

**KESESUAIAN ANTARA PERMINTAAN DAN PENAWARAN WISATA
PADA DESTINASI *URBAN HERITAGE* (STUDI KASUS KOTAGEDE, YOGYAKARTA)
*THE CONFORMITY OF TOURISM DEMAND AND SUPPLY AT URBAN HERITAGE
DESTINATION (CASE STUDY KOTAGEDE, YOGYAKARTA)***

Nina Noviasuti¹, Asmarani Februandari²

¹ D3 Perhotelan, Akademi Pariwisata Dharma Nusantara Sakti, Jl Bintaran Kidul 12,
Yogyakarta 55151, Indonesia

² LPM AKPARDA, Akademi Pariwisata Dharma Nusantara Sakti, Jl Bintaran Kidul 12,
Yogyakarta 55151, Indonesia
email: ninaromadhon@gmail.com

ABSTRAK

Sebagai sebuah destinasi wisata *urban heritage* di Yogyakarta, Kotagede belum terlalu banyak dikunjungi oleh wisatawan. Hal ini terjadi diduga akibat belum adanya kesesuaian antara permintaan dan penawaran wisata di destinasi itu. Penelitian ini bertujuan untuk melihat tingkat kesesuaian antara penawaran dan permintaan sehingga nantinya dapat digunakan dalam perumusan strategi pengembangan pariwisata di tempat ini. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan empat alat analisis, yaitu: analisis Boston Consultant Group (BCG), analisis presentase, analisis SWOT, dan analisis deskriptif. Hasil menunjukkan bahwa di Kotagede belum ada kesesuaian antara permintaan dan penawaran wisata. Dalam pengembangannya, aspek konservasi, pemasaran, keterlibatan masyarakat lokal, dan pembangunan infrastruktur dan fasilitas penunjang wisata harus menjadi perhatian.

Kata Kunci: destinasi *urban heritage*, Kotagede, permintaan wisata, penawaran wisata

ABSTRACT

As one of *urban heritage* destination in Yogyakarta, Kotagede only has few visitors. It possibly happened because there is no conformity between tourism supply and demand. This research aim is to find the conformity between those two aspects, so the strategies of tourism development can be generated. This research use descriptive qualitative method with four analysis tools, namely: Boston Consultant Group Analysis, Percentage Analysis, SWOT Analysis, and Descriptive analysis.

The result showed that there is no conformity between the demand and supply. Therefore, the development strategies of Kotagede should be considered on four aspects: conservation, marketing and branding, involvement of local communities, and development of infrastructure and tourism supporting facilities.

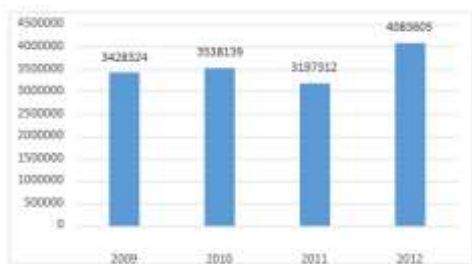
Keywords: *urban heritage* destination, Kotagede, tourism supply, tourism demand

1. PENDAHULUAN

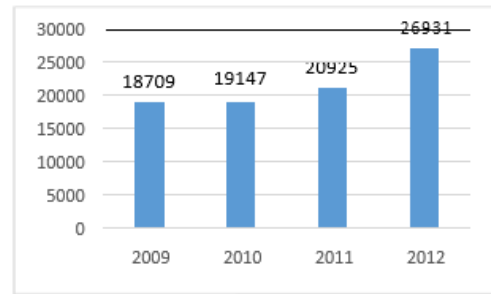
Yogyakarta, sebagai salah satu kota yang telah ditetapkan oleh pemerintah sebagai kota tujuan wisata *heritage*¹ mempunyai banyak sekali potensi, salah satunya Kotagede. Sebagai bekas ibukota kerajaan Mataram, Kotagede banyak menyimpan peninggalan dari kerajaan tersebut yang berupa makam, benteng, dan artefak lainnya seperti Watu Gilang dan Watu Cantheng. Selain itu, Kotagede juga menyimpan sekitar 170 bangunan kuno yang didirikan pada tahun 1700 hingga 1930.

Peristiwa gempa 27 Mei 2006 membawa dampak kerusakan yang cukup besar bagi Kotagede. Munculnya organisasi-organisasi kemasyarakatan yang peduli dengan pelestarian kawasan pusaka Kotagede membuat Kotagede sedikit demi sedikit bangkit. Geliat pariwisata di Kotagede pun mulai terasa, salah satunya adalah diadakannya program jelajah kawasan pusaka Kotagede atau *Kotagede heritage trail*.

Seiring dengan maraknya kegiatan-kegiatan budaya yang diadakan baik di wilayah Yogyakarta maupun di Kotagede sendiri, tingkat kunjungan wisatawan di kawasan Kotagede dari tahun ke tahun juga semakin meningkat namun dari segi kuantitas masih terbilang sedikit (Disbudpar, 2013).



Gambar 1. Kunjungan wisatawan ke Kotagede tahun 2009-2012



Gambar 2. Kunjungan wisatawan ke Yogyakarta tahun 2009-2012

Diduga, tidak adanya kesesuaian antara faktor penawaran dan permintaan wisata yang menyebabkan tingkat kunjungan di Kotagede rendah. Faktor penawaran dan permintaan adalah hal yang sangat mempengaruhi perkembangan pariwisata, seperti yang dikatakan oleh Pitana (2009) bahwa tanpa ada kesesuaian antara sisi penawaran (*supply*) dan sisi permintaan (*demand*) maka keberlangsungan pariwisata akan terganggu. Ringkasnya, salah satu kunci sukses dalam pengembangan suatu destinasi wisata adalah pada kesesuaian antara sisi penawaran dan sisi permintaan wisata.

Berdasarkan paparan di atas, peneliti menganggap penting untuk mengetahui bagaimanakah kesesuaian antara penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) kawasan Kotagede sebagai kawasan wisata *heritage* agar nantinya dapat dirumuskan pengembangan kawasan Kotagede yang tepat sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke kawasan ini namun tetap selaras dengan prinsip-prinsip wisata *heritage*.

Berdasarkan paparan di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

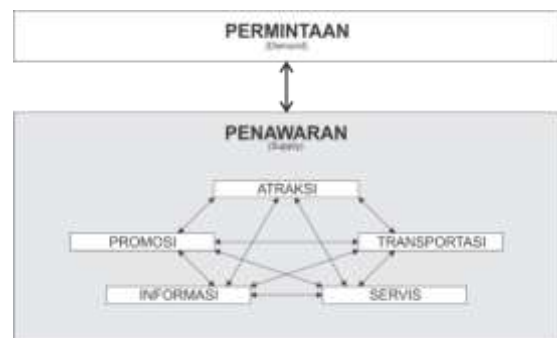
1. Mengidentifikasi karakteristik penawaran dan permintaan wisata di kawasan Kotagede sebagai destinasi *urban heritage*

2. Mengukur tingkat kesesuaian antara penawaran dan permintaan wisata di kawasan Kotagede sebagai destinasi *urban heritage*
3. Memberikan arahan kebijakan dalam rangka perencanaan dan pengembangan kawasan Kotagede sebagai destinasi *urban heritage* agar dapat dikembangkan sesuai dengan permintaan wisatawan

Perencanaan dan pengembangan kegiatan wisata pada suatu wilayah dengan mengusahakan keterpaduan antar sisi permintaan (*demand*) dan sisi penawaran (*supply*) merupakan salah satu pendekatan yang sangat mendasar. Pada hakekatnya perencanaan dan pengembangan suatu destinasi ditujukan untuk menarik kunjungan wisatawan ke destinasi tersebut. Sehingga pengembangan yang akan dilakukan harus memperhatikan dan mendasarkan pada kajian terhadap kesesuaian antara karakteristik sisi penawaran destinasi dengan karakteristik sisi permintaan pengunjung. Kesesuaian antara *supply* dan *demand* akan berdampak pada kepuasan wisatawan yang pada akhirnya mampu menciptakan nilai jual dan meningkatkan daya saing obyek wisata (Cravens, 1997).

Menurut Gunn (1988) dan Mill Morrison (1985), sistem wisata adalah hubungan antara penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*). Penduduk yang

berkeinginan dan berkemampuan untuk mengadakan perjalanan, atau dengan kata lain wisatawan, sebagai permintaan, dan dari segi penawaran adalah berbagai jenis moda transportasi, atraksi wisata, fasilitas dan pelayanan jasa bagi wisata dan juga penyediaan informasi dan promosi wisata. Hubungan permintaan dan penawaran berwisata digambarkan Gunn (2000) sebagai suatu sistem fungsi kepariwisataan. Dalam pengembangan produk wisata, keinginan wisatawan harus bertemu sehingga menghasilkan keuntungan yang baik bagi wisatawan (Levitt dalam Husmawaty, 2010).



Gambar 3. Skema Hubungan Permintaan dan Penawaran Berwisata

Sisi penawaran suatu kawasan wisata sangat erat kaitannya dengan produk wisata yang dapat diidentifikasi menjadi dua kategori, yaitu atraksi dan fasilitas. Sedangkan permintaan wisata (*demand*) dipengaruhi oleh minat wisatawan itu sendiri. Menurut Schmoll (1997), faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam mengambil keputusan berwisata adalah motivasi, persepsi, preferensi, dan ekspektasi.

Urban Heritage Tourism merupakan suatu bentuk pariwisata yang melingkupi monumen (karya arsitektur, artefak-artefak arkeologi, dan prasasti yang mempunyai nilai lebih dari sudut pandang kesejarahan, seni, atau keilmuan), kelompok bangunan yang mempunyai nilai lebih dari sudut pandang kesejarahan, seni, atau keilmuan, dan situs bersejarah (Afify, 2002).

Kota lama (*old town*) merupakan salah satu unsur dari suatu destinasi *urban heritage*. (Andersen, Prentice, dan Guerin, 1997). Bangunan-bangunan bersejarah, bentuk morfologi dari jalan dan ruang, dan hal-hal yang berkaitan dengan sejarah telah menjadi sumber daya pariwisata dari sebuah kota lama. Karakter khusus dari suatu kota lama tercermin dari hubungan fisik dengan masa lalu dan keberlanjutan tradisi dari lingkungan mereka, terutama untuk:

- a. Daya tarik fisik bangunan, *streetscape*, *townscape*, *view*, dan pemandangan (*vistas*)
- b. Kerajinan industri lokal, yang dapat meyakinkan bahwa tempat tersebut bersih dan nyaman untuk dikunjungi
- c. Skala manusia dan kedekatan
- d. Karakteristiknya yang mudah untuk dieksplorasi dengan berjalan kaki
- e. Kehidupan di dalamnya
- f. Kesempatan untuk menjadi bagian dari kehidupan kota untuk sementara waktu
- g. Kesempatan untuk berkomunikasi

Van den berg, Van der Borg, dan Van der Meer (1995) menyatakan ada lima komponen utama dari produk wisata suatu *urban heritage*, yaitu:

1. *Primary tourist product*, yaitu produk yang dijadikan sebagai alasan utama mengapa wisatawan datang berkunjung. Atraksi utama dalam wisata *heritage* adalah yang berkaitan dengan konteks kesejarahan, dan warna lokal daerah setempat. Sedangkan hal-hal lain yang menarik untuk dikunjungi adalah pertunjukkan seni musik, tarian, obyek religius, *handicraft*, dan arsitektur.
2. Kelengkapan dan kualitas dari fasilitas pendukung
3. Citra destinasi yang ada pada benak pasar
4. Kenyamanan aksesibilitas menuju destinasi
5. Kemudahan akses di dalam destinasi

Dalam penelitian ini cara untuk menjelaskan kondisi dan profil **penawaran** (*supply*) wisata, adalah melalui pendekatan bersudut pandang/ berperspektif **permintaan** (*demand*).

Permintaan (*supply*) wisata *heritage* adalah produk wisata *heritage* yang memiliki elemen yang sama dengan produk pariwisata pada umumnya, yang berupa **atraksi, aksesibilitas, akomodasi, fasilitas dan informasi**. Kelima elemen itu digunakan sebagai variabel penelitian. Sedangkan penawaran

wisatawan menjadi perspektif pembahasan secara teoritik. Hal-hal yang dianggap mempengaruhi **motivasi wisatawan** dan berkaitan dengan penawaran akan digunakan sebagai indikator dalam pembahasan. Menurut Gunn sebuah perencanaan kepariwisataan dikembangkan berdasarkan kesesuaian antara *supply* dan *demand*. Sudut pandang *demand* sekaligus berperan sebagai lingkup batasan pembahasan terhadap *supply*.



Gambar 4. Landasan Teori

Penelitian ini terdiri dari empat bagian. Bagian pertama adalah pendahuluan yang berisi mengenai latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, tinjauan pustaka dan landasan teori yang digunakan pada penelitian ini serta sistematika penulisan. Bagian kedua berisi mengenai metode penelitian yang digunakan penelitian ini, mencakup lingkup penelitian, variabel dan indikator penelitian, sumber data, metode pengambilan sampel, dan teknik analisis. Bagian ketiga berisi hasil dan pembahasan. Bagian keempat merupakan kesimpulan dari hasil penelitian ini.

2. METODE PENELITIAN

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *mix method* yang penelitian yang mengintegrasikan dua buah metode yaitu kualitatif dan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2011), penggunaan metode campuran atau *mix method* dalam suatu penelitian dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif, *reliable*, valid, dan objektif. Pada penelitian ini, metode kuantitatif akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang pertama dan kedua. Rumusan masalah ketiga akan dijawab dengan menggunakan metode penelitian kualitatif.

Penelitian ini dilakukan pada kawasan Kotagede Yogyakarta yang meliputi kawasan yang memiliki warisan bangunan/situs cagar budaya yang terdapat pada peta hijau Kotagede hasil *mapping* Greenmap Indonesia



Gambar 5. Lingkup wilayah penelitian

Penelitian ini menggunakan duamacam jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer

dari kuesioner yang dibagikan kepada responden, wawancara dengan narasumber, dan observasi lapangan. Sedangkan data sekunder berasal dari literatur terkait maupun dokumen-dokumen yang berasal dari pemerintahan atau lembaga yang terkait.

Adapun variabel dan indikator yang akan digunakan pada penelitian ini adalah seperti yang dipaparkan di tabel di bawah ini

Tabel 1. Variabel dan Indikator Aspek Penawaran Wisata

VARIABEL	INDIKATOR
Produk Wisata	Atraksi
	Aksesibilitas
	Akomodasi & Amenitas
	Informasi

Tabel 2. Variabel dan Indikator Aspek Permintaan Wisata

VARIABEL	INDIKATOR
Ekspektasi	Atraksi
	Aksesibilitas
	Akomodasi & Amenitas
	Informasi
Preferensi	Atraksi
	Aksesibilitas
	Akomodasi & Amenitas
	Informasi
Motivasi	Atraksi

Analisis Data

Penelitian ini menggunakan empat buah instrumen analisis, yaitu:

a. Analisis Deskriptif Kualitatif

Analisis ini dibutuhkan untuk mengetahui kondisi eksisting atau karakteristik kawasan wisata yang berpotensi untuk ditawarkan kepada wisatawan. Kondisi eksisting dari kawasan wisata dapat dilihat antara lain dari sebaran lokasi obyek wisata, kemudahan aksesibilitas, ketersediaan sarana dan prasarana, jenis obyek wisata dan atraksi

yang ditawarkan, tingkat daya tarik dari kawasan wisata tersebut, serta informasi dan promosi wisata yang telah dilakukan

b. Analisis skoring

Analisis ini dibutuhkan untuk mengetahui aspek permintaan wisatawan yang meliputi motivasi, ekspektasi, preferensi, dan persepsi.

c. Analisis BCG (Boston-Consultant Group)

Analisis ini dipakai untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai kesesuaian antara sisi penawaran dan permintaan wisata.. Metode ini menggunakan skala *Likert* untuk menilai kualitas produk wisata dengan skala 1-4

d. Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk merumuskan rekomendasi pengembangan wisata di kawasan Kotagede.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Aspek Penawaran

Analisis penawaran wisata dilakukan pada 4 (empat) variabel, yaitu: atraksi, akomodasi dan amenitas, aksesibilitas, dan informasi. Analisis dilakukan dengan menggunakan metode skoring dengan dua kategori penilaian yaitu tinggi dan rendah. Skor 1 menunjukkan hasil penilaian yang rendah sedangkan skor 2 menunjukkan hasil penilaian yang tinggi.

Berdasarkan tabel diatas, skor yang didapat adalah 32. Hasil analisis penawaran wisata tersebut kurang dari 34,5 yang berarti skor penawaran wisata adalah rendah. Dapat dikatakan bahwa komponen penawaran wisata di Kotagede kurang mendukung Kotagede sebagai sebuah destinasi wisata. Beberapa komponen yang masih harus lebih diperhatikan adalah

Tabel 3. Analisis Penawaran

NO	KOMPONEN	VARIABEL	SKOR
1	Atraksi wisata	6	6
2	Akomodasi & Amenitas	8	12
3	Aksesibilitas	5	8
4	Informasi	4	6
JUMLAH			32

1. Atraksi

Meskipun atraksi wisata di Kotagede beragam dan menarik namun tingkat kunjungan wisatawan ke berbagai atraksi atau spot wisata di Kotagede masih cukup rendah. Kompleks Masjid dan Makam Kotagede merupakan spot dengan tingkat kunjungan tertinggi namun jumlahnya masih dibawah 50%.

2. Amenitas dan Akomodasi

Di Kotagede dan sekitarnya fasilitas penginapan masih jarang ditemukan. Kalaupun ada kondisinya hanyalah penginapan kelas melati. Demikian pula dengan fasilitas makan di Kotagede dan sekitarnya.

Dari segi kuantitas, fasilitas makan di Kotagede cukup banyak dan beragam namun hanya satu atau dua restoran yang memiliki kondisi bagus, yaitu Restoran Sekar Kedhaton dan Restoran Omah Dhuwur. Fasilitas makan lainnya berupa warung dan tingkat kebersihannya masih diragukan.

Fasilitas toilet umum merupakan salah satu hal yang memiliki penilaian rendah. Di kawasan Kotagede, fasilitas toilet umum hanya terdapat di Kompleks Makam dan Masjid Kotagede sehingga menyusahkan wisatawan yang ingin BAK/BAB.

3. Jasa pemandu wisata (*guide*)

Jasa pemandu wisata (*guide*) di Kotagede cukup banyak namun banyak

wisatawan yang belum mengetahuinya. Kurangnya informasi tentang jasa pemandu wisata (*guide*) menjadi penyebabnya.

4. Aksesibilitas

Kawasan Kotagede masih belum memiliki pedestrian (tempat bagi para pejalan kaki) yang layak. Jalur bagi pejalan kaki hanya berada di sepanjang koridor Jl. Kemas dan Jl. Mondorakan dengan lebar rata-rata 1,5 m dengan kondisi permukaan yang tidak rata sehingga tidak nyaman bagi para pejalan kaki.

Beberapa *signage*/papan petunjuk arah dan peta wisata memang sudah terdapat di beberapa titik di Kawasan Kotagede namun masih belum memudahkan wisatawan jika akan mengeksplor Kotagede sendirian/tanpa menggunakan jasa pemandu wisata (*guide*).

5. Informasi Wisata

Brosur yang tersedia untuk Kotagede hanyalah brosur dari Kotagede *Heritage Trail* yang dibuat oleh salah satu LSM di Kotagede dan bukan resmi milik pemerintah. Akses masyarakat untuk mendapatkan brosur ini susah karena selain informasi mengenai ketersediaan brosur tersebut sangat minim juga dikarenakan letak kantor Kotagede *Heritage Trail* yang bukan di jalur utama kawasan Kotagede. Selain itu *website* atau situs resmi mengenai wisata di Kotagede masih belum ada. Kebanyakan adalah *review* atau ulasan dari para *travel blogger* atau dari para lembaga pengelola wisata di Kotagede seperti dari Kotagede *Heritage Trail*.

b. Aspek Permintaan

Analisis permintaan wisata dilakukan pada 4 (empat) variabel, yaitu: atraksi, akomodasi dan amenitas, aksesibilitas, dan informasi. Analisis permintaan wisatawan lokal akan memberikan penilaian terhadap produk-produk wisata Kotagede serta pola permintaan. Kondisi tersebut nantinya akan dibandingkan dengan aspek penawaran apakah ada perbedaan atau kesesuaian diantara keduanya.

Tabel 4. Analisis Penawaran

NO	KOMPONEN	VARIABEL	SKOR
1	Atraksi wisata	6	10
2	Akomodasi & Amenitas	8	10
3	Aksesibilitas	5	6
4	Informasi	4	4
JUMLAH			30

Berdasarkan tabel diatas, skor yang didapat adalah 30. Hasil analisis penawaran wisata tersebut kurang dari 34,5 yang berarti skor permintaan wisata adalah rendah. Artinya wisatawan menilai bahwa kualitas produk wisata dan informasi di kawasan Kotagede mayoritas kurang baik. Apabila ditelaah lebih lanjut, komponen-komponen yang memiliki nilai rendah adalah:

1. Akomodasi & Amenitas

Menurut responden, variabel ‘kondisi dan ketersediaan penginapan, ‘kondisi (kualitas) warung makan/resto’. Ketersediaan dan kualitas guide lokal (pemandu wisata}, ‘ketersediaan toilet umum, dan variabel ketersediaan ATM/money changer dinilai rendah. Responden merasa meskipun jumlah fasilitas makan di Kawasan Kotagede cukup banyak, namun yang benar-benar layak dari segi kondisi/kebersihannya hanya sedikit. Para penjual makanan kaki lima yang terdapat di depan pasar

misalnya, terkesan kurang bersih bagi sebagian responden. Selain itu toilet umum tidak dijumpai di kawasan ini.

Meski pemandu wisata telah tersedia namun banyak wisatawan yang tidak tahu. Beberapa responden menilai tidak adanya pusat informasi (*information centre*) di kawasan ini mengakibatkan wisatawan sulit mendapatkan berbagai informasi wisata Kotagede.

2. Aksesibilitas

Menurut responden variabel ‘Moda transportasi’, ‘jalur pejalan kaki’, ‘signage dan papan petunjuk arah dan peta wisata’ dan ‘kondisi akses menuju Kotagede’ juga masih dinilai rendah. Khusus jalur pejalan kaki, dan petunjuk arah (peta wisata) para responden yang tergolong wisatawan *backpacker* mengaku sangat memerlukan kedua fasilitas tersebut. Karena mereka biasanya menjelajah kawasan Kotagede secara mandiri.

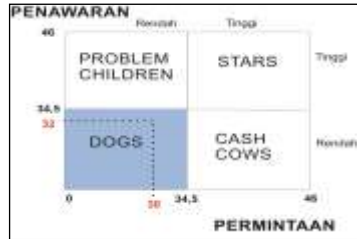
3. Informasi

Responden merasa informasi mengenai Kotagede sebagai destinasi urban heritage susah didapat baik dalam bentuk brosur maupun website resmi. Brosur terutama susah didapat dan kebanyakan responden tidak mengetahui cara mendapatkan brosur tersebut. Kalau pun mereka berhasil mendapatkan informasi dari internet atau brosur maka responden menganggap bahwa informasi yang tertera masih bersifat kurang informatif.

c. Kesesuaian Penawaran dan Permintaan

Berdasarkan matriks tersebut posisi kegiatan pariwisata ini berada pada posisi kuadran Dogs. Hal ini berarti bahwa baik penawaran yang dilakukan maupun permintaan wisatanya masih

terutama dalam mendukung kepariwisataan di kawasan Kotagede. Kawasan Kotagede berada pada posisi pangsa pasar yang rendah di pasar yang pertumbuhannya juga rendah.



Gambar 5. Matriks BCG

Untuk mencapai posisi Stars, yaitu dimana penawaran dan permintaan wisatawan bernilai tinggi, perlu ada penspesifikasian produk wisata di kawasan Kotagede: *urban heritage tourism* seperti apa yang akan dikembangkan di sana. Setelah itu, pengembangan komponen wisatanya disesuaikan dengan produk wisata yang diunggulkan di kawasan tersebut. Perlu juga dilakukan *branding* kawasan Kotagede agar calon wisatawan dapat mempunyai persepsi yang jelas terhadap kawasan Kotagede sebagai kawasan wisata.

d. Rekomendasi Pengembangan Kawasan Kotagede

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan maka disusun beberapa rekomendasi bagi pengembangan produk wisata di Kawasan Kotagede. Adapun secara garis besar strategi-strategi pengembangan produk wisata di Kawasan Kotagede adalah sebagai berikut:

- a. *Branding* kawasan
 - Perumusan *branding* kawasan Kotagede sebagai destinasi wisata
- b. Pengembangan fasilitas pendukung wisata dan infrastruktur
 - Pengembangan fasilitas pendukung wisata dan infrastruktur

yang dirasa masih kurang optimal berdasarkan analisis SWOT dan analisis penawaran-permintaan

- c. Pelibatan masyarakat
 - Pelibatan masyarakat dalam pengelolaan pariwisata di Kotagede
- d. Pelestarian

Pelestarian terhadap rumah Joglo menjadi sangat penting mengingat pariwisata membawa dampak akulturasi yang jika tidak diawasi maka akan mengikis nilai-nilai budaya Jawa yang telah berkembang di Kotagede. Selain itu, masalah gempa menjadi salah satu pengancam lestarynya rumah-rumah Joglo di kawasan ini.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dari berbagai temuan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan analisis Boston-Consultant Group (BCG) posisi Kotagede sebagai destinasi urban heritage ada di posisi kuadran Dogs. Hal ini berarti bahwa baik penawaran yang dilakukan maupun permintaan wisatanya masih rendah terutama dalam mendukung kepariwisataan di kawasan Kotagede. Kawasan Kotagede berada pada posisi pangsa pasar yang rendah di pasar yang pertumbuhannya juga rendah. Sehingga untuk mencapai posisi Stars, yaitu dimana penawaran dan permintaan wisatawan bernilai tinggi, perlu ada penspesifikasian produk wisata di kawasan Kotagede.
- b. Berdasarkan analisis SWOT, maka rekomendasi pengembangan Kawasan Kotagede sebagai destinasi urban heritage adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Strategi Pengembangan

Strategi Pengembangan	Program	Sektor Terkait
Branding Kawasan Kotagede	<ul style="list-style-type: none"> Perumusan <i>branding</i> yang meliputi perumusan <i>tagline</i> dan ikon Sosialisasi <i>brand</i> kepada pelaku pasar pariwisata melalui media cetak, elektronik, <i>event-event</i> pariwisata, maupun strategi pemasaran lainnya 	Disbudpar PHRI ASITA MEDIA
Pengembangan Fasilitas Pendukung Wisata dan infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> Tourist Information Centre Pengembangan jalur pejalan kaki, fasilitas km/wc, dan peta wisata Penetapan zona bebas kendaraan bermotor dan zonasi parkir Penetapan alur sirkulasi kunjungan 	Masyarakat Kotagede Disbudpar PU Masyarakat Kotagede Disbudpar DLLAJ Masyarakat Kotagede
Pelibatan Masyarakat sekitar	<ul style="list-style-type: none"> Pelatihan <i>guide</i> dan bahasa Inggris secara rutin bagi masyarakat Kotagede 	Akademisi Masyarakat Disbudpar Organisasi <i>guide</i>
Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> Kerjasama dengan berbagai pihak dalam hal informasi dan pemasaran Pembuatan blog resmi kotagede yang informatif Pembuatan brosur wisata Kotagede Informasi wisata Kotagede melalui media sosial (twitter, facebook, instagram) 	Disbudpar, Travel Agent Blogger PHRI Forum Joglo Berbagai organisasi Masyarakat di Kotagede
Pelestarian	<ul style="list-style-type: none"> Pengendalian <i>over carrying capacity</i> Pemberian insentif bagi masyarakat pemilik rumah Joglo Edukasi mengenai bangunan tahan gempa Edukasi mengenai akulturasi kebudayaan 	

5. REFERENSI

- Cooper, Flecher, Gilbert, Stepheer and Wanhill. 1998. *Tourism Principle and Practice*. Third edition, Pearson Education Limited, Edinburgh Gate, Harlow, England
- Disbudpar, 2013, Buku Statistik Kepariwisata 2013. Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta
- Gunn, Clare A 1998. *Tourism Planning Basics Concepts Cases*. 3rd edition, Washington: Taylor & France
- Husmawaty. 2010. "Kajian Kualitas Produk Wisata Kawasan Braga". Tesis tidak diterbitkan. Universitas Gadjah Mada.
- Inskeep, Edward 1991. *Tourism Plannig: And Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold
- Murphy P., Pritchard, M. and Smith, B. 2000. "The Destination Product and Its Impact on Traveller Perceptions". *Tourism Management* 21 (1), 43-52
- Orbash, A. 2000. *Tourists in Historic Towns: Urban Conservations and Heritage Management*. London: Spon
- Pike, Steven, 2004, *Destination Marketing Organization*, Elsevier
- Pitana, I Gde dan Putu, G Gayatri. 2009. *Sosiologi Pariwisata*, Yogyakarta: Andi
- Wen, Jia. 2007. "Stakeholder Participation Approach in Urban Cultural Heritage Management and Conservation", Tesis tidak diterbitkan, Bradenburg University of Technology, Cottus
- Van den Berg.L., Van der Borg.J., and Van der Meer.J., 1995. *Urban Tourism: Performance and Strategies in Eight European Cities*. Aldershot, Avesbury
- Yoeti, Oka A. 1996. *Pemasaran Pariwisata Terpadu*, Bandung: Angkasa
- Yoeti, Oka A. 2002. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, Jakarta: Pradnya Paramita