

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara yang kaya akan budaya dan pariwisata. Hal ini terbukti dari banyaknya daerah kunjungan wisata yang hampir tersebar di seluruh provinsi di Indonesia. Melihat begitu banyak potensi pariwisata yang terdapat di Indonesia mendorong beberapa pihak untuk mengembangkan kepariwisataan Indonesia dengan berbagai cara, misalnya dengan mengadakan pameran seni dan budaya, pertunjukkan kesenian budaya setempat, dan membuka usaha perjalanan wisata sebagai kegiatan promosi daerah tujuan wisata atau destinasi pariwisata tersebut.

Wisata memiliki pengertian yaitu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara¹. Sedangkan untuk daerah tujuan wisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam suatu daerah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan².

¹ Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan.

² Ibid.,

Pariwisata berperan dalam upaya meningkatkan jati diri bangsa dan mendorong kesadaran dan kebanggaan masyarakat terhadap kekayaan alam dan budaya bangsa dengan memperkenalkan kekayaan alam dan budaya.

Untuk mendatangkan wisatawan, baik itu wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara, daerah tujuan wisata atau destinasi pariwisata harus menawarkan potensi apa saja atau fasilitas apa saja yang dimiliki di daerah tersebut misalnya: jasa transportasi, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi serta penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi³. Ini semua akan menjadi daya tarik sendiri bagi wisatawan yang akan berkunjung atau berwisata ke daerah tujuan wisata tersebut.

Adanya keterbukaan untuk memberitahu kepada wisatawan tentang apa saja yang menjadi potensi di daerah tujuan wisata tersebut menjadi hal yang menarik untuk dicermati bagi wisatawan nusantara ataupun wisatawan mancanegara untuk berkunjung. Hal ini juga merupakan ajang promosi bagi daerah tujuan wisata tersebut dan hal ini pula juga yang dapat mendatangkan devisa atau pemasukan bagi perkembangan ekonomi pariwisata di Indonesia.

³. Ibid.

Kegiatan promosi sendiri dalam dunia pariwisata saat ini untuk Indonesia sangat mendukung pembangunan pariwisata yang mempunyai peranan penting dalam meningkatkan penyerapan tenaga kerja, mendorong pemerataan kesempatan berusaha, mendorong pemerataan pembangunan nasional, dan memberikan kontribusi dalam penerimaan devisa negara yang dihasilkan dari jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, serta berperan dalam mengentaskan kemiskinan yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan rakyat⁴.

Dalam hal ini Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata membuat suatu kebijakan untuk mengatur tentang kegiatan promosi ini yang berdampak bagi destinasi pariwisata di Indonesia khususnya di daerah-daerah tujuan wisata lainnya. Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata membuat suatu badan yang khusus untuk mengatur jalannya kegiatan promosi yaitu BPPI (Badan Promosi Pariwisata Indonesia). BPPI berkedudukan di ibukota negara dan merupakan lembaga swasta yang bersifat mandiri⁵. BPPI mempunyai tugas yaitu: meningkatkan citra kepariwisataan Indonesia, meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara serta meningkatkan penerimaan devisa dan pembelanjaan⁶.

⁴. www.budpar.go.id, Rencana Strategis Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Tahun 2010 – 2014.

⁵. Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan.

⁶. Ibid.

Fungsi dari BPPI sendiri adalah sebagai koordinator promosi pariwisata yang dilakukan dunia usaha di pusat dan daerah; dan mitra kerja Pemerintah dan Pemerintah Daerah⁷. Bertolak dari fungsi BPPI, maka kegiatan promosi pariwisata Kota Yogyakarta pun menjadi kewenangan BP2KY (Badan Promosi Pariwisata Kota Yogyakarta). Kota Yogyakarta memiliki banyak sekali daerah tujuan wisata yang belum terpublikasikan dengan baik. Mungkin untuk sebagian wisatawan, yang terkenal dari Yogyakarta hanyalah Kawasan Malioboro, Keraton Yogyakarta, Pantai Parangtritis, Candi Prambanan dan Pusat oleh-oleh Bakpia. Namun, diantara itu semua masih banyak daerah tujuan wisata yang belum tereksplor dengan baik. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pemerintah daerah setempat mengakibatkan daerah tujuan wisata lain tak terjamah.

Selain akibat dari kurangnya promosi mengakibatkan juga berkurangnya wisatawan asing dan wisatawan lokal untuk berkunjung ke daerah tujuan wisata tersebut. Dalam PERDA No 4 Tahun 2010 tentang Penyelenggaraan Kepariwisataan menyebutkan bahwa pembangunan destinasi pariwisata dapat memberikan dampak antara lain meliputi pemberdayaan masyarakat, pembangunan daya tarik wisata, pembangunan prasarana, penyediaan fasilitas umum, serta pembangunan fasilitas pariwisata secara terpadu dan berkesinambungan serta melibatkan Usaha Mikro,

⁷ Ibid.

Kecil dan Menengah sebagai pendukung penyediaan produk lokal kepariwisataan dan penganekaragaman atraksi seni dan budaya daerah penyediaan fasilitas umum melalui optimalisasi fasilitas dan sarana kepariwisataan yang mencerminkan ciri khas Daerah.

Oleh karena itu, peran BP2KY sendiri sangat penting untuk kegiatan promosi dan pengembangan destinasi pariwisata Kota Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pelaksanaan kewenangan BP2KY (Badan Promosi Pariwisata Kota Yogyakarta) terhadap kegiatan promosi dan pengembangan destinasi pariwisata Kota Yogyakarta?
2. Kendala apa yang dialami oleh BP2KY (Badan Promosi Pariwisata Kota Yogyakarta) dalam menjalankan kewenangannya sebagai badan promosi terhadap kegiatan promosi dan pengembangan destinasi pariwisata Kota Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Penulisan Hukum / Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui apa saja yang menjadi pelaksanaan kewenangan BP2KY (Badan Promosi Pariwisata Kota Yogyakarta) dalam pelaksanaan kegiatan promosi dan pengembangan destinasi di Kota Yogyakarta dan kendala dalam kegiatan promosi dan pengembangan destinasi tersebut.

D. Manfaat penelitian:

1. Hasil dari penulisan hukum / skripsi ini mampu memberikan kontribusi yang berguna bagi perkembangan ilmu hukum khususnya pada bidang Hukum Pariwisata.
2. Penulisan Hukum / skripsi ini diharapkan dapat membuka wacana baru bagi BP2KY (Badan Promosi Pariwisata Kota Yogyakarta) dan masyarakat dalam mendukung kegiatan promosi pariwisata.
3. Penulisan Hukum / skripsi ini juga diharapkan mampu memberikan masukan kepada Pemerintah dalam membuat dan menerapkan suatu kebijakan yang dihasilkan, agar nantinya dapat tercipta suatu kesinergisan dalam pembuatan suatu aturan, serta penerapannya di lapangan.

E. Keaslian Penelitian :

Dengan ini penulis menyatakan bahwa penulisan hukum / skripsi yang berjudul “Pelaksanaan Kewenangan BP2KY (Badan Promosi Pariwisata Kota Yogyakarta) dalam Kegiatan Promosi dan Pengembangan Destinasi Pariwisata Kota Yogyakarta” ini merupakan hasil karya penulis dan bukan merupakan duplikasi maupun plagiasi dari hasil karya penulis lain.

F. Batasan Konsep

1. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

(Pasal 1 ayat 3 UU No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan)

2. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

(Pasal 1 ayat 1 UU No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan)

3. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.

(Pasal 1 ayat 2 UU No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan)

4. Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapiterwujudnya kepariwisataan.

(Pasal 1 ayat 6 UU No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan)

5. Promosi adalah kenaikan pangkat; naik pangkat, pengenalan; reklame (dalam rangka memajukan usaha, dagang, dsb).

(Kamus Besar Bahasa Indonesia)

6. BP2KY adalah Badan Promosi Pariwisata Kota Yogyakarta.

(Peraturan Daerah Kota Yogyakarta No 4 Tahun 2010 Tentang Penyelenggaraan Kepariwisataan).

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penyusunan penelitian, penulis melakukan penelitian hukum empiris yaitu penelitian yang berfokus pada perilaku masyarakat hukum (*law in action*).

2. Sumber data

a.Data primer, hasil wawancara dengan Bapak Johannes Sinduk selaku Kepala Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta dan Ibu Artin Wuryani selaku Direktur Eksekutif BP2KY.

b.Data sekunder, UU No.9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan, UU No.10 Tahun 2010 tentang Kepariwisataaan, Peraturan Pemerintah No.67 Tahun 1996 tentang Penyelenggaraan Kepariwisataaan, dan Peraturan Walikota No.5 Tahun 2010 tentang Pembentukan Badan Promosi Pariwisata Kota Yogyakarta.

c.Data Tersier, adalah berupa Kamus Besar Bahasa Indonesia, dan Ensiklopedi Indonesia.

3. Metode Pengumpulan Data

a.Wawancara

b.Studi kepustakaan

4. Narasumber dan Responden

1. Bapak Yohannes, Kepala Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Yogyakarta.

2. Ibu Artin Wuryani, Direktur Eksekutif BP2KY.

5. Lokasi Penelitian

Kota Yogyakarta

6. Metode analisis

Dalam menganalisis data penulis menggunakan analisis kualitatif, yaitu data yang didapatkan dari berbagai sumber sebagaimana disebut di atas dihubungkan dan dianalisis satu sama lain, setelah itu dengan pemikiran logis dan sistematis akan ditarik suatu kesimpulan dengan menggunakan pendekatan deduktif, yaitu pengambilan kesimpulan dimulai dari pernyataan atau fakta-fakta umum menuju kesimpulan yang bersifat khusus.

