



# JURNAL PENELITIAN

BAPPEDA KOTA YOGYAKARTA

---

STRATEGI PELESTARIAN KEBUDAYAAN LOKAL DALAM MENGHADAPI  
GLOBALISASI PARIWISATA: Kasus Kota Yogyakarta

Y Sri Susilo, Amiluhur Soeroso

---

POTENSI KAMPUNG PRAWIRODIRJAN GONDOMANAN SEBAGAI  
KAMPUNG WISATA EKSOTIK

Oktarina Albizzia, M. Imam Zamroni, Zainatur Rofiqoh

---

"KAMPOENG BUKU" SEBAGAI WAHANA WISATA BUDAYA DAN  
PENDIDIKAN

Nur Wening & Suci Utami Wikaningtyas

---

TOKO BUKU DI KOMPLEK TAMAN PINTAR SEBAGAI BAGIAN DARI  
SEBUAH PAKET OBJEK REKREASI

Ana Nadhya Abrar

---

STUDI PENGEMBANGAN PUSAT JAJANAN DI PASAR PAGI KARANGWARU  
SEBAGAI SALAH SATU ASET WISATA KULINER KOTA YOGYAKARTA

Rina Megawati, S.Pd.T

---

JEJAK MUSISI RISET MODEL WISATA ALTERNATIF KEKAYAAN BASIS  
MUSISI DI KOTA YOGYAKARTA

Sulistyan, S.Pd

---



# DAFTAR ISI

---

DAFTAR ISI .....	1
TIM REDAKSI .....	1
SALAM REDAKSI .....	2
STRATEGI PELESTARIAN KEBUDAYAAN LOKAL DALAM MENGHADAPI GLOBALISASI PARIWISATA: Kasus Kota Yogyakarta Y Sri Susilo, Amiluhur Soeroso.....	3
POTENSI KAMPUNG PRAWIRODIRJAN GONDOMANAN SEBAGAI KAMPUNG WISATA EKSOTIK Oktarina Albizzia, M. Imam Zamroni, Zainatur Rofiqoh .....	12
“KAMPOENG BUKU” SEBAGAI WAHANA WISATA BUDAYA DAN PENDIDIKAN Nur Wening & Suci Utami Wikaningtyas .....	21
TOKO BUKU DI KOMPLEK TAMAN PINTAR SEBAGAI BAGIAN DARI SEBUAH PAKET OBJEK REKREASI Ana Nadhya Abrar .....	30
STUDI PENGEMBANGAN PUSAT JAJANAN DI PASAR PAGI KARANGWARU SEBAGAI SALAH SATU ASET WISATA KULINER KOTA YOGYAKARTA Rina Megawati, S.Pd.T.....	41
JEJAK MUSISI RISET MODEL WISATA ALTERNATIF KEKAYAAN BASIS MUSISI DI KOTA YOGYAKARTA Sulistiyawan, S.Pd .....	48

---

## TIM REDAKSI

---

**Penanggung Jawab:** Ir. Amman Yuriadijaya, MM., **Ketua:** Drs. Hajar Pamadhi, MA. (Hons), Drs. Ana N. Abrar, M.Es., **Pemimpin Redaksi:** Danang Soebagjono, SE., **Sekretaris:** Sodiman .S Fil. M Ag, **Redaktur Pelaksana:** Dra. Erni Februarini, M.Si., Drs. K. Ima Ismara, M.Pd., M.Kes., Sugito Raharja, SH., M.Hum., Drs. D. Djandjang, IP. M.Si, **Layout dan Desain Grafis:** Affrio Sunarno, S.Sos., Drs. Rachmad, M.Pd., **Illustrator:** Budhi Santoso, ST . Itmam Fadhlán, S.Si.

---

PEMERINTAH KOTA YOGYAKARTA Kompleks Balaikota Timoho  
KANTOR BAPPEDA Jl. Kenari No. 56 Yogyakarta 55156  
Tlp. (0274) 515 207  
Fax. (0274) 55 44 32  
Email: bappeda@jogja.go.id  
Website: www.jogja.go.id

## **SALAM REDAKSI**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Tema penelitian yang diusung dalam Jurnal kali ini adalah "Kota Yogyakarta sebagai Kota Pariwisata Berbasis Budaya dengan Keragaman Atraksi dan Daya Tarik Wisata". Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat dan tambahan wawasan baik bagi pemerintah maupun masyarakat yang tertarik akan hasil penelitian ini.

Jurnal penelitian ini merupakan sarana pemberian informasi dan komunikasi yang dibentuk oleh Bappeda Kota Yogyakarta dalam wadah jaringan penelitian di Kota Yogyakarta.

Dengan terbitnya jurnal penelitian ini diharapkan para pembaca dapat ikut serta dalam penelitian-penelitian selanjutnya yang akan akan diselenggarakan setiap tahunnya oleh jaringan penelitian Kota Yogyakarta, akhirnya semoga hasil penelitian ini dapat lebih bermanfaat bagi kita semua.

Wassalammu'alaikum Wr Wb

Redaksi

# STRATEGI PELESTARIAN KEBUDAYAAN LOKAL DALAM MENGHADAPI GLOBALISASI PARIWISATA: Kasus Kota Yogyakarta<sup>1</sup>

Oleh:  
Y. Sri Susilo<sup>2</sup>  
Amiluhur Soeroso<sup>3</sup>

## I. Pendahuluan

Yogyakarta sebagai “kota pelajar” merupakan daerah yang kaya seni dan budaya. Di sini dua ruang lingkup seni rupa dan seni suara berkembang pesat. Seni rupa meliputi seni arsitektural bangunan, seni rias (terutama seni pakaian kebaya yang telah menjadi kebudayaan nasional dengan seni batik dan lurik), seni kerajinan (kulit atau wayang). Selain itu, seni suara yang ada di Yogyakarta meliputi seni vokal dan instrumental (karawitan dan macapat) tergabung dengan seni tari. Namun demikian, globalisasi yang cepat telah mengubah konstelasi kesenian, misalnya seni kerawitan dan kebaya mulai termarjinalisasi oleh instrumen dan busana bangsa eropa.

Dengan demikian, permasalahan yang dihadapi adalah bagaimana strategi yang tepat, organik, tepat sasaran dan dapat diimplementasikan secara faktual untuk melestarikan kebudayaan agar menjadi *mainstream* “Yogyakarta sebagai pusat pariwisata budaya”? Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) menemukan faktor-faktor penting dalam konservasi atau pelestarian kebudayaan lokal. (2) Menjabarkan strategi pelestarian kebudayaan untuk menuju Yogyakarta sebagai pusat pariwisata budaya.

## II. Metode Penelitian

### II.1. Penentuan Sampel

Besar atau ukuran sampel (*sample size*) sebanyak 150 responden. Ukuran sampel ditentukan dengan formula yang dikemukakan oleh Watson *et al.* (1993: 360) serta Palumbo (1977: 279), dan Zikmund (1991: 510-511). Kemudian, distribusi sampel diambil secara purposif dengan responden tokoh masyarakat, guru, aktivis lembaga swadaya masyarakat (LSM), muspida dan anggota masyarakat lain yang dianggap dapat memberikan kontribusi pada penelitian ini termasuk pelaku kegiatan kesenian.

### II.2 Daerah Penelitian

Daerah yang dijadikan obyek penelitian adalah Kotagede Yogyakarta, Taman Sari, Kraton, pusat seni tari (ndalem Pujokusuman), kerawitan, museum dan sebagainya yang berada di lingkungan Kota Yogyakarta. Daerah ini dianggap cukup memiliki atraksi, amenities dan aksesibilitas atau fasilitas yang dapat digunakan untuk menampilkan atribut kebudayaan.

---

<sup>1</sup> Makalah diringkas dari hasil penelitian dengan judul yang sama dan dibiayai oleh Bappeda Kota Yogyakarta dan Fakultas Ekonomi UAJY. Pernah dipresentasikan dalam Seminar Hasil Penelitian Jaringan Penelitian Bappeda Kota Yogyakarta pada hari Sabtu, 8 Desember 2007 di Hotel Bintang Fajar Yogyakarta.

<sup>2</sup> Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY). Alamat e-mail: [yss@fe.uajy.ac.id](mailto:yss@fe.uajy.ac.id)

<sup>3</sup> Dosen STIE Pariwisata API Yogyakarta dan dosen tamu Fakultas Ekonomi UAJY. Alamat e-mail: [amisoeroso@yahoo.com](mailto:amisoeroso@yahoo.com)

### II.3. Penentuan Faktor Kebudayaan

Untuk mengetahui atribut kebudayaan penting yang terdapat pada masing-masing indikator digunakan analisis faktor dan analisis *cluster* (Hair *et al.*, 2006: 114-115; Santosa, 2000: 100-101). Analisis faktor digunakan untuk membantu menentukan atribut-atribut atau faktor-faktor dalam setiap dimensi pemahaman masyarakat terhadap kebudayaan dengan mereduksi jumlah keseluruhan dari pernyataan-pernyataan yang ada pada kuesioner menjadi beberapa dimensi (faktor). Inti dari setiap faktor dibentuk dari setiap pernyataan yang berhubungan dengan yang lain dan kelompok pernyataan yang berhubungan membentuk faktor.

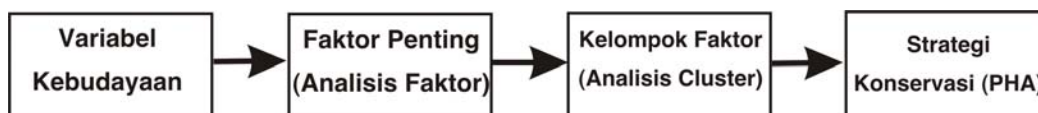
### II.4. Strategi

Untuk membantu menganalisis, sistesis, evaluasi dan menentukan justifikasi dalam proses pengambilan keputusan dengan multi-kriteria yang kompleks digunakan proses hirarki analitik (PHA) yaitu pengukuran prioritas berdasarkan pada skala rasio yang dikembangkan oleh Saaty (1986). Disamping menggunakan skala pengukuran, PHA menggunakan skala dasar atas peringkat relatif mulai dari 1 sampai dengan 9 (Kintarso dan Peniwati, 2001). Melalui pendekatan ini, pembuat keputusan dapat menggunakan pengetahuan pakar untuk menghasilkan sebuah informasi logis yang tersusun dalam hirarki (Soeroso, 2007).

### II.5. Prosedur Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan teknik survei. Bentuk datanya: (1) primer, yang dikumpulkan dengan teknik wawancara, dan (2) sekunder, dengan menggali dari berbagai literatur dan laporan lain, baik yang dipublikasikan atau tidak. Penelitian ini dilakukan di Kota Yogyakarta. Langkah-langkah penelitian adalah seperti terlihat pada Gambar 1.

Berdasarkan penggalan kuesioner yang berisi variabel kebudayaan yang disebarkan kepada responden, kemudian dicari faktor-faktor kebudayaan penting. Selanjutnya, faktor-faktor kebudayaan tersebut dikelompokkan berdasarkan urgensinya. Terakhir ditetapkan strategi untuk menghadapi globalisasi pariwisata.



Gambar 1 Langkah Penelitian

## IV. Hasil dan Pembahasan

### IV.1. Profil Responden

Responden yang dijadikan penelitian mencakup 150 orang berumur antara 17-78 tahun dengan rerata 41,82 tahun yang terdiri dari tokoh masyarakat (27,3%), guru (15,3%), aktivis LSM (2%), dan lain-lain termasuk muspida (55,3%) dengan wanita mencapai 34,7 persen sedangkan pria 65,3 persen, yang berstatus menikah 76 persen dan tidak menikah 24 persen. Lama tinggal mereka di Yogyakarta berkisar 2-65 tahun dengan rerata 32,55 tahun.

Responden yang beragama Islam 80,7 persen, Katholik 15,3 persen, Hindu 3,3 persen, dan Protestan 0,7 persen, sedangkan pendidikannya meliputi pascasarjana 13,3 persen, sarjana 51,3 persen, akademi 2,7 persen, SLTA 30,7 persen, SLTP 1,3 persen dan lainnya 0,7 persen. Sementara itu, pekerjaan

responden PNS sebesar 70 persen, pensiunan 2,7 persen dan swasta 6,7 persen dan lainnya 20,7 persen. Dari sampel tampak bahwa responden yang dijadikan objek penelitian telah terdistribusi baik dengan mewakili penduduk di Yogyakarta dan mewakili berbagai strata sosial.

## **IV.2. Faktor-faktor Penting Dalam Pelestarian Kebudayaan**

### **IV.2.1. Wujud Kebudayaan**

Dengan menggunakan sampel 150 orang, maka titik kritis *factor loading* yang dibutuhkan untuk menginterpretasi analisis faktor adalah sebesar 0,40 (Hair *et al.*, 2006: 128). Dari pengolahan data tampak skor *eigenvalues* di atas 1 terletak pada tujuh faktor penting. Kemudian tujuh faktor penting dalam pelestarian kebudayaan di Yogyakarta yang terindikasi: *pertama*, silaturahmi yang meliputi perlunya memelihara budaya saling berkunjung antar warga, menjaga suasana kekerabatan yang tetap kondusif, penyelesaian konflik dalam taraf kondusif melalui musyawarah, menciptakan kenyamanan kehidupan pergaulan di antara warga dan menjaga bahkan meningkatkan rasa percaya di antara anggota masyarakat.

*Kedua*, spiritualisme, mendorong masyarakat untuk mengimbangi derasnya arus konsumerisme fisik dalam era globalisasi melalui peningkatan pendidikan dan keimanan. *Ketiga*, perlunya peran seluruh elemen masyarakat termasuk pemerintah untuk membantu masyarakat melalui pemberian penghargaan karya seni, mendorong agar masyarakat yakin tetap berpedoman pada kebudayaan Jawa sehingga dapat berperilaku sebagaimana orang Jawa (*nJawan*) dan mencari jalan bagaimana meningkatkan penggunaan bahasa Jawa terutama *Kromo hinggil*; *Keempat*, perlu intensitas pembelajaran dan pengenalan budaya Jawa sejak dini melalui pendidikan formal dan non-formal terutama dalam kaitannya dengan tanggung-jawab untuk melestarikan budaya Jawa, dan mendorong penggunaan bahasa Jawa dalam keseharian, paling tidak dengan proporsi berimbang dengan Bahasa Indonesia pada acara yang tidak formal.

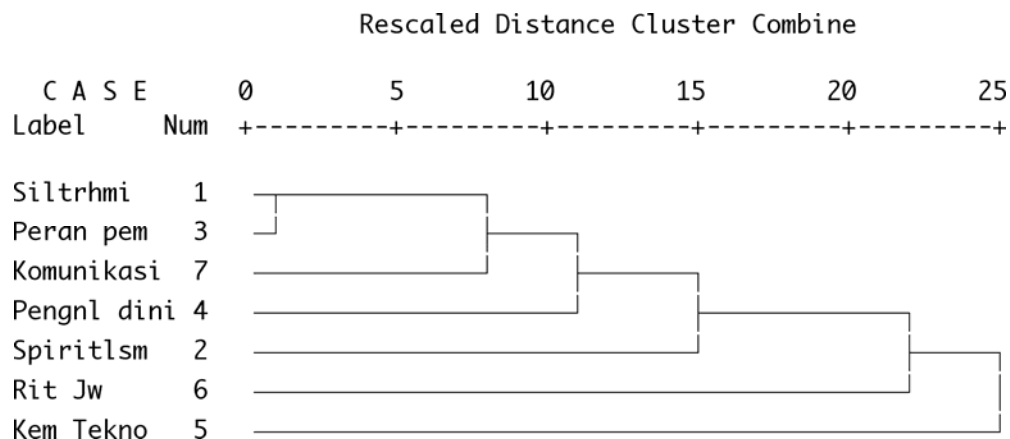
*Kelima*, memberikan stimulan yang dapat mengimbangi kemajuan teknologi – misalnya menghidupkan kembali permainan (*dolanan*) pada anak seperti gobak sodor, bekelan, pasaran, jek-jekan dan sebagainya yang relatif mendidik dan murah untuk mengimbangi *play station* atau *computer game* yang sarat introduksi budaya asing dan memerlukan uang yang relatif banyak. Cara yang lain mudah adalah memberi pemahaman penggunaan sumber lokal bukan impor dari daerah lain misalnya mainan dari bahan *glagah* (bunga tebu), janur dan sebagainya.

Kemudian faktor *keenam* adalah merevitalisasi adat-istiadat ritual kebudayaan Jawa seperti penghormatan kepada orang tua, *pepundhèn* dan leluhur. Penghormatan masyarakat kepada kultus orang tua pada dasarnya karena prioritas sifatnya yang kuasi religius masih tampak. Selaku tetua mereka dianggap lebih dekat dengan asal, sumber identitas dan kebijaksanaan, pada hidup, garis yang harus diteruskan dengan beranak-pinak dan membesarkannya sehingga disebut *pepundhèn* (yang diagungkan) oleh anak-anak (Mulder, 2001: 164). Hal ini tampak pada tradisi pulang kampung saat lebaran yang selalu dilakukan seorang anak meski dia telah berumah tangga untuk menghadap dan memohon berkah orang tua. Ketergantungan anak pada berkah orang tua dilanjutkan meskipun mereka sudah meninggal dunia dengan berziarah ke makamnya, mendoakan agar mereka mendapat tempat yang baik dan memohon diberikan ketenteraman hidup. Selain itu ritual masyarakat yang sering dilakukan adalah acara peringatan-peringatan terhadap sesuatu yang dianggap penting. Pada hari peringatan tersebut mereka mengadakan *slametan* (kenduri) yang bermakna selamat; upacara makan makanan

bersama yang didahului doa tolak-bala oleh kyai atau kaum. Menurut Mulder (2001: 163) hal ini sebenarnya merupakan ekspresi keprihatinan dan harapan mereka bagi datangnya keselamatan yang lestari.

Aktivitas sosial-budaya, tradisi dan ritual perlu dipertahankan sebagai identitas budaya. Perkampungan yang unik dapat berfungsi sebagai ekoresor lengkap dengan ekobudaya yang menghormati eksistensi pengetahuan tradisional, bahan baku serta keanekaragaman lokal. Daerah perkotaan yang khas seperti pecinan di Ketandan direvitalisasi, ditonjolkan rupa bentanglahannya beserta perangkat kehidupannya. Kemudian, menumbuhkembangkan kembali sifat gotong-royong dan rebug warga sebagai media pengikat nilai-nilai yang menjadi ciri khas masyarakat.

Terakhir, menciptakan komunikasi yang sehat antar sesama warga. Proses pembelajaran masyarakat bertumpu pada: (1) kompetensi: (a) pengetahuan; (b) ketrampilan – keahlian mengembangkan kapabilitas; (c) kemampuan mengerjakan sesuatu secara fisik, mental, finansial dan legal; (d) pengalaman kerja; (2) mendorong inovasi – dengan pelatihan dan kursus yang tidak membosankan; (3) motivasi – meningkatkan produktivitas, efisiensi, profitabilitas dan fleksibilitas dengan: (a) mengurangi hambatan semantik melalui peningkatan kemampuan berkomunikasi; (b) mengurangi hambatan teknis dengan merapikan sistem manajemen; (c) mengurangi hambatan manusiawi – pengawasan terhadap proses kegiatan; dan (d) mengurangi hambatan mekanis dengan cara mengubah proses sebagian atau seluruh sistem yang tidak efisien; dan (4) perluasan visi – melakukan perbandingan (*benchmarking*). Kemudian dari analisis kelompok (*cluster*) terhadap faktor-faktor tersebut diperoleh dua kelompok besar seperti terlihat pada Gambar 2.



**Gambar 2 Kelompok Faktor-Faktor Penting dalam Pelestarian Kebudayaan**

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2007)

Pada Gambar 2 terlihat bahwa dalam pelestarian kebudayaan faktor silaturahmi, peranan pemerintah, komunikasi antar warga, pengenalan budaya sejak dini, spiritualisme dan adat-istiadat dan ritual Jawa bergabung menjadi satu kelompok yang disebut “edukasi”, sedangkan stimulator untuk mengimbangi “kemajuan teknologi” berdiri mandiri.

#### IV.2.2. Fisik Kebudayaan

Dalam hal fisik kebudayaan yang harus diperhatikan yaitu: *pertama*, menyampaikan nilai-nilai yang terkandung di dalam kesenian kepada masyarakat.

*Kedua*, menciptakan suasana progresivitas di dalam melakukan olah seni, sehingga tidak terkesan membosankan, mengingat seni budaya lokal akan berhadapan-hadapan secara frontal dengan budaya asing misalnya *play station*. *Ketiga*, perlu dilakukan modifikasi terhadap *performace* seni pertunjukan (bukan dalam pakemnya) misalnya kostum, cara penyelenggaraan dan cara memberikan pelajaran.

*Keempat*, pelestarian *heritage*, misalnya wayang kulit yang telah ditetapkan sebagai pusaka dunia (*world heritage*), macapat dan kethoprak dengan memberikan ruang untuk tampil dan memasukkannya sebagai muatan lokal pada kurikulum pendidikan yang dimulai sejak sekolah dasar. *Kelima*, mempertahankan penggunaan busana dengan motif batik dan lurik. Misalnya dengan mewajibkan pegawai instansi di Jogjakarta baik negeri maupun swasta untuk menggunakan busana bermotif batik pada hari Senin dan menggunakan busana tradisional Jawa lengkap peranakan (baju lurik) pada hari Jumat. Hal ini kecuali mendorong orang untuk bangga terhadap motif lokal juga akan meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya pengrajin atau pengusaha kecil dan menengah yang menanganinya. *Keenam*, menjaga budaya kedisiplinan, ketertiban dan keteraturan. Hal paling kecil yang dapat dilakukan adalah membuang sampah. Kecuali itu, *tata krama*, *unggah-ungguh* yang lekat dengan budaya Jawa mulai disosialisasikan kembali baik melalui institusi formal seperti sekolah maupun non-formal (keluarga). Budaya ini harus ditanamkan sejak dini. *Ketujuh*, pelestarian seni tari dan kerawitan dimulai dari institusi pemerintah dengan mewajibkan anggota unit untuk mempelajarinya. Pada acara tertentu diadakan pertandingan antar unit plus kelompok masyarakat yang ingin bergabung.

### **IV.3. Strategi**

#### **IV.3.1. Penentuan**

Pada dasarnya di dalam pariwisata unsur atraksi, aksesibilitas dan amenitas tidak boleh dilupakan. Unsur atraksi dilakukan dengan menghidupkan kembali permainan (*dolan*) tradisional, wisata tematik seperti wisata religi, kuliner dan lain-lain. Aksesibilitas dipenuhi melalui penyediaan tempat informasi yang representatif dan ditangani oleh orang profesional berbasis pada keramah-tamahan (*hospitality*). Di samping itu dipakai peralatan pemasaran dan pencitraan yang terintegrasi dan simultan. Adapun amenitas, yang mencerminkan keramah-tamahan Kota dan warga Yogyakarta sebagai tanda mata pengingat wisatawan untuk melakukan pembelian ulang adalah dengan menciptakan karya seni yang dapat menginterpretasikan budaya lokal. Bahan bakunya sedapat mungkin mencari sumberdaya yang ada di sekitar Yogyakarta pula.

Dua kebijakan utama dalam menghadapi pariwisata global yang perlu diperhatikan adalah edukasi dan mengimbangi invasi teknologi barat. Hal ini perlu dilakukan karena isu pariwisata tidaklah dapat lepas dari industri kebudayaan yang secara umum meliputi cetakan termasuk batik, percetakan dan multimedia, audio-visual dan produksi sinematografis, kerajinan tangan dan disain, arsitektur bangunan, seni pertunjukan, olah-raga, musik, pabrikan alat musik, periklanan dan pariwisata (Unesco, 2007), yang berkembang pesat dewasa ini. Bila tidak dilakukan penetrasi terhadap pendidikan sejak usia dini maka dikelak kemudian hari kebudayaan Jawa akan menjadi tinggal kenangan. Nilai-nilai kebudayaan seperti estetika dan harmoni, spiritual, sosial, sejarah, simbolis, dan keaslian perlu dipertahankan.

Melalui Tabel 1 kebijakan edukasi melibatkan, *pertama*, strategi pemahaman terhadap aspek kognitif (*cognitive*) berupa penalaran dan pemahaman yang dikombinasikan dengan aspek afektif (*affective*) yang berkaitan dengan cita rasa

tentang arti pentingnya pelestarian pusaka (*heritage*) dengan memberikan introduksi kepada masyarakat untuk memiliki rasa *handarbeni* kebudayaan, sehingga perlu diberikan sejak usia dini. Para siswa tidak hanya diberikan cara menghafal (misalnya anak cicak namanya *sawiyah*, atau daun ketela namanya *jlegor*) tetapi juga bentuk implementasinya.

**Tabel 1 Kebijakan, Strategi dan Implementasi**

No	Kebijakan	Strategi	Implementasi
1	Edukasi	1. Pemahaman ( <i>knowledge</i> ) secara kognitif (penalaran) dan afektif (perasaan) tentang pentingnya arti pelestarian budaya kepada masyarakat sejak dini – menumbuhkan rasa <i>handarbeni</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendidikan formal – melalui sekolah</li> <li>2. Pendidikan non-formal – melalui keluarga, kelompok bermain – menghidupkan kembali permainan (<i>dolanan</i>) tradisional dan penggunaan sumber lokal</li> <li>3. Sosialisasi berkesinambungan – merevitalisasi adat-istiadat ritual kebudayaan Jawa dengan mengadakan lomba (misalnya merangkai janur), pertunjukan dan lain-lain yang dapat menarik minat masyarakat</li> <li>4. Kampanye penggunaan bahasa Jawa pada anak sejak dini</li> <li>5. Pendekatan kultural melalui tokoh masyarakat, budayawan, seniman – melakukan silaturahmi, eksekutif dan legislatif bertindak sebagai lokomotif dengan mengambil inisiatif untuk turba (turun ke bawah)</li> </ol>
		2. Ketrampilan ( <i>skill</i> ) – konatif ( <i>conative</i> ) – karsa	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendidikan formal – melalui sekolah – menggalakkan kembali prakarya seperti pembuatan keranjang dari anyaman bambu, dll</li> <li>2. Pendidikan non-formal – melalui keluarga kelompok bermain, koperasi, kelompok usaha</li> <li>3. Mengadakan bengkel kerja (<i>workshop</i>) di setiap kecamatan – misalnya mengajarkan ketrampilan tepat guna membuat sangkar burung</li> </ol>
2	Mengimbangi teknologi barat	1. Menghidupkan kembali permainan ( <i>dolanan</i> ) dan penggunaan sumber lokal, dll	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perencanaan kegiatan sosial-budaya – penempatan guru kesenian, tari, musik ke sekolah dan membantu kegiatan yang diselenggarakan masyarakat</li> <li>2. Mempertemukan kepentingan kebudayaan manusia dan alam - menyampaikan nilai-nilai yang terkandung di dalam kesenian kepada masyarakat, termasuk manajemen dan pembelajaran seni pertunjukan</li> </ol>
		2. Perlindungan budaya secara terintegrasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengayaan keanekaragaman wisata budaya dengan basis pada komunitas dan sumberdaya lokal, misalnya: <ol style="list-style-type: none"> <li>i. Wisata spiritual, ritual, dan religi (<i>pilgrim tourism</i>) di Kotagede</li> <li>ii. Mendorong wisata kuliner</li> </ol> </li> <li>2. Pelestarian benda cagar budaya yang menjadi identitas dan <i>landmark</i> Kota Yogyakarta seperti Kraton, wayang, keris</li> </ol>
		3. Komunikasi dan pencitraan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Komunikasi pemasaran yang terintegrasi: <ol style="list-style-type: none"> <li>i. Pemakaian alat pemasaran secara terpadu – <i>leaflet</i>, <i>eTourism</i>, <i>word of mouth</i>, dll,</li> <li>ii. Penyediaan pusat informasi pariwisata yang representatif, profesional dan <i>hospitality</i></li> </ol> </li> <li>2. Melakukan pemasaran bermasyarakat –</li> </ol>

			mempertemukan kebutuhan masyarakat, produsen dan konsumen – memperkaya cinderamata ( <i>souvenir</i> ) lokal, baik dalam hal karyanya maupun bahan bakunya – memberikan pengarahan kepada para produsen dan pengecer ( <i>retailer</i> ) benda-benda seni
		4. Pelestarian berbasis masyarakat lokal	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjaga nilai-nilai pranata sosial, tata-krama, <i>unggah-ungguh</i>, kedisiplinan dan keteraturan – introduksi ke sekolah, penataan PKL</li> <li>2. Mempertahankan identitas, integritas dan nilai-nilai budaya masyarakat – menghidupkan kembali gotong-royong, rembug desa, dsb</li> <li>3. Pengembangan wilayah kota yang unik sebagai ekoresor dan pusat ekobudaya dengan menonjolkan eksistensi kekhasan lokal-tradisional</li> </ol>

Sumber: Data primer (diolah).

Strategi ini diterapkan melalui pendidikan formal (sekolah) dan jalur non formal melalui agen-agen keluarga, kelompok bermain dan sebagainya. Setelah itu juga dilakukan sosialisasi yang berkesinambungan dengan penekanan pada perbaikan terus menerus (*continues improvement*) untuk merevitalisasi adat-istiadat terutama yang mulai dilupakan masyarakat. Adat-istiadat termasuk praktik kehidupan keseharian masyarakat merupakan obyek wisata budaya yang tidak habis dimakan zaman. Keanekaragaman budaya (*cultural diversity*) selalu menarik wisatawan untuk dilihat karena menjadi ukuran variasi kehidupan manusia sehingga merefleksikan hubungan antara manusia dan lingkungan alamnya. Alam, dalam konteks ini, adalah rekan pendamping bagi manusia.

Kemudian mengembangkan ketrampilan (*soft skill*) dengan fokus pada aspek konatif (*conative*) yang berhubungan dengan daya cipta dan karsa manusia. Implementasi strategi ini dapat melalui sekolah dengan menggalakkan prakarya seperti tenun, anyaman bambu atau jalur koperasi, kelompok sadar wisata, kelompok usaha dan sebagainya. Kemudian dapat pula diadakan bengkel kerja (*workshop*) di setiap kecamatan yang dapat mengajarkan ketrampilan praktis untuk menunjang ekonomi keluarga, misalnya pembuatan sangkar burung. Agar tidak jenuh, setiap periode tertentu perlu diadakan lomba dengan insentif yang merangsang minat untuk berkarya.

Kebijakan berikut adalah upaya mengimbangi teknologi barat yang merasuk pada segala aspek kehidupan terutama pariwisata. Strateginya, *pertama*, adalah menghidupkan kembali permainan anak dan penggunaan sumber bahan baku lokal. Taktik yang dilakukan adalah melakukan perencanaan kegiatan sosial-budaya secara tepat dengan menempatkan guru kebudayaan seperti seni tari, musik, kerawitan selain ke sekolah-sekolah juga ke ranah masyarakat seperti kelurahan bahkan kampung-kampung dengan koordinasi pemimpin wilayah yang formal (camat, lurah, ketua RW atau ketua RT) atau tokoh masyarakat. Di samping itu, perlu didukung pula oleh ahli manajemen untuk membantu mengorganisasi seni pertunjukan.

*Kedua*, melakukan perlindungan budaya secara terintegrasi melalui pengayaan keanekaragaman wisata budaya berbasis komunitas (misalnya wisata spritual dan religi, wisata kuliner dan lain-lain) serta pelestarian benda cagar budaya yang menjadi identitas dan *landmark* kota Yogyakarta. Kemudian memberikan penghargaan kepada khalayak ramai yang memberikan kontribusi pada dunia seni-budaya setiap periode tertentu. Namun juga menindak tegas bahkan mencari ke akar-akarnya pelaku *graffiti* yang mengganggu keasrian dan keindahan.

*Ketiga*, memberdayakan komunikasi dan melakukan pencitraan terhadap Kota Yogyakarta secara optimal melalui teknik pemasaran yang terintegrasi (misalnya *leaflet*, baliho, ekspo, brosur, *e-tourism*, dan yang terpenting karena sifatnya yang efektif dan efisien adalah *word of mouth* – pemasaran melalui mulut ke mulut) dan penyediaan pusat informasi pariwisata yang *up to date* didukung sumberdaya yang memadai dan representatif. Tenaga kerja pada pusat informasi sebaiknya ditunjuk dari person, bukan karena tingkat eselon atau jabatannya akan tetapi memang murni pada profesionalitasnya.

*Keempat*, menjaga pelestarian dengan berbasis masyarakat local yaitu menjaga nilai pranata sosial, tata-krama, unggah-ungguh dan kedisiplinan serta keteraturan. Hal ini dapat dimulai dengan penataan PKL malioboro, juru parkir yang terkesan semrawut dan anarkis. Selanjutnya, tentu melalui institusi formal, diajarkan kepada siswa sejak usia dini bagaimana perlunya memberikan respek kepada orang yang dituakan dan sebagainya.

Hal lain yang perlu diperhatikan adalah menjaga identitas, integritas dan nilai budaya masyarakat seperti gotong-royong, rembug desa atau rembug warga, pengembangan wilayah kota yang unik seperti kampung dan pecinan sebagai ekoresor (penginapan yang ramah lingkungan) dan daerah ekobudaya dengan menonjolkan eksistensi kekhasan lokal-tradisional. Misalnya karena pecinan merupakan wilayah khas etnis cina, maka pertunjukan barongsai menjadi unggulan, sedangkan kampung yang menjadi kosa kata bahasa Inggris *kampoong* adalah daerah unik karena secara faktual ada di daerah urban tetapi cara hidup warganya masih semi perdesaan. Kehidupan yang dualistik ini sangat menarik untuk dikembangkan menjadi obyek dan daya tarik wisata.

#### **4.3.2. Prioritas Strategi**

Berdasarkan Tabel 4, prioritas kebijakan, strategi dan implementasi konservasi sumberdaya kebudayaan lokal Yogyakarta disusun dengan menggunakan teknik AHP (penggaliannya menggunakan metode Delphi dengan mengeksplorasi pendapat 15 orang nara sumber / pakar). Berdasarkan opini pakar yang diolah dengan AHP, tampak prioritas kebijakan konservasi kebudayaan lokal Yogyakarta adalah melalui jalur edukasi (83,3%) dan upaya mengimbangi teknologi barat (16,7%) dengan menghidupkan kembali permainan anak dan penggunaan sumber bahan baku lokal, perlindungan kebudayaan secara terintegrasi, komunikasi dan pencitraan kebudayaan Yogyakarta dan pelestarian berbasis masyarakat

Selanjutnya implementasi untuk mencapai tujuan adalah melalui pendidikan formal sekolah (29%), kemudian melalui agen pendidikan non formal (25,6%) seperti keluarga, kelompok bermain dan sebagainya. Cara lain adalah sosialisasi (14,2%) dan pendekatan kultural melalui tokoh masyarakat (11,7%) yang diikuti oleh penerjunan guru atau pakar seni-budaya (3,5%) ke berbagai sekolah dan wilayah masyarakat. Langkah lebih lanjut adalah menciptakan bengkel kerja di kecamatan (2,8%), pengayaan aneka wisata (2,1%) dan perlindungan terhadap benda cagar budaya (2,1%) baik yang *tangible* maupun *intangible*.

Jika konstelasi ini diubah, misalnya peluang kebijakan edukasi dan spirit untuk bertindak mengimbangi teknologi barat adalah sama besar (50%), maka nampaknya pendidikan formal masih merupakan cara terbaik untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan yaitu konservasi kebudayaan lokal Yogyakarta dalam menghadapi globalisasi pariwisata.

## V. Kesimpulan dan Saran

### V.1 Kesimpulan

Faktor-faktor penting dalam konservasi kebudayaan lokal adalah: (1) Dalam hal faktor wujud kebudayaan, perlu menjaga silaturahmi antar warga (untuk menciptakan suasana kondusif), mengedepankan spiritualisme dalam bentuk pendidikan dan keimanan, melibatkan peran seluruh elemen masyarakat untuk menghargai seni-budaya, melakukan pengenalan budaya Jawa sejak dini sekaligus menggalakkan penggunaan bahasa Jawa pada acara non formal, mencari stimulan yang dapat mengimbangi kemajuan teknologi dengan merevitalisasi adat-istiadat ritual kebudayaan Jawa, serta melakukan komunikasi yang sehat antar sesama warga. (2) Dalam hal fisik kebudayaan perlu digali kembali nilai-nilai yang terkandung di dalam kesenian masyarakat, menjaga progresivitas di dalam melakukan olah seni, memodifikasi cara penyelenggaraan dan pembelajaran seni pertunjukan, pelestarian *heritage*, mempertahankan penggunaan busana dengan motif batik dan lurik, menjaga kedisiplinan, ketertiban, keteraturan dan tata-krama, serta pelestarian seni tari tradisional dan kerawitan. (3) Perlu penerapan dua kebijakan penting yaitu edukasi baik kognitif, afektif dan konatif serta mencari stimulan yang dapat menangkal invasi teknologi barat.

### V.2. Saran

Saran dari riset ini, (1) untuk menghadapi derasnya arus globalisasi, Kota Yogyakarta harus dapat menampilkan keunikan budaya yang dapat menunjang upaya glocalisasi. Hal ini dapat tercapai jika seluruh elemen masyarakat tampil. Namun untuk itu peran eksekutif dan legislatif sebagai representatif masyarakat diperlukan sebagai motor penggerak. (2) Pendataan kuantitas dan kualitas guru kesenian untuk diterjunkan ke sekolah-sekolah membantu merevitalisasi budaya Jawa yang sudah mulai meredup nilai dan esensinya. Jangan sampai di kelak kemudian hari bila anak cucu ingin mengetahui kebudayaan Jawa harus pergi belajar ke negeri orang.

### Daftar Pustaka

- Hair, J.F., Jr., W.C. Black, B.J. Babin, R.E. Anderson., and R.L. Tatham. 2006. *Multivariate Data Analysis*. (5<sup>th</sup>ed.). Upper Saddle River, NJ, USA: Pearson Education, Inc
- Kintarso, H., dan K. Peniwati. 2001. Menentukan strategi bisnis serta memprioritaskan kegiatan rencana strategis pada perusahaan baja perkakas dengan menggunakan "analytic hierarchy process". *Makalah*. Konferensi Akademi Manajemen Indonesia. Jakarta 29 Oktober-1 November 2001.
- Mulder, N. 2001. *Mistisme Jawa: Ideologi di Indonesia*. Yogyakarta: LKIS
- Palumbo, D.J. 1977. *Statistics in Political and Behavioral Science*. (Rev Ed). NY, USA: Colombia University Press.
- Saaty, T.L. 1986. *Decision Making for Leaders: The Analytical Hierarchy Process for Decisions in Complex World*. Pittsburgh, USA: University of Pittsburgh.
- Santosa, S. 2000. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Soeroso, A. 2007. *Penilaian Kawasan Borobudur dalam Kerangka Multiatribut Ekonomi Lingkungan dan Implikasinya terhadap Kebijakan Ekowisata*. Disertasi tidak diterbitkan. Pascasarjana UGM: Jogjakarta.
- Unesco. 2007. *Unesco Cultural Activities Worldwide*. [www.unesco.org](http://www.unesco.org)
- Watson, C.J., P. Ballingsley., D.J Croft., and D.V. Hundsberger. 1993. *Statistic for Management and Economics*. Englewood Cliffs, NJ, USA: Prentice Hall, Inc.
- Zikmund, W.G. 1991. *Exploring Marketing Research*. Chicago, USA: Dryden Press.

## POTENSI KAMPUNG PRAWIRODIRJAN GANDOMANAN SEBAGAI KAMPUNG WISATA EKSOTIK

Disusun oleh:

Oktarina Albizzia

Muhammad Imam Zamroni

Zainatur Rofiqoh

### A. Latar Belakang Masalah

Menurut data *World Tourism Organization* tahun 1994 pada abad ke-21 kepariwisataan akan menjadi salah satu kegiatan sosial ekonomi yang terpenting dan akan menjadi salah satu industri ekspor terbesar di dunia (Nugroho, 2001). Sayangnya kemajuan dunia pariwisata tidak dapat berdiri sendiri, ada faktor-faktor lain yang turut berperan dalam mendukung kemajuan dunia pariwisata, diantaranya stabilitas politik, ekonomi dan keamanan. Di samping permasalahan itu semua industri pariwisata Yogyakarta pun mengalami hantaman hebat akibat guncangan gempa bumi dahsyat setahun lalu. Melihat permasalahan ini perlu kepedulian semua pihak untuk mengembalikan kemajuan dunia pariwisata khususnya di Yogyakarta.

Di tengah masih kuatnya arus pariwisata massal (*mass tourism*) yang lebih bersifat artifisial dan cenderung menawarkan kepuasan ragawi, muncul kecenderungan pariwisata alternatif yang menawarkan ketenangan dan kesejukan jiwa (Nugroho, 2001). Jenis wisata alternatif dipandang lebih menyandarkan pada minat khusus dengan mengutamakan persinggungan penduduk dan budaya lokal. Dengan wisata alternatif misi persahabatan, perdamaian dan pemahaman *cross culture* dapat langsung tersampaikan. Wisata minat khusus pada dasarnya adalah suatu bentuk perjalanan wisata, dimana wisatawan mengunjungi suatu tempat karena memiliki minat atau tujuan khusus mengenai sesuatu jenis obyek atau kegiatan yang dapat ditemui dan dilakukan di daerah tujuan wisata tersebut (Martin, 1990).

Melihat potensi wisata alternatif tersebut maka sangat tepat jika ini diterapkan di wilayah kota Yogyakarta yang notabene tidak memiliki daerah pantai atau pegunungan yang bisa menjadi obyek wisata unggulan sebagaimana kabupaten-kabupaten lainnya di DIY, maka, sangat tepat jika pemerintah kota lebih memikirkan pengembangan perkampungan-perkampungan yang ada di wilayahnya untuk dijadikan sebagai kampung wisata. Mengingat banyaknya perkampungan yang ada di kota Yogyakarta yang memiliki sisi keunikan yang tak dapat ditemui di daerah lain, salah satunya adalah kampung Prawirodirjan yang ada di kecamatan Gondomanan.

Di sebelah timur kampung Prawirodirjan ini terdapat aliran sungai Code yang sangat potensial untuk dikembangkan menjadi obyek wisata yang menarik seperti di Valensia Italia, atau Sidney Australia dan negara-negara Eropa lainnya. Namun upaya menata kali Code bukanlah perkara mudah. Upaya menjaga kebersihan lingkungan sungai haruslah bersifat menyeluruh dan partisipasi masyarakat menjadi jawaban kunci untuk menciptakan lingkungan yang bersih. Karena saat ini kesadaran untuk menjaga kebersihan lingkungan masyarakat sekitar sungai Code masih relatif rendah. Sehingga kawasan ini terkesan kumuh.

Permasalahan pengelolaan sampah memang merupakan problem klasik yang senantiasa menghambat pembangunan bangsa Indonesia umumnya dan kota Yogyakarta khususnya. Meski peraturan ini telah tercantum dalam Perda Kota Yogyakarta nomor 18 tahun 2002 tentang "Pengelolaan Kebersihan" diantaranya pasal 14 dan 17, namun pada prakteknya sangat sulit diterapkan secara konsekuen. Karena masalah membuang sampah sembarangan seperti ini telah membudaya maka untuk merubahnya diperlukan proses panjang yang konsisten.

Potensi lainnya yang dimiliki kampung Prawirodirjan, adalah sebagai produsen aneka kerajinan tangan. Di sini berdiri industri rumah tangga lilin hias yang pangsa pasarnya telah menembus mancanegara, yaitu Pensil Terbang. Pensil Terbang menawarkan konsep belanja yang unik, para pengunjung disamping dapat membeli aneka lilin hias yang cantik dan menarik juga dapat melihat cara pembuatannya sekaligus juga bisa mempraktekannya secara langsung. Wisatawan mancanegara pun dapat melihat pemandangan perkampungan masyarakat dengan segala aktifitasnya yang masih kental dengan suasana kekeluargaan dan gotong royong. Pemandangan ini tentu saja tidak bisa mereka lihat dan alami di negaranya.

Suasana kampung Prawirodirjan pun sangat kental dengan iklim yang menjunjung tinggi pendidikan dan kebudayaan. Di beberapa gardu pos ronda terdapat perpustakaan mini yang menyediakan buku-buku bacaan untuk masyarakat. Jika di daerah lain aktifitas di pos ronda tak jauh dari permainan judi maupun bentuk-bentuk permainan yang tidak mendidik, maka di Prawirodirjan yang terlihat justru adalah aktifitas masyarakat yang sedang membaca buku. Jam belajar masyarakat pun tak sekedar berupa plang yang menghias jalan, namun masyarakat benar-benar mempunyai komitmen yang tinggi untuk merealisasikan aturan-aturan yang sudah disepakati bersama. Anak-anak belajar di bawah bimbingan kelompok belajar masyarakat yang diperankan oleh para pemuda kampung itu.

Artinya relasi antar generasi menjadi sangat fungsional, karena sistem sosial yang dibangun dalam masyarakat tersebut dapat berjalan dengan baik. Meski demikian, potensi yang dimiliki oleh kampung Prawirodirjan ini sangat memerlukan perhatian pemerintah setempat, agar aspirasi masyarakat dapat terrealisasi dengan baik. Oleh karena itulah, mengeksplorasi potensi yang dimiliki oleh kampung Prawirodirjan menjadi penting adanya. Berangkat dari situlah penelitian ini dilakukan dengan menekankan pada pertanyaan penelitian (*research questions*) yang dianggap sebagai pertanyaan kunci. *Pertama*, Potensi apa saja yang dimiliki kampung Prawirodirjan yang dapat dikembangkan untuk menjadi salah satu tujuan kampung wisata yang menarik?. *Kedua*, Bagaimana bentuk partisipasi masyarakat dalam upaya pengembangan kampung wisata yang bernuansa pendidikan dan budaya di Prawiwodirjan?

## **B. Prosedur Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis diskriptif, yaitu metode yang memusatkan perhatiannya pada prinsip-prinsip umum yang mendasari satuan-satuan yang ada dalam komunitas yang terlibat. Kerangka kerja yang dibangun adalah logika deduktif dengan alasan gejala yang diteliti lebih merupakan gejala sosial yang dinamis.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologis yang berusaha memahami makna peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang biasa dalam situasi tertentu (Muhajir, 1998:13).

Teknik yang dipergunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah menggunakan teknik observasi atau pengamatan. Pengamatan dilakukan untuk mengetahui aktivitas sosial sehari-hari, kaitannya dengan masalah sosial, ekonomi, pengembangan pendidikan dan budaya masyarakat. Pengamatan dilakukan untuk melihat secara langsung berbagai aktivitas maupun komunikasi intensif atau perbincangan-perbincangan tertentu yang dilakukan masyarakat kampung Prawirodirjan.

Berdasarkan pengamatan tersebut kemudian penggalan data akan diperdalam dengan serangkaian wawancara secara terstruktur dengan menggunakan daftar pertanyaan (*interview guide*). Oleh karena itu, diupayakan dalam melakukan wawancara tidak terkesan kaku, tetapi dibiarkan mengalir sesuai dengan situasi dan kondisi informan yang sedang diwawancarai.

### C. Hasil Penelitian

#### 1. Potensi Alam

Kampung Prawirodirjan memiliki potensi alam yang cukup bisa dikembangkan menjadi obyek pariwisata, di sebelah timur kampung ada sungai Code yang merupakan terusan dari sungai Boyong yang berhulu dari gunung Merapi. Sungai Code yang ada di Prawirodirjan memiliki *grojokan* dengan pemandangan dan suara yang indah memikat, inilah yang menjadi keunikan tersendiri dibanding aliran sungai Code di daerah lainnya. Sungai di Prawirodirjan ini layak dikembangkan menjadi "kali wisata".

Pengembangan sungai di Prawirodirjan ini sangat bermanfaat demi menciptakan lingkungan kota dengan standar ekologi berimbang, mengingat lahan kota yang luasnya 32,25 kilometer persegi dengan lebih dari 90% lahan non persawahan, dengan perhitungan demikian, idealnya untuk menciptakan keseimbangan lingkungan dan memenuhi standar hidro-orologi (fungsi tata air), udara yang sehat, resapan air, nilai flora dan fauna, dan penyangga terhadap ancaman erosi, pencemaran udara, tanah dan air minimal terdapat 30% penutupan lahan dengan vegetasi pohon pada satu daerah aliran sungai (*Moh. Jauhar Al-Hakimi*, rubrik Forum KOMPAS edisi 21 November 2007).

Selain bermanfaat untuk keseimbangan lingkungan, pengembangan kali wisata ini dapat berdampak positif untuk kehidupan masyarakat, diantara fungsi tersebut. *Pertama*, fungsi dan manfaat sungai lebih bisa dioptimalkan untuk kepentingan ekonomis dan kebutuhan masyarakat. *Kedua*, industri rumah tangga yang ada di Prawirodirjan dapat lebih berkembang, juga dapat menghidupkan industri-industri rumah tangga lainnya. Ketiga, karena masyarakat proaktif untuk menjaga kebersihan lingkungan, maka kesehatan lebih terjamin.

Adapun problem yang dihadapi untuk mengembangkan "kali wisata" ini adalah kondisi sungai Code di Prawirodirjan sendiri saat ini masih terkesan kotor dan kumuh, sama seperti aliran sungai Code di

daerah lainnya. Namun kondisi ini sudah lebih baik dari pada tahun-tahun sebelumnya. Mayoritas masyarakat telah memiliki kesadaran untuk menjaga kebersihan sungai mereka demi kenyamanan mereka sendiri. Ini terbukti dari presentase angket yang menyebutkan 90,91% masyarakat Prawirodirjan setiap hari membuang sampah di tempat pembuangan sampah, dan hanya 6,82% yang menyebutkan masih membuang sampah di sungai. Masyarakat Prawirodirjan telah dibiasakan membuang sampah di tempat sampah yang ada di rumah masing-masing untuk kemudian diambil oleh petugas kebersihan ke tempat pembuangan sampah akhir.

Di samping itu juga terjadi pendangkalan arus sungai sehingga terlihat seperti ada pulau-pulau kecil pada aliran sungai. Sebenarnya pendangkalan seperti ini bisa diatasi dengan upaya pengerukan dengan alat-alat berat. Akan tetapi pengerukan yang dilakukan saat hanya sebatas penambangan pasir yang dilakukan oleh warga untuk kepentingan ekonomi, bukan kepentingan memperindah dan melestarikan alam. Sayangnya karena aktifitas penambangan pasir ini justru sungai terlihat semakin kotor karena pasir-pasir yang dikeruk sebelum dijual dimasukkan dalam karung yang diletakkan begitu saja di sungai.

Berangkat dari situlah maka, upaya untuk meningkatkan kesadaran warga akan pentingnya menjaga kelestarian dan kebersihan lingkungan yang sangat potensial untuk dikembangkan menjadi lokasi wisata menjadi suatu keharusan. Tidak hanya untuk masyarakat Prawirodirjan yang berada di sebelah barat sungai dan masyarakat Wirogunan yang berada di sebelah timur sungai, namun juga masyarakat sepanjang sungai Code lainnya. Membentuk kesadaran masyarakat memang tidaklah mudah namun bukan berarti itu menjadi suatu yang mustahil.

## 2. Potensi Ekonomi

Masyarakat di perkampungan Prawirodirjan sebagian besar mengandalkan hidup mereka dengan berwiraswata, baik sebagai pedagang kecil atau produsen *home industry*. Jenis *home industry* yang ada di kampung Prawirodirjan sendiri cukup beragam, diantaranya adalah :

a. *Home industry* bidang kuliner/makanan dan minuman. *Home industry* dari jenis ini yang cukup stabil adalah sirup "TBH" mulai berproduksi semenjak tahun 1949 dengan pangsa pasar nasional, namun pasar terbesar adalah wilayah Yogyakarta sendiri. Belakangan produsen *home industry* ini dengan dibantu anggota keluarga, mereka memekarkan usahanya dengan beragam produksi semisal kecap "Achli Masak", saus tomat, bakmi dan sebagainya. Produsen madu "Serangga Emas" yang telah berdiri sejak tahun 1980.

Selain sirup TBH ada juga *home industri* yang berkonsentrasi pada usaha pengumpulan madu lebah "Serangga Emas" yang telah berdiri sejak tahun 1980. Terdapat juga beberapa produsen makanan kecil seperti Bakpia yang konon rasanya lebih enak daripada yang diproduksi di daerah Pathok. *Home industry* lainnya yang bergerak di bidang ini masih bersifat fluktuatif, ada yang muncul dan lainnya tenggelam.

- b. Kerajinan tangan dan sovenir. *Home industry* dari di bidang ini antara lain : "Pensil Terbang" dengan fokus utamanya pada kreasi lilin hias. Usaha ini telah berjalan selama 10 tahun dan memiliki 8 cabang yang berpusat di kampung Prawirodirjan. Selain itu ada juga "Kate Mas" yang memproduksi berbagai kerajinan tangan dengan bahan dasar tempurung kelapa, akar wangi, rotan dan sebagainya. Usaha "Kate Mas" ini pun telah berdiri sejak 10 tahun yang lalu, sebelum tahun 1997 usaha keluarga ini sudah berdiri namun masih terfokus pada bahan dasar kulit.

Ada juga usaha yang bergerak di bidang rekayasa kuningan dengan label produk "Niki". Dengan bahan dasar kuningan ini bisa dibuat beragam macam barang misalnya engsel pintu. Ada juga usaha pembuatan pigura dengan bendera "B. Gilang". Usaha kerajinan lainnya yaitu kerajinan dari sayur gambas, namun usaha ini masih belum stabil, hanya memproduksi jika ada pemesanan. Beberapa tahun yang silam, terdapat juga home industry pembuatan *shuttle cock*, namun sekarang tinggallah cerita.

Di samping itu juga terdapat beberapa home industry penyamakan kulit, namun seiring dengan krisis ekonomi yang melanda Indonesia sekarang hanya tinggal satu pabrik saja, yaitu CV. Sapta Tunggal. Sedangkan pabrik kulit PT. Sinar Obor meski telah berdiri sejak tahun 1955 namun tidak dapat mempertahankan usahanya sampai sekarang, padahal PT Sinar Obor mampu menyerap sekitar 90 orang tenaga kerja. Sangat disayangkan jika usaha ini kemudian harus bangkrut.

Pada sektor *home industry* masalah yang melilit para pemilik untuk mengembangkan usahanya adalah faktor permodalan. Berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner yang kami sebar, mereka berpendapat bahwa Modal sangat penting untuk memulai usaha, mengembangkan usaha dan juga mempertahankan usaha. Seperti yang dialami produsen sovenir "Kate Mas". Produsen usaha ini tidak mampu meminjam modal Bank dengan alasan tidak memiliki jaminan, selain itu mereka juga keberatan dengan bunga bank yang tinggi. Sedangkan bantuan dari koperasi pun tidak pernah mereka peroleh.

Tuntutan koperasi selama ini tidak jauh berbeda dengan bank konvensional, yang mengharuskan adanya jaminan dan bunga yang masih dirasa cukup memberatkan. Sebenarnya usaha mereka tidak pernah mengalami kesulitan pemasaran. Permasalahannya adalah pesanan atau order yang masuk, baik partai kecil atau besar, dari dalam negeri atau luar negeri, hanya membayarkan uang muka sebesar 30 %. Karena itu mereka kerepotan mencari tambahan modal untuk memenuhi pesanan tersebut. Akibatnya usaha mereka tidak berani lebih *go public* lagi karena meski mendapat order kelas kakap pun mereka tetap kesulitan menghadapi persoalan permodalan. Kesulitan ini sedikit terbantu dengan bekerja sama dengan pihak *buyer agent*. Biasanya pihak *buyer agent*-lah yang memberi order sekaligus membantu *nalangi* modal. Bantuan-bantuan pemerintah

untuk usaha kecil pun seringkali salah sasaran dan tidak merata. Sedangkan koperasi sepertinya belum menunjukkan peran yang nyata dalam membantu pengembangan ekonomi rakyat. agaknya kurang berperan dalam membantu industri kecil.

### 3. Potensi Pendidikan

Kesadaran masyarakat Prawirodirjan akan pentingnya pendidikan sudah cukup baik. Ini bisa dilihat dari partisipasi masyarakat mewujudkan wajib belajar 9 tahun. Meski belum banyak masyarakat yang mampu menyekolahkan anak-anak mereka ke Perguruan Tinggi, namun mayoritas masyarakat kampung Prawirodirjan minimal mampu lulus SLTA. Berdasarkan laporan monografi kelurahan tahun 2006, sebanyak 69,2% warga lulus SLTA, 14% lulus SLTP, 4,88% lulus Diploma dan 4,68% lulus Sarjana. Ini berarti hanya 7,1% warga yang lulus dibawah jenjang SLTP. Selain sekolah formal di kampung Prawirodirjan ada juga Pusat Kegiatan Masyarakat (PKBM), program PKBM antara lain :

#### 1. Pelaksanaan Kejar Paket A, B dan C.

Program Kejar Paket di Prawirodirjan telah berjalan. Hanya saja sosialisasinya masih kurang optimal, sehingga banyak warga yang tidak tahu mengenai informasi program Kejar Paket. Untuk masyarakat yang buta huruf hampir bisa dikatakan tidak ada. Sebelum ada peraturan pemerintah tentang wajib belajar 9 tahun, memang masih banyak masyarakat yang hanya lulus Sekolah Dasar. Untuk masyarakat yang putus sekolah disediakan Program Kejar Paket A sampai Paket C. Umumnya peserta kejar paket A dan B adalah para orang tua. Banyak pula para orang tua yang mulanya mengikuti program kejar paket, namun tidak melanjutkan hingga tuntas. Alasan yang mereka kemukakan adalah karena jenuh dan lebih mementingkan bekerja untuk memenuhi kebutuhan keluarga.

#### 2. Fasilitas penunjang pendidikan

Meski mereka tidak mengikuti program kejar paket dengan baik, umumnya mereka tetap memiliki rasa keingintahuan yang tinggi, minat mereka untuk mengikuti informasi terkini pun cukup tinggi. Ini bisa dilihat dari obrolan mereka sehari-hari. Informasi yang mereka dapatkan bisa diakses dari televisi yang hampir dimiliki semua masyarakat, juga dari koran dinding yang disediakan di setiap RW. Fasilitas koran dinding yang ada di setiap RW cukup membantu mereka mendapatkan informasi dan wawasan. Dimana hal ini tidak dimiliki oleh warga diperkampungan lainnya, mereka mempunyai minat baca yang tinggi untuk mengembangkan wawasan dan pengetahuan, oleh karena itulah terdapat beberapa fasilitas pendidikan yang khas dan unik.

#### 3. Bimbingan Belajar

Pada dasarnya diharapkan setiap RW menyelenggarakan program bimbingan belajar malam hari. Program ini dapat membantu anak-anak usia sekolah untuk menunjang prestasi sekolah formal mereka. Namun kenyataannya tidak semua RW bisa menjalankan program ini. Faktor penyebabnya antara lain karena kurangnya tenaga yang mau dan mampu komitmen dalam penyelenggaraan

program ini. Namun di Perkampungan Prawirodirjan para pemuda sudah proaktif untuk merealisasikan program yang sudah dicanangkan tersebut. Sehingga dari kerjasama yang baik tersebut nantinya program yang sudah dicanangkan di setiap RW itu akan terealisasi.

#### 4. Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD)

Setiap RW di Prawirodirjan hampir semuanya mampu menyelenggarakan kegiatan PAUD. Kebutuhan menyangkut penyelenggaraan program ini sepenuhnya ditanggung pihak penyelenggara yang diperoleh dari dana bantuan pemerintah dan swadaya masyarakat. Peserta PAUD tidak dibebankan biaya apapun. Kegiatan ini sangat bermanfaat, di samping untuk menanamkan pendidikan anak sejak dini juga sebagai ajang para anak dan orang tua bersosialisasi. Para orang tua pun bisa bertukar informasi mengenai pendidikan anak.

Pendidikan memang sangat penting, terutama pendidikan agama, karena proses internalisasi nilai-nilai agama lebih mudah ditransformasikan pada usia anak sehingga mampu membentuk kata hati sebagai landasan hidup pada usia selanjutnya. Nilai-nilai agama akan mampu membentengi diri dan membentuk moralitas yang elegan.

#### 5. Perpustakaan komunitas

Prawirodirjan baru memiliki satu perpustakaan komunitas, yaitu perpustakaan yang berada di RW 16. Tempat perpustakaan komunitas ini memanfaatkan pos ronda RW 16. Pos ronda yang sekaligus sebagai perpustakaan ini menjadi pusat kegiatan belajar masyarakat RW 16. di sinilah tempat masyarakat menyalurkan hobi membaca, di sini pula diselenggarakan bimbingan belajar malam hari, selain itu juga sebagai tempat worksop atau pelatihan-pelatihan dan juga lomba-lomba.

Perpustakaan ini berdiri sejak tahun 2005, saat ini koleksi buku yang dimiliki baru mencapai 300 buku. Namun dalam waktu dekat ini koleksi perpustakaan akan bertambah dengan adanya bantuan dari Pemkot. Meski saat ini koleksi buku masih terbatas namun minat masyarakat terutama anak-anak usia SD dan SMP untuk memanfaatkan koleksi yang ada cukup tinggi. Pelatihan, lomba atau kegiatan lainya yang diselenggarakan pihak penyelenggara perpustakaan ini cukup beragam. Dengan pilihan program kegiatan berdasarkan usia dan kebutuhan masyarakat. Ada yang diperuntukan untuk para ibu, bapak-bapak, remaja, anak-anak usia sekolah hingga BALITA.

Keberadaan perpustakaan komunitas dan segala kegiatannya ini layak menjadi contoh bagi RW lainnya untuk mengembangkan kegiatan serupa. Harapan para pegiat perpustakaan komunitas ini tidak hanya sekedar ingin menyediakan ruang baca, namun juga menumbuhkan dan mengembangkan kebiasaan membaca di kalangan masyarakat, mereka pun berharap dapat menciptakan dan mengembangkan iklim kebiasaan (*habit*) yang positif masyarakat. Di sinilah nilai-nilai positif ditularkan.

Kebiasaan positif diharapkan dapat menggantikan kebiasaan buruk di masyarakat, semisal kegiatan di pos ronda yang umumnya

dihabiskan dengan minum-minuman keras, main kartu/berjudi dan sebagainya. Pengembangan perpustakaan komunitas ini diharapkan menjadi pusat informasi dan pusat belajar masyarakat, sehingga impian membangun masyarakat yang berpendidikan dan berbudaya dapat menjadi kenyataan. Bila ini dapat diwujudkan, maka meskipun kampung Prawirodirjan menjadi kampung wisata, namun efek-efek negatif budaya luar yang timbul sebagai konsekuensi lazim daerah wisata dapat diredam. Sehingga dapat terwujud lingkungan wisata yang berbudaya.

#### 4. Potensi Kesenian

Potensi kesenian di kampung ini sebenarnya cukup banyak. Di kelurahan Prawirodirjan sendiri terdapat dua kelompok Paduan suara, satu kelompok Orkes Melayu, enam kelompok Kesenian Daerah, dua kelompok Band remaja, empat kelompok Seni Keroncong, dan dua kelompok Seni Kasidah. Namun kelompok-kelompok kesenian tradisional tersebut yang masih eksis hingga kini hanyalah kesenian Kasidah saja. Kelompok kesenian tradisional lainnya terancam punah. Ada beberapa faktor yang menyebabkan kelompok seni ini kesulitan untuk tidak bisa *survive* antara lain :

- a. Minimnya dana bantuan dari pemerintah ataupun pihak swasta untuk pengembangan dan pemberdayaan kelompok kesenian ini. Mereka yang berhasil bertahan lebih disebabkan karena kegiatan berkesenian yang mereka lakukan hanya untuk penyaluran hobi saja dan sebagai "profesi sampingan". Kelompok seni yang tidak mampu bertahan mengalami kesulitan dana untuk membiayai biaya latihan mereka, pengadaan dan perawatan alat-alat seni mereka.
- b. Minimnya kesempatan mereka untuk berekspresi dan menunjukkan diri. Tentu mereka tidak dapat bertahan, jika mereka hanya latihan dan kesempatan untuk manggung atau menunjukkan diri tidak pernah mereka dapatkan.

#### D. Penutup

Berdasarkan deskripsi data di atas maka, dapat diambil suatu benang merah bahwa pengembangan potensi yang dimiliki oleh kampung Prawirodirjan akan mendatangkan sejumlah keuntungan bagi penduduk setempat. Jika wisata kali di kampung Prawirodirjan dapat diwujudkan, maka selain dapat menjaga keseimbangan lingkungan kota, juga dapat membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan kesejahteraan bagi warga, dan akan mampu memberikan sumbangan devisa bagi negara. Di samping itu, industri rumah tangga juga perlu didorong agar lebih maju lagi oleh pemerintah dan koperasi yang dapat mensupport pada sektor modalitas.

Kesenian tradisional masyarakat dapat berkembang dengan kerja sama pihak pengelola tempat hiburan atau restoran untuk menyediakan tempat bagi mereka menunjukkan diri sekaligus bertahan hidup. Pada akhirnya kota Yogyakarta sebagai kota wisata yang berbudaya diharapkan mampu terwujud di kampung Prawirodirjan ini dengan kegiatan-kegiatan pendidikan misalnya, yang dikembangkan RW 16 dengan perpustakaan komunitas yang menjadi pusat informasi dan belajar masyarakat, sebagai *filter* efek negatif budaya manca yang datang. Sehingga meskipun menjadi kampung wisata namun tetap mampu melestarikan kearifan budaya lokal.

Akhirnya kami kembali menghaturkan rasa syukur yang tak terhingga kehadiran Illahi Rabbi, serta rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak terkait, yang telah banyak membantu dalam penelitian ini. Tanpa dukungan dan suportifitas dari mereka semua mustahil penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Kritik dan saran sangat kami harapkan agar hasil penelitian ini menjadi lebih baik dan dapat diambil manfaatnya.

#### **Daftar Pustaka**

- Nugroho Heru, 2001, *Negara, Pasar, dan Keadilan Sosial*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Khairuddin H, 1995, *Filsafat Kota Yogyakarta*, Yogyakarta, Liberty.
- Muhadjir, Noeng, 1998, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta, Rake Sarasin.
- Nugroho, (ed), 2002, *Interpretasi Kritis Keistimewaan Yogyakarta*, Jakarta, Center for Critical Social Studies dan Forum Bulaksumur School of Thought.

## **“KAMPOENG BUKU” SEBAGAI WAHANA WISATA BUDAYA DAN PENDIDIKAN**

Oleh:  
Nur Wening & Suci Utami Wikaningtyas

### **Abstrak**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk meningkatkan citra Yogyakarta sebagai kota Pendidikan dan kota Budaya, melalui realisasi Kampoeng Buku. Tujuan khusus penelitian adalah: (1) mengetahui bentuk realisasi Kampoeng buku yang mendukung peningkatan citra Yogyakarta sebagai kota Pendidikan dan kota Budaya bagi masyarakat; (2) mengetahui lokasi yang paling tepat untuk Kampoeng Buku; (3) merumuskan strategi pemasaran yang akan dilakukan untuk mendukung Kampoeng Buku.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *exploratory research* melalui *experience surveys*. Teknik *experience surveys* merupakan teknik riset *eksploratories*, berupa diskusi dengan responden penelitian yang dianggap pakar atau menguasai permasalahan, dan pihak yang terkait dengan penelitian. Pemilihan responden penelitian yang meliputi pakar sejarah dan budaya (UGM), pakar perpustakaan (UGM), Baparda DIY, pelaku pendidikan dan pihak yang terkait dengan lokasi yang dipilih, dilakukan dengan *purposive sampling*. Survey dilakukan untuk mengetahui kelayakan proyek wisata *Kampoeng Buku*. Penilaian kelayakan meliputi: variabel internal dan eksternal. Setelah data diperoleh selanjutnya dilakukan analisis terhadap data menggunakan analisis SWOT. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen berupa daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden dengan disertai wawancara yang mendalam (*depth interview*).

Simpulan serta rekomendasi yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) berdasarkan analisis lokasi yang dilakukan diperoleh simpulan bahwa lokasi *Kampoeng Buku* sebaiknya di Ndalem Tejokusuman. Ndalem Tejokusuman memiliki lebih banyak kekuatan dan peluang yang sangat mendukung terwujudnya *Kampoeng Buku*. (2) realisasi kegiatan yang akan mendukung *Kampoeng Buku*, antara lain: pameran buku (buku sejarah Kota Jogjakarta dan buku-buku baru) dan proses pembuatannya; pengenalan sejarah kota Yogyakarta (pemutaran film, foto-foto); lomba-lomba ilmiah (lomba pidato, mendongeng, dll). Meskipun masih menunjukkan nuansa tradisional, namun wilayah *Kampoeng Buku* harus memiliki kemampuan beradaptasi dengan teknologi. Untuk itu di dalam area *Kampoeng Buku* merupakan *Hot Spot* dengan dipungut sejumlah biaya untuk memiliki *password*; disediakan Laptop atau komputer PC untuk disewakan. Di malam hari bisa dilengkapi dengan warung angkringan (warung sego kucing) semi modern, yang dilengkapi dengan PC komputer dan memiliki juga merupakan *hot spot area*, dan buku-buku populer. Selanjutnya yang (3) strategi pemasaran yang digunakan untuk melakukan sosialisasi *Kampoeng Buku* adalah melalui promosi secara proaktif ke *target market*. Diantara promosi yang perlu dilakukan antara lain: iklan di media televisi; penyebaran brosur dan alat informasi lainnya terutama ke berbagai sekolah dan masyarakat, dengan menjalin kerjasama baik dengan biro perjalanan, hotel atau EO yang melakukan kegiatan di Jogjakarta; pemberian rewards/bonus pada pelajar atau wisatawan yang mengunjungi. Bentuk *reward* bisa bermacam-macam, misalnya memberikan souvenir cantik khas Jogja, buku gratis, sistem MGM (*member get member*). Strategi promosi yang digunakan menggunakan *promotional mix*, meliputi : *advertising, sales promotion, personal selling, public relation* dan *direct marketing*.

## A. Pendahuluan

Perkembangan pariwisata sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun eksternal. Perkembangan pariwisata yang begitu luar biasa dapat hilang begitu saja dalam waktu singkat akibat perubahan yang terjadi di luar dunia pariwisata itu sendiri. Berbagai bencana alam, seperti gempa bumi yang terjadi di Yogyakarta dan sekitarnya tanggal 27 Mei 2006 lalu, gejolak sosial politik yang melanda kota Yogyakarta (khususnya) sangat memukul kehidupan dunia pariwisata. Selain itu juga terdapat beberapa faktor yang secara tradisional menjadi hambatan perkembangan pariwisata, seperti belum optimalnya dukungan sektor lain dan masih rendahnya kualitas sumber daya manusia yang bekerja di sektor pariwisata.

Konsekuensi logis dari beberapa kejadian tersebut telah meluluhlantakkan sebagian wilayah Kota Yogyakarta. Kerusakan juga melanda obyek dan sarana pariwisata yang ada. Dari 34 obyek wisata yang ada di Kota Yogyakarta 8 (delapan) diantaranya mengalami kerusakan. Meskipun setelah mendapatkan penanganan, obyek wisata tersebut tetap dibuka, namun pembatalan kunjungan pada bulan Juni – Juli banyak dialami oleh beberapa obyek tersebut. Hal ini dikarenakan citra Yogyakarta di luar yang berkesan belum aman, luluh lantak, dan tidak dapat dikunjungi sangat kuat berhembus di luar Yogyakarta. Dikarenakan pariwisata merupakan lokomotif pembangunan, maka kondisi ini menimbulkan efek domino yang cukup besar dalam perekonomian masyarakat Yogyakarta. Bukan hanya obyek wisata yang mengalami kerusakan, namun sarana prasarana pariwisatapun banyak yang mengalami kerusakan seperti hotel, restoran, tempat rekreasi dan hiburan umum. Beberapa hotel bintang malah tutup karena harus melakukan renovasi total.

Walaupun bencana serta krisis ekonomi sudah berlalu, tetapi kehidupan kepariwisataan kota Yogyakarta belum menunjukkan tanda-tanda kepulihan. Citra bahwa Yogyakarta tidak aman sangat membekas bagi wisatawan (nusantara ataupun mancanegara), sehingga menurunkan laju kunjungan wisatawan ke Yogyakarta. Oleh karena itu Pemerintah kota Yogyakarta sangat perlu melakukan langkah-langkah terobosan secepat mungkin untuk menghindari dampak lebih lanjut penurunan kegiatan pariwisata ini.

Beberapa langkah yang sudah ditempuh Pemerintah kota Yogyakarta di dunia pariwisata antara lain:

1. Membentuk Komite Pemulihan Pariwisata Yogyakarta. Komite Pemulihan Pariwisata Yogyakarta (KPPY) ini dibentuk dengan tujuan untuk memulihkan kondisi dan citra pariwisata di Kota Yogyakarta pasca gempa bumi tanggal 27 Mei 2006. Komite yang dibentuk dengan Keputusan Walikota Yogyakarta Nomor 358/KEP/2006 dan beranggotakan unsur birokrat dan pelaku pariwisata, seni dan budaya antara lain berfungsi sebagai *public relation* yang berprinsip pada optimalisasi segenap potensi yang ada di Kota Yogyakarta. Sampai saat ini KPPY telah melakukan berbagai upaya seperti *road show* media untuk meyakinkan media agar memberitakan bahwa Yogyakarta masih layak untuk dikunjungi, melakukan negosiasi ke Kementrian agar promosi pariwisata Yogyakarta mendapat dukungan dari Kementrian. KPPY juga melakukan kerjasama dengan lembaga/asosiasi lain dalam melakukan pemulihan citra ini seperti dengan BP2KY ( Badan Promosi Pariwisata Kota Yogyakarta ), PHRI, ASITA, HPI, BP3 DIY, dan lainnya.
2. Promosi Pariwisata.

Pemerintah Kota juga melaksanakan promosi pariwisata ke berbagai daerah. Kegiatan promosi ini dilakukan secara sinergis dengan instansi terkait (Deperindagkop) dalam bentuk pameran maupun travel dialog.

3. Penyelenggaraan Event Seni, Budaya, dan Kepariwisata Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk memulihkan kondisi kepariwisataan, dalam rangkaian kegiatan peringatan HUT Kota Yogyakarta ke-250, dilaksanakan berbagai event seni, budaya, dan kepariwisataan yang diharapkan dapat menarik kembali wisatawan untuk mengunjungi Yogyakarta.

Seperti dijelaskan sebelumnya bahwa faktor yang pertama dipulihkan adalah citra pariwisata kota Yogyakarta. Dalam rangka merealisasi hal tersebut, maka salah satu kebijaksanaan yang dapat diambil dengan memperhatikan visi pembangunan pariwisata DIY tahun 2005 – 2015 yaitu "Mewujudkan Kepariwisata yang Berkelanjutan menuju Kesejahteraan Masyarakat dan Kelestarian Lingkungan Hidup di Propinsi DIY" dengan strategi pengembangan produk yang diarahkan ke produk wisata minat khusus yang bersifat ekowisata, desa wisata, dan lain-lain melalui strategi pengembangan produk berbasis masyarakat (*Community Based Tourism Development*) adalah strategi pengembangan wisata buku sebagai paket wisata pendidikan terintegrasi.

Dasar pemikiran paket wisata buku ini adalah untuk mempertahankan citra kota Yogyakarta sebagai kota Pendidikan dan kota Budaya. Adapun bentuk wisata buku yang diajukan dalam penelitian ini adalah *Kampoeng Buku*.

Penelitian ini difokuskan untuk menjawab permasalahan utama penelitian yaitu bagaimana meningkatkan citra Yogyakarta sebagai kota Pendidikan dan kota Budaya. Untuk itu pemerintah kota Yogyakarta perlu mendirikan *Kampoeng Buku*. Secara terperinci permasalahan tersebut dirumuskan sebagai berikut :

- a. Bagaimana realisasi *Kampoeng Buku* yang mendukung peningkatan citra Yogyakarta sebagai kota Pendidikan dan kota Budaya bagi masyarakat?.
- b. Dimanakah lokasi yang paling tepat untuk *Kampoeng Buku*?
- c. Apakah strategi pemasaran yang akan dilakukan untuk mendukung *Kampoeng Buku*?

Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk:

- a. Mengetahui bentuk realisasi *Kampoeng buku* yang mendukung peningkatan citra Yogyakarta sebagai kota Pendidikan dan kota Budaya bagi masyarakat.
- b. Mengetahui lokasi yang paling tepat untuk *Kampoeng Buku*
- c. Merumuskan strategi pemasaran yang akan dilakukan untuk mendukung *Kampoeng Buku*.

## **B. Kajian Teori**

### **1. Pentingnya Minat Baca**

Budaya membaca di masyarakat, tak terkecuali di kalangan pelajar, masih jauh dari harapan. Padahal, disadari masyarakat gemar membaca (*reading society*) merupakan persyaratan terwujudnya masyarakat gemar belajar (*learning society*) yang menjadi salah satu ciri masyarakat maju dan beradab.

Rendahnya minat baca ini diperkuat penelitian International Education Achievement (IEA). Dibandingkan negara – negara Asia lain, minat baca siswa sekolah dasar di Indonesia berada di peringkat 38, sedang siswa SMP pada peringkat 34. Masih menurut penelitian IEA (1992), kemampuan membaca siswa SD kita masih rendah. Hong Kong mempunyai skor 75, Singapura (74), Thailand (65), Filipina (52,6), sedang Indonesia 51,7.

Kebiasaan baik yang sangat menonjol adalah ketika para pelajar berkerumun di suatu tempat, apakah sedang menunggu *city bus*, berada di dalam bus atau kereta api bawah tanah (*chikatetsu*) yang akan mengantar berangkat atau pulang sekolah. Sangat sedikit yang menggunakan waktu luangnya dengan bercanda atau mengobrol, mereka lebih suka menggunakan kesempatan itu untuk membaca. *Counter* buku hampir tersedia di setiap *minimarket* (*kombini*), apalagi *hypermarket*.

Pentingnya membaca sebagai kegiatan untuk memperoleh informasi, ilmu pengetahuan atau sekedar hiburan, tidak perlu diperdebatkan lagi. Yang diperlukan adalah langkah kongkret dari berbagai pihak untuk mendukung gerakan ini. Guru seyogianya menjadi contoh bagi muridnya dalam menanamkan kebiasaan membaca. Sejak dini, para siswa sesuai perkembangan intelektualnya, dikondisikan agar memiliki kecintaan membaca buku atau bacaan lain yang bermutu.

Hasil penelitian *Programme for International Student Assesment* (PISA) 2003, dari 40 negara, Indonesia berada pada peringkat terbawah dalam kemampuan membaca. Kemampuan anak Indonesia usia 14-15 baru pada tingkat satu. Artinya hanya mampu memahami satu atau beberapa informasi pada teks yang tersedia. Paparan Kepala Perpustakaan Nasional Dady P. Rachmananta menunjukkan sekitar 95 persen dari seluruh sekolah dasar di Indonesia yang jumlahnya mencapai lebih dari 200.000 unit belum memiliki perpustakaan. Padahal, keberadaan perpustakaan sangat menunjang proses belajar-mengajar, sekaligus sarana menanamkan budaya baca sejak dini.

Pemerintah pun seyogianya memberikan kemudahan serta keringanan dalam membantu penerbit menyediakan buku-buku, minimal membebaskan pajak pada setiap penerbitan buku. Dengan fasilitas itu, buku atau bacaan yang dijual kepada masyarakat atau pelajar menjadi relatif murah dan terjangkau. Dengan ini kemungkinan besar toko-toko buku, bursa buku, pameran atau wisata buku tidak akan sepi pengunjung.

*Kampoeng Buku* diharapkan mampu memfasilitasi keinginan baca dari masyarakat dan sekaligus menjadi ajang wisata pendidikan. Namun diharapkan *Kampoeng Buku* bukan menjadi perpustakaan yang mati. Sekadar mengumpulkan buku, dibaca dan selesai. Kalau perpustakaan ingin hidup, perpustakaan haruslah dijadikan kata kerja, bukan sekadar kata benda. Perpustakaan bisa jadi tempat berkumpul, belajar dan menggerakkan masyarakat dari anak hingga orang tua. Bahkan perpustakaan akan dapat menjadi ajang wisata pendidikan bagi pelajar dan kalangan umum.

## **2. Strategi Pemasaran *Kampoeng Buku***

Strategi berasal dari kata Yunani *strategeia* (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang diartikan sebagai seni atau ilmu untuk menjadi jenderal/pemimpin. Strategi juga diartikan sebagai sebuah rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam suatu konteks bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi. Setiap organisasi memerlukan strategi manakala menghadapi situasi berikut (Jain, 1990):

- a. Sumberdaya yang dimiliki terbatas.
- b. Ada ketidakpastian mengenai kekuatan bersaing organisasi.
- c. Komitmen terhadap sumberdaya tidak dapat diubah lagi.

- d. Keputusan-keputusan harus dikoordinasikan antar bagian sepanjang waktu. Ada ketidakpastian mengenai pengendalian inisiatif.

### 3. Pengertian Studi Kelayakan Proyek

Yang dimaksud dengan studi kelayakan proyek adalah penelitian tentang dapat tidaknya suatu proyek (biasanya merupakan proyek investasi) dilaksanakan dengan berhasil. Pengertian keberhasilan ini mungkin bisa ditafsirkan agak berbeda-beda. Ada yang menafsirkan dalam artian yang lebih terbatas, ada juga yang mengartikan dalam artian yang lebih luas. Artian yang lebih terbatas, terutama digunakan oleh pihak swasta yang lebih berminat tentang manfaat ekonomis suatu investasi. Sedangkan dari pihak pemerintah atau lembaga non profit, pengertian menguntungkan bisa dalam arti yang lebih relatif. Mungkin dipertimbangkan berbagai faktor seperti manfaat bagi masyarakat luas yang bisa berwujud penyerapan tenaga kerja, pemanfaatan sumber daya alam dan sebagainya. Bisa juga dikaitkan dengan misalnya penghematan devisa ataupun penambahan devisa yang diperlukan pemerintah atau peningkatan pendapatan daerah bagi pemerintah daerah setempat dll..

Pada umumnya suatu studi kelayakan proyek menyangkut tiga aspek :

1. Manfaat ekonomis proyek bagi proyek itu sendiri atau manfaat finansial. Artinya apakah proyek itu dipandang cukup menguntungkan apabila dibandingkan dengan resiko proyek.
2. Manfaat ekonomis proyek bagi negara tempat proyek itu dilaksanakan atau manfaat ekonomi nasional. Artinya manfaat proyek tersebut bagi ekonomi makro suatu negara.
3. Manfaat sosial proyek tersebut bagi masyarakat sekitar proyek tersebut. Penelitian kelayakan suatu proyek sering dilengkapi dengan analisis manfaat dan pengorbanan (*cost and benefit analysis*) termasuk didalamnya semua manfaat dan pengorbanan sosial (*social cost and social benefit*).

### 4. Aspek-Aspek Studi Kelayakan

Untuk melakukan studi kelayakan, terlebih dahulu harus ditentukan aspek-aspek apa yang akan dipelajari. Walaupun belum ada kesepakatan tentang aspek apa saja yang perlu diteliti, tetapi umumnya penelitian akan dilakukan terhadap aspek-aspek pasar, teknis, keuangan, hukum dan ekonomi negara. Tergantung pada besar kecilnya dana yang tertanam dalam investasi tersebut, maka terkadang juga ditambah dengan studi mengenai dampak sosial.

### C. Metode Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *exploratory research* melalui *experience surveys*. Pada prinsipnya *experience surveys* merupakan teknik riset *eksploratories* yang berupa diskusi dengan para individu yang dianggap pakar atau menguasai bidang masalah riset tertentu (Rangkuti,1999). Subyek penelitian melibatkan para pakar sejarah dan budaya yang berasal dari ilmuwan, pakar perpustakaan, pelaku pendidikan, pemilik atau penanggung jawab lokasi penelitian. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*, dengan maksud untuk memperoleh data dan informasi yang lengkap dan representatif mengenai peluang wisata pendidikan khususnya wisata buku di Yogyakarta. Sampel ditentukan berdasarkan variasi responden, meliputi:

- a. Pakar sejarah dan budaya, sebanyak 1 orang

- b. Pakar perpustakaan, sebanyak 1 orang
- c. Baparda Propinsi DIY, sebanyak 1 orang
- d. Staf pengajar, siswa dan masyarakat umum, masing-masing 1 orang
- e. Penanggung jawab lokasi penelitian, masing-masing 1 orang

Prosedur penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam rangka memperoleh data menggunakan daftar pertanyaan terbuka, yang didukung dengan wawancara kepada setiap responden. Data mengenai adanya peluang atau hambatan serta kekuatan dan kelemahan setiap lokasi dikaji menggunakan alat analisis yang ada. Tahap yang dilakukan dalam memperoleh data adalah sebagai berikut :

✓ Survey awal

Survey dilakukan untuk mengetahui kelayakan proyek wisata *Kampoeng Buku*. Indikator kelayakan dilakukan dengan memperhatikan pada beberapa aspek yang terdiri atas aspek umum (antara lain meliputi: aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan produksi, aspek sosial dan ekonomi). Beberapa lokasi dilakukan pemilihan tahap pertama, meliputi: Rumah Pangeran di Patuk, Ndalem Pujokusuman, Kompleks Masjid Gede di Kotagede, Ndalem Tejokusuman, Jogja Student Centre (JSC), Kagungan Dalem Bangsal Kamendungan dan Ndalem Probosutejan, Ngasem.

Setelah data diperoleh dari masing-masing lokasi, selanjutnya dilakukan analisis terhadap beberapa lokasi tersebut menggunakan analisis kuantitatif dan kualitatif. Selanjutnya peneliti mengidentifikasi potensi lokasi penelitian dengan meninjau dari aspek internal (kekuatan dan kelemahan lokasi), serta kemungkinan adanya peluang serta tantangan atau hambatan (aspek eksternal) yang akan dihadapi. Beberapa aspek tersebut diperoleh melalui beberapa sumber, baik primer ataupun sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan para pakar atau pihak-pihak yang mengetahui secara persis potensi lokasi penelitian dan proyek wisata ini. Sedangkan data sekunder didapatkan antara lain dari studi pustaka, hasil publikasi berbagai media.

✓ Tabulasi dan Analisis Data

Setelah data diperoleh, baik dari sumber primer dan sekunder selanjutnya dilakukan analisis kualitatif dan kuantitatif dalam bentuk *SWOT Analysis* atas kelayakan lokasi untuk dijadikan sebagai proyek wisata "*Kampoeng Buku*".

#### **D. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Penelitian ini dilakukan di wilayah kota Yogyakarta ini, secara khusus di beberapa situs budaya. Data serta informasi yang diperoleh dalam penelitian ini terkait dengan kemungkinan direalisasikannya wisata buku dan budaya dalam rangka untuk memulihkan citra kota Yogyakarta sebagai kota Pendidikan dan Budaya.

##### **1. Realisasi wisata *Kampoeng Buku***

Kota Yogyakarta selama ini dikenal sebagai kota Pendidikan, Budaya dan daerah tujuan wisata. Visi pembangunan pariwisata DIY tahun 2005 – 2015 yaitu "Mewujudkan Kepariwisata yang Berkelanjutan menuju Kesejahteraan Masyarakat dan Kelestarian Lingkungan Hidup di Propinsi DIY" dengan strategi pengembangan produk yang diarahkan ke produk wisata minat khusus yang bersifat ekowisata, desa wisata, dan lain-lain melalui strategi pengembangan

produk berbasis masyarakat (*Community Based Tourism Development*). Wisata *Kampoeng Buku* merupakan salahsatu bentuk pengembangan wisata buku sebagai paket wisata pendidikan yang terintegrasi.

Berdasarkan data yang diperoleh dari daftar pertanyaan dan wawancara mendalam (*depth interview*), diungkapkan bahwa kota Yogyakarta memerlukan wisata semacam ini, selain untuk menambah *public sphere*. Namun realisasi wisata buku ini sebaiknya jangan terkesan "menyeramkan dan menakutkan" calon pengunjung. Untuk itu realisasi *Kampoeng Buku* adalah merupakan perwujudan dari: tempat memperoleh informasi yang dapat diakses oleh siapa saja, dari masyarakat Yogyakarta hingga di luar Yogyakarta melalui teknologi internet dan perwujudan budaya. Perwujudan budaya ditunjukkan dengan adanya ciri khas budaya asli Yogyakarta, baik ditunjukkan dari pramuniaganya, peralatan yang digunakan, atau nuansa yang ada. Agar mampu menarik wisatawan, *Kampoeng Buku* ini harus mempunyai keunikan (*differentiation product*) dibandingkan wisata pendidikan lainnya, khususnya wisata buku yang lain. Keunikannya adalah dari sisi nuansa yang ditawarkan (budaya Yogyakarta) dan manajemen/ pengelolaan yang profesional.

## **2. Lokasi *Kampoeng Buku***

Dalam penelitian ini peneliti mengusulkan tiga alternatif lokasi dari beberapa lokais yang di ajukan tahap pertama, meliputi:

- a. Kagungan Dalem Bangsal Kemandungan Kraton Yogyakarta
- b. Ndalem Tejokusuman
- c. Jogja Study Center

Hasil analisis masing-masing lokasi tersebut adalah :

- a. Kagungan Dalem Bangsal Kemandungan Kraton Yogyakarta.  
Kekuatan yang dimiliki adalah pada luas lahan, sekitar 3000 m2 dengan bangsal/pendapa di tengah lahan, selain itu dekat dengan Alun-alun Kidul yang merupakan salahsatu tempat wisata (lokal dan nusantara). Kelemahannya adalah karena lokasi ini sudah digunakan untuk kegiatan kursus merangkai bunga oleh Yayasan Mayasari yang dilakukan setiap hari Rabu jam 14.00 – 16.00 dan latihan panahan tiap Selasa Wage. Memiliki peluang untuk dikembangkan namun atas ijin Ngarso Dalem.
- b. Ndalem Tejokusuman  
Kekuataan lokasi ini ada pada luas lahan, sekitar 2000 m2 dengan bangunan pendapa di tengah lokasi. Selama ini belum terdapat kegiatan rutin dan tampak kurang terawat. Namun yang menguntungkan, di sebelah selatan pendapa digunakan untuk broadcasting yakni stasiun radio "Sonora FM" dan di sebelah timur pendapa untuk gudang penerbit buku Gramedia. Memiliki peluang lebih bagus untuk dikembangkan, karena dekat dengan tempat wisata lain (Ngasem, Tamansari dan Alun-alun Lor), namun hak kepemilikan adalah person, sehingga perlu komunikasi lebih lanjut.
- c. Jogja Study Center (JSC)  
Memiliki luas lahan sekitar 1500 m2, masih kurang luas jika akan dipergunakan untuk *Kampoeng Buku*. Selama ini JSC sudah digunakan untuk perpustakaan, khususnya anak-anak, dan beberapa lahan disewakan untuk sanggar melukis anak-anak.

Peluangnya adalah kurang optimalnya pemanfaatan lahan dan perpustakaan masih sangat "sederhana", kurang menarik, meskipun sudah dilengkapi jaringan internet atau dengan kata lain masih jauh dari standard perpustakaan berkualitas.

### 3. Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan bauran promosi (*Promotional Mix*) meliputi: *advertising, sales promotion, personal selling, public relation* dan *direct marketing*. Promosi yang perlu dilakukan antara lain:

- a. Iklan di media televisi tentang wisata kota Yogyakarta secara umum secara rutin dan khususnya wisata *Kampoeng Buku*.
- b. Pembuatan brosur dan alat informasi tertulis lain terutama ke berbagai sekolah dan masyarakat, melalui biro-biro perjalanan ataupun *travel agent*.
- c. Pelajar atau wisatawan diharapkan memiliki kartu *member*, anggota yang sering mengunjungi lokasi diberi *reward*. Bentuk *reward* misalnya: wisatawan setiap kali datang akan mendapatkan buku gratis, atau bentuk *reward* lainnya (sistem *member get member* misalnya). Anggota memperoleh perlakuan khusus, dan memiliki fasilitas akses ke tempat lain.

## E. Simpulan dan Rekomendasi

### 1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka diperoleh beberapa simpulan sebagai berikut:

- a. Realisasi *Kampoeng Buku* sebagai wisata buku dan budaya, meskipun masih menunjukkan nuansa tradisional namun harus memiliki kemampuan beradaptasi dengan teknologi. Untuk itu di dalam area *Kampoeng Buku* merupakan *Hot Spot Area* dengan dipungut sejumlah biaya untuk memiliki *password*, disediakan Laptop atau komputer PC untuk disewakan. Di malam hari bisa dilengkapi dengan warung angkringan (warung sego kucing) semi modern, yang dilengkapi dengan PC komputer dan memiliki juga merupakan *hot spot area*, dan buku-buku populer. Sedangkan *target market-nya* adalah pelajar dan mahasiswa di Yogyakarta, pelajar wisatawan nusantara dan umum.
- b. Berdasarkan analisis lokasi yang dilakukan diperoleh simpulan bahwa lokasi *Kampoeng Buku* sebaiknya di Ndalem Tejokusuman. Situs bangunan Kraton di Ndalem Tejokusuman sangat mendukung terwujudnya nuansa kota Yogyakarta. Selain itu *Value* lain yang akan ditawarkan antara lain : pramuniaga memakai pakaian adat atau batik; peralatan yang digunakan khas Jogjakarta; dan teknologi (*hot spot*) di lokasi *Kampoeng Buku*.
- c. Strategi Pemasaran yang digunakan untuk melakukan sosialisasi *Kampoeng Buku* melalui promosi ke pasar sasaran. Strategi promosi yang digunakan menggunakan *promotional mix*, meliputi : *advertising, sales promotion, personal selling, public relation* dan *direct marketing*. Diantara promosi yang perlu dilakukan antara lain: iklan di media televisi; penyebaran brosur dan alat informasi lainnya terutama ke berbagai sekolah dan

masyarakat, dengan menjalin kerjasama baik dengan biro perjalanan, hotel atau EO yang melakukan kegiatan di Jogjakarta; pemberian rewards/bonus pada pelajar atau wisatawan yang mengunjungi. Bentuk *reward* bisa bermacam-macam, misalnya memberikan sovenir cantik khas Jogja, buku gratis, sistem MGM (*member get member*).

## 2. Rekomendasi

- a. Sehubungan dengan pilihan lokasi di Ndalem Tejokusuman sebagai proyek *Kampoeng Buku*, maka sebaiknya pemkot segera melakukan pembenahan Ndalem Tejokusuman (bekerja sama dengan kraton) yang selama ini belum optimal digarap.
- b. Sebagai salahsatu langkah dalam strategi pemasaran, sebaiknya memasukkan peta lokasi *Kampoeng Buku* dalam peta wisata pendidikan kota Yogyakarta, khususnya dan Propinsi DIY umumnya. Selain itu juga memasukkan agenda kegiatan *Kampoeng Buku* dalam agenda wisata Jogjakarta melalui promosi bersama.
- c. Melakukan pemberdayaan dan kerjasama dengan potensi di sekitar lokasi *Kampoeng Buku* (baik Sumber Daya Manusia, wisata budaya serta wisata kuliner Tamansari).

## DAFTAR PUSTAKA

- Crask, Fox & Stout (1995), *Marketing Research: Principle & Application*, New Jersey: Prentice Hall Inc.  
[http://bumisegoro.files.wordpress.com/2007/05/desa\\_bahas.jpg](http://bumisegoro.files.wordpress.com/2007/05/desa_bahas.jpg)  
Husnan,S. & Suwarsono,(1997), *Studi Kelayakan Proyek*, Edisi ketiga, Yogyakarta:UPP AMP YKPN.  
Kotler,P (2005), *Marketing Management*, 12th Edition, New Jersey : Prentice Hall Inc.  
Rangkuti,F.(1999), *Riset Pemasaran*, Cetakan ketiga, Yogyakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.  
Umar,H.(1997), *Studi Kelayakan Bisnis: Manajemen, Metode dan Kasus*, Yogyakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

# **TOKO BUKU DI KOMPLEK TAMAN PINTAR SEBAGAI BAGIAN DARI SEBUAH PAKET OBJEK REKREASI**

Oleh :  
Ana Nadhya Abrar

## **Abstraksi**

Penelitian ini bertujuan untuk: (i) menilai kelayakan toko-toko buku di Komplek Taman Pintar menjadi bagian dari sebuah paket objek rekreasi bersama-sama dengan Musium Benteng Vredeberg dan Taman Pintar; (ii) memberikan masukan kepada pemerintah kota Yogyakarta dalam rangka membuat kebijakan tentang wisata buku sebagai salah satu variasi objek wisata di Yogyakarta; dan (iii) mengetahui sikap wisatawan domestik tentang kesiapan Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar, dan toko-toko buku di Komplek Taman Pintar sebagai satu paket objek rekreasi.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab dua pertanyaan penelitian (*research questions*), yaitu: (i) Bisakah Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko-toko buku di Komplek Taman Pintar dijadikan sebagai sebuah paket objek rekreasi? dan (ii) Bagaimanakah kelayakan toko-toko buku di Komplek Taman Pintar menjadi bagian dari sebuah paket objek rekreasi bersama-sama dengan Musium Benteng Vredeberg dan Taman Pintar?

Hasil penelitian menunjukkan toko-toko buku di Komplek Taman Pintar layak menjadi bagian dari sebuah paket objek rekreasi bersama-sama dengan Musium Benteng Vredeberg dan Taman Pintar. Itulah sebabnya peneliti merekomendasikan kepada Pemerintah Kota Yogyakarta untuk: (i) menjadikan Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko-toko buku di Komplek Taman Pintar sebagai sebuah paket objek rekreasi; (ii) membuat jalan khusus yang menghubungkan Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan tokok-toko buku di Komplek Taman Pintar; dan (iii) mempromosikan Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko-toko buku di Taman Pintar sebagai sebuah paket objek rekreasi.

**Kata kunci:** paket objek rekreasi, toko buku di kompleks taman pintar, musium benteng Vredeberg, taman pintar dan perspektif kebudayaan.

## **1. Pendahuluan**

### **1.1. Permasalahan**

#### **1.1.1. Latar Belakang Masalah**

Masyarakat Indonesia sudah mengenal Yogyakarta sebagai kota budaya, pariwisata dan pendidikan. Sekalipun yang dimaksud dengan Yogyakarta adalah provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, tetap saja mereka menyebutnya Yogyakarta. Mereka tidak keberatan mengunjungi objek wisata yang berada di luar kota Yogyakarta. Yang penting buat mereka adalah, mereka pernah mengunjungi lokasi-lokasi wisata yang merupakan *trade mark* Yogyakarta.

Sebutan kota budaya diperoleh Yogyakarta karena ia memiliki Kraton Yogyakarta dan Puro Pakualaman. Keduanya dikenal luas sebagai pelestari budaya Jawa. Keduanya menyimpan peninggalan kejayaan budaya Jawa di masa lalu. Keduanya juga mampu menyajikan kiprah mereka pada masa lampau. Tegasnya, keduanya bisa mengajak pengunjungnya berwisata ke masa lalu.

Sebutan kota pariwisata diperoleh Yogyakarta karena ia memiliki berbagai objek wisata, mulai dari wisata alam, wisata belanja, wisata sejarah hingga desa wisata. Semua objek wisata ini mudah dicapai dengan kendaraan umum. Lebih dari itu, semuanya memberikan suasana yang lain daripada suasana di tempat asal para wisatawan domestik.

Sebutan kota pendidikan diperoleh Yogyakarta karena Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki banyak sekolah. Tahun 2004 saja, menurut data Dinas Pendidikan Provinsi DIY, Provinsi DIY memiliki: (i) 2.063 SD; (ii) 417 SMP; (iii) 187 SMA; (iv) 127 perguruan tinggi negeri dan swasta (brosur "Bersama Membangun Jogja", 2004:5).

Dalam konteks Yogyakarta sebagai kota pendidikan, wisatawan domestik tentu tidak hanya ingin menyaksikan betapa beragamnya pelajar dan mahasiswa yang belajar di Yogyakarta. Mereka ingin menimba pengetahuan lebih banyak lagi. Mereka ingin memperoleh kesan lebih mendalam lagi tentang keberadaan Yogyakarta sebagai kota pendidikan. Kesan ini bisa mereka dapatkan bila mereka bisa mengunjungi Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko-toko buku di Komplek Taman Pintar.

Jika demikian keadaannya, patut dipertanyakan, bisakah kunjungan ke Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko-toko buku di Komplek Taman Pintar menjadi salah satu paket wisata pendidikan terpadu di Yogyakarta?

## **2. Tujuan Penelitian**

Setidaknya terdapat tiga tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, yaitu: (i) menilai kelayakan toko-toko buku di Komplek Taman Pintar menjadi bagian dari sebuah paket objek rekreasi bersama-sama dengan Musium Benteng Vredeberg dan Taman Pintar; (ii) memberikan masukan kepada pemerintah kota Yogyakarta dalam rangka membuat kebijakan tentang wisata buku sebagai salah satu variasi objek wisata di Yogyakarta; dan (iii) mengetahui sikap wisatawan domestik tentang kesiapan Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar, dan toko-toko buku di Komplek Taman Pintar sebagai satu paket objek rekreasi.

## **3. Objek Penelitian**

Yang menjadi objek utama penelitian ini adalah 60 pengunjung Museum Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko-toko buku di Komplek Taman Pintar dalam bulan Desember 2007. Dari setiap lokasi dipilih 20 responden. Tidak ada alasan khusus dalam memilih angka 60, selain untuk memudahkan analisis data.

## **4. Pendekatan Penelitian**

Metode pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan psikologis. Pendekatan ini, seperti ditulis John E.H.J. FoEh, melihat rekreasi sebagai kegiatan memulihkan kembali kekuatan manusia, baik fisik maupun spiritual (2004:150). Dengan kata lain, pendekatan ini memfokuskan perhatiannya pada usaha bagaimana sebuah objek rekreasi mampu menghilangkan kelelahan dan memulihkan kesegaran jasmani dan rohani.

## **5. Kerangka Berpikir**

Wisata, seperti ditulis Przeclawski, merupakan perjalanan mengunjungi lokasi rekreasi yang jauh dari rumah untuk memperoleh pengalaman baru yang menyenangkan (1995:15). Dengan demikian, orang berwisata untuk memperoleh pengalaman yang menyenangkan. Pengalaman yang menyenangkan di sini hendaklah dipahami sebagai pengalaman yang bisa sangat berkesan bagi individu yang melakukan wisata.

Sesungguhnya terdapat berbagai sumber daya rekreasi di luar rumah yang mampu menghilangkan keletihan para individu dan memulihkan kesegaran jasmani dan rohani mereka. Setiap sumber daya rekreasi tersebut dipilih berdasarkan minat dan harapan yang akan terpuaskan kelak. Kalau seorang individu sudah memilih sebuah sumber daya rekreasi, maka dia sangat berharap sumber daya rekreasi tersebut memuaskannya. Dia akan mengenang tempat tersebut sebagai objek yang berkesan dan tidak jarang dia berusaha untuk kembali lagi pada masa mendatang.

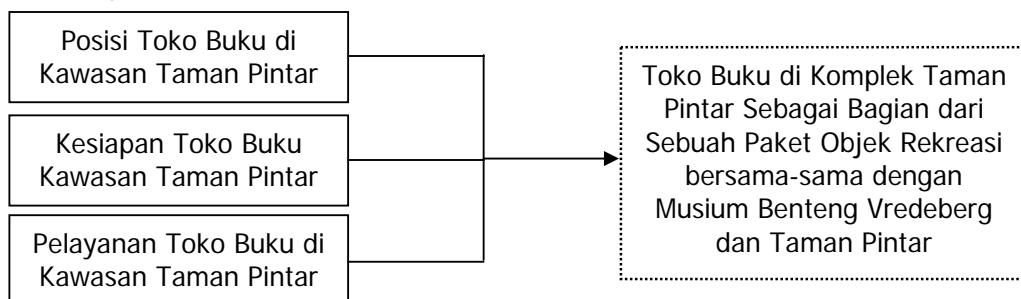
Dalam menilai lokasi rekreasi, para individu juga memasukkan faktor biaya yang harus dikeluarkan untuk mengunjunginya. Biaya yang terlampau tinggi akan menjadi kendala untuk mengunjungi sumber daya rekreasi tersebut. Lebih dari itu, seperti ditulis Dudung Darusman, manfaat rekreasi dibandingkan juga dengan jumlah pengeluaran yang harus dibayar untuk mengunjunginya (Dalam FoEh, 2004:152). Pada titik ini kita akan mengatakan bahwa kesediaan wisatawan domestik mengunjungi Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko-toko buku di Komplek Taman Pintar sangat tergantung dari biaya yang harus mereka keluarkan untuk mengunjungi sumber daya rekreasi tersebut.

Bila dilihat harga tiket masuk Musium Benteng Vredeberg dan Taman Pintar, harganya relatif murah. Harga tiket Musium Benteng Vredeberg hanya Rp 250 untuk anak-anak dan Rp 750 untuk orang dewasa. Harga tiket Taman Pintar juga tidak mahal, Rp 1.500 untuk anak-anak dan Rp 3.000 untuk orang dewasa. Harga ini jelas sangat terjangkau bagi wisatawan domestik. Sementara itu, di toko-toko buku di Komplek Taman Pintar buku-buku dijual dengan potongan harga mencapai 20-50%. Ini sangat menarik bagi individu yang ingin membeli buku. Bila di toko buku biasa dia hanya mendapatkan satu judul buku dengan uang Rp 60.000, di toko buku di Komplek Taman Pintar dia bisa memperoleh dua judul buku.

Persoalan yang kemudian muncul adalah, mungkinkah individu ingin membeli buku setelah mengunjungi Musium Benteng Vredeberg dan Taman Pintar? Tidak mudah menjawab pertanyaan ini. Tapi, di kedua tempat tersebut mereka menyaksikan sesuatu yang berkaitan dengan sejarah dan ilmu pengetahuan. Kedua aspek ini akan menimbulkan inspirasi untuk mengetahui lebih banyak lagi. Nah, pengetahuan ini bisa mereka peroleh melalui buku. Tegasnya, dia bisa memuaskan obsesinya dengan membeli buku di toko-toko buku di Komplek Taman Pintar.

Buku, seperti ditulis Aprinus Salam, bukan hanya produk budaya, melainkan juga memproduksi budaya (2005:60). Ini tentu menjadikan seorang individu tertarik untuk membaca buku. Dari buku tersebut, dia bisa memiliki wawasan, sikap bahkan perilaku yang bisa dipakai dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Di samping itu, karena pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, para individu saat ini sering kali tidak merasa puas kalau hanya mengunjungi sumber daya rekreasi, berfoto bersama keluarga dan membeli cendera mata yang khas daerah itu. Mereka butuh sesuatu yang lebih. Buku bisa menjadi sesuatu yang lebih itu. Artinya, dengan membeli buku di toko buku di Komplek Taman Pintar, mereka bisa menjadikan kunjungannya ke Yogyakarta menjadi lebih bermakna. Mereka benar-benar memperoleh kesan bahwa Yogyakarta memang kota pendidikan.

Bertolak dari kerangka pemikiran di atas, bisa dirumuskan dimensi yang ingin diukur dalam penelitian ini.



## **6. Metodologi**

### **6.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif tentang kemungkinan Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko-toko buku di Komplek Taman Pintar sebagai paket wisata pendidikan terpadu di kota Yogyakarta. Dengan begitu, penelitian ini hanya memaparkan pendapat khalayak tentang kemungkinan tersebut. Tegasnya, penelitian ini tidak membuktikan sebuah hipotesis.

### **6.2. Model Penelitian**

Karena penelitian ini tergolong penelitian deskriptif, maka model yang digunakan adalah model *ideographic*. Model seperti ini, menurut Elena E. Pernia, menjelaskan gejala yang ditemukan sejelas-jelasnya (Dalam Abrar, 2005:33). Dengan demikian, peneliti punya kesempatan untuk menjelaskan bagaimana peluang toko-toko buku di Komplek Taman Pintar menjadi sebuah paket wisata pendidikan terpadu bersama-sama dengan Musium Benteng Vredeberg dan Taman Pintar di kawasan Malioboro.

### **6.3. Sifat Penelitian**

Penelitian ini bersifat kuantitatif. Karena itu, proses pengambilan berlangsung secara deduktif.

### **6.4. Teknik Pengumpulan Data**

Data penelitian ini dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 60 responden yang mengunjungi Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko buku di Komplek Taman Pintar. Pendapat mereka dikumpulkan berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang sudah dirancang sesuai dengan apa yang akan diukur.

Untuk melengkapi data, peneliti juga mewawancarai dua orang pemilik toko buku di Komplek Taman Pintar. Satu orang pemilik toko buku yang menjadi pengurus Koperasi Pedagang Buku (Kopaku) dan satu lagi pemilik toko buku nonpengurus Kopaku. Kepada keduanya, peneliti menanyakan sejarah kelahiran toko buku, obsesi pedagang buku, dan kesiapan toko buku menjadi obyek rekreasi. Lebih dari itu, kepada keduanya peneliti konfirmasi juga data yang sudah peneliti peroleh dari para responden.

### **6.5. Teknik Analisis Data**

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan perspektif kebudayaan. Peneliti sengaja memilih perspektif ini karena persoalan wisata berkaitan dengan perubahan sosial dan budaya. Tepatnya, peneliti menggunakan teori sistem yang diperkenalkan oleh Jafari (Dalam Przeclawski, 1995:26). Untuk memperoleh analisis yang lebih komprehensif, peneliti menggunakan juga analisis data kualitatif, yaitu melihat konteks data yang ada pada saat penelitian dilakukan.

## **7. Hasil Penelitian**

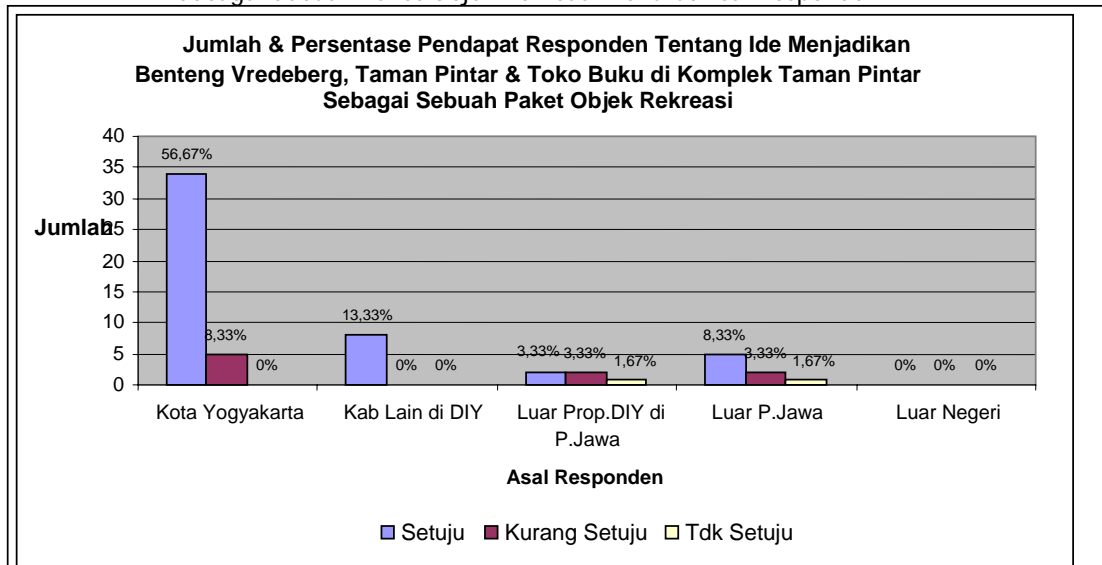
### **7.1. Data Penelitian**

#### **7.1.1. Ide menjadikan Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan Toko Buku di Komplek Taman Pintar sebagai sebuah paket objek rekreasi**

Data yang diperoleh bisa dilihat dalam grafik berikut:

Grafik 1. Ide Menjadikan Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar, dan Toko Buku di Komplek Taman Pintar

Sebagai Sebuah Paket Objek Rekreasi Menurut Asal Responden



Grafik di atas memperlihatkan bahwa 56,7% responden yang berasal dari Yogyakarta setuju untuk menjadikan Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko buku Komplek Taman Pintar sebagai sebuah paket objek rekreasi.<sup>4</sup> Sementara 13,33% responden asal Kabupaten lain di Provinsi DIY juga setuju menjadikan Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko buku di Komplek Taman Pintar menjadi sebuah paket objek rekreasi. Kenyataan ini menegaskan bahwa sebagian besar responden (69,40%) yang berasal dari Provinsi DIY setuju menjadikan Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko buku di Komplek Taman Pintar sebagai sebuah paket objek rekreasi.

Grafik di atas juga memperlihatkan bahwa sebagian besar responden yang berasal dari luar Provinsi DIY juga setuju menjadikan Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko buku di Komplek Taman Pintar sebagai sebuah paket objek rekreasi. Perbandingannya dengan yang kurang setuju dan tidak setuju adalah: 8,33%: 2,33%:1,67%.

Sesungguhnya Musium Benteng Vredeberg dan Taman Pintar sudah lama menjadi objek rekreasi bagi wisatawan domestik yang berasal dari luar Provinsi DIY. Toko buku di Komplek Taman Pintar pun sudah sering kali dikunjungi pembeli yang berasal dari luar DIY. Ini bisa dilihat dari komentar Harjono berikut, "Pembeli yang datang ke sini, dari barat mulai dari Cilacap dan dari timur mulai dari Ponorogo." (wawancara dengan peneliti tanggal 16 Desember 2007). Dengan demikian, ketiga objek tersebut sudah dikenal luas oleh masyarakat dari luar Provinsi DIY.

Para pengunjung Taman Pintar yang keluar dari pintu timur tentu segera akan melihat toko buku di Komplek Taman Pintar tersebut. Kendati begitu, perlu juga dibuat jalan khusus yang menghubungkan Taman Pintar, toko buku di Komplek

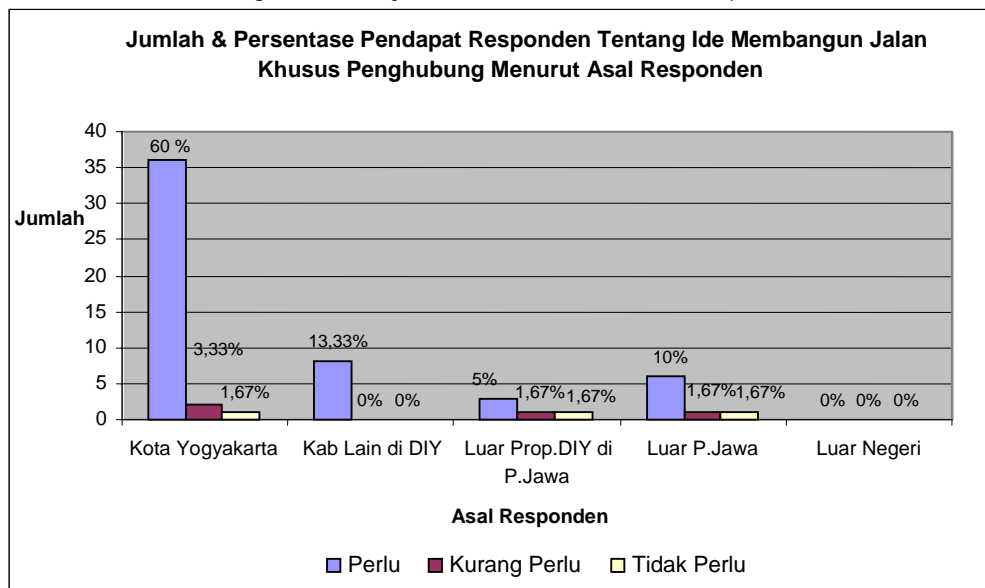
<sup>4</sup> Toko buku di sini lebih populer disebut "Komplek Toko Buku Murah". Tetapi, sebutan ini, seperti disebut Sekretaris Kopaku, Harjono, tidak lengkap. Yang lengkap adalah "Komplek Toko Buku Lengkap dan Murah". Istilah buku lengkap dan murah ini sudah tercipta ketika semua pedagang buku di sini masih menempati areal "shopping centre" dulu. "Citra toko toko buku lengkap dan murah ini masih kami pertahankan sampai sekarang," tambah Harjono (wawancara dengan peneliti tanggal 16 Desember 2007).

Taman Pintar dan Musium Benteng Vredeberg. Apakah ide ini berlebihan? Jawabannya bisa dilihat melalui data berikut.

### 7.1.2. Ide membangun jalan khusus yang menghubungkan Musium Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan Komplek Taman Pintar sebagai sebuah paket objek rekreasi

Data yang diperoleh bisa disimak lewat grafik berikut:

Grafik 2. Ide Membangun Jalan Khusus yang Menghubungkan Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan Toko Buku di Komplek Taman Pintar Sebagai Paket Objek Rekreasi Menurut Asal Responden



Grafik di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden (60%) yang berasal dari Yogyakarta menyatakan perlu untuk membangun jalan khusus yang menghubungkan Musium Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko buku di Komplek Taman Pintar sebagai paket objek rekreasi. Sementara 13,33 % responden yang berasal dari kabupaten lain di Provinsi DIY juga menyatakan perlu untuk membangun jalan khusus yang menghubungkan Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko buku di Komplek Taman Pintar. Bila keduanya dijumlahkan, maka prosentasenya mencapai 73,33%. Ini merupakan angka yang besar. Artinya, sebagian wisatawan yang mengunjungi ketiga objek rekreasi di atas memang menghendaki adanya jalan khusus yang menghubungkan Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko buku di Komplek Taman Pintar.

Grafik di atas juga memperlihatkan bahwa responden yang berasal dari luar Provinsi DIY dan luar pulau Jawa juga menghendaki jalan khusus yang menghubungkan Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko buku di Komplek Taman Pintar. Jumlah mereka mencapai 15%. Jumlah ini relatif besar dibandingkan dengan yang mengatakan perlu, yaitu: 3,34%.

Bagi pemilik kios toko buku di Komplek Taman Pintar, pembangunan jalan khusus ini dibayangkan bisa meningkatkan jumlah pengunjung ke toko buku di Komplek Taman Pintar, yang pada gilirannya bisa meningkatkan omset. "Jumlah pengunjung kompleks ini sudah banyak, tapi akan lebih banyak lagi bila pengunjung Musium Benteng Vredeberg dan Taman Pintar di arahkan ke sini," kata Tukijo,

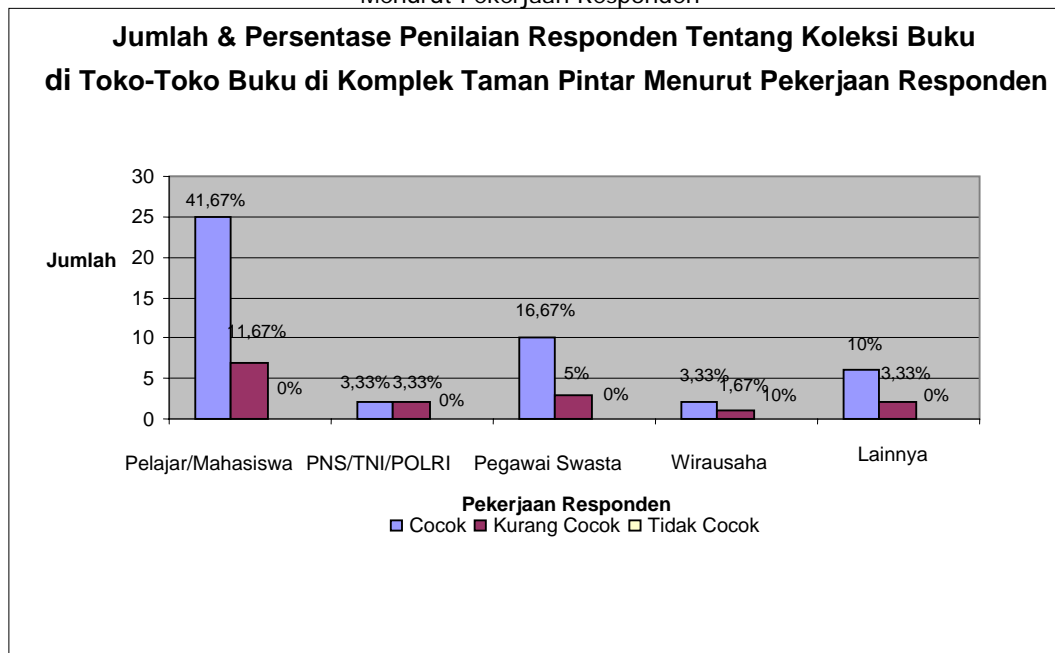
pemilik Toko Buku 76 yang terletak di lantai dua (wawancara dengan peneliti 17 Desember 2007).

Persoalan yang kemudian muncul adalah, apakah buku-buku yang dijual di toko buku di Komplek Taman Pintar sudah sesuai dengan kebutuhan responden? Jawabannya bisa dilihat melalui data berikut:

### 7.1.3. Penilaian responden mengenai koleksi buku di Komplek Taman Pintar Menurut Asal Responden

Data yang diperoleh bisa dilihat dalam grafik berikut:

Grafik 3 Penilaian Mengenai Koleksi Buku di Komplek Taman Pintar Menurut Pekerjaan Responden



Grafik di atas memperlihatkan sebagian besar pelajar/mahasiswa (41,67%) mengatakan bahwa koleksi buku toko buku di Komplek Taman Pintar cocok dengan kebutuhan mereka. Yang mengatakan kurang cocok hanya 1,67 % dan tidak ada yang mengatakan tidak cocok. Ini menunjukkan bahwa koleksi buku toko buku di Komplek Taman Pintar memang cocok untuk pelajar/mahasiswa.

Lantas, bagaimana dengan pegawai swasta? Grafik di atas juga memperlihatkan bahwa sebagian besar pegawai swasta (10,67%) menyatakan bahwa koleksi buku toko buku di Komplek Taman Pintar cocok buat mereka. Jumlah yang berpendapat begini dua kali lipat dari yang menyatakan kurang cocok (5%).

Sedangkan jumlah pegawai negeri/TNI/Polisi yang menyatakan bahwa koleksi buku toko buku di Komplek Taman Pintar cocok dan kurang cocok seimbang, sama-sama 3,33%. Tetapi, jumlah wirausaha yang menyatakan bahwa koleksi buku toko buku di Komplek Taman Pintar cocok lebih banyak daripada yang kurang cocok. Perbandingannya mencapai: 3,33%:1,67%. Yang lebih mengejutkan adalah, tidak seorang pun responden yang menyatakan bahwa koleksi buku toko buku di Komplek Taman Pintar tidak cocok dengan kebutuhan mereka. Semua ini menunjukkan bahwa menurut responden koleksi buku toko buku di Komplek Taman Pintar cocok dengan kebutuhan mereka.

Apakah pendapat ini sesuai dengan kenyataan? Menurut Harjono, koleksi buku di Komplek Taman Pintar memang lengkap. "Pernah ada seorang mahasiswa dari Surabaya yang mencari tiga buku untuk melengkapi keputusannya dalam

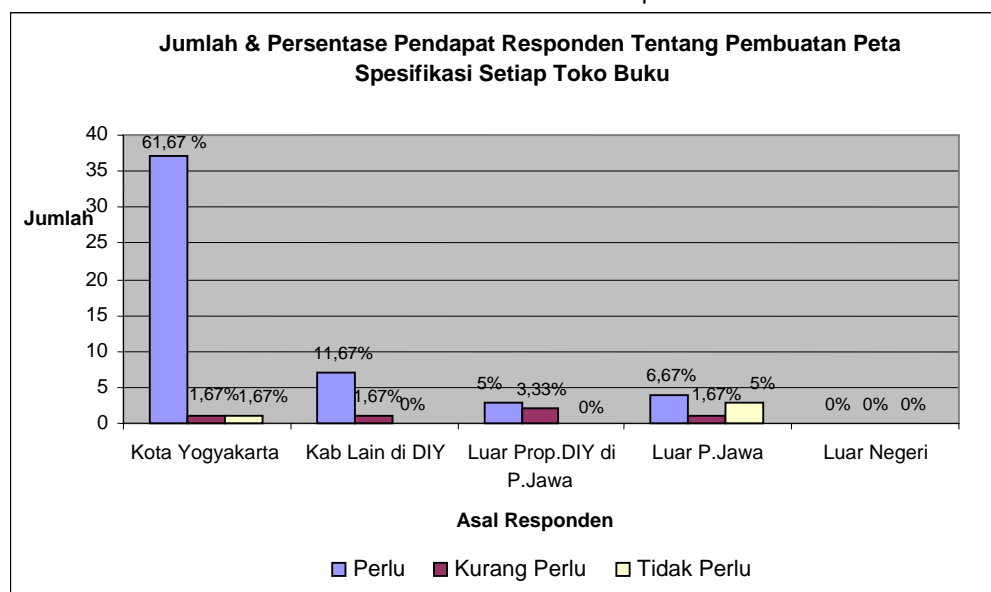
menulis skripsi. Dia sudah cari di Surabaya dan Malang, tapi tidak ketemu. Ketemuanya malah di sini,” tambah Harjono (wawancara dengan peneliti tanggal 17 Desember 2007).

Melihat kenyataan ini, apakah toko buku di Komplek Taman Pintar perlu memetakan tentang spesifikasi atau kelebihan setiap toko buku di Komplek Taman Pintar? Jawabannya bisa dilihat melalui data berikut:

#### 7.1.4. Pembuatan peta tentang spesifikasi atau kelebihan setiap toko buku di Komplek Taman Pintar Menurut Asal Responden

Data yang diperoleh bisa dilihat dalam grafik berikut:

Grafik 4. Pembuatan Peta tentang Spesifikasi atau Kelebihan Setiap Toko Buku di Komplek Taman Pintar Menurut Asal Responden



Grafik di atas memperlihatkan sebagian responden asal Yogyakarta (61,67%) menghendaki adanya peta tentang spesifikasi atau kelebihan setiap toko buku di Komplek Taman Pintar. Sebagian besar responden asal kabupaten lain di DIY (11,87%) juga menghendaki hal yang sama. Jumlah responden luar Provinsi DIY dan P. Jawa yang menghendaki hal yang sama lebih besar daripada yang tidak menghendakinya. Dengan kata lain, sebagian besar responden memang membutuhkan peta tentang spesifikasi atau kelebihan setiap toko buku yang berada di Komplek Taman Pintar.

Kendati begitu, Harjono tidak sependapat dengan responden. Menurutnya, itu tidak perlu. “Kopaku sendiri tidak pernah punya rencana untuk memetakan hal tersebut. Nanti *kan* seleksi alam sendiri,” tambah Harjono (wawancara dengan peneliti 16 Januari 2008).

Lalu, bagaimana kita harus memaknai kenyataan ini? Sesungguhnya jumlah toko buku di Komplek Taman Pintar, menurut Harjono, mencapai 124 unit. Jumlah toko buku di lantai satu sama dengan lantai dua, 62 unit.<sup>5</sup> Untuk jumlah toko buku sebanyak itu, agaknya memang perlu dibuat pemetaan tentang spesifikasi dan kelebihan setiap toko buku yang ada di Komplek Taman Pintar. Kendati begitu, peneliti belum berhasil memetakannya. Peneliti hanya bisa mengatakan bahwa buku-

<sup>5</sup> Wawancara peneliti dengan Harjono, 16 Januari 2008.

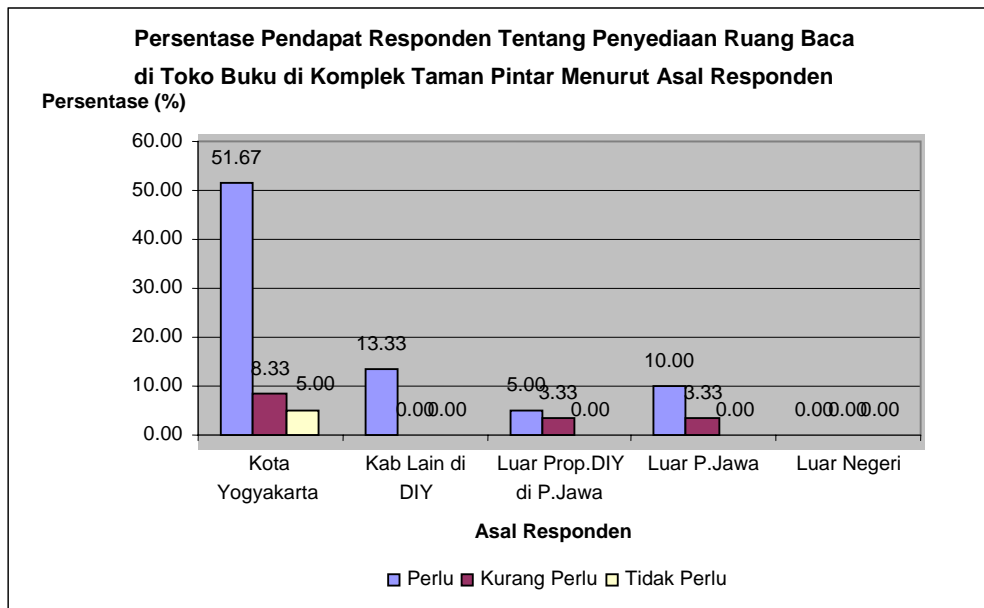
buku untuk pelajar (mulai dari SD sampai SMA) dan buku-buku umum tersedia di lantai satu. Sedangkan buku-buku bekas, majalah bekas, kliping koran dan buku-buku khusus kesehatan dan komputer tersedia di lantai dua.

Lalu, bagaimanakah dengan ruang baca bagi wisatawan yang mengunjungi toko-toko buku di Komplek Taman Pintar? Apakah Kopaku perlu menyediakan ruang baca untuk para pengunjung? Jawabannya bisa dilihat melalui data berikut:

### 7.1.5. Penyediaan ruang baca di toko-toko buku di Komplek Taman Pintar menurut asal responden

Data yang diperoleh bisa dilihat dalam grafik berikut:

**Grafik 5. Penyediaan ruang baca di toko-toko buku di Komplek Taman Pintar menurut asal responden**



Grafik di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang berasal dari Kota Yogyakarta (51,67%) menyatakan Kopaku perlu menyediakan ruang baca buat mereka. Semua yang berasal dari kabupaten lain di luar provinsi DI Yogyakarta bahkan sepekat menyatakan bahwa Kopaku perlu menyediakan ruang baca. Sementara jumlah responden yang berasal dari luar provinsi DIY yang menyatakan bahwa Kopaku perlu menyediakan ruang baca lebih banyak dari pada mereka yang menyatakan kurang perlu. Sedangkan jumlah responden yang berasal dari luar pulau Jawa yang menyatakan bahwa Kopaku perlu menyediakan ruang baca lebih banyak dari mereka yang mengatakan kurang perlu. Maka, bisa dikatakan bahwa responden menginginkan ruang baca khusus buat mereka untuk membaca buku sebelum membeli buku.

Tetapi, pengurus Kopaku merasa ide responden tersebut tidak perlu diwujudkan. Sebab, seperti disebut Harjono, setiap pengunjung boleh membaca buku sebelum memutuskan untuk membeli. "Mereka bisa membacanya di toko buku yang mereka kunjungi," tambah Harjono (wawancara dengan peneliti, 16 Januari 2008).

Lalu bagaimana menyikapi pendapat ini? Menurut pengamatan peneliti, setiap calon pembeli memang boleh membaca buku yang akan mereka beli. Mereka bebas memilih buku yang mereka sukai. Jadi, penyediaan ruangan itu belum perlu benar.

Kendati begitu, kalau Pemerintah Kota Yogyakarta ingin menyediakan ruangan baca tersebut, maka ia perlu konsultasi dulu dengan Kopaku.

## 8. Analisis Data

Seperti telah dijelaskan di depan, data yang diperoleh menggunakan perspektif kebudayaan. Dari sekian banyak teori yang termasuk perspektif kebudayaan, peneliti sengaja memilih teori sistem versi Jafari. Menurut Jafari, secara kultural, wisatawan terbagi atas tiga kelompok, yaitu wisatawan tamu, wisatawan tuan rumah dan calo wisatawan (Dalam Przeclawski 1994:27). Dalam konteks penelitian ini, peneliti menggabungkan semua wisatawan ini sebagai wisatawan yang akan mengunjungi Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko-toko buku di Komplek Taman Pintar sebagai sebuah paket objek rekreasi. Tegasnya, yang akan mengunjungi ketiga objek rekreasi tersebut adalah wisatawan tamu, tuan rumah dan calo wisatawan. Yang terakhir ini malah perlu mendapat perhatian khusus, agar mereka bisa mempromosikan ketiga objek rekreasi tersebut ke berbagai kalangan.

Bagi pemilik toko buku di Komplek Taman Pintar, berjualan buku bukan semata-mata mencari keuntungan, tetapi juga untuk membantu konsumen. Ini sudah mereka lakukan sejak mereka berjualan buku di Komplek "Shopping Center" dulu.<sup>6</sup> Lihatlah komentar Harjono berikut:

Semua mengambil keuntungan 2,5-5% saja. Kalau kita dapat *discount* dari penerbit 35%, kita kasih 30% ke konsumen. Kalau kita dapat 40%, kita kasih 35% ke konsumen. Tidak heran kalau setiap Sabtu dan Minggu konsumen dari luar kota, seperti Cilacap, Purwokerto, Purworejo, Gontor datang ke sini.<sup>7</sup>

Lebih dari itu, jam buka toko buku juga memperlihatkan kesungguhan pemiliknya untuk melayani konsumen. Lihatlah, toko buku di lantai satu buka setiap hari sejak pukul 7.30 sampai pukul 18.00 dan di lantai dua buka setiap hari sejak pukul 7.30 sampai 21.00. Maka secara kultural, para pemilik toko buku di Komplek Taman Pintar sanggup memuaskan rasa ingin tahu wisatawan yang mengunjungi toko buku mereka.

## 9. Kesimpulan

Bertolak dari data dan analisis data di atas, peneliti bisa menyimpulkan: (i) Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko-toko buku di Komplek Taman Pintar bisa menjadi sebuah paket objek rekreasi dan (ii) Toko-toko Buku di Komplek Taman Pintar sangat layak menjadi bagian dari sebuah paket objek rekreasi bersama-sama dengan Musium Benteng Vredeberg dan Taman Pintar.

## 10. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas, peneliti merekomendasikan agar Pemerintah Kota Yogyakarta: (i) menjadikan Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko-toko buku di Komplek Taman Pintar sebagai sebuah paket objek rekreasi; (ii) membuat jalan khusus yang menghubungkan Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko-toko buku di Komplek Taman Pintar; dan (iii) mempromosikan Musium Benteng Vredeberg, Taman Pintar dan toko-toko buku di Taman Pintar sebagai sebuah paket objek rekreasi.

---

<sup>6</sup> Mereka yang berjualan buku di Komplek Taman Pintar, menurut Harjono, adalah mereka yang berasal dari Komplek "Shopping Center" dulu. Sekalipun ada beberapa toko yang sudah dijual, pembelinya tetap saja mereka yang sudah punya toko (Wawancara dengan peneliti 16 Januari 2008). Dengan kata lain, pemilik toko buku sudah menekuni bisnis penjualan buku sejak belasan tahun yang lalu.

<sup>7</sup> Wawancara peneliti dengan Harjono, 16 Januari 2008.

## **11. Referensi**

- Abrar, Ana Nadhya. 2005. *Terampil Menulis Proposal Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- E.H.J. FoEh, John. 2004. "Penggunaan 'Travel Cost Methods' Untuk Memprediksi Permintaan Lokasi Rekreasi: Suatu Pendekatan". Dalam *Jurnal Ilmiah Pariwisata* Volume 9, No. 2, Juli 2004. Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti.
- Przeclawski, Krysztof. 1995. *Tourism And The Contemporary World*. Warsaw: University of Warsaw.
- Salam, Aprinus. 2005. "Praktik dan Problem Menulis di Indonesia". Dalam Wiedarti, Pangesti (editor), *Menuju Budaya Menulis: Suatu Bunga Rampai*. Yogyakarta: Penerbit Tiara Wacana.

## **Wawancara:**

- Harjono, Sekretaris Kopaku, 17 Desember 2007 dan 16 Januari 2008.
- Tukijo, pemilik Toko Buku 76, 17 Desember 2007.

# **STUDI PENGEMBANGAN PUSAT JAJANAN DI PASAR PAGI KARANGWARU SEBAGAI SALAH SATU ASET WISATA KULINER KOTA YOGYAKARTA**

**Oleh :  
Rina Megawati SPd.T**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan: 1) Profil pedagang makanan di Kricak Jln. Magelang, 2) pendapat masyarakat sekitar terhadap pasar pagi di Kricak Jl. Magelang Yogyakarta, 3) pendapat konsumen tentang pasar pagi di Kricak Jln. Magelang Yogyakarta, dan 4) faktor pendukung dan faktor penghambat berdagang makanan di Kricak Jln. Magelang Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian kebijakan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah: 1) Pedagang makanan di pasar pagi Kricak Jl. Magelang mempunyai umur yang variatif. Asal pedagang juga bermacam-macam, baik dari warga sekitar, warga yang berasal dari kecamatan Tegal Rejo, warga yang berasal dari DIY maupun dari luar DIY. Pengalaman dalam berdagang dari para penjual makanan terbanyak berada pada rentang 1 – 4 tahun. Sebagian besar pedagang menjual 4 – 8 jenis makanan dan harga makanan berada pada rentang Rp. 400 – Rp. 800, 2) seluruh anggota masyarakat yang menjadi obyek penelitian tersebut mengatakan bahwa tidak terdapat hal-hal yang mengganggu pada pasar pagi Kricak tersebut. Saran yang diberikan oleh warga adalah agar para pedagang tidak terlalu siang dalam berdagang karena akan menyebabkan kemacetan jalan apabila sudah masuk jam sekolah maupun jam kerja. Selain itu warga ingin para pedagang untuk menjaga kebersihan dan penataan terhadap pedagang dalam berdagang, 3) hal-hal positif yang disukai oleh konsumen adalah: relatif murah, letak pasar yang strategis, banyak pilihan, wisata kuliner dan waktu berdagang sangat singkat. Sedangkan hal-hal negatif yang kurang disukai oleh konsumen adalah: belum teraturnya penataan dalam berdagang, kebersihan makanan yang belum terjamin, kebersihan lingkungan, kurang nyaman dan terkadang mengganggu arus lalu lintas. Saran yang diberikan oleh konsumen adalah konsumen ingin keadaan pasar masih seperti sekarang, tetapi ditata rapi dan lebih terkoordinasi. Selain itu konsumen ingin adanya pengelompokan makanan yang dijual agar lebih mudah dan rapi, dan 4) faktor yang mendukung adanya pasar pagi Kricak adalah pedagang yang menjual makanan di pasar ini dapat menambah penghasilan, harga rata-rata makanan di pasar ini relatif murah sehingga dapat dimanfaatkan oleh pedagang yang lebih besar untuk “kulakan”, lokasi pasar mudah dijangkau, dan area parkir luas. Sedangkan faktor yang menghambat atau kelemahan yang masih terdapat dalam pasar pagi Kricak adalah para pedagang belum terkoordinasi, arus lalu lintas terkadang harus sedikit terganggu karena pedagang sering masuk ke jalan raya.

## **A. Latar Belakang**

Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki berbagai predikat yakni sebagai; Kota Pendidikan, Kota Budaya serta merupakan bagian dari salah satu tujuan wisata terutama sebagai wisata belanja di Pulau Jawa. Salah satu kegiatan bisnis yang berbasis ekonomi kerakyatan adalah dijajakannya makanan sebagai pemenuhan kebutuhan makan. Makanan yang dikenal sebagai kudapan dan minuman merupakan kelompok makanan ringan yang sangat beraneka ragam jenisnya, dapat berbentuk

makanan kering, makanan basah, jenang atau minuman, makanan tradisional maupun asing.

Di Kricak Kidul Jln. Magelang saat ini terdapat pasar makanan yang berlangsung pada pagi hari antara pukul 04.00 hingga pukul 06.30. Pada mulanya, ide menjual aneka kudapan di Kricaksebatas menjajakan makanan kecil yang dibuat oleh beberapa warga yang tinggal di sekitar lokasi pedagangan. Dalam perkembangannya konsumen membeli tidak hanya untuk dikonsumsi sendiri, tetapi juga untuk dijual kembali di tempat-tempat lain ataupun di pasar.

Berdasarkan pengamatan awal dan diskusi dengan beberapa pelaku pedagang makanan, serta polisi keamanan diperoleh informasi bahwa semakin lama lokasi pedagangan semakin berkembang, baik pedagang maupun konsumennya. Untuk sementara diketahui bersama bahwa masalah yang dijumpai dalam pasar pagi di KricakJln. Magelang diantaranya adalah: 1) belum adanya koordinator yang menangani, 2) belum adanya penataan pedagang dan lokasi yang mantap, 3) jalan raya yang semakin padat karena pedagang dan Konsumen yang semakin banyak dapat menyebabkan polusi udara, serta 4) aspek kenyamanan dan kebersihan makanan.

Dari dasar bahwa keberadaan pasar pagi di Kricak merupakan aset daerah, namun juga terdapat beberapa hal yang menjadi masalah. Apabila aset tersebut segera dikelola dengan baik, maka dapat meningkatkan ekonomi masyarakat yang selanjutnya akan mendukung berbagai sektor seperti; sektor pariwisata, sektor ekonomi yang akhirnya dapat meningkatkan pendapatan daerah. Sedangkan jika kendala tersebut tidak segera ditangani, maka dimungkinkan akan bermunculan permasalahan pada berbagai sektor seperti; masalah sosial, hukum serta mengganggu ketertiban kota. Agar dalam usaha pengelolaan pasar pagi dapat menjadi salah satu aset pariwisata di kota Yogyakarta, maka sudah seharusnya dimulai dengan dilakukan penelitian.

## **B. Perumusan masalah**

Oleh karena itu rumusan masalah dalam penelitian ini adalah;

1. Bagaimana profil pedagang makanan di Kricak Jln. Magelang?
2. Bagaimana pendapat masyarakat sekitar terhadap pasar pagi di KricakJl. Magelang Yogyakarta?
3. Bagaimana pendapat konsumen tentang pasar pagi di KricakJln. Magelang Yogyakarta?
4. Apa faktor pendukung dan faktor penghambat berdagang makanan di Kricak Jln. Magelang Yogyakarta?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah ingin mengembangkan model pengelolaan pasar pagi di KricakJln. Magelang, untuk dapat menjadi salah satu aset wisata kuliner di Kota Yogyakarta.

## **D. Manfaat penelitian**

Penelitian ini sangat relevan terutama bila dikaitkan dengan upaya memperbaiki ekonomi rakyat sebagai penopang kesejahteraan masyarakat kota Yogyakarta melalui usaha pedagangan makanan. Selain itu informasi penelitian ini penting sebagai salah satu pertimbangan pemerintah kota atau bagi instansi terkait yang berwenang dalam pembinaan dan pengaturan pedagang makanan. Selanjutnya dapat dipakai untuk merumuskan kebijakan yang berkeadilan maupun kepentingan lain yang selaras dengan kebutuhan pengembangan kota Yogyakarta.

## **E. Kajian Teori**

Analisis SWOT adalah singkatan dari bahasa Inggris STRENGTHS (Kekuatan), WEAKNESSES (Kelemahan), OPPORTUNITIES (Peluang), dan THREATS (Ancaman). Analisis SWOT berguna untuk menganalisa faktor-faktor di dalam organisasi yang memberikan andil terhadap kualitas pelayanan atau salah satu komponennya sambil mempertimbangkan faktor-faktor eksternal.

## **F. Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menemukan gambaran pengelolaan pasar makanan yang berlangsung pada pagi hari di Jln Magelang Yogyakarta sebagai aset wisata kuliner dan mengkaji permasalahan yang berkaitan dengan pedagang makanan.

Sumber informasi penelitian ini adalah semua pedagang makanan jajanan yang berdagang di pasar pagi KricakJln Magelang, tokoh masyarakat yang terdiri dari RT, RW, Aparat Kelurahan dan Petugas keamanan dan konsumen.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif. Data yang diperoleh dianalisis dan diinterpretasikan secara kualitatif untuk mendapatkan hasil dan rekomendasi penelitian.

## **G. Hasil Penelitian**

### **1. Profil Pedagang Pasar Pagi Karangwaru**

- a. Usia Pedagang di Pasar Pagi Karangwaru  
Kelompok usia pedatang terbanyak berada pada usia 47 hingga 52 tahun sehingga termasuk usia produktif.
- b. Pendapat masyarakat  
Seluruh anggota masyarakat yang menjadi obyek penelitian tersebut mengatakan bahwa tidak terdapat hal-hal yang mengganggu dari keberadaan pasar pagi Kricaktersebut. Kebersihan tetap dijaga oleh para pedagang tersebut dengan cara membersihkan semua sampah bekas berdagang. Beberapa warga sekitar juga memanfaatkan keberadaan pasar tersebut dengan ikut berdagang, merasa dekat apabila membutuhkan makanan atau snack dan beberapa juga menjadi petugas parkir bagi pengunjung pasar.
- c. Alamat Pedagang:  
Berdasarkan data, pedagang di Pasar Kricakterbanyak berasal dari wilayah DIY sebanyak 40 %, lingkungan sekitar lokasi hanya 12,5 %, untuk daerah di luar kecamatan tetap dalam kota sebanyak 30 %, dan dari luar DIY (Magelang, Muntilan dan Klaten) sebanyak 15 %.
- d. Lama Berdagang:  
Berdasarkan data di atas, lama berdagang di Pasar Kricakada yang mencapai lebih dari 20 tahun sebanyak 10 %, pedagang yang berdagang 1- 9 tahun merupakan interval terbanyak sebesar 57,5 %. Jadi apabila dilihat dari lamanya berdagang sebagian besar pedagang sudah cukup lama. Bahkan ada yang sudah mencapai 20 tahun. Dengan demikian sudah selayaknya dilakukan pembenahan atau penataan lokasi dan dibentuk suatu paguyuban atau organisasi.
- e. Jenis Makanan  
Pedagang sudah menjual lebih dari 4 macam makanan, bahkan ada lebih dari 29 macam yaitu 58 macam makanan. Jenis makanan dikelompokan dari makanan basah, makanan kering, aneka minuman, nasi bungkus, lauk pauk (gudeg, ayam goreng, lele, rendang), aneka mie, puding, dari tradisional sampai kue modern.
- f. Rata-rata harga makanan

Berdasarkan penelitian, dapat diketahui bahwa harga rata-rata antara 400 – 800 rupiah.

g. Pendapat pedagang

Untuk masalah tempat, berdasarkan data yang diperoleh, responden 50 % setuju jika diberikan tempat dan 50 % tidak setuju. Pedagang yang setuju untuk dipindahkan karena bertujuan untuk lebih teratur, aman dan terjaga kebersihannya. Pedagang setuju apabila tempat yang diusulkan tidak jauh dari lokasi dan strategis mudah dijangkau. Bagi yang tidak setuju berasal karena mereka merasa sudah mendapat pelanggan, tempatnya strategis dan takut apabila prosedurnya sukar untuk mendapatkan tempat. Jika akan diberikan tempat mereka bersedia asal tidak jauh dari lokasi dan tanpa dipungut biaya.

## 2. Profil Konsumen Pasar Pagi Karangwaru

a. Umur Konsumen

Usia konsumen di Pasar Pagi Kricakmerata dalam berbagai usia, yaitu dari 18 tahun sampai lebih dari 48 tahun.

b. Alamat Konsumen

Berdasarkan data di atas, kebanyakan Konsumen berasal dari lingkungan sekitar yaitu 37,8 %. Selain berasal dari luar kecamatan yang masih dalam kota (21,8 %) dan dari wilayah DIY (29,8 %), ada juga yang berasal dari luar DIY yaitu Magelang, Muntilan dan Klaten.

c. Pendapat Konsumen

Hal-hal positif yang disukai oleh konsumen adalah: 1) relatif murah, 2) letak pasar yang strategis, 3) banyak pilihan, 4) wisata kuliner dan 5) waktu berdagang sangat singkat.

Sedangkan hal-hal negatif yang kurang disukai oleh konsumen adalah: 1) belum teraturnya penataan dalam berdagang, 2) kebersihan makanan yang belum tentu terjamin, 3) kebersihan lingkungan, 4) kurang nyaman dan 5) mengganggu arus lalu lintas.

Sebagian besar konsumen ingin seperti ini, tetapi ditata rapi dan lebih terkoordinasi sehingga lebih teratur. Hanya beberapa konsumen yang ingin dipindahkan ke tempat lain. Selain itu konsumen ingin adanya pengelompokan makanan yang dijual agar lebih mudah dan rapi.

## 3. Profil Pedagang Pasar Sore Kauman

a. Umur Pedagang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah pedagang merata dari berbagai penyebaran umur. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang di Pasar Sore Kauman berusia antara kurang dari 22 tahun sampai lebih dari 58 tahun.

b. Pendapat Masyarakat Sekitar

Dampak positif yang didapat warga dari adanya pasar sore adalah sebagai usaha tambahan oleh warga Kauman sehingga mendapatkan tambahan penghasilan. Keluhan yang terdapat dari beberapa pedagang adalah ukuran stand yang tidak sama menjadikan banyak komplain. Padahal stand tersebut di sewa oleh para pedagang dengan harga yang sama selama satu bulan, yaitu Rp. 70.000,-.

c. Alamat Pedagang:

Hasil menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang berasal dari sekitar lokasi pasar, sedangkan yang lain hanya ada beberapa dari luar Kauman.

d. Pengalaman Berdagang:

Berdasarkan data di atas, lama berdagang di Pasar Sore Kauman dari 1 tahun sampai lebih dari 20 tahun. Pada interval 5 sampai 9 tahun merupakan jumlah terbanyak untuk lama berdagang sebanyak 47 %. Interval paling sedikit adalah 15 tahun sampai 19 tahun sebesar 6 %.

e. Jenis Makanan

Dari tabel di atas diketahui bahwa tiap Pedagang sudah menjual lebih dari 2 macam makanan, tetapi belum ada yang lebih dari 21 macam. Jenis makanan dikelompokkan dari makanan basah, makanan kering, aneka minuman, nasi bungkus, lauk pauk (gado-gado, ayam goreng, empek-empek), aneka mie, puding, dari tradisional sampai kue modern.

f. Rata-rata harga makanan

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa harga rata-rata antara 1000 – 1500 rupiah. Karena Pasar Sore Kauman hanya berdagang di bulan Ramadhan maka kebanyakan berdagang minuman manis dan kue atau snack. Ada juga yang berdagang gado-gado dan empek-empek.

g. Pendapat Pedagang

13 orang (76 %) menyatakan bahwa hal yang positif dan menyenangkan berdagang di pasar Kricak adalah sebagai **sumber pendapatan sampingan**. 6 orang menyatakan tidak ada hal yang negatif dalam berdagang. 11 orang menyatakan tidak setuju bila diberi tempat yang baru. 15 orang menyatakan pengelolaan yang diinginkan adalah dengan **dikelola oleh masyarakat setempat**.

#### 4. Profil Konsumen Pasar Sore Kauman

a. Profil Konsumen

Sebagian besar Konsumen (63%) berasal dari masyarakat sekitar dan yang lain dari luar Kauman tetapi masih dalam lingkup DIY. Rentang umur konsumen adalah 18 – 38 tahun sedangkan status pekerjaan adalah mahasiswa (58%) dan sisanya merata yaitu sebagai PNS, wirausaha maupun ibu rumah tangga. Konsumen juga tidak didominasi oleh kaum wanita, laki-laki juga banyak yang membeli makanan di pasar sore Karangwaru, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada persepsi bahwa kaum laki-laki berbelanja di pasar sore Kauman memalukan.

b. Pendapat Konsumen

Para konsumen mengatakan bahwa mereka membeli makanan di pasar sore Kauman karena di pasar tersebut banyak pilihan makanan dan untuk berwisata kuliner. Sebagian besar konsumen (90%) mengonsumsi sendiri makanan yang dibeli.

#### H. Pembahasan

Berdasarkan hasil yang dapat diketahui dari data di atas, banyak sekali hal-hal yang perlu dibahas dalam penelitian ini. Penelitian yang utama dilakukan di Pasar Pagi Karangwaru, dan sebagai data pembandingan adalah Pasar Sore Kauman. Kedua pasar ini terdapat banyak perbedaan, adapun perbedaan tersebut adalah:

1. Pasar Pagi Karangwaru

- Belum diketahui nama yang sesungguhnya, karena pasar ini terletak di Jalan Magelang no 85 – 120 sebelah timur jalan termasuk Kricak Kidul, Tegalrejo dan sebelah barat termasuk Kricak. Untuk berjualan dikonsentrasikan di timur jalan, tetapi ada juga sedikit di barat jalan.
- Waktu berjualan pagi hari jam 7 pagi harus sudah bersih.
- Makanan yang dijual adalah untuk dikonsumsi sendiri atau dapat dijual lagi (*kulakan*).

- d. Harga relatif murah antara 400 – 2000 rupiah.
  - e. Belum ada paguyuban atau organisasi pengelola harian, pengelola belum jelas.
  - f. Letak belum tertata rapi, pedagang bebas berjualan dan belum ada stand.
  - g. Ditarik retribusi seharga Rp. 300, 00 pemerintah DIY.
2. Pasar Sore Kauman
- a. Letak di Kauman Gm1/ 19 Yogyakarta 55122.
  - b. Waktu berjualan sore hari pada bulan Ramadhan saja.
  - c. Makanan yang dijual sebagai menu buka puasa.
  - d. Harga relatif mahal 1000 – 4000 rupiah.
  - e. Sudah ada pengelola tetap dan terorganisir dengan baik.
  - f. Sudah tertata rapi, dan sudah ada tata tertib yang harus dipatuhi serta telah disediakan stand.
  - g. Ditarik retribusi untuk sewa stand sebesar Rp. 70.000,00/ 1 bulan.

### **I. Kesimpulan**

1. Pedagang makanan di pasar pagi KricakJl. Magelang mempunyai umur yang variatif, yang terbanyak adalah pada rentang umur 47 – 52 tahun. Asal pedagang juga bermacam-macam, baik dari warga sekitar, warga yang berasal dari kecamatan Tegal Rejo, warga yang berasal dari DIY maupun dari luar DIY seperti Magelang dan Muntilan. Adapun yang terbanyak berasal dari DIY tetapi di luar kecamatan Tegal Rejo. Pengalaman dalam berdagang dari para penjual makanan terbanyak berada pada rentang 1 – 4 tahun. Sebagian besar pedagang menjual 4 – 8 jenis makanan. Sedangkan sebagian besar harga makanan berada pada rentang Rp. 400 – Rp. 800.
2. Seluruh anggota masyarakat yang menjadi obyek penelitian tersebut mengatakan bahwa tidak terdapat hal-hal yang mengganggu dari keberadaan pasar pagi Kricaktersebut. Kebersihan tetap dijaga oleh para pedagang tersebut dengan cara membersihkan semua sampah bekas berdagang. Arus lalu lintas pada saat pasar pagi berlangsung juga belum terlalu padat karena belum masuk jam sekolah dan jam kerja sehingga tidak menimbulkan kemacetan. Saran yang diberikan oleh warga adalah agar para pedagang tidak teralalu siang dalam berdagang karena akan menyebabkan kemacetan jalan apabila sudah masuk jam sekolah maupun jam kerja. Selain itu warga ingin para pedagang untuk tetap menjaga kebersihan dan dilakukan penataan terhadap pedagang dalam berdagang.
3. Hal-hal positif yang disukai oleh konsumen adalah: relatif murah, letak pasar yang strategis, banyak pilihan, wisata kuliner dan waktu berdagang sangat singkat. Sedangkan hal-hal negatif yang kurang disukai oleh konsumen adalah: belum teraturnya penataan dalam berdagang, kebersihan makanan yang belum tentu terjamin, kebersihan lingkungan, kurang nyaman dan terkadang mengganggu arus lalu lintas. Saran yang diberikan oleh konsumen adalah bahwa sebagian besar konsumen ingin keadaan pasar masih seperti sekarang, tetapi ditata rapi dan lebih terkoordinasi sehingga lebih teratur. Hanya beberapa konsumen yang ingin dipindahkan ke tempat lain. Selain itu konsumen ingin adanya pengelompokan makanan yang dijual agar lebih mudah dan rapi.
4. Faktor yang mendukung adanya pasar pagi Kricakadalah bahwa pedagang yang menjual makanan di pasar ini dapat menambah penghasilan, harga rata-rata makanan di pasar ini relatif murah yaitu berkisar antara Rp. 400 – Rp. 800 sehingga dapat dimanfaatkan oleh pedagang yang lebih besar untuk "kulakan", lokasi pasar mudah dijangkau, dan area parkir luas. Sedangkan faktor yang

menghambat atau kelemahan yang masih terdapat dalam pasar pagi Kricak adalah para pedagang belum terkoordinasi, masih terkesan “semrawut”, arus lalu lintas terkadang harus sedikit terganggu karena pedagang sering sedikit masuk ke jalan raya.

#### **J. Rekomendasi dan Saran**

1. Pasar pagi Kricak tidak perlu dipindahkan, karena disamping tempat tersebut sudah mempunyai nama yang sudah dihapal oleh para konsumennya, keberadaan pasar tersebut juga tidak mengganggu masyarakat sekitar dan tidak memacetkan jalan raya.
2. Keberadaan pedagang perlu untuk diata agar terlihat rapi dan nyaman bagi konsumen untuk membeli makanan yang diperlukan .
3. Pedagang perlu dikoordinasi atau diatur dengan aturan yang jelas, karena agar tidak terdapat salah paham di kemudian hari. Dalam hal ini perlu dibentuk paguyuban atau koordinasi dari pihak RW ataupun kampung sehingga para pedagang tidak terkesan liar.
4. Perlu dilakukan penelitian mengenai kualitas kebersihan makanan yang dijual di pasar pagi Kricak karena selama ini makanan yang dijual belum mendapatkan ijin kebersihan makanan dari departemen kesehatan.
5. Pemerintah kota perlu untuk mengembangkan pasar ini, karena dilihat dari keuntungannya dapat meningkatkan penghasilan pedagang. Pengembangannya dapat dilakukan dengan cara untuk memberikan ruang yang lebih di jalan Magelang untuk lokasi pasar pada pukul 4 pagi – 6 pagi sehingga diharapkan dapat memberikan kenyamanan bagi pedagang maupun konsumen dalam melakukan transaksi. Dengan cara ini diharapkan keberadaan pasar pagi dapat berkembang dengan baik karena dengan melihat potensinya maka akan berdatangan pedagang baru. Pada akhirnya kita akan melihat perkembangan kesejahteraan masyarakat melalui pasar tersebut.

#### **K. Implikasi Negatif**

Implikasi negatif yang mungkin muncul apabila jalan raya Magelang pada lokasi pasar pagi Kricak ditutup adalah:

1. Pada awal penutupan akan memberikan kebingungan kepada masyarakat yang biasanya menggunakan jalan yang ditutup tersebut.
2. Penegakan disiplin terhadap para pedagang dalam berjualan perlu diperketat apabila beberapa bagian jalan Magelang ditutup. Hal ini dikarenakan apabila tidak disiplin akan mengakibatkan kemacetan yang fatal karena jalan tersebut digunakan masyarakat untuk jalan utama menuju kerja ataupun sekolah.
3. Perlu penelitian lebih lanjut untuk mengetahui kemungkinan penutupan pasar pagi Kricak sehingga didapatkan data yang akurat. Data meliputi perijinan dari pihak Kepolisian, warga sekitar yang berkepentingan dengan penggunaan jalan Magelang.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Pendit, Nyoman S. 1994. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

[www.deliveri.org/guidelines/how/hm\\_1/hm\\_1\\_2\\_3i.htm](http://www.deliveri.org/guidelines/how/hm_1/hm_1_2_3i.htm) - 10k

**JEJAK MUSISI  
RISET MODEL WISATA ALTERNATIF  
KEKAYAAN BASIS MUSISI  
DI KOTA YOGYAKARTA**

Oleh :  
**Sulistiyawan, S.Pd**

**ABSTRAK**

Yogyakarta merupakan kota yang kaya dengan potensi musisi muda. Sebagai upaya untuk mengantisipasi kejenuhan terhadap kunjungan ke Jogjakarta perlu digali potensi baru tentang paket wisata di Jogjakarta. Sebagai Kota Budaya, Jogjakarta juga kaya dengan potensi musisi muda. Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data awal potensi kekayaan musikal Yogyakarta, yang terdiri dari para musisi nasional dan kelompok musik yang berbasis di Kota Yogyakarta, lembaga pendidikan musik, dan rumah-rumah komunitas musisi. Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif melalui studi kancah dengan wawancara kepada para narasumber terpilih yang berasal dari personil musisi atau anggota kelompok musik, anggota manajemen kelompok musik, tokoh pendidikan musik, tokoh budaya, serta pelaku bisnis pariwisata di Yogyakarta. Perolehan data sekunder dilakukan melalui penelusuran media internet (situs web) dan studi pustaka. Kajian dilakukan untuk memahami berbagai potensi musikal ini kemudian menjajagi kemungkinan untuk menampilkannya sebagai daya tarik wisata beserta model-model paket wisata yang mungkin dikembangkan.

Dari penelitian disimpulkan bahwa Yogyakarta memiliki kekayaan potensi musikal yang luar biasa. Potensi itu meliputi kekayaan musisi dan kelompok musik tingkat nasional, lembaga-lembaga pendidikan musik baik formal maupun non formal, serta rumah-rumah komunitas musisi. Seluruh kekayaan potensi musikal ini bisa dikelola menjadi daya tarik wisata dengan beberapa model yakni, wisata napak tilas, wisata kunjungan rumah komunitas musik, wisata pertunjukan, dan wisata kunjungan partisipatif (kolaboratif). Ada beberapa aspek umum pariwisata yang perlu diperhatikan, dan kendala serta batasan yang muncul.

Dari hasil penelitian direkomendasikan kepada Pemkot Yogyakarta serta beberapa pihak yang peduli dengan pengembangan pariwisata Jogjakarta untuk mau mengembangkan wisata musikal ini, sebagai daya tarik wisata alternatif Yogyakarta. Pemerintah Kota Yogyakarta perlu merancang program pengembangan wisata musikal melalui langkah pematangan konsep, penentuan sasaran, program aksi, dan rencana tindak lanjut. Tak kalah penting, perlunya penerbitan sebuah direktori informasi kekayaan potensi wisata musikal Yogyakarta yang tersistemasi, mudah diakses, dan selalu terbaru (*ter-update*).

**A. Latar Belakang Masalah**

Dari Yogyakarta telah lahir beberapa musisi besar Indonesia. Musisi, kelompok musik, maupun komunitas musik tersebut antara lain : Almarhum Kusbini, Ebiet G. Ade, Shaggy Dog, Sheilla on 7, Letto, dan yang lainnya.

Penelusuran lebih jauh menunjukkan indikasi bahwa lahirnya para musisi besar tersebut tak lepas dari kekayaan khasanah pendidikan seni musik di Kota Yogyakarta yang antara lain terselenggara secara formal kelembagaan melalui Sekolah Menengah Musik, Sekolah Menengah Karawitan Indonesia, Fakultas Musik ISI, Fakultas Karawitan ISI, maupun oleh lembaga pendidikan musik non formal yang dijalankan oleh masyarakat (SOSI-Kusbini, Lyra, Purwacaraka, dsb.nya).

## **B. Identifikasi Masalah**

Selama ini belum ada pendataan yang mendalam dan komprehensif mengenai kekayaan musisi yang pernah menempuh masa kreatif atau berbasis domisili di Kota Yogyakarta. Selain itu, juga belum cukup dipetakan secara luas macam-macam pendidikan seni musik yang diselenggarakan secara kelembagaan di kawasan Kota Yogyakarta.

## **C. Rumusan Masalah**

Hasil survey awal menunjukkan ada sejumlah permasalahan yang mendasari penelitian ini. Adapun rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

- a. Seperti apakah peta penyebaran rumah komunitas musisi di Jogjakarta
- b. Bagaimana Tanggapan Musisi Terhadap Gagasan Wisata Musikal ?
- c. Bagaimana gambaran wisata musik yang dilakukan di Jogja ?

## **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah pengumpulan data awal (pemetaan deskriptif) musisi-musisi tingkat nasional yang pernah mengalami masa pendidikan atau pematangan proses kreatif, maupun berbasis domisili di Kota Yogyakarta. Termasuk dalam obyek penelitian adalah sampel rumah komunitas musisi di Yogyakarta dan sekitarnya.

## **E. Hipotesa Penelitian**

Hipotesa dalam penelitian ini adalah :

1. Di Kota Yogyakarta Terdapat Banyak Rumah Komunitas Musisi
2. Di Kota Yogyakarta terdapat banyak lembaga pendidikan seni musik yang dapat berpotensi ditampilkan sebagai obyek wisata pendidikan (*studi tour*).
3. Rumah komunitas musisi di Kota Yogyakarta, layak dikembangkan menjadi penyelenggara (*provider*) wisata musik dalam kerja sama dengan pelaku usaha wisata (bisnis wisata) semacam agen perjalanan wisata (*biro travel*).
4. Melalui pemetaan deskriptif bisa diperoleh gambaran tentang penyebaran rumah komunitas musisi, lembaga penyelenggara pendidikan seni musik dan jejak musisi senior yang ada di Kota Yogyakarta

## **F. Metode Pengumpulan Data**

1. Data primer

Pengumpulan data primer diperoleh melalui studi kancah dengan wawancara pada para narasumber terpilih.

2. Data sekunder

Pengumpulan data sekunder diperoleh dengan melakukan penelusuran bahan melalui media internet, maupun data pendukung lewat studi pustaka.

## **G. Batasan Daerah Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Yogyakarta dan sekitarnya. Batasan wilayah ditentukan dengan acuan wilayah didalam lingkaran Jalan Lingkar serta daerah sekitar Jalan Lingkar. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk memudahkan identifikasi karena kendala administratif dan perijinan.

## **H. Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

Yogyakarta memiliki potensi musik yang luar biasa. Potensi tersebut meliputi kekayaan musisi, kelompok musisi, rumah-rumah komunitas seni musik,

lembaga pendidikan musik baik formal (tingkat menengah hingga perguruan tinggi) maupun nonformal (kursus musik).

### **I. Aspek Personal**

Meskipun data temuan ini tidak lengkap sekali dan belum mampu mencakup seluruh potensi musikal Yogyakarta, namun bila disistemasi mencakup perincian berikut:

#### **1. Musisi yang dikenal secara nasional.**

Kusbini (alm.), Ebiet G. Ade, *Sawung Jabo*, *Jadug Ferianto*, *Jikustik*, *Sheila On 7*, *Shaggy Dog*, *Kyai Kanjeng* (Emha Ainun Najib), *Gangsa Dewa* (Memet Chairul Slamet), *Letto*, *Sapto Raharjo*, dan yang lainnya.

#### **2. Rumah Komunitas Musik:**

- a. *Doggy house*, rumah komunitas sekaligus studio latihan kelompok Shaggy Dog di Jalan Nogosari, kawasan Tamansari Kecamatan Kraton.
- b. *Kawasan Budaya Gayam*, di Jalan Gayam 16, bersama dengan komunitas Geronimo menjadi basis awal kelompok Jikustik. Saat ini selain menjadi penyelenggara Festival Gamelan Internasional, juga menjadi tempat mangkal banyak kelompok indie.
- c. *Padepokan Seni Bagong Kusudiarjo* di Kecamatan Kasihan Bantul, tempat mangkal Kelompok Kuaetnika yang dimotori oleh musisi Jadug Ferianto.
- d. *Kelompok Gangsadewa* di Gg Sadewa Jalan Suryodiningratan, sebuah bengkel musik yang dipelopori oleh Memet Chairul Slamet dengan aliran musik etnis-alternatif.

#### **3. Lembaga Pendidikan Musik:**

- a. Formal:
  1. Sekolah Menengah Kejuruan 2 Kasihan Bantul yang merupakan gabungan dari Sekolah Menengah Karawitan Indonesia (SMKI) dan Sekolah Menengah Musik (SMM) di Jalan Bugisan.
  2. Jurusan Seni Musik Fakultas Seni Pertunjukan ISI- Institut Seni Indonesia Jalan Parangtritis Kecamatan Sewon.
  3. Fakultas Pendidikan Bahasa dan Seni UNY-Universitas Negeri Yogyakarta
- b. Non Formal:
  1. Crescendo - Yamaha Music School di Jalan Ngadikan 4 Kotabaru.
  2. SOSI di Jalan Kusbini Langensari, dengan spesialisasi Gitar.
  3. Purwacaraka Musik Studio di Jalan Monjali 126.
  4. Lyra Yogyakarta Music College di Jalan Kranggan No. 30.
  5. Pusat Musik Liturgi di jalan Abu Bakar Ali No. 1, sebuah lembaga kursus musik Gerejani (Katolik).

### **II. Potensi Wisata Musikal**

Banyaknya potensi wisata musikal yang terdapat di Kota Yogyakarta memungkinkan untuk dikembangkan dalam beberapa program paket wisata, antara lain :

#### **1. Wisata Napak Tilas**

Dalam model ini, sangat diperlukan simbol-simbol yang mampu menghadirkan entah suasana, dinamika jaman, ataupun lingkungan seniman musisi pada obyek kunjungan. Misalnya dalam alternatif Napak Tilas Musisi Ebiet G. Ade, di salah satu bagian dari Jogja Lybrary bisa dikembangkan semacam *Ebiet's Corner*. Di stand kecil ini bisa dipajang foto-foto lama suasana Jalan Malioboro, artikel, poster pertunjukan sebagai dekorasi. Juga bisa disediakan produk CD, kaset album Ebiet G. Ade sebagai souvenir.

#### **2. Kunjungan Rumah Komunitas**

Dalam model ini, rumah komunitas menjadi faktor sangat penting. Dalam temuan di lapangan ternyata belum semua kelompok musik memiliki rumah

komunitas yang bisa dijadikan tempat kunjungan wisatawan. Selain itu, bila rumah komunitas semacam sudah tersedia, sangat perlu supaya lokasi ini mudah ditemukan dengan penunjuk letak pada peta dan rambu-rambu yang jelas.

### **3. Wisata Konser**

Dalam model wisata pertunjukan, yang sangat dibutuhkan pertama-tama adalah jadwal dan informasi yang jelas mengenai pertunjukan ataupun kegiatan yang bisa diformat sebagai pertunjukan. Dengan tersedianya informasi tentang jadwal event yang jelas maka sebuah perjalanan wisata pertunjukan bisa dirancang jauh hari sebelum pelaksanaan. Selain jadwal, menjadi penting keterkaitan dengan aspek wisata lain seperti akomodasi (makan dan penginapan), transportasi lokal, penyediaan tiket pertunjukan dan sebagainya.

### **4. Kunjungan Partisipatif**

Pada model wisata kunjungan partisipatif, peran penting dimainkan oleh penyelenggara paket wisata, dalam hal ini rumah komunitas musisi atau pendidikan seni musik yang telah memiliki prasarana (tempat, studio atau sanggar, dan instrumen musik) memadai, serta jadwal latihan yang teratur. Selain itu harus disiapkan *tour leader* yang sekaligus akan memainkan peran sebagai dirigen (pengarah musik) atau instruktur dalam kolaborasi bersama. Selain prasyarat pada masing-masing model maupun penyelenggaraan wisata seperti terurai di atas, perlu diperhatikan beberapa faktor yang secara umum berkaitan dengan pengembangan daya tarik wisata. Faktor-faktor itu antara lain adalah :

#### **a. Integrasi Obyek Wisata**

Biasanya, untuk bisa terselenggara secara berkesinambungan (*sustainable*), sebuah paket wisata baru harus diintegrasikan dalam paket wisata yang ada. Pertimbangan rute perjalanan wisata bisa diambil sebagai salah satu dasar integrasi ini. Sebagai contoh, wisata kunjungan rumah komunitas Doggy-House basis kelompok Shaggy Dog di Jalan Nogosari, bisa diintegrasikan dengan obyek wisata Kraton, Pasar Ngasem, dan Tamansari. Kunjungan ke Padepokan Seni Bagong basis kelompok Kuaetnika – Jadug Ferianto, bisa diintegrasikan dengan perjalanan ke Desa Kerajinan Gerabah Kasongan. Kunjungan ke Jurusan Musik ISI bisa diintegrasikan dengan kunjungan ke Pantai Parangtritis.

#### **b. Kesiapan Rumah Komunitas.**

Untuk memenuhi standar daya tarik wisata yang layak ditampilkan sebagai paket wisata, maka masing-masing rumah komunitas musik harus mampu menjadi provider penyelenggara paket wisata. Untuk itu kerjasama dengan Dinas Pariwisata sebagai pendamping serta komunitas wisata lainnya menjadi penting terjalin.

Dalam kerjasama ini masing-masing rumah komunitas bisa didampingi untuk mencapai standar baku mutu sebagai paket/obyek wisata. Dengan proses pendampingan ini kualitas dan keunikan masing-masing komunitas musik mampu ditampilkan secara optimal dan tetap memenuhi syarat-syarat sebagai obyek wisata yang layak.

#### **c. Kerjasama Antar Pelaku Bisnis Wisata**

Akhirnya yang tak kalah penting adalah kerjasama antara rumah-rumah komunitas musik sebagai provider paket wisata dengan para pelaku bisnis wisata di Yogyakarta seperti Agen Perjalanan Wisata (*Travel Agent*), Hotel-Penginapan, maupun segenap yang terkait dalam jaringan bisnis wisata lainnya. Peran para pihak ini sangat penting karena bersentuhan langsung baik dengan pasar wisata maupun dengan konsumen wisata, sehingga paket-paket wisata musikal yang telah siap, bisa disajikan (dijual) sebagai pilihan wisata bagi calon wisatawan ke Yogyakarta di masa mendatang.

### III. Kendala Dan Batasan.

Pengembangan kekayaan musisi Yogyakarta sebagai daya tarik wisata alternatif juga memiliki kendala dan batasan yakni :

#### 1. Sumber belajar dan rujukan

Pengembangan wisata musikal adalah hal baru bagi dunia pariwisata Yogyakarta, bahkan bagi wisata Indonesia. Karenanya, sumber bahan belajar, rujukan, ataupun pembanding tidak mudah ditentukan. Dengan demikian langkah ini membutuhkan keberanian besar dari segenap pihak yang peduli terhadap pengembangan pariwisata Yogyakarta untuk merintis dan mencari bentuk serta pengelolaan yang baik. Bila rintisan ini berhasil dilakukan, maka Yogyakarta akan menjadi *trend setter* dalam pengembangan pariwisata alternatif dan bisa menularkan pengalaman ini ke daerah-daerah lainnya.

#### 2. Daya Tampung Rumah Komunitas

Masing-masing rumah komunitas musik memiliki batas kapasitas tampung wisatawan pada waktu tertentu. Batasan ini terkait dengan kapasitas tempat dan tempat parkir kendaraan wisatawan. Untuk paket wisata ke ISI dan Padepokan Seni Bagong, bisa menampung rombongan wisatawan yang cukup banyak (diperkirakan hingga beberapa bus besar). Namun rumah-rumah komunitas musik dalam kota, sangat terbatas lahan parkir maupun kapasitas tempatnya.

#### 3. Belum ada direktori musik .

Kendala lain bila wisata musikal akan dikembangkan sebagai daya tarik wisata alternatif adalah ketersediaan informasi berupa direktori kekayaan musikal Yogyakarta. Saat ini, direktori semacam ini belum tersedia. Sedangkan prasarana lain telah cukup memenuhi standart atau (setidaknya sedang dalam proses penyelesaian). Semisal gedung konser, di Yogyakarta telah tersedia Gedung Pertunjukan Societet di Jalan Pabringan, Gedung Konser ISI, Hall (GOR) UNY yang memenuhi syarat untuk pertunjukan musik skala besar. Selain gedung konser besar, juga banyak terdapat rumah-rumah musik, café, sanggar seni budaya, studio musik skala kecil hingga menengah di kawasan Yogyakarta. Direktori informasi yang baik, akan menampilkan data dan informasi tentang kekayaan musikal Yogyakarta pada khalayak.

### I. Kesimpulan :

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini, yaitu :

1. Yogyakarta memiliki potensi musikal yang kaya, berkualitas tinggi, meliputi berbagai wilayah atau jenis (genre) musik, serta dilengkapi beragam aspek disekitarnya. Kekayaan musisi yang telah memiliki nama besar dan dikenal secara nasional.
2. Penelitian berhasil mengidentifikasi beberapa rumah komunitas musisi serta menggali tanggapan musisi dan pelaku wisata mengenai gagasan wisata musikal di Jogjakarta.
3. Penelitian ini juga berhasil mengidentifikasi lembaga pendidikan musik yang ada di Kota Yogyakarta dan sekitarnya. Identifikasi ini berguna sebagai dasar untuk pengembangan direktori dan pembuatan program wisata pendidikan.

### J. Saran

Untuk bisa dikembangkan menjadi daya tarik wisata, ada beberapa prasyarat yang harus dipenuhi baik sesuai dengan model-model wisata musikal yang dipilih yakni :

1. Wisata napak tilas, harus tersedia simbol atau monumen kenangan perjalanan kreatif musisi Yogyakarta terpilih, yang bisa dikunjungi oleh wisatawan.
2. Pengembangan paket wisata musikal dilakukan dengan penelitian yang lebih mendalam agar dapat diketahui karakter masing-masing program.

#### **K. REKOMENDASI PENELITIAN**

Pelaksanaan kegiatan penelitian ini dilakukan untuk menjangkau gagasan pembangunan yang dilakukan oleh pihak-pihak yang berkepentingan untuk mengembangkan potensi wisata Yogyakarta. Adapun rekomendasi dari penelitian yang dapat dipakai sebagai dasar tindak lanjut paska dilakukannya penelitian ini antara lain :

1. Dukungan Pemerintah, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah , Lembaga Swadaya Masyarakat, Akademisi, Pers , Dewan Kebudayaan, Musisi, serta semua pihak yang peduli dengan kemajuan pariwisata Kota Yogyakarta untuk mengangkat potensi musikal Yogyakarta sebagai daya tarik wisata alternatif.
2. Penerbitan direktori musikal yang memuat data dan informasi mengenai kekayaan musikal Yogyakarta. Direktori tersebut harus dipublikasikan ke seluruh wilayah Indonesia, ter-update setiap saat, bersifat karya kolaborasi, serta bisa diakses oleh semua kalangan secara cuma-cuma. Bentuk direktori dapat berupa bahan cetakan atau informasi melalui situs online berbasis web.
3. Penyelenggaraan kerjasama antara pemerintah, pelaku wisata , pengelola lembaga pendidikan musik semua pihak agar wisata musical maupun wisata pendidikan musik sebagai salah satu potensi wisata alternative dapat terwujud.
4. Pengembangan potensi wisata musikal dalam bentuk paket-paket wisata : napak tilas, wisata konser, wisata partisipatif maupun kunjungan rumah komunitas musisi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Eka Budianto, Menggebrak Dunia Wisata. 1993. Penerbit Puspa Swara. Jakarta.  
 Eni Prihtiyani, Studio Musik, Keselarasan Hobi dan Motif Bisnis, KOMPAS – Yogyakarta, 20 April 2006.  
 Globe (Majalah) No XX/VIII 1994.  
 Oka A Yoeti, . Femasaran Pariwisata 1985 Penerbit Angkasa.Bandung  
 Salah Wahab. 1989 Manajemen Kepariwisata. Penerbit Pradnya Widya. Jakarta.  
 Spillane, James J,Dr. 1994, Ekonomi Pariwisata, Penerbit Kanisius,Yogyakarta.  
 Theo Sunu Widodo, Nasib Musik Seriosa Kini, KOMPAS – Yogyakarta, 23 Januari 2007.  
 Undang - Undang No 9 1990 Ten tang Kepariwisata..1990.Departemen Pariwisata Pos dan Telekomunikasi. Jakarta.

#### **Situs Web**

- |  |  |
|--|--|
| <a href="http://www.ebietgade.com">www.ebietgade.com</a>                                   | <a href="http://www.jogja.go.id">www.jogja.go.id</a>       |
| <a href="http://id.wikipedia.org/wiki/Ebiet_G._Ade">id.wikipedia.org/wiki/Ebiet_G._Ade</a> | <a href="http://www.legalitas.org">www.legalitas.org</a>   |
| <a href="http://www.j-kustik.com">www.j-kustik.com</a>                                     | <a href="http://www.serbayogya.com">www.serbayogya.com</a> |
| <a href="http://www.sheilaon7.com">www.sheilaon7.com</a>                                   | <a href="http://www.trulyjogja.com">www.trulyjogja.com</a> |
| <a href="http://www.kuaetnika.com">www.kuaetnika.com</a>                                   | <a href="http://www.gudeg.net">www.gudeg.net</a>           |
| <a href="http://www.doggy-house.com">www.doggy-house.com</a>                               | <a href="http://www.amarijogja.org">www.amarijogja.org</a> |