itu mengajak minum-minum remaja hingga nantinya mereka kecanduan, bahkan ketagihan obat-obat terlarang (*pil koplo*). Jangan heran kalau sekarang banyak anak laki-laki pakai anting dan cuping.

Dalam pandangan H. Abdul karim Sangidu (1991: 17), pengaruh negatif pariwisata, antara lain: masuknya budaya asing melalui film, TV, radio, media cetak, dan tata pergaulan internasional. Seringkali kita saksikan bagaimana tingkah laku wisatawan mancanegara yang cenderung melecehkan norma (adat) ketimuran kita, antara lain: kebebasan seksual, kebiasaan minum-minuman keras, sikap angkuh, dan egoistis yang berlebihan. Informan lainnya, Nurwijanadi mengatakan adanya penyalahgunaan obat-obatan terlarang plus minuman keras yang celakanya ditiru oleh generasi muda setempat.

3. Benda-Benda Budaya

Ternyata dari hasil observasi, benda-benda produk lokal yang *display* di berbagai kawasan industri pariwisata Prawirotaman lebih didominasi kerajinan batik dengan berbagai model serta beberapa motif kerajinan kulit. Yang tampak mencolok lainnya adalah semua industri pariwisata kini mengarah pada unsur komersialisasi yang berlebihan sehingga dikhawatirkan nantinya justru berubah menjadi bumerang yang dapat mematikan. sehubungan dengan itu dikemukakan oleh RM. Sudarsono (1991: 12); bahwa kehadiran seni wisata (*tourist art*) sesungguhnya merupakan komersialisasi budaya atau prostitusi kultural. Jelas itu merupakan vandalisme budaya yang punya sinergi mengubah ciri-ciri asli dan kepribadian bangsa Indonesia. Menurut I. Gusti Ngurah bagus (1991: 14), unsur seni asli hilang karena banyak dikemas untuk sajian wisatawan. Adapun impaknya berupa pesta seni untuk kemasan pasar wisata, munculnya gaya hidup konsumerisme, lokalisasi WTS, berbagai penyakit kelamin (*siphilis*, *GO*, dan *AIDS*).

Ancaman lain muncul mengingat kini semakin langka keberadaan benda-benda budaya Jawa kuno karena dibeli oleh wisatawan mancanegara. Sebagaimana diasumsikan oleh Kris Sevat (1983: 16); bahwa kerugian industri pariwisata, antara lain: pencurian benda-benda kuno (barang antik), berubahnya kesenian dan berbagai upacara tradisional, juga kian merosotnya mutu barang-barang kerajinan rakyat.

Demikianlah, mengingat Yogyakarta sebagai Daerah Tujuan Wisata (DTW) terbesar kedua setelah Pulau Dewata (Bali), hendaknya sebagai tuan

rumah yang baik, kita harus proaktif menyukseskan misi industri pariwisata (*Visit Indonesia Year 1991*) dengan cara merealisasikan Gerakan Sadar Wisata (Program Sapta Pesona), baik di tingkat domestik (rumah tangga), di arena sosial, di lingkungan sekolah ataupun tempat bekerja. Adapun muatan Sapta Pesona tersebut, antara lain: keamanan, kebersihan, kesejukan, keramah-tamahan, ketertiban, keindahan, dan nilai kenangan. Untuk lebih memperluas cakrawala pandang mengenai hal itu, berikut ini akan disajikan opini dari beberapa tokoh atau pengamat budaya.

Menurut BS. Mardiatmadja (1991: 4), kenangan mendalam para tamu terletak pada unsur kermah-tamahan asli, tidak bersifat *mata-duwitan*. Jadi, musuh pariwisata yang utama adalah kepalsuan wajah. Asumsi lainnya, Ki Soeratman (1990: 4), Gerakan Sadar Wisata merupakan kondisi di mana warga masyarakat telah memiliki pengertian yang mendalam dalam pemikiran, sikap, dan perilaku yang mendukung pengembangan pariwisata.

Tertera dalam booklet Pariwisata yang dikeluarkan oleh Dinas Pariwisata Ppinsi DIY (1997: 23) bahwa Sapta Pesona itu merupakan kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan berkunjung ke suatu daerah (wilayah) di negara Indonesia. Menurut Maryatmo (1995: 3), Sapta Pesona perlu ditindaklanjuti dengan Program Sapta Kebijakan: promosi, aksesibilitas, mutu produk dan pelayanan, pengembangan kawasan wisata baru dan bahari, Sumber Daya Manusia (SDM), dan menciptakan iklim Sadar Wisata.

Motto Yogyakarta Berhati Nyaman mestinya bukan merupakan slogan yang bombastis (retorika kosong), tak hanya berhenti di bibir saja atau gincu pemoles saja, akan tetapi harus disosialisasikan secara meluas di tengah-tengah masyarakat secara berkelanjutan. Berkaitan dengan itu, dikatakan oleh Sumintarsih (1995: 49); bahwa Yogyakarta Berhati Nyaman berisikan, antara lain: bersih, indah, sehat, dan nyaman. Ini perlu disosialisasikan melalui jalur formal dan informal, media cetak dan tradisional, dan pemasangan stiker pada kendaraan umum serta tempat-tempat yang strategis.

Ada beberapa pendapat yang perlu digarisbawahi di sini, Maryadi (1990: 4), di satu sisi industri pariwisata itu amat positif: pengembangan jalan, hotel, lapangan golf. Namun, di sisi lainnya, justru berdampak negatif: kerusakan lingkungan. Fenomena inilah yang kiranya perlu dikaji secara cermat mengingat pariwisata merupakan sistem motor pembangunan. Dikemukakan oleh Sri Paus Yohannes II, bahaya kalau pariwisata itu berkembang terlalu pesat. Besar kemungkinan motivasi ekonomi tidak memperhatikan aspek kebudayaan dan ekologi dari pariwisata (Theuns dan FrankM, 1989: 27).

Kesimpulan akhirnya adalah, kekuatan yang ada perlu ditingkatkan,

mencoba meraih peluang, memperbaiki segala kelemahan yang ada, sekaligus bertindak antisipatif dalam upaya menanggulangi segala bentuk ancaman. Pendek kata, jadilah tuan rumah yang baik tanpa harus mengorbankan kepribadian sebagaimana diamanatkan dalam GBHN 1993.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah kebijakan pemerintah yakni Visit Indonesia Year tahun 1991 (VIY) berakhir, banyak hal yang bisa dievaluasi dari situasi industri kepariwisataan di Daerah Istimewa Yogyakarta umumnya dan khususnya di kawasan penginapan Prowirotaman. Terutama seperti apa atau bagaimana persiapan dan gebrakan yang sudah dilakukan untuk menarik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara telah berhasil mencapai sasaran seperti yang diharapkan.

Dalam tahun terakhir ini, memang secara kualitas para wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara yang berkunjung di Daerah Istimewa Yogyakarta dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Menurut data yang ada, paling tidak setiap tahunnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta naik kurang lebih 15-16 %. Kecuali itu, beberapa daerah tujuan wisata yang dulunya tidak pernah di jajah atau dikunjungi wisatawan mancanegara, maka selama Visit Indonesia Year tahun 1991 ini juga sudah mulai dikenal dan dikunjungi oleh para wisatawan.

Kemudian yang dilihat sekarang, apakah perkembangan yang dialami Yogyakarta itu sudah sepadan dengan semua jerih payah yang sudah dilakukan, dan apakah jumlah wisatawan yang berhasil di jaring Yogyakarta selama ini merupakan prestasi tersendiri jika dibandingkan daerah tujuan wisata yang lain?. Memang pertanyaan-pertanyaan tersebut layak dimunculkan, karena secara obyektif harus diakui bahwa dalam banyak hal sesungguhnya apa yang sudah berhasil diperoleh Daerah Istimewa Yogyakarta masih belum sebanding dengan prestasi daerah tujuan wisata seperti Pulau Bali misalnya.

Adapun salah satu penyebab Yogyakarta belum bisa optimal menjangkit wisatawan boleh jadi berkaitan dengan masalah waktu sebagai suatu daerah tujuan wisata, Yogyakarta boleh jadi masih dibawahnya Bali dan baru 4 sampai 5 tahun terakhir ini menarik perhatian yang lebih serius terhadap upaya pengembangan sektor pariwisatanya. Jadi, bukan suatu hal yang mengherankan jika Yogyakarta dalam hal kepariwisataan masih kalah dengan daerah tujuan wisata lain (Bali) yang sudah sejak lama menjadi andalan Indonesia dalam menarik para wisatawan mancanegara.

Selain itu, satu masalah yang juga menjadi penyebab masih sedikitnya arus wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta adalah berkaitan dengan masalah pemasaran dan penanganan kepariwisataan Yogyakarta yang dalam beberapa hal kurang mengena. Dari segi omset produk wisata Daerah Istimewa Yogyakarta tidak kalah dengan daerah tujuan wisata Bali, namun dari produk

saja sebenarnya hanya satu bagian kecil saja dari daya tarik wisata. Oleh karena itu, Yogyakarta sesungguhnya masih memerlukan kiat-kiat khusus dan berbagai unsur penunjang agar wisatawan mancanegara betah menikmati serta berniat mengulangi kembali perjalanan wisatanya.

Dengan memakai kiat-kiat khusus dan unsur-unsur penunjang yang diperlukan bagi upaya pengembangan sektor industri pariwisata di Yogyakarta pada umumnya dan khususnya di kawasan penginapan Prawirotaman adalah terangkum dalam program pemerintah yakni Sapta Pesona yang berisikan tujuh unsur nilai-nilai budaya daerah seperti nilai budaya keamanan, ketertiban, kebersihan, keindahan, kesejukan, keramahtamahan, dan nilai budaya kenangan.

Pertanyaan sekarang adalah, apakah unsur-unsur Sapta Pesona yang berisi nilai budaya daerah tersebut sudah terealisasi di kawasan penginapan Prawirotaman dan apakah sudah dirasakan oleh para wisatawan yang berkunjung. Dalam bab kesimpulan ini, bagaimana persepsi atau pandangan masyarakat tentang industri pariwisata, dan bagaimana perilaku dan benda-benda budaya daerah yang ada di industri pariwisata akan diuraikan dalam poin-poin ringkas yang berupa kesimpulan penelitian yang berjudul Peranan Kebudayaan Daerah Dalam Perwujudan Masyarakat Industri Pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kemudian dalam sub bab ini pula akan dicoba disampaikan beberapa saran-saran yang sekiranya bisa bermanfaat bagi upaya pengembangan kepariwisataan umumnya yang ada di Yogyakarta dan khususnya di kawasan penginapan Prawirotaman, Kelurahan Brontokusuman, Kecamatan Mergangsan sebagai sampel daerah penelitian.

A. KESIMPULAN

1. Masyarakat Prawirotaman sebagian besar (91,7 %) mempunyai pandangan positif atau senang terhadap industri pariwisata, karena secara garis besar memberikan keuntungan pada masyarakat sekitar. Dari segi ekonomi menumbuhkan kesempatan kerja seperti persewaan motor, restoran, souvenir, pelayanan transportasi lokal (becak dan andong) serta dapat meningkatkan taraf penghasilan tingkat ekonomi rumah tangga. Sementara hanya sebesar 8,3 % responden yang mengatakan tidak senang terhadap industri pariwisata karena banyak bermunculan tindak kejahatan, berkurangnya ikatan keluarga di antara warga setempat, mengendornya norma-norma seperti memakai busana minim, hubungan layaknya suami dan isteri, dan mabuk-mabukan.
2. Di daerah penelitian ketujuh unsur nilai budaya yang terdapat dalam

Sapta Pesona untuk industri pariwisata seperti hotel, usaha wisata, jasa transportasi, jasa pemandu, dan restoran dapat dikatakan masih kurang diperhatikan. Hal ini terlihat ada sebesar 30,0 % dari jumlah responden yang diwawancarai mengatakan pelaksanaan Sapta Pesona di kawasan penginapan Prawirotaman masih kurang baik, sedangkan yang mengatakan pelaksanaan Sapta Pesona baik adalah sebesar 18,3 % dan sebesar 51,7 % mereka mengatakan cukup baik. Namun demikian sebagian besar (93,3 %) responden mengatakan bahwa Sapta Pesona berpengaruh sekali terhadap industri pariwisata dan 100,0 % mengatakan sangat berperan dalam mewujudkan industri pariwisata.

3. Berkenaan dengan perilaku SDM Suku Bangsa yang bekerja di sektor industri pariwisata baik mereka yang bekerja di hotel, usaha wisata, restoran, jasa pemandu, dan jasa transportasi dari sebanyak 81,7 % responden menilai positif. Hal ini mempunyai alasan perilaku karyawan rata-rata sopan, disiplin berkaitan dengan budaya bersih, keamanan dan tidak mengganggu masyarakat. Selain itu mereka ramah tamah dan bersedia memberikan informasi secara benar. Mengenai benda-benda budaya suku bangsa atau benda-benda budaya lokal di daerah penelitian juga relatif baik, dalam arti bisa memenuhi selera para wisatawan. Sehingga dapat dikatakan bahwa peranan kebudayaan daerah yakni tujuh unsur nilai-nilai Sapta Pesona perilaku suku bangsa dan benda-benda budaya Jawa sangat besar dan amat sentral bagi pengembangan industri pariwisata. Selain itu kebudayaan daerah mampu dan sangat potensial dalam memberikan identitas juga mampu memberikan pegangan dasar dan pola pengendalian, dan juga mampu mendorong kreatifitas dan partisipasi masyarakat dalam industri pariwisata di samping kebudayaan daerah tetap merupakan daya tarik utama bagi kunjungan wisatawan.
4. Peranan nilai budaya perilaku, dan benda-benda budaya daerah yang notabene mengandung beberapa muatan, yakni kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dalam kenyataannya juga merupakan faktor pengaruh di sektor industri pariwisata, seperti hotel, usaha wisata, restoran, jasa pemandu, dan jasa transportasi. Namun demikian juga sebaliknya, yaitu industri pariwisata itu sendiri kadang menimbulkan serangkaian implikasi baik yang menguntungkan atau bahkan membawa bencana bagi nilai budaya, perilaku, dan benda-benda budaya daerah. Peranan nilai budaya, perilaku, dan benda-benda budaya daerah ini dideskripsikan secara integral atau keseluruhan hal ini karena dari ketiga aspek tersebut mempunyai keterkaitan yang erat, dan masing-masing aspek tersebut

memiliki peran terhadap industri pariwisata.

B. SARAN

1. Sapta Pesona yang berisi tentang nilai budaya keamanan, ketertiban, keindahan, kesejukan, kermahtamahan, dan nilai budaya kenangan adalah merupakan nilai-nilai budaya daerah yang sangat strategis dan berpotensi dalam pengembangan sektor industri pariwisata. Karena dengan terciptanya kondisi tersebut akan menjadikan para wisatawan yang berkunjung merasa tenteram, tenang, serta merasa puas. Selain itu, dengan terlaksananya nilai-nilai budaya tersebut akan mempengaruhi minat wisatawan mancanegara maupun nusantara untuk berkunjung lagi dan akhirnya dapat pula meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat dan juga berpengaruh sekali terhadap pendapatan daerah. Oleh karena itu, dalam rangka pengembangan kepariwisataan yang lebih baik dan notabene perlu dilakukan perbaikan-perbaikan yang sifatnya menyeluruh, baik perbaikan sarana maupun prasarana dan juga diikuti adanya kesadaran masyarakat pendukungnya atau penanganan industri pariwisata harus bersifat lintas sektoral ada kerjasama terpadu antara beberapa pihak yang terkait seperti pengusaha, tokoh masyarakat, cendekiawan, budayawan, pemuda, atau instansi-instansi yang berkompeten. Dalam arti masyarakat yang sadar wisata itu perlu ditumbuhkembangkan sebagai suatu gerakan untuk mensukseskan pembangunan kepariwisataan di Yogyakarta pada umumnya dan khususnya di daerah penelitian sebagai kawasan penginapan.
2. Di Prawirotaman sebagai kawasan penginapan perlunya usaha untuk mengkoordinasi hotel-hotel khususnya melati dengan pertemuan-pertemuan rutin, sehingga dalam pertemuan ini dapat bersama-sama mereviu dan sekaligus dialog mengenai masalah yang dihadapi. Selain itu masyarakat yang terlibat dalam dunia kepariwisataan harus ditanamkan nilai-nilai yang berkaitan dengan kepribadian bangsa melalui penataran-penataran atau penyuluhan-penyuluhan karena nilai-nilai tersebut mempunyai kekuatan yang sangat besar. Dan juga digiatkan lagi dengan berbagai kegiatan yang telah dilakukan bersama atau gotong royong, karena gotong royong ini merupakan ujung tombak daripada persatuan dan kesatuan yang tidak dapat dibeli dengan uang. Seperti jaga malam, membersihkan kampung, saluran air, dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Basuki, Ari,
1997 "Malioboro dan Wisata Kota", *Makalah yang disampaikan dalam rangka HUT ke-52 Kedaulatan Rakyat di Hotel Garuda, Yogyakarta.*
- Biro Pusat Statistik,
1995 *Daerah Istimewa Dalam Angka, Kantor Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta.*
-
- 1996 *Kotamadya Dalam Angka, Kantor Statistik Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.*
-
- 1996 *Monografi Kelurahan Brontokusuman, Kantor Kelurahan Brontokusuman, Kecamatan Mergangsan Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.*
- Bernas,
1997 "Wisatawan Belanda Mengadu ke Polisi", *Bernas* Senin 6 Oktober, Halaman:2.
- Dasar-Dasar Demografi,
1980 *Dasar-Dasar Demografi, Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.*
- Dinas Pariwisata Propinsi DIY
1978 *Petunjuk Wisata Yogyakarta. Yogyakarta: Dinas Pariwisata ta DIY*
-
- 1996 *Perkembangan Kepariwisataaan DIY tahun 1994 - 1996. Yogyakarta: Dinas Pariwisata DIY.*

-
- 1997, *Sapta Pesona, Dasar Panduan Sadar Wisata*, Yogyakarta: Dinas Pariwisata DIY.
- Dien I, Amin,
1874 *Pengantar Ilmu Pendidikan*, IKIP Malang: Malang, Jawa Timur
- Geertz, Clifford
1978 *The Interpretation of Culture*. New York: Basic Books Inc.
- Geoffrey, Wall,
1993 "Industri pariwisata Yogyakarta Memiliki Keunggulan Kompetitif", P.T. Bp. Kedaulatan Rakyat, *Kedaulatan Rakyat Yogyakarta*, 11 Juli halaman 3.
- GBHN,
1993 *Garis-garis Besar Haluan Negara Beserta Susunan Kabinet Pembangunan VI*, Surakarta PT. Pabelan.
- Gusti Ngurah Bagus,
1991 "Hubungan Pariwisata Dengan Budaya di Indonesia: Prospek dan Masalahnya", *Makalah*, Dirjen Kebudayaan/Kongres Kebudayaan Jakarta.
- Hartiningsih, Maria,
1991 "Pariwisata Untuk Siapa", PT. Kompas Media Nusantara, *Kompas Jakarta*, 9 April halaman 4.
- Koratno, Dwi Y,
1991 "Pariwisata Dalam Skala Becak", PT. BP. Kedaulatan Rakyat, *Kedaulatan Rakyat Yogyakarta*, 4 Maret, halaman 3.
- Kanwil Deparpostel DIY,
1997 "Pengembangan Parangtritis Sebagai Aset Daerah Istimewa Yogyakarta", *Sarasehan* 16 September di Hotel Garuda, Yogyakarta.

- Kodhyat, H,
1991 "Mengembangkan Pariwisata yang Lebih Manusiawi", PT. Kompas Media Nusantara, *Kompas Jakarta*, 12 Maret, halaman 4.
- Kodhyat, H,
1991 "Persepsi dan Pendekatan dalam Pengembangan Pariwisata", PT. Kompas Media Nusantara, *Kompas Jakarta*, 9 April, halaman 4.
- Mardiatmodjo, BJ,
1991 "Wawasan Wisata", PT. Kompas Media Nusantara, *Kompas Jakarta*, 12 Januari, halaman 4.
- Maryadi,
1990 "Dampak Lingkungan Pariwisata", PT. Kompas Media Nusantara, *Kompas Jakarta*, halaman 4.
- Maryanto,
1992 "Pengembangan Pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta", *Seminar Sehari*, Pusat Studi Wanita Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Mill, Robert Christis
1985 *The Tourism System: An Introductory Text*. New York: Prentics Hall
-
- 1990 *Tourism: The International Business*. New York: Prentics Hall
- Mulder,
1987 *Kepribadian Jawa dan Pengembangan Nasional*, Gadjah Mada Universitas Press dan Sinar Harapan. Yogyakarta.
- Murniatmo, Gatut dkk.
1993 *Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kehidupan Sosial Budaya Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jakarta: Proyek P2NB Dirjen Kebudayaan RI.

- Murtolo, Sudarmo Ali,
1993 *Dampak Pengembangan Obyek Wisata Candi Prambanan Terhadap Masyarakat Sekitarnya.* Yogyakarta: Balai Kajian Sejarah dan Nilai Tradisional Yogyakarta Propinsi DIY.
-
- 1996/1997 *Pola Interaksi Sosial Masyarakat di Kawasan Industri Pariwisata di Prawirotaman, Kelurahan Brontokusuman, Kecamatan Mergang-san, Kotamadya Yogyakarta.* Laporan Penelitian Balai Kajian Sejarah dan Nilai Tradisional Yogyakarta.
- Nazir, Muh.
1985 *Metode Penelitian,* Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Sadilah, Emiliana dkk.
1997 *Integrasi Nasional; Suatu Pendekatan Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta.* Jakarta: Proyek P2NB Dirjen Kebudayaan Republik Indonesia.
- Salamun, dkk,
1989/1990 *Kehidupan dan Interaksi Sosial Budaya Masyarakat Sarang Meduro, Rembang,* Penelitian Balai Kajian Jarahnitra, Yogyakarta.
- Sartono,
1982 *Pengantar Ilmu Psikologi,* Penerbit Bulan Bintang, Jakarta.
- Santoso, Ki,
1995 "Batik dan Kulit Tetap Primadona", PT. BP. Kedaulatan Rakyat, *Kedaulatan Rakyat Yogyakarta,* Sabtu 26 Oktober.
- Sasongko, Agung,
1997 "Souvenir Mana Barangnya", PT. BP. Kedaulatan Rakyat, *Kedaulatan Rakyat Yogyakarta,* Senin 15 September, halaman 23.

- Savat, Kris,
1983 *Mees Tourism in South and Soutoast Asia*, Brussel.
- Sudarsono, Rm,
1991 "Pariwisata dan Kebudayaan", *Makalah Dirjen Kebudayaan/Kongres Kebudayaan*, Jakarta.
- Suratman, Ki,
1990 "Peran Serta Masyarakat dalam Pariwisata", PT. BP. Kedaulatan Rakyat, *Kedaulatan Rakyat Yogyakarta*, halaman 4.
- Suseno, Fm,
1983 *Etika Jawa Analisa Filsafati tentang Kebijaksanaan Hidup Jawa*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Sumintarsih dkk.
1994 *Pembinaan Disiplin di Lingkungan Masyarakat Kota Yogyakarta*. Jakarta: Dirjen Kebudayaan RI
- Subagio, W, dkk.
1996 *Dampak Budaya Asing Terhadap Masyarakat di Kawasan Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta*, Depdikbud, Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional, Bagian Proyek Pengkajian dan Pembinaan Kebudayaan Masa Kini, Jakarta.
- Sutopo,
1989 *Persepsi Partisipasi Masyarakat Pada Program Kegiatan Posyandu*, Sekretariat Program Keterpaduan KB, Kesehatan, Jakarta.
- Spillans, Jamse J.
1994 *Pariwisata Indonesia: Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius
- Tuti Artha, Arwan,
1995 "Nuansa Wisata 1996 Menatap Potensi Yogyakarta di Masa Depan", PT. BP. Kedaulatan Rakyat, *Kedaulatan Rakyat Yogyakarta*, halaman 7.

- Toha, Miftah,**
1993 *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya,*
 PT. Rajawali Grafika, Jakarta.
- Theuns, H. Lee and Frank M.**
1989 *Tewarse Appropriate Tourism: The Cass of Devel-*
oping Countries. Frankfurt: Lang Inc.
- Trueng, Thanh-Dam**
1992 *Pariwisata dan Pelacuran Di Asia tenggara: Seks,*
Uang, dan Kekuasaan. Jakarta: LP3ES.
- Walgito,**
1987 *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar,* Yayasan
 Penerbitan Fakultas Ilmu Psikologi, Universitas
 Gadjah Mada Yogyakarta.
- Yoeti Oka A. Drs,**
1983 *Pengantar Ilmu Pariwisata.* bandung: Penerbit
 Aksara.

DAFTAR RESPONDEN

No.	Nama	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	Alamat
1.	Ny.Hj.Setyarini	53	Akademi	Dependa DIY	Mg III/565
2.	Mahmudi	42	SMA	K. Bank	Mg III/566
3.	Nurwijamadi	37	SMA	Swasta	Mg III/581
4.	Sujoko H.	67	SD	Pensiun	Mg III/585
5.	Sukarjani	58	SMA	Pensiun	Mg III/582
6.	Ragil I Mugiyono	35	SMA	Swasta	Mg III/591
7.	M. Akhsin	33	SMA	Wiraswasta	Mg III/74
8.	Supardilah	58	SMTP	Guru	Mg III/620
9.	Slamet Suranto	34	Akademi	Wiraswasta	Jn. Pra. 5
10.	Suharyanto	41	SMA	Wiraswasta	Mg III/638
11.	Sugeng	43	SMTP	Dagang	Mg III/618
12.	Sutri Wologito	59	SMTP	Pensiun	Mg III/616
13.	Slamet Surajiman	50	SD	Swasta	Mg III/628
14.	Suroto	40	SMTP	Montir	Mg III/636
15.	Darman	54	Akademi	Guru	Jln. Pra. 48
16.	Pardi	41	SMTP	T. Becak	Mantrijeron
17.	Subardi	58	SMA	Wiraswasta	Jln. Pra. 71
18.	Wartijan	56	Akademi	Guru	Jln. Pra. 641
19.	Sedi Santoso	39	SMA	Tata Usaha	Jln. Pra. 39
20.	Muradi	55	PT	PNS	Mg III/570
21.	Soekarno	60	SMA	Wiraswasta	Jln. Pra. 37
22.	H. Abdul Rahman	60	SMA	Swasta	Jln. Pra. 43
23.	Gepeng	36	SMTP	Pemandu	Bantul
24.	Pitut	29	SMA	Pemandu	Bantul
25.	Karman	28	SMA	P. Hotel	Jln. Pra. 34
26.	Handoyo SH.	45	PT	P. Hotel	Jln. Pra. 34
27.	Atik	36	Akademi	P. Batik	Jln. Pra. 34
28.	Gunarto	40	SMTA	P. Taksi	Jln. Pra. 29
29.	Agung	41	Akademi	U. Wisata	Jln. Pra. 31
30.	Teguh	39	SMTA	U. Wisata	Jln. Pra. 14
31.	Mbak Made	28	SMTA	Restoran	Jln. Pra. 24B
32.	Mas Dadang	42	Akademi	P. Restoran	Jln. Pra. 14
33.	W. Putrahadi	34	PT	Swasta	Mg III/540
34.	Edi Suprpto	45	PT	Wiraswasta	Mg III/29

35	Ida Isdari	50	SMTA	Wiraswasta	Tirtodipuran 44
36	Hardi Broto	71	SMTA	Pensiun	Jln. Pra. 29
37	Sunatmanto	34	SMTA	PNS	Mg III/535
38	Sumardi	50	SD	Wiraswasta	Jln. Pra 24
39	Sugiarto	32	SMTA	PNS	Mg III/535
40	Gim Maryanto	50	SMTA	Satpam	Mg III/547
41	Hj. M. Subroto	63	SMTA	Pensiun	Mg III/33
42	Suprihatin	40	SMTA	Wiraswasta	Mg III/RT 22
43	Panut M. H.	73	SMTA	Pensiun	Mg III/RT 22
44	Mawardi	45	SMTA	Wiraswasta	Mg III/RT 27
45	Susanto Spd	40	PT	PNS	Mg III/RT 22
46	Marjono R.	64	SMTA	Pensiun	Mg III/RT 22
47	Agus S.	39	SMTA	Biro Jasa	Mg III/RT 22
48	Prapto S.	70	SMTA	Wiraswasta	Mg III/RT 22
49	Djazuri P.	75	SMTA	Pensiun	Sisingaraja 88
50	Supariem	25	PT	U. Wisata	Mg III/597
51	Nunik	21	Akademi	K. batik	Mg III/22
52	Nanang W.	30	PT	Pemandu	P. Mangkubumi
53	Subariman	23	SMTA	K. Hotel	Mg III/600
54	Zaini	24	SMTA	Resepsionis	Sleman
55	Amie Sudarmi	23	Akademi	K. Hotel	Bantul
56	Endu Hartanto	26	PT	J. Transport	Mg III/645
57	Subono Cahyo	24	PT	J. Transport	Sewon
58	Joko S.	22	SMTA	K. Restoran	Sewon
59	Yunisti	19	SMTA	K. Restoran	Suryodiningratan
60	Yunanto	36	PT	Pemandu	Mg III/637

DAFTAR INFORMAN

1. Nama : Nugroho
Umur : 40 tahun
Pendidikan : Perguruan Tinggi
Pekerjaan : Pengusaha Batik
Agama : Islam
Alamat : Show Room Batik Erlangga dan Hotel Sunarto
Prawirotaman

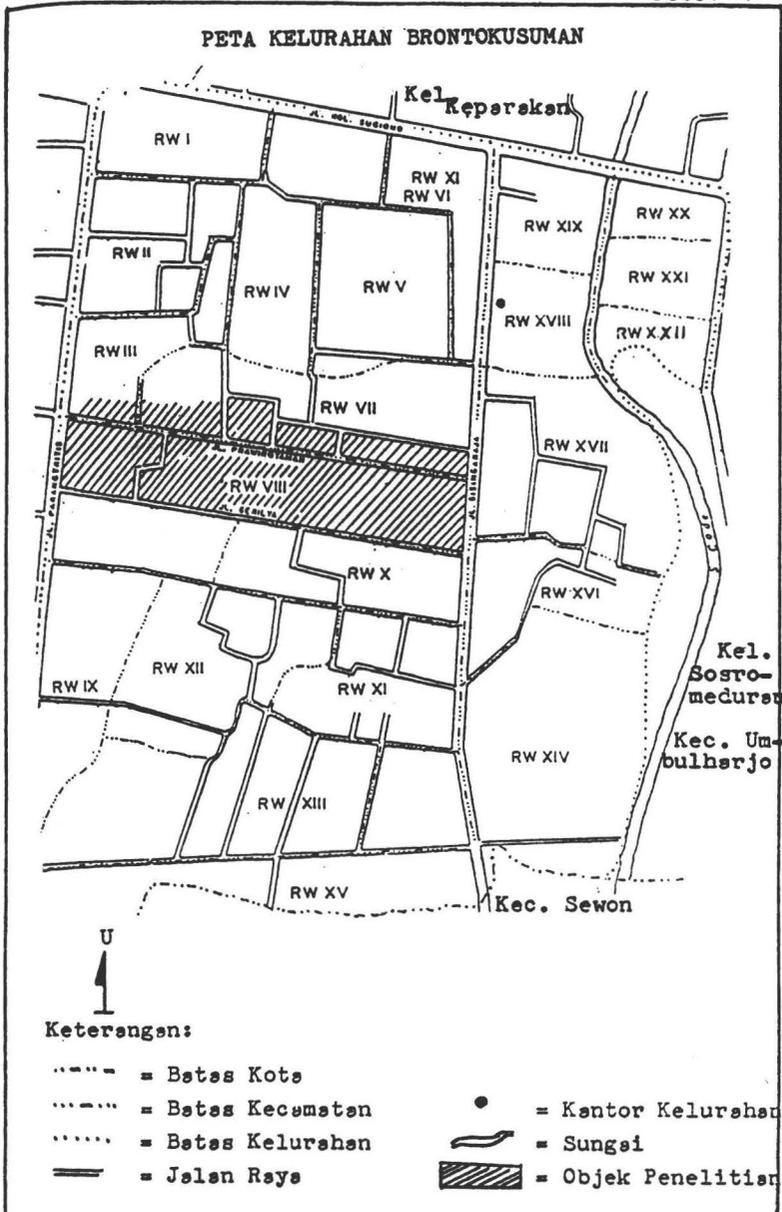
2. Nama : Maria La Redola
Umur : 24 tahun
Pendidikan : Akademi
Pekerjaan : Mahasiswi
Agama : Katholik
Alamat : Florida

3. Nama : Zulhedi
Umur : 42 tahun
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Karyawan Swasta
Agama : Islam
Alamat : Aceh

4. Nama : Ettyk. S.
Umur : 37 tahun
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Seniman/Budayawan
Agama : Islam
Alamat : Prawirotaman Mg III/545

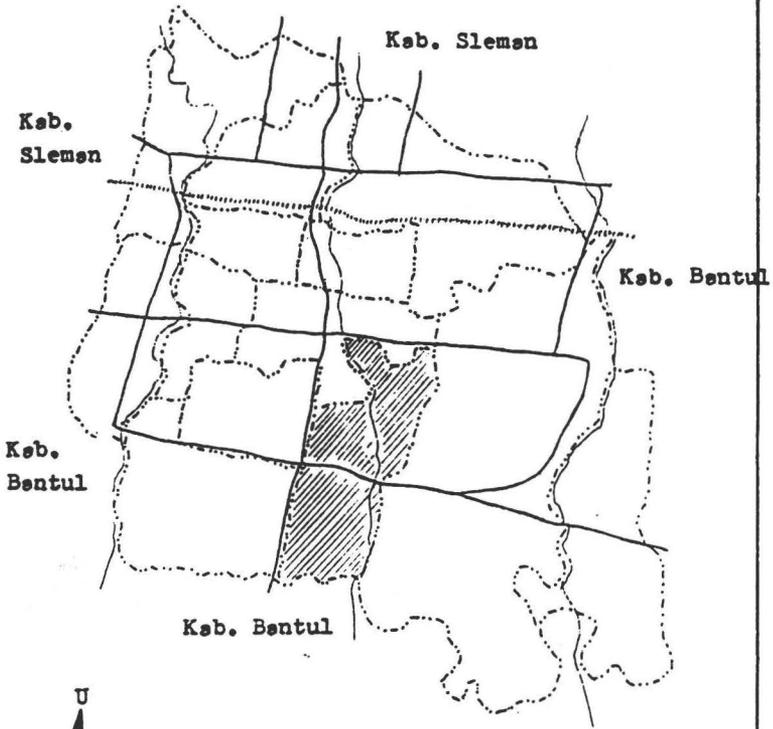
5. Nama : Suprpto
Umur : 48 tahun
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Pemilik Guest House Parikesit
Agama : Islam
Alamat : Prawirotaman

6. Nama : Hasto Prawiro
Umur : 44 tahun
Pendidikan : -
Pekerjaan : Pemilik Guest House Duta
Agama : Islam
Alamat : Jalan Prawirotaman
7. Nama : Drs. Suharmadi
Umur : 57 tahun
Pendidikan : Perguruan Tinggi
Pekerjaan : PNS (Alim Ulama)
Agama : Islam
Alamat : Prawirotaman Mg III/525
8. Nama : Sugiyarni
Umur : 55 tahun
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Guru/Pendidik
Agama : Islam
Alamat : Prawirotaman Mg III/21
9. Nama : Wibowo Putrohadi
Umur : 34 tahun
Pendidikan : Perguruan Tinggi
Pekerjaan : Seksi Pemuda
Agama : Islam
Alamat : Prawirotaman Mg III/540
10. Nama : KRT Sutoningrat SH.
Umur : 52 tahun
Pendidikan : Sarjana
Pekerjaan : PNS
Agama : Islam
Alamat : Namburan



Sumber: Monografi Kel. Brontokusuman Tahun 1997

PETA KOTAMADYA YOGYAKARTA



Keterangan:

- ····· - = Batas Kotamadya
- - - - - = Batas Kecamatan
- = Jalan Kereta Api
- = Jalan Raya
- ▨ = Wilayah Kec. Mergangsan

Sumber: Kantor Pemda TK. II
Kotamadya Yogyakarta

