

PERAN PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA ERA NEW NORMAL DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA MELALUI APLIKASI VISITING JOGJA

Matheus Gratiano Mali ^{a,1}

^a Universitas Widya Mataram, Dalem Mangkubumen KT III/237 Yogyakarta 55132, Indonesia

¹ theogratiano_88@yahoo.com

* corresponding author

ARTICLE INFO

Article history

Received

Revised

Accepted

Keywords

Visiting Jogja

Development

Promotion

Tourism

New Normal

ABSTRACT

This study aims to see the role of local government in the recovery and development of the tourism sector in the Special Region of Yogyakarta, in overcoming adversity due to the covid-19 pandemic and entering a new era of habits through the Visiting Jogja Apps program. This research is a qualitative descriptive study, collecting data obtained through interviews, observation and document analysis. The research was conducted at the Yogyakarta Special Region Tourism Office and a number of Associations in the Tourism Business Sector and also to the management of tourist sites in a number of regencies in the Special Region of Yogyakarta. The data analysis technique is carried out by means of data reduction, data presentation and verification or conclusions. The results of this study indicate that the Visiting Jogja Apps program has been programmed by the Special Region of Yogyakarta Tourism Office to adapt to pandemic conditions and become an alternative for carrying out tourism activities that adapt to health protocols, which are useful as support for tracing visitors or Covid-19 tracers. However, the Visiting Jogja Apps program is still not optimal in carrying out supporting functions in tracing tourists who are confirmed to be positive for Covid, and there is no implementation rule or Standard Operating Procedure related to tracing itself.

1. Pendahuluan

Yogyakarta, merupakan kota tujuan wisata yang terkenal tidak hanya bagi pelancong lokal Indonesia namun juga sampai ke wisatawan mancanegara dari berbagai belahan dunia. Yogyakarta menghadirkan sejuta pengalaman wisata, baik wisata alamnya yang indah, wisata sejarah dan budaya yang tak lekang oleh waktu dengan segala keunikan cerita yang diwariskan. Penduduknya yang terkenal ramah dalam memperlakukan wisatawan yang berkunjung, membuat Yogyakarta menjadi salah satu destinasi wisata terfavorit di Indonesia. Seperti yang tergambarkan dalam lirik lagu dari salah satu grup musik tanah air era 80an, yakni KLa Project dalam lagunya yang berjudul "Yogyakarta", "*Pulang ke kotamu. Ada setangkup haru dalam rindu. Masih seperti dulu. Tiap sudut menyapaku bersahabat, penuh selaksa makna...*" Kota ini memang istimewa dengan segala daya tariknya yang membuat siapapun yang pernah berkunjung pasti ingin "pulang" kembali, walau hanya sejenak menikmati suasana kota.

Sebagai kota destinasi wisata impian yang tak pernah sepi oleh kunjungan wisatawan, Yogyakarta tak henti-hentinya melakukan terobosan baru di bidang pariwisata. Hal ini tentunya tidak terlepas dari perkembangan kemajuan di bidang teknologi informasi dan kecanggihan komunikasi. Perkembangan era digital saat ini telah merambah ke sektor pariwisata secara global maupun di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Perubahan ini secara bertahap menghasilkan pergeseran



paradigma baru dalam dunia kepariwisataan di DIY, mengubah struktur industri dan mengembangkan berbagai peluang dan sumberdaya yang tersedia. Teknologi informasi dan komunikasi memainkan peran penting untuk daya saing organisasi dan tujuan pariwisata (RR Putra dkk, 2020).

Konsep pariwisata melalui pemanfaatan teknologi dan informasi dapat juga didefinisikan sebagai *e-tourism* atau *smart tourism* (Benckendorf et al, 2014). Tidak kalah pentingnya adalah melalui usaha pengembangan untuk memajukan tempat-tempat yang merupakan destinasi wisata dan menambah fasilitas yang ada, khususnya di tengah pandemi Covid-19 yang belum kunjung usai dan memasuki era *new normal*. Sebuah destinasi dapat dikatakan *smart* apabila telah melakukan pemanfaatan infrastruktur teknologi secara intensif untuk: (1) mampu mempersonalisasikan serta membuat wisatawan sadar akan layanan dan produk lokal dan pariwisata yang tersedia untuk mereka di tempat tujuan agar meningkatkan pengalaman berwisata bagi pengunjung dan (2) dengan memberdayakan organisasi manajemen destinasi, lembaga lokal dan perusahaan pariwisata untuk membuat keputusan dan mengambil tindakan berdasarkan data yang dihasilkan di dalam tujuan, dikumpulkan, dikelola dan diproses melalui infrastruktur teknologi (Lamsfus et al., 2015).

Sebagai bentuk penerapan *e-tourism* atau *smart tourism* tersebut, Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta mengeluarkan aplikasi terbaru. Program aplikasi tersebut dalam pemanfaatannya bertujuan untuk mendukung pengelolaan pariwisata DIY di tengah pandemi Covid-19 yang belum reda ini. Kebijakan ini terkait pemanfaatan teknologi digital untuk promosi dan pengembangan pariwisata, aplikasi ini dinamakan *Visiting Jogja* (www.visitingjogja.com). Aplikasi ini bertujuan untuk memudahkan melakukan *tracing* apabila terjadi kasus positif Covid-19 di lokasi wisata yang didatangi oleh pengunjung. Selain bertujuan memudahkan Pemerintah DIY mengembangkan promosi pariwisata, alasan utamanya adalah tentu saja untuk memudahkan para wisatawan dalam menjelajahi seluruh destinasi wisata di kota yang juga terkenal dengan Kota Pelajar ini, khususnya bagi mereka yang baru pertama kalinya berkunjung ke Yogyakarta. Aplikasi tersebut sebelumnya bernama *Cared+ Jogja* dan *Plesiran Jogja*. Aplikasi *Visiting Jogja* ini diharapkan dapat menjadi salah satu aplikasi canggih bagi wisatawan di tengah kondisi pandemi saat ini, namun tentu saja wisatawan harus tetap kooperatif, tertib dan mematuhi aturan protokol kesehatan yang ditetapkan oleh pemerintah.

Pentingnya peranan sektor wisata dalam kegiatan pembangunan dan peluang pemasukan bagi industri pariwisata di DIY menjadi alasan utama mengapa pariwisata harus tetap dijalankan di tengah kondisi pembatasan aktivitas masyarakat oleh pemerintah yang masih terus dilakukan hingga saat ini dengan berbagai kriteria masing-masing. Bentuk upaya yang diserukan dan dilakukan oleh dunia dalam rangka mengurangi penyebaran wabah ini di antaranya dengan *social* atau *physical distancing*. Namun sayangnya, membawa pengaruh pada penurunan aktivitas ekonomi secara keseluruhan akan gerakan tersebut (Nasution D.A.D, dkk 2020).

Dalam usaha untuk memulihkan sektor ekonomi dan pariwisata di Yogyakarta maupun kota-kota lainnya saat pandemi memang bukanlah hal yang mudah. Dan, tentu saja tidak bisa dilakukan dengan asal-asalan sehingga dengan diluncurkannya aplikasi ini diharapkan nantinya dapat membantu persoalan terkait pariwisata di DIY. Aplikasi *Visiting Jogja* merupakan sebuah platform digital yang berguna untuk *self screening* Covid-19 dan juga merupakan identitas digital bagi wisatawan, baik lokal maupun mancanegara, saat hendak memasuki lokasi-lokasi wisata di DIY. Aplikasi ini dirancang untuk mampu mengidentifikasi kondisi terkait Covid-19 tanpa harus memeriksakan diri sendiri ke rumah sakit terlebih dahulu.

Selain *self screening*, dengan didukung oleh teknologi, maka aplikasi ini juga bermanfaat untuk melakukan pengawasan terhadap pengunjung melalui registrasi identitas yang telah tercatat oleh sistem. Terdapat berbagai fasilitas penting yang tidak kalah menarik pada aplikasi *Visiting Jogja*. Selain sebagai alat untuk reservasi tiket secara *online* bagi wisatawan yang hendak menuju tempat-tempat wisata di DIY, aplikasi ini juga menyediakan fitur-fitur lainnya seperti kuliner, tempat oleh-oleh, pilihan desa wisata, jadwal event, info wisata, hingga media sosial terkait *Visiting Jogja*. Wisatawan juga bisa mengetahui terkait kondisi cuaca terkini yang sedang terjadi di seluruh

Kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta, di antaranya Sleman, Gunung Kidul, Kulon Progo dan Bantul maupun Kota Yogyakarta, di mana tersebar seluruh lokasi destinasi wisata yang ada. Sehingga para pengunjung diharapkan tidak perlu khawatir tentang prakiraan cuaca di tempat-tempat wisata atau destinasi lainnya yang akan dikunjungi pada hari itu juga.

Pada awal peluncurannya, aplikasi ini telah diujicobakan kepada 28 tempat wisata yang tersebar di berbagai daerah di DIY. Oleh karena itu, tentu saja aplikasi ini tidak hanya berguna bagi para calon wisatawan, namun aplikasi ini juga diharapkan dapat memiliki peran dalam pengawasan dan pencegahan Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta. Melalui aplikasi yang baru ini, pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta dalam hal ini Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dapat mengetahui jumlah kunjungan wisatawan di setiap destinasi dalam satu hari secara *real time* melalui sistem yang ada di dalam aplikasi tersebut.

2. Pelaksanaan dan Metode

Penelitian untuk artikel ini dilakukan melalui metode deskriptif kualitatif serta menggunakan berbagai literatur sebagai bahan referensi kajian. Kemudian, dilakukan perbandingan melalui studi kasus terhadap peranan pemerintah dalam hal ini Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta terhadap pariwisata DIY pasca Covid-19 dengan menggunakan aplikasi *Visiting Jogja*. Menurut Sugiyono (2013), penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Selanjutnya, teknik pengumpulan data dilakukan melalui proses triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif. Untuk mendapatkan data, melalui aktifitas wawancara, observasi, maupun arsip dan dokumen. Sumber data dalam penelitian ini adalah berupa data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli atau tidak melalui media perantara, berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian. Kemudian data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi atau berupa data publikasi. Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

3. Hasil dan Pembahasan

Sektor Pariwisata DIY

Selain dikenal dengan sebutan kota perjuangan, pusat kebudayaan dan pusat pendidikan, Yogyakarta juga dikenal dengan kekayaan pesona alam dan budayanya. Hingga saat ini Yogyakarta masih tetap merupakan daerah tujuan wisata yang terkenal di Indonesia maupun mancanegara. Dengan menyuguhkan pesona melalui kemegahan candi Prambanan dan Ratu Boko, Keraton Kasultanan Yogyakarta Hadiningrat, kota tua Kota Gedhe, kompleks makam para raja Mataram di Kota Gedhe, museum-museum, dan adat-istiadat serta kesenian tradisionalnya, sampai sekarang kekayaan tersebut masih terjaga/lestari. Tak kalah indahnya juga dengan potensi keindahan alam yang sangat mempesona, seperti kawasan Kaliurang dan gunung Merapi, kawasan Nglanggeran, Tahura Bunder, puncak Suroloyo atau perbukitan Menoreh, gunung Gambar, pegunungan karst Gumuk Pasir, maupun keindahan pantai selatan (pantai Kukup, Baron, Krakal, Siung, Ngrehnan, Sundak, Sadeng, Parangtritis, Goa Cemara, Pandansimo, Glagah dan lainnya).

Hingga saat ini Yogyakarta masih terus memegang teguh tatanan kehidupan masyarakat Jawa khususnya dalam kehidupan dan bersosialisasi sehari-hari, ini tercermin pada seluruh aspek kegiatan adat-istiadat, bahasa, sosial kemasyarakatannya, keseniannya dan sebagainya. Masyarakat Yogyakarta mempunyai kepedulian yang sangat kuat dalam terus menjaga kelestarian alam dan kebudayaan sendiri sebagai bagian erat tak terpisahkan dari kehidupan mereka. Di sisi lain, walaupun demikian Yogyakarta tidak menutup diri terhadap tumbuhnya budaya kontemporer maupun budaya lainnya yang masuk dan berkembang di Yogyakarta. Oleh karena itu, Yogyakarta disebut sebagai daerah tujuan wisata terkemuka karena selain banyak dan ragamnya pesona obyek dan daya tarik

wisata, juga telah tersedianya sarana dan prasarana sebagai penunjang pariwisata seperti akomodasi, restoran/rumah makan, telekomunikasi, tempat hiburan, toko souvenir yang sangat lengkap.

Daerah Istimewa Yogyakarta yang terkenal relatif aman dan nyaman dengan keramahannya masyarakatnya, menjadikannya banyak diminati wisatawan untuk berkunjung, baik saat liburan panjang maupun di akhir pekan. Tentu tidak mengherankan apabila jika setiap tahunnya jumlah kunjungan wisatawan baik wisatawan domestik maupun mancanegara yang datang terus meningkat. Hal ini ditunjukkan dengan semakin meningkatnya kepercayaan masyarakat/wisatawan dari luar terhadap situasi dan kondisi di Yogyakarta. Oleh karena itu, masyarakat Yogyakarta juga dituntut untuk senantiasa meningkatkan sikap sadar wisata, menjaga dan meningkatkan kepedulian serta kelestarian lingkungan.

Tabel 1. Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke DIY
Tahun 2015 – 2019

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Pertumbuhan (%)	Wisatawan Nusantara	Pertumbuhan (%)	Wisatawan Mancanegara dan Nusantara	Pertumbuhan (%)
2015	308.485	21,35	3.813.720	23,34	4.122.205	23,19
2016	355.313	15,18	4.194.261	9,98	4.549.574	10,37
2017	397.951	12,00	4.831.347	15,19	5.229.298	14,94
2018	416.373	4,63	5.272.718	9,14	5.689.091	8,79
2019	433.027	4,00	6.166.354	16,00	6.549.381	15,12

Sumber : Dinas Pariwisata DIY Tahun 2021

Persoalan dalam Pengembangan Pariwisata DIY

Pengelolaan pengembangan pariwisata di DIY masih ditemui berbagai persoalan yang membutuhkan perhatian dari pemerintah daerah.

Pertama, strategi komunikasi pemasaran pariwisata di DIY yang belum terpadu. Dalam mempromosikan DIY sebagai suatu destinasi pariwisata sudah seharusnya merupakan suatu upaya yang sinergis dan kolaboratif antar pemangku kepentingan lintas wilayah dan lintas pelaku tersebut serta *stakeholder* lainnya. Fokus dan pencermatan terhadap upaya promosi dan pemasaran tersebut saat ini dirasakan masih belum ada sinergi dan keterpaduan. Hal ini terlihat dari upaya promosi yang dilakukan oleh masing-masing daerah dilakukan secara sendiri-sendiri, ketimbang upaya promosi bersama secara kolektif. Dalam pelaksanaan promosi pariwisata yang diharapkan dapat menjadi efektif dan efisien yang ditunjukkan dengan benar-benar dapat tepat sasaran dan sesuai dengan minat serta ekspektasi dari calon wisatawan maka segmentasi pasar juga sangat dibutuhkan.

Informasi yang disampaikan melalui promosi mengenai Yogyakarta harus disampaikan kepada calon wisatawan dan dapat mampu menyesuaikan dengan harapan wisatawan mengenai Yogyakarta itu sendiri, sehingga perlu dilakukan analisa secara berkala mengenai potensi pasar wisatawan baik mancanegara maupun domestik. *Branding* DIY “Jogja Istimewa” telah diluncurkan menjadi *tag line* untuk pencitraan dan *positioning* pariwisata DIY dalam konteks nasional maupun internasional. *Tag Line* “Jogja Istimewa” sangat kontekstual dan berakar kuat pada kondisi dan potensi DIY. *Tag line* tersebut masih belum direpresentasikan secara memadai dalam pengembangan daya tarik wisata (yang istimewa).

Belum optimalnya penggunaan media teknologi informasi dalam menyebarkan informasi kepada wisatawan asing dapat terlihat kunjungan (*visitor*) *website* *visitingjogja.com* dan media sosial resmi Dinas Pariwisata DIY masih sangat didominasi oleh pengguna dari tanah air. Agar calon wisatawan dapat mengakses informasi yang ada di *website* ataupun media sosial setiap saat maka penggunaan media teknologi informasi juga harus dapat dioptimalkan sehingga dapat menjadi salah satu media penyebaran yang efektif terutama bagi calon-calon wisatawan yang ada di luar negeri, karena akses informasi tidak terbatas oleh waktu.

Dari sisi penggunaan anggaran, pemanfaatan media teknologi informasi juga dapat memberikan dampak terhadap efisiensi tanpa mengurangi kualitas. Hal itu dapat dilakukan seperti dalam bentuk digitalisasi bahan-bahan promosi seperti *leaflet*, *booklet*, peta wisata, dan disebarakan melalui internet, sehingga dapat menekan biaya cetak bahan promosi dari sisi kuantitas, namun dapat tersebar lebih

luas karena dapat mengunduh konten bahan/media promosi dari *website visitingjogja.com* dapat dilakukan tanpa batas. Pariwisata DIY dalam periode tahun ketiga Renstra, tahun 2020 terdampak pandemi global Covid-19. Dalam bidang pemasaran pariwisata DIY, kegiatan promosi pariwisata DIY juga terdampak, di antaranya pelaksanaan *table top Jogja International Travel Market (JITM)*, yang sedianya akan digelar Dinas Pariwisata DIY pada akhir Maret 2020 akhirnya dibatalkan. *Stakeholder* pariwisata juga sangat terdampak seperti ASITA, PHRI, HPI di mana perjalanan wisata ke DIY akhirnya dibatalkan selama masa pandemi ini.

Kedua, sebagai destinasi pariwisata unggulan Indonesia, DIY memerlukan berbagai upaya dalam pengembangan daya tarik wisata barunya yang unik dan berkelas dunia. Berdasarkan data selama ini, dapat dikatakan pengembangan daya tarik wisata baru yang unik dan berkelas dunia masih belum ada, sehingga dapat dikatakan adanya stagnansi pengembangan produk wisata untuk kunjungan ke DIY yang masih hanya terpadu pada tiga poros utama yaitu: Borobudur, Prambanan dan Kraton Kasultanan - Malioboro Yogyakarta. Ketergantungan terhadap destinasi lain (Bali dan Jakarta), membuat Yogyakarta belum bisa mandiri sebagai satu destinasi yang bisa punya akses pasar sendiri.

Selain itu, ketersediaan dan konektivitas infrastruktur yang belum optimal. Salah satu faktor kunci perkembangan destinasi pariwisata adalah dukungan infrastruktur yang memberikan kemudahan bagi calon wisatawan untuk datang ke destinasi tersebut. Lama tinggal wisatawan atau *length of stay* (LOS) masih menjadi salah satu permasalahan, hal tersebut dapat terlihat dari kenaikan LOS yang tidak meningkat secara signifikan setiap tahun. Ketersediaan event atau atraksi malam hari yang masih minim menjadi salah satu penyebab LOS tidak dapat meningkat secara signifikan. Ketergantungan yang kuat dengan destinasi lainnya, misalnya Bali juga menjadi salah satu sebab rendahnya lama tinggal dan kunjungan ke Yogyakarta. Akibat pandemi global Covid-19 mulai Maret 2020, dengan adanya himbauan dari Pemerintah untuk melakukan pembatasan kegiatan/keramaian untuk mencegah meluasnya pandemi ini, banyak pengelola destinasi wisata menutup destinasi wisatanya. Dan hal ini sangat berdampak terhadap perekonomian masyarakat di destinasi wisata tersebut yang menggantungkan kehidupannya pada pariwisata lokal daerahnya.

Ketiga, dalam kerangka kegiatan pengembangan industri pariwisata, terdapat beberapa masalah utama yang dihadapi dan masih menjadi kendala bagi tumbuhnya industri pariwisata di DIY yakni daya saing produk wisata yang belum optimal. Peningkatan daya saing produk wisata yang mencakup daya tarik wisata, fasilitas pariwisata dan aksesibilitas akan menjadi modal utama dalam meningkatkan daya saing usaha dan industri pariwisata DIY. Daya saing produk wisata DIY, khususnya dari aspek manajemen atraksi/daya tarik wisata, fasilitas dan prasarana umum, serta aksesibilitas relatif masih kurang. Apabila disandingkan dengan beberapa destinasi di tingkat regional ASEAN (Singapura, Kuala Lumpur, Bangkok, Phuket), standarisasi produk, maupun layanan dari industri wisata masih sangat minim dan perlu mendapatkan perhatian khusus. Sebab, produk dan layanan yang berstandar menjadi salah satu kepuasan dari wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta, dan memberikan kesan baik sehingga mau berkunjung kembali ke Yogyakarta.

Pendataan industri pariwisata juga perlu dilakukan, untuk mengetahui kebutuhan dan keadaan dari industri pariwisata sehingga dapat dilakukan intervensi yang dianggap perlu dalam mengembangkan industri pariwisata DIY. Pembangunan kemitraan usaha pariwisata antara industri pariwisata skala besar dengan usaha-usaha ekonomi pariwisata skala mikro, kecil dan menengah masih belum berjalan dengan maksimal. Selain itu, tanggung jawab lingkungan oleh kalangan usaha pariwisata masih belum optimal. Ini terlihat dari masih minimnya jumlah usaha pariwisata yang memiliki komitmen terhadap tanggung jawab lingkungan terutama dalam menerapkan prinsip-prinsip berwawasan lingkungan walaupun permintaan pasar semakin kuat, kurangnya insentif terhadap usaha pariwisata yang menerapkan prinsip-prinsip pembangunan kepariwisataan berkelanjutan, kurangnya alokasi program CSR usaha pariwisata dan usaha non-pariwisata untuk pengembangan pariwisata berbasis pemberdayaan masyarakat lokal. Akibat dampak pandemi global Covid-19, banyak usaha jasa pariwisata yang terdampak, bahkan beberapa di antaranya menutup tempat usahanya.

Keempat, dalam kaitannya dengan pengembangan kelembagaan kepariwisataan, juga masih terdapat beberapa masalah utama yang dihadapi, antara lain belum meratanya kegiatan penguatan organisasi yang membidangi kepariwisataan di daerah. Adanya sebuah kecenderungan bahwa sektor pariwisata masih dianggap sebagai sektor pilihan dan belum dianggap sebagai sektor strategis yang memberikan kontribusi berarti bagi pembangunan daerah maupun bagi kesejahteraan masyarakat, sehingga masih ada dampaknya pada penguatan organisasi yang membidangi pembangunan kepariwisataan di daerah. Selain itu koordinasi atau sinergi lintas sektor dan daerah juga belum berjalan dengan efektif.

Sebagai sebuah sektor yang memiliki keterkaitan sangat tinggi dengan sektor lainnya, maka pengembangan pariwisata memerlukan koordinasi dan integrasi berbagai kebijakan yang intensif dengan berbagai pihak. Selain itu, SDM pariwisata dan pengembangan pendidikan tinggi pariwisata juga masih terbatas. Pengembangan SDM Pariwisata pada saat ini belum memberikan ukuran yang jelas, karena minimnya pendataan terhadap tenaga kerja pariwisata di Yogyakarta. Jumlah tenaga kerja pariwisata perlu disajikan secara lengkap, sehingga dapat diketahui kebutuhan pengembangan SDM pariwisata DIY di masa depan. Pandemi global Covid-19 telah memberi dampak yang sangat signifikan pada SDM pariwisata DIY. Banyak SDM pariwisata yang akhirnya dirumahkan oleh perusahaannya karena pandemi ini. Pelaku wisata di desa wisata juga ikut terdampak, karena kunjungan wisatawan menurun drastis, bahkan tidak terdapat kunjungan wisatawan karena ada larangan pembatasan aktivitas masyarakat.

Peran Pemerintah dan Pemanfaatan Program Aplikasi *Visiting Jogja*

Menurut Sondang P. Siagian dalam bukunya *Administrasi Pembangunan* (2009:132) mengemukakan bahwa peranan pemerintah pada umumnya muncul dalam berbagai bentuk seperti fungsi pengaturan, fungsi perumusan berbagai jenis kebijaksanaan, fungsi pelayanan, serta fungsi pemeliharaan ketertiban umum dan keamanan. Ini menunjukkan bahwa peranan pemerintah ialah hubungan antara pemerintah dengan yang diperintah guna mencapai tujuan yang ingin dikehendaki, senada dengan Taliziduhu Ndraha (2011) bahwa peranan pemerintah adalah proses pemenuhan kebutuhan pihak yang diperintah akan jasa publik.

Meningkatnya kunjungan wisatawan ke DIY merupakan variabel yang penting bagi Dinas Pariwisata dalam hal pencapaian kinerja program pemasaran pariwisata. Perlu untuk dilakukannya bentuk strategi pemasaran yang efektif dan efisien, agar mampu menggugah minat dari calon wisatawan maupun *repeater* untuk berkunjung kembali ke DIY. Menurut Dinas Pariwisata DIY, pada tahun 2020 ditargetkan kunjungan wisatawan ke DIY sebanyak 6.542.327 orang. Jumlah wisatawan baik domestik maupun mancanegara yang menginap di hotel baik bintang maupun non-bintang di seluruh Kabupaten/kota di DIY merupakan indikator yang digunakan oleh pemerintah DIY.

Tabel 2. Target dan Capaian Jumlah Wisatawan ke DIY

No	Indikator Kinerja	Satuan	Target	Capaian	Persentase Capaian
1	Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Nusantara	Orang	6.542.327	1.848.548	20,26 %

Sumber : Dinas Pariwisata DIY Tahun 2021

Berdasarkan hasil survei terhadap jumlah wisatawan mancanegara yang menginap di hotel bintang dan non-bintang sebanyak 69.968 orang, dan untuk wisatawan nusantara sebanyak 1.778.580 orang. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia sepanjang tahun 2020 hanya 4,02 juta kunjungan, merosot 75,03% dari data tahun sebelumnya. Jumlah kunjungan yang rendah ini tidak terlepas dari pandemi Covid-19 yang membawa dampak signifikan ke sektor pariwisata beserta sektor pendukung.

Kinerja pariwisata di DIY pada triwulan I masih baik, terlihat dari jumlah tamu yang menginap di hotel bintang dan non-bintang di DIY sebesar 1.081.762 (data Dinas Pariwisata DIY: 2021). Aktifitas industri perhotelan dan makan minum masih berjalan seperti biasa namun semenjak adanya konfirmasi pasien Covid-19 yang pertama di Indonesia pada 2 Maret 2020, mulai terjadi penurunan

kinerja pariwisata dan berdampak pada kegiatan pariwisata yang sebagian besar ditutup selama pandemi. Berdasarkan data pertumbuhan ekonomi yang dirilis oleh BPS DIY, penyediaan akomodasi makan dan minum yang menjadi salah satu indikator capaian dari sektor pariwisata pada trimester I 2020 sebesar minus 1.12 %, trimester II sebesar minus 39.21% dan trimester III minus 18,82%. Kontraksi tertinggi terjadi pada sektor akomodasi makan dan minum, transportasi dan konstruksi. Puluhan hotel ditutup bahkan ada yang sampai dijual karena tingkat okupansi yang rendah sehingga tidak menutup biaya operasional. Anjuran dari pemerintah untuk tetap di rumah (*stay at home*), *work from home* dan larangan bepergian akibat diberlakukannya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di sejumlah wilayah di Jawa dan Bali membuat lesunya sektor transportasi yang berdampak pada menurunnya angka kunjungan wisatawan ke DIY.

Agar tidak terpuruk dalam jurang resesi, Presiden RI mengeluarkan instruksi untuk hidup berdamaian dengan virus Covid-19 yang artinya hidup normal dengan cara baru (*New Normal*), agar masyarakat tetap produktif meskipun virus Corona masih ada di sekitar kita. Membiasakan diri dengan menerapkan protokol kesehatan berbasis CHSE dalam kehidupan sehari-hari. CHSE adalah program Kemenparekraf berupa penerapan protokol kesehatan yang berbasis pada *Cleanliness* (Kebersihan), *Health* (Kesehatan), *Safety* (Keamanan), dan *Environment Sustainability* (Kelestarian Lingkungan). Sebagai tindak lanjut dari kebijakan pemerintah pusat, Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta menerbitkan Peraturan Gubernur DIY Nomor 28 Tahun 2020 sebagai pedoman pelaksanaan kegiatan dalam rangka penanganan Covid-19. Merespon hal tersebut, Dinas Pariwisata DIY berkolaborasi dengan *stakeholder* terkait mempersiapkan program kegiatan pendukung program pemasaran pariwisata di masa pandemi Covid-19.

Di masa pandemi Covid-19, Dinas Pariwisata DIY di bawah naungan bidang pemasaran memaksimalkan promosi baik secara *online* maupun *offline*. Koordinasi antar anggota *East Asia Tourism Organization Forum* (EATOF) dilaksanakan secara virtual. Pemanfaatan media promosi melalui website resmi (www.visitingjogja.com) dan media sosial (Instagram, Facebook dan Twitter) sebagai bentuk dukungan terhadap dunia pariwisata di DIY. Pemanfaatan aplikasi reservasi *online* dan penyusunan SOP bagi industri pariwisata sebagai salah satu strategi dalam rangka pencegahan penularan Covid-19, dan panduan berwisata di masa pandemi.

Aplikasi *Visiting Jogja* merupakan sebuah sistem pariwisata terintegrasi yang dikembangkan oleh Bank Indonesia bersama Dinas Pariwisata DIY yang digunakan untuk melakukan pengelolaan data pariwisata DIY secara komprehensif, *real time* dan terpadu. Aplikasi *Visiting Jogja* ini akan sangat membantu wisatawan dalam mencari informasi wisata dan melakukan pemesanan tiket destinasi wisata. Begitu juga dengan pengembangan web untuk pemilihan paket wisata yang tentunya semakin mempermudah para turis dalam memantapkan rencana perjalanan mereka (Trimaryanto, Sulistiowati, & Lemantara, 2018). *Visiting Jogja* akan mengintegrasikan pendataan kunjungan dan transaksi di destinasi pariwisata yang ada di Yogyakarta dan mensinkronisasikan data kabupaten/kota dengan data Provinsi sehingga tercipta satu data pariwisata terpadu. Sistem ini bertujuan membangun *big data* Pariwisata DIY Konsep 4V, yakni:

1. *Velocity* (kecepatan data), yaitu menangani kecepatan perubahan data yang *real time*. Data transaksi/kunjungan pariwisata di destinasi di seluruh DIY akan terdata dan terpantau secara *real time*.
2. *Volume* (ukuran data), yaitu mengelola data dengan trafik besar berupa transaksi data harian di destinasi pariwisata, rekapitulasi bulanan, tahunan.
3. *Variety* (ragam data), yaitu memiliki variasi data yang beragam. Data reservasi, data kunjungan *on the spot* (non-reservasi), data pembayaran, data profil wisatawan.
4. *Veracity* (kejujuran), yaitu data yang akan diolah oleh sistem akan jujur dan valid, menghindari terjadinya manipulasi data atau kesalahan data sehingga validitas data dapat diandalkan.

Dari konsep 4V ini akan menghasilkan sebuah *value* (nilai); data yang dihasilkan akan memberikan nilai manfaat yang besar bagi wisatawan, pelaku wisata dan juga pemerintah daerah sebagai dasar pengambil kebijakan pengembangan pariwisata. Melalui sistem *Visiting Jogja* ini maka pemerintah daerah akan mendapatkan berbagai data seperti data kunjungan wisata, data pendapatan daerah, data kinerja destinasi, data profil wisatawan, data perilaku wisatawan, dan data pelaku industri pariwisata (hotel, kuliner, *travel agent*). Dari data tersebut dapat digunakan dalam:

- 1) menentukan target promosi asal wisatawan (provinsi dan negara)

- 2) dukungan kepada destinasi untuk meningkatkan kunjungan dan pendapatan
- 3) memperkirakan anggaran kebutuhan daerah dalam perencanaan penganggaran
- 4) memberikan gambaran destinasi yang sudah berprestasi dalam tingkat kunjungan/pendapatan dan destinasi yang kurang dan masih harus didukung
- 5) pelaku industri untuk dasar strategi bisnis dan pemasaran.

Melalui *Integrated Tourism System* ini diharapkan dapat menciptakan *digital tourism ecosystem* bagi destinasi, pelaku usaha pariwisata, wisatawan, pemerintah kabupaten dan pemerintah provinsi. Dengan pemanfaatan aplikasi *Visiting Jogja* maka mampu mendukung untuk proses digitalisasi data, percepatan informasi, peningkatan pelayanan (*public services*), efisiensi, dan transparansi. Penerapan teknologi menjadi inovasi lompatan pemerintah daerah menuju penerapan *Digital Government Services* dan Satu Data Pariwisata. *Visiting Jogja* juga mendorong masyarakat untuk menggunakan metode berbasis *online* dan pembayaran elektronik.

Pada tahun 2020, ketika pandemi Covid-19 mulai masuk ke Indonesia dan berdampak pada sektor pariwisata di seluruh tanah air, maka penggunaan aplikasi *Visiting Jogja* ini pun diprogram untuk beradaptasi dengan kondisi pandemi dan menjadi alternatif untuk melakukan kegiatan pariwisata yang beradaptasi dengan protokol kesehatan yakni bermanfaat sebagai pendukung untuk melakukan *tracing* pengunjung atau *Covid-19 tracer*. Dengan menggunakan aplikasi *Visiting Jogja* ini akan memudahkan dalam proses pendataan pengunjung yang bertujuan menjadi bagian dari *tracing* jika terjadi kasus penyebaran virus Corona. Di dalam aplikasi *Visiting Jogja* terdapat pendataan profil pengunjung. Sebelum reservasi pengunjung harus mengisi biodata seperti nama, NIK, alamat dan nomor kontak. Dengan aplikasi *scanning*, petugas juga mampu memindai dan menyimpan data *QR Code Jogja Pass* sehingga cukup menggunakan aplikasi *Visiting Jogja* dapat melakukan pencatatan jumlah pengunjung dan identitas digital.

Tabel 3. Rekapitan Reservasi Melalui Aplikasi *Visiting Jogja*
(Januari 2021)

Nama	Asal Daerah	Tanggal Kunjungan	Destinasi Wisata	Rentan Umur	Total Tiket	Tanggal Transaksi
Anik Tricahyani	KALIMANTAN UTARA	01/01/2021	Air Terjun Kedung Pedut	18-30	4	01/01/2021 08: 26: 48
Rista fitrianingrum	DI YOGYAKARTA	01/01/2021	Jogja Bay	18-30	10	01/01/2021 09: 00: 58
Singgih	DI YOGYAKARTA	01/01/2021	Grojogan Watu Purbo	18-30	2	01/01/2021 09: 40: 10
Intan nisfulan sari	DI YOGYAKARTA	01/01/2021	Jogja Bay	18-30	2	01/01/2021 10: 00: 07
NDari Susanti	DI YOGYAKARTA	01/01/2021	Kaliurang	18-30	5	01/01/2021 10: 33: 37
Singgih	DI YOGYAKARTA	01/01/2021	Kaliurang	18-30	2	01/01/2021 10: 42: 13
Rafi	DI YOGYAKARTA	01/01/2021	Grojogan Watu Purbo	18-30	3	01/01/2021 13: 51: 04
Titi Nur Rahayu	JAWA BARAT	01/01/2021	Wisata Kalibiru	18-30	5	01/01/2021 13: 58: 55
Dea Cahyani puteri	DKI JAKARTA	11/01/2021	Kawasan Pantai Gesing, Buron, Kesirat	18-30	4	01/01/2021 17: 15: 55

Sumber : Data diolah dari Dinas Pariwisata DIY Tahun 2021

4. Penutup

Kesimpulan

Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta telah melakukan upaya secara maksimal untuk terus melakukan promosi dan pengembangan pariwisata DIY sebagai upaya pemulihan dan adaptasi di tengah situasi pandemi yang belum kunjung usai. Aplikasi *Visiting Jogja* telah diprogramkan oleh Dinas Pariwisata DIY untuk beradaptasi dengan kondisi pandemi dan menjadi alternatif untuk melakukan kegiatan pariwisata yang beradaptasi dengan protokol kesehatan yakni bermanfaat sebagai pendukung untuk melakukan pelacakan data pengunjung atau *Covid-19 tracer*. Melalui aplikasi *Visiting Jogja* ini akan memudahkan dalam proses pendataan pengunjung yang bertujuan menjadi bagian dari *tracing* jika terjadi kasus penyebaran virus Covid-19. Namun, dalam penggunaannya, aplikasi *Visiting Jogja* masih belum optimal dalam menjalankan fungsi pendukung dalam *tracing* wisatawan yang terkonfirmasi positif Covid-19, serta belum ada SOP tertulis terkait *tracing* itu sendiri. Peningkatan aplikasi ini harus terus dilakukan agar harapannya aplikasi ini menjadi andalan bagi pemerintah maupun calon wisatawan yang akan berkunjung ke DIY.

Dari sisi kebijakan pemerintah, pemanfaatan teknologi informasi dalam pengembangan sektor pariwisata dalam bentuk *e-tourism* akan memberikan dampak yang sangat besar bagi perkembangan sektor pariwisata dan berujung pada peningkatan pendapatan dalam bidang kepariwisataan. Pemanfaatan teknologi informasi ini masih harus terus disinergikan dengan kebijakan-kebijakan pemerintah dalam sektor pariwisata yang tertuang dalam rencana induk pengembangan pariwisata daerah dan terintegrasi dengan sistem pendukung pariwisata. Serta mengoptimalkan pemanfaatan aplikasi ini sesuai dengan tujuannya yakni mengintegrasikan pendataan kunjungan dan transaksi di destinasi pariwisata yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta dan mensinkronisasikan data kabupaten/kota dengan data provinsi sehingga tercipta satu data pariwisata terpadu. Hal ini sangat mendukung kebutuhan pemerintah dalam menghasilkan kebijakan daerah yakni terkait menentukan target promosi asal wisatawan (provinsi dan negara), untuk mendukung destinasi dalam meningkatkan kunjungan dan pendapatan, selain itu agar memperkirakan anggaran kebutuhan daerah dalam perencanaan penganggaran. Di samping itu juga mampu memberikan gambaran destinasi yang sudah berprestasi dalam tingkat kunjungan/pendapatan dan destinasi yang kurang dan masih harus didukung.

Saran

1. Agar pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta dalam hal ini Dinas Pariwisata dapat terus melakukan kerjasama dengan semua pihak secara sinergis dan kolaboratif dalam upaya melakukan promosi bersama secara kolektif.
2. Agar pemerintah dapat mengoptimalkan ketersediaan dan konektivitas infrastruktur agar dapat memberikan kemudahan bagi calon wisatawan untuk datang ke destinasi wisata tersebut.
3. Agar pemerintah dapat meningkatkan daya saing produk wisata yang mencakup daya tarik wisata, fasilitas pariwisata dan aksesibilitas akan menjadi modal utama dalam meningkatkan daya saing usaha dan industri pariwisata DIY.
4. Agar pemerintah dapat terus melakukan penguatan SDM dalam bidang *e-marketing*, agar kegiatan promosi desa-desa wisata melalui media *online* dapat dilakukan dengan lebih maksimal dan profesional.
5. Agar pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta dalam hal ini Dinas Pariwisata dapat mengoptimalkan pemanfaatan aplikasi *Visiting Jogja* sesuai dengan tujuan sebagai dukungan untuk melakukan *tracing* pengunjung atau *Covid-19 tracer* yang saat ini belum terlaksana.

Ucapan Terima

Terima kasih diucapkan kepada Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya Seksi Promosi Pariwisata, pihak DPD Asosiasi Pelaku Pariwisata Indonesia (ASPPI) DIY, pihak

DPD Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia atau *Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies* (ASITA). Terima kasih juga diucapkan kepada pihak pengelola lokasi wisata Taman Tebing Breksi (Sleman), Pule Payung (Kulon Progo), Hutan Pinus Pengger Dlingo (Bantul), Pantai Baron (Gunung Kidul) yang berkenan memberikan informasi dan data selama penelitian, baik secara langsung maupun secara *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Antariksa, Basuki. (2016). Kebijakan Pembangunan Kepariwisata. Malang : Intrans Publishing
- Bakar, N. A., & Rosbi, S. (2020). Effect of Coronavirus disease (COVID-19) to tourism industry. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, 7(4), 189–193.
- Benckendorff, P., Fesenmaier, D. F., & Sheldon, J. P. (2014). *Tourism Information Technology* (Second Edition). CAB International
- Damanik, J., Rindrasih, E., Cemporaningsih, E., Marpaung, F., Raharjana, D. T., Brahmantya, H., & Wijaya. (2018). *Membangun Pariwisata dari Bawah*. Yogyakarta: UGM PRESS
- Dredge, D., Phi, G., Mahadevan, R., & Popescu, E. S. (2018). *Digitalisation in Tourism*.
- Gorda, A.A. Ngurah Oka Suryadinatha., Saputra, I Gusti Ngurah Widya Hadi & Anggreswari, Ni Putu Yunita. (2020). *Komunikasi Pemasaran Pariwisata Berbasis Digital (Studi pada Desa Sambangan Kabupaten Buleleng)*. Jayapangus Press, Vol. 3 No. 1.
- Lamsfus, C., Martín, D., Alzua-Sorzabal, A. and Torres-Manzanera, E. 2015. *Smart Tourism Destinations: An Extended Conception of Smart Cities Focusing on Human Mobility*. in *Information and Communication TechNologies in Tourism 2015 Springer*, 363-375.
- Lemy, Diena. (2018). *Jasa Pariwisata*. Yogyakarta: Explore
- Nasution, D. A. D., Erlina, E., & Muda, I. (2020). Dampak pandemi Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita*, 5(2), 212-224.
- Ndraha, Taliziduhu. (2011). *Kybernology (Ilmu Pemerintahan Baru)*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Prastiyanti, Dinda Puspa & Yulianto. (2019). *Media Promosi Pada Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan*. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation --- Volume 2, No. 2, October 2019*.
- Puspawati, D. P. H., & Ristanto, R. (2018). *Strategi Promosi Digital Untuk Pengembangan Pariwisata Kota Magelang*. *Jendela Inovasi Daerah*, 1(2), 1–20.
- Putra, R. R., Siti Khadijah, U. L., & Rakhman, C. U. (2020). *Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Penerapan Konsep Smart Tourism di Kabupaten Pangandaran*. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 7, 257.
- Raharjana, D. T., & Putra, H. S. A. (2018). *Penguatan SDM dalam e-Marketing untuk Promosi Desa Wisata di Kabupaten Malang*. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(2), 140-153.
- Ri'aeni, Ida. (2015). *Penggunaan New Media dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya di Indonesia*. *Jurnal Komunikasim Volume 9 Nomor 2, April 2015*.
- Siagian, Sondang P. (2009). *Administrasi Pembangunan*, Jakarta : Bumi Aksara
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo, Bambang. (2013). *Kebijakan pembangunan Destinasi pariwisata*. Yogyakarta: Gava Media
- Trimaryanto, B., Sulistiowati, S., & Lemantara, J. (2018). *Rancang Bangun Aplikasi Pemilihan Paket Wisata Berbasis Web Pada Paramuda Tour & Transport*. *Jurnal JSIKA*, 6(5), 1–7
- Utama, I Gusti Bagus Rai. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Warmayana, I Gede Agus Krisna (2018), *Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0*, *Jurnal Pariwisata Budaya Vol 3, No. 2, Tahun, 2018 Hal 81-92*.

Dokumen dan Peraturan :

- Keputusan Menteri Kesehatan No HK.01.07/MENKES/328/2020 tentang Panduan Pencegahan dan Pengendalian Covid-19 di Tempat Kerja Perkantoran dan Industri dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha pada Situasi Pandemi
- Laporan Akhir Analisa Belanja Wisatawan Tahun 2019 - Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta
- Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Tahun 2020 - Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta

-
- Peraturan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 1 Tahun 2019 Tentang Perubahan atas peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta nomor 1 Tahun 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2012 – 2025
- Peraturan Gubernur DIY Nomor 46 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 58 Tahun 2018 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi, dan Tata Kerja Dinas Pariwisata.
- Pranatan Anyar Plesiran JOGJA ; Panduan Adaptasi Kebiasaan Baru Pariwisata DIY - Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) DIY Tahun 2017-2022
- Statistik Kepariwisataaan Tahun 2019 – Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta