# *STAKEHOLDER ANALYSIS* DALAM PENGEMBANGAN *RESPONSIBLE TOURISM MARKETING* DI KAWASAN MALIOBORO KOTA YOGYAKARTA

# *STAKEHOLDER ANALYSIS OF RESPONSIBLE TOURISM MARKETING DEVELOPMENT IN MALIOBORO REGION OF YOGYAKARTA CITY*

Oleh: Arum Windaningsih dan Utami Dewi, S.I.P., M.PP
Program Studi Administrasi Publik
Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta, arumwindaa3@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keterlibatan *stakeholder* dalam kebijakan pengembangan *Responsible Tourism Marketing* (RTM) di Kawasan Malioboro serta capaian dari penerapan prinsip pengembangan RTM. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan *stakeholder* dalam pengembangan RTM di Kawasan Malioboro belum berjalan dengan optimal. Hal tersebut dikarenakan masih ditemui permasalahan mengenai keterlibatan masing-masing *stakeholder* pada tahapan *stakeholder analysis*, lebih khusunya tahapan identifikasi *stakeholder* dan klasifikasi dan kategorisasi *stakeholder*. Permasalahan tersebut berupa ketidakseimbangan penerapan ketiga prinsip pengembangan RTM dan ketidakhadiran *stakeholder* dengan kategori *context setter*. Kemudian, hasil analisis capaian pengembangan RTM di Kawasan Malioboro menunjukkan bahwa penerapan prinsip pengembangan RTM belum tercapai secara keseluruhan. Hasil analisis menunjukkan: (1) adanya keberhasilan dalam upaya konservasi lingkungan, sosial, dan budaya; (2) tidak adanya sistem atau regulasi yang mengatur tentang keterlibatan masing-masing *stakeholder*; (3) ketidakmaksimalan partisipasi masyarakat sekitar; dan (4) keberhasilan dalam meningkatkan persepsi positif dari wisatawan.

Kata Kunci: analisis pemangku kepentingan, pemasaran pariwisata yang bertanggungjawab

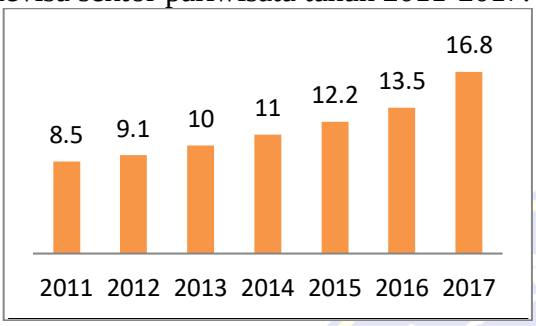
***ABSTRACT***

*The research aimed to analyze the stakeholder involvement in the policy of Responsible Tourism Marketing development in Malioboro Region as well as the achievement of RTM development principles aplication. The research method used descriptive qualitative. The results showed that the stakeholder involvement of Responsible Tourism Marketing development in Malioboro Region has not run optimally. There were still problems about stakeholder involvement on the phases of stakeholder analysis, particularly on phase of stakeholder identification and stakeholder classification. The problems were the imbalance in the implementation of RTM development principles and the absence of stakeholder which included in context setter category. After that, the result of analysis about RTM development achievement showed that implementation of RTM development principles has not achieved totality. The results showed that: (1) successin environmental, social and cultural conservation efforts, (2) the absence of a system or regulation that regulates the involvement of each stakeholder; (3) the non-maximization of surrounding community participation; and (4) success in increasing the positive perception of tourists.*

*Keywords: stakeholder analysis, resposible tourism marketing*

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor unggulan di Indonesia. Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo telah menetapkan pariwisata sebagai *leading sector* dalam pembangunan nasional. Kebijakan tersebut didasarkan pada besaran pertumbuhan devisa Indonesia dari sektor pariwisata. Berikut ini adalah grafik pertumbuhan devisa sektor pariwisata tahun 2011-2017:




Sumber: www.kemenpar.go.id

Gambar 1. Devisa Sektor Pariwisata 2011-2017 (dalam Miliar USD)

Berdasakan grafik tersebut, maka wajar apabila pemerintah menerapkan kebijakan pariwisata sebagai *leading sector* dalam pembagunan. Oleh karena itu, pembangunan pariwisata menjadi fokus pembangunan, baik skala nasional maupun daerah. Namun, kebijakan tersebut memiliki ancaman dampak negatif apabila tidak dikelola dengan baik.

Untuk mengantisipasi dampak negatif tersebut, Indonesia mulai mengembangkan *Sustainable Tourism Development* (STD). Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan, dan Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2016 Tentang Pedoman Penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Provinsi dan Kabupaten/Kota. Peraturan tersebut menjadi acuan bagi pemerintah untuk mengelola pariwisata, baik di tingkat pusat maupun daerah (sumber: www.liputan6.com diakses tanggal 6 Desember 2018).

Di Indonesia, STD yang dikembangkan memiliki empat pilar utama yaitu: (1) Sustainable *Tourism Destination*, (2) *Sustainable Tourism Marketing*, (3) *Sustainable Tourism Industry*, dan (4) *Sustainable Tourism Institution* (sumber: www.kemenpar.go.id diakses pada 02 Januari 2019). Salah satu pilar penting dalam STD adalah *Sustainable Tourism Marketing* (STM) atau pembangunan pemasaran pariwisata berkelanjutan. Hal tersebut dikarenakan pembangunan pemasaran menjadi jembatan antara pembangunan destinasi, industri, dan kelembagaan pariwisata dengan konsumen/wisatawan secara langsung. Oleh karena itu, Pemerintah Indonesia memberikan perhatian lebih pada pembangunan pemasaran pariwisata dengan mengenalkan pembangunan pemasaran berbasis *Responsible Tourism Marketing* (RTM) atau pembangunan pemasaran pariwisata yang bertanggungjawab.

RTM yang dikembangkan tersebut memiliki prinsip-prinsip pengembangan yang berorientasi pada kepuasan wisatawan dengan memperhatikan keseimbangan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Otman 1993 (dalam Dewi, 2011: 7) menyebutkan bahwa RTM memiliki dua tujuan yaitu: (1) untuk mengembangkan produk yang dibutuhkan wisatawan terkait dengan kualitas, harga, dan kenyamanan dengan perlindungan sumber daya lingkungan, sosial, dan budaya, dan (2) menciptakan citra kualitas

tinggi yang meliputi sensivitas terhadap lingkungan dan rekam jejak pemeliharaan lingkungan untuk produk wisata yang dikembangkan suatu destinasi.

Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2016 Tentang Pedoman Penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Provinsi dan Kabupaten/Kota, konsep RTM harus masuk dalam peraturan daerah. Hal tersebut juga diterapakan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta.

Kota Yogyakarta telah mengembangkan RTM dengan berlandaskan pada kebijakan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025. Kebijakan pengembangan RTM tersebut diselenggarakan di seluruh objek destinasi pariwisata di Kota Yogyakarta, salah satunya adalah Kawasan Malioboro. Kawasan Malioboro merupakan salah satu tempat tujuan wisatawan yang menjadi ikon untuk pariwisata Kota Yogyakarta. Terkait dengan pengembangan RTM di kawasan tersebut, beberapa permasalahan masih dihadapi, seperti permasalahan terkait dengan jumlah kunjungan wisatawan, dan permasalahan sosial, ekonomi, serta lingkungan.

Berdasarkan data yang termuat dalam Statistik Kepariwisataan DIY 2017 dan Laporan BPS Kota Yogyakarta Dalam Angka 2018, menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Kota Yogyakarta sejak tahun 2015 mengalami penurunan. Penurunan jumlah kunjungan wisatawan tersebut mengindikasikan bahwa pengembangan RTM belum berjalan maksimal sehingga belum mampu mencapai tujuan akhir dikembangkannya prinsip RTM. Berikut ini adalah data jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke seluruh kabupaten/kota di Provinsi DIY 2013-2017:

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan DIY 2013-2017 (dalam ribuan)

| Th | Yogya | Sleman | Bantul | Kulon Progo | Gunung Kidul |
|---|---|---|---|---|---|
| 13 | 4.672 | 3.613 | 2.222 | 696 | 1.822 |
| 14 | 5.251 | 4.223 | 2.794 | 908 | 3.685 |
| 15 | 5.619 | 4.951 | 4.764 | 1.289 | 2.643 |
| 16 | 5.521 | 5.685 | 5.406 | 1.353 | 3.480 |
| 17 | 5.347 | 6.815 | 9.141 | 1.401 | 3.247 |

Sumber: Statistik Kepariwisataan DIY 2017 dan Kota Yogyakarta dalam Angka 2018

Kemudian, permasalahan sosial, ekonomi, dan lingkungan juga masih ditemui. Terkait dengan permasalahan sosial, dapat dilihat dari adanya fenomena marginalisasi masyarakat miskin akibat proses infiltrasi, invasi, dan suksesi kepemilikan aset produksi sebagai akibat adanya pembangunan pusat perbelanjaan, ruko, hotel berbintang, dan pembangunan fisik lainnya yang sangat agresif (sumber: www.krjogja.com diakses pada 06 Januari 2019). Lalu, terkait dengan permasalahan ekonomi, dapat dilihat dari fakta yang menunjukkan bahwa barang dagangan yang diperjualbelikan di Kawasan Malioboro merupakan pasokan dari masyarakat luar DIY. Sehingga nilai tambah produk dagangan non-makanan di Malioboro tidak mengalir penuh pada pelaku ekonomi rakyat yang ada di DIY, khususnya masyarakat sekitar Kawasan Malioboro. Sebagian masyarakat sekitar hanya menjadi penjaga ruko dan lapak yang berada di Kawasan Malioboro. Permasalahan lain yaitu terbentuknya pola penguasaan lapak dimana pola tersebut menyingkirkan masyarakat miskin yang tidak sanggup menyewa lahan dengan harga 40-50 juta per tahun (sumber:

www.krjogja.com diakses pada 07 Januari 2019).

Kemudian dari aspek lingkungan, salah satu permasalahan yang masih dijumpai yaitu adanya kelangkaan sumber daya air karena adanya pembangunan hotel secara agresif (sumber: www.krjogja.com diakses pada 06 Januari 2019). Selain itu, menurut Pusat Studi Transportasi dan Logistik (Pustral) UGM, Kota Yogyakarta mengalami penurunan permukaan air tanah, kemacetan lalu lintas, kualitas udara yang makin menurun dan minimnya ruang terbuka hijau. Banyaknya masyarakat yang tinggal di bantaran sungai mengakibatkan kurangnya lahan untuk membuka ruang terbuka hijau. Kemudian, menurut Pusat Studi perencanaan Pembangunan Regional (PSPPR), penurunan permukaan air tanah yang terjadi di Kota Yogyakarta diakibatkan karena pertambahan lahan pemukiman dan banyaknya pembangunan hotel di Kota Yogyakarta (sumber: www.ugm.ac.id diakses tanggal 7 Desember 2018).

Beberapa permasalahan yang tersebut di atas mengindikasikan bahwa pengembangan konsep RTM di Kawasan Malioboro Kota Yogyakarta masih mengalami kendala. Hal tersebut tidak lepas dari adanya peran aktif semua *stakeholders* yang terlibat dalam pengembangan RTM di kawasan tersebut. Gunn (dalam Byrd, 2007: 1) menyebutkan bahwa *"one main key to success and implementation of Sustainable Tourism Development in a community is the support of stakeholders (e.g. example citizens, entrepreneurs, and community leaders)."*

Dalam pengembangan RTM di Kawasan Malioboro, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta merupakan pihak yang memiliki tugas dan tanggung jawab paling utama. Guna mencapai tujuan dari pengembangan RTM, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta melakukan kerjasama dengan pihak lain. Berdasarkan pada misi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, bahwa perlu adanya pembangunan kemitraan yang kondusif antara pemerintah, masyarakat, dan swasta/pengusaha (www.pariwisata.jogjakota.go.id diakses pada 02 Januari 2019). Begitu pula dalam pengembangan RTM di Kawasan Malioboro.

Partisipasi dari seluruh *stakeholder* tersebut di atas harus terjalin dengan kondusif. Hal tersebut dikarenakan masing-masing *stakeholder* memiliki kepentingan dan kebutuhan yang berbeda. Apabila tidak dikelola dengan baik, perbedaan kepentingan dan kebutuhan tersebut memiliki dampak negatif bagi upaya pengembangan RTM. Seperti hal nya yang terjadi di pembangunan pemasaran Kota Yogyakarta dimana *stakeholder* yang terlibat memiliki perbedaan visi misi. Selama ini, masing-masing *stakeholder* jalan sendiri-sendiri dalam mempromosikan pariwisata dan cenderung berorientasi pada kepentingannya masing-masing (sumber: www.pariwisata.jogjakota.go.id diakses pada 03 Januari 2019).

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "*Stakeholder Analysis* dalam Pengembangan *Responsible Tourism Marketing* di Kawasan Malioboro Kota Yogyakarta".

Schmeer (dalam Rohmatulloh dkk., 2018: 4) mendefinisikan analisis *stakeholder* sebagai proses mengumpulkan dan menganalisis informasi untuk menentukan kepentingan para aktor pada saat pengembangan dan implementasi

kebijakan atau program. Kemudian menurut Asikin (dalam Putra dkk., 2017: 34), unsur terpenting dalam sebuah *stakeholder analysis* adalah panilaian atas keterlibatan *(interest)*, kepentingan *(importance)*, dan tingkat pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan. Penilaian tersebut didasarkan pada dua kriteria yaitu kedekatan kepentingan *(importance)* dan kekuatan atau daya pengaruhnya *(influence)* dalam proses pengambilan keputusan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori *stakeholder analysis* yang dikembangkan oleh Reed, dkk (2009: 1936) yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu:

1. Identifikasi *stakeholder*
2. Klasifikasi dan Kategorisasi *stakeholder*
3. Investigasi hubungan antar- *stakeholder*

Dengan menganalisis keterlibatan *stakeholder* dalam pengembangan RTM di Kawasan Malioboro, maka dapat dihasilkan beberapa data yang digunakan untuk mengoptimalkan dampak positif dan meminimalisir dampak negatif dari masing-masing *stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan RTM. Sehingga dapat diketahui strategi yang tepat untuk mewujudkan pembangunan pemasaran pariwisata berbasis RTM di Kawasan Malioboro Kota Yogyakarta.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif.

### Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kawasan Malioboro Kota Yogyakarta pada Bulan Januari – Juli 2019.

### Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah Pengurus dan Pengelola Informasi Publik Bagian Hukum Pemerintah Kota Yogyakarta, Ketua Komisi B DPRD, Kepala Seksi Promosi dan Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata, Koordinator Divisi Pemberdayaan dan Promosi UPT Pengelola Kawasan Malioboro, Kepala Seksi Manajemen Lalu Lintas Dinas Perhubungan, Kepala Bidang Regulasi SDK dan Kepala Seksi Promosi dan Pemberdayaan Masyarakat dari Bidang Kesehatan Masyarakat Dinas Kesehatan, Kepala Bidang Bina Marga Dinas Kimpraswil, Kepala Seksi Pertanaman dan Perindang Jalan Dinas Lingkungan Hidup, Anggota Pariwisata Satuan Sabhara Polresta, Ketua BP2KY, Ketua HPI, Sekretaris 2 PHRI DIY, Ketua Paguyuban Pedagang Lesehan Malam, masyarakat Kampung Ketandan dan Sosromeduran, serta wisatawan Kawasan Malioboro.

### Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri dengan dilengkapi pedoman wawancaradan observasi. Lofland dan Lofland (dalam Moleong, 2014: 157) berpendapat bahwa sumber data utama penelitian kualitatif adalah berupa kata-kata, ditambah dengan data pendukung berupa dokumentasi, dan lain-lain. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

Data primer diperoleh dari lapangan atau lokasi penelitian secara langsung melalui wawancara dan observasi. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui telaah dokumen dari beberapa peraturan perundang-undangan,

Statistik Kepariwisataan DIY 2017, Laporan Akhir Strategi Pemasaran Pariwisata DIY 2017, dokumentasi penerapan prinsip pengembangan RTM, *leaflet*, surat kabar, dan sumber internet.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik yang meliputi:

1. Wawancara

   Peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur dimana wawancara menggunakan pertanyaan terbuka disertai dengan batasan tema dan alur pembicaraan yang mengacu pada pedoman wawancara yang telah disusun. Pada saat wawancara di lapangan, peneliti dapat mengembangkan pertanyaan sebagai improvisaasi dari respon yang diberikan oleh subjek penelitian.
2. Observasi

   Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik observasi partisipasi pasif dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan yang sedang diamatinya. Kemudian hasil observasi tersebut ditulis dalam sebuah catatan lapangan sebagai sumber informasi untuk diolah menjadi salah satu bahan analisis dalam penelitian ini. Bentuk observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan melakukan pengamatan di lapangan terkait hal-hal yang berhubungan dengan ketercapaian pengembangan RTM di Kawasan Malioboro Kota Yogyakarta.
3. Dokumentasi

   Dokumentasi dalam penelitian ini merupakan telaah dari dokumen berupa data pemasaran pariwisata berbasis RTM di Kota Yogyakarta, lebih khususnya di Kawasan Malioboro dan data mengenai keterlibatan seluruh *stakeholders*.

**Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2011: 246) yang menjelaskan bahwa analisis data dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Teknik analisis tersebut terdiri dari teknik reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pada teori yang disampaikan oleh Reed dkk (2009: 1933), *stakeholder analysis* digunakan untuk mengetahui kondisi akibat adanya suatu kebijakan, mengetahui *stakeholder* yang terlibat dalam suatu kebijakan, dan memprioritaskan keterlibatan *stakeholder* dalam pembuatan kebijakan. *Stakeholder analysis* diperlukan untuk mengetahui secara lebih jelas kekuatan yang harus dioptimalkan dan kekurangan yang harus dikendalikan. Melalui kajian tentang *stakeholder analysis* diharapkan mampu memberikan hasil yang dapat digunakan untuk menyusun strategi di waktu selanjutnya.

Pada penelitian ini, untuk mengetahui proses *stakeholder analysis* dalam pengembangan RTM di Kawasan Malioboro, teori yang digunakan oleh peneliti adalah teori yang disampaikan oleh Reed dkk (2009). Menurut Reed dkk (2009), *stakeholder analysis* terdiri dari tiga tahap yaitu: (1) identifikasi *stakeholder*; (2) klasifikasi dan

kategorisasi *stakeholder*; dan (3) investigasi hubungan antar-*stakeholder*.

Berdasarkan teori Reed, dkk (2009: 1937), sebelum masuk dalam penjabaran setiap tahapan, perlu dilakukan pemahaman dan pembatasan isu. Dalam konteks penelitian ini, kajian penelitian mengenai pengembangan RTM di Kawasan Malioboro ini akan dipahami sebagai pengelolaan pariwisata secara umum. Hal tersebut dikarenakan masing-masing *stakeholder* belum sepenuhnya memahami konsep RTM yang telah ditetapkan oleh Pemkot Yogyakarta. Kemudian, agar kajian tetap sesuai dengan teori RTM seperti yang disampaikan oleh Dewi (2011), maka peneliti akan mengacu pada prinsip pengembangan RTM yaitu terdiri dari prinsip pemberdayaan masyarakat, pelestarian lingkungan, dan perlindungan wisatawan.

Setelah diketahui pemahaman dan pembatasan isu, maka analisis dilanjutkan pada proses atau tahapan *stakeholder analysis*. Berikut ini adalah uraian dari proses *stakeholder analysis* sesuai dengan teori Reed dkk (2009: 1933):

1. Identifikasi *Stakeholder*

   Swarbrooke dan Bramwell & Lane (dalam Aas dkk, 2005: 31) mengaitkan definisi *stakeholder* dengan pembangunan kepariwisataan dimana *stakeholder* tersebut meliputi individu/kelompok yang terpengaruh atas adanya proses pembangunan, baik positif maupun negatif, dan hasil pembangunan yang berupaya untuk mengurangi konflik antara turis dan masyarakat setempat. Sedangkan Freeman (dalam Reed dkk., 2009: 1934), memberikan definisi aktor kebijakan (*stakeholder*) sebagai individu atau kelompok yang mempengaruhi atau dipengaruhi atas adanya suatu kebijakan sebuah organisasi. Renard (dalam Rohamtulloh dkk., 2018: 3) menyatakan bahwa *stakeholder* adalah individu, organisasi, kelompok formal, dan pengguna yang terpengaruh, baik langsung maupun tidak langsung, dari adanya penggunaan sumber daya alam.

   Dalam kajian mengenai pengembangan RTM di Kawasan Malioboro, *stakeholder* yang terlibat merupakan *stakeholder* yang memiliki keterlibatan secara langsung, baik terdampak maupun berdampak. Keterlibatan *stakeholder* dapat dilihat berdasarkan perannya dalam penerapan prinsip pengembangan RTM. Sesuai dengan misi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, *stakeholder* yang terlibat meliputi unsur pemerintah, swasta, dan masyarakat.

   Unsur pemerintah terdiri dari lembaga legislatif dan eksekutif Pemerintah Kota (Pemkot) Yogyakarta. Lembaga legislatif yaitu DPRD Kota Yogyakarta. Sedangkan lembaga eksekutif terdiri dari Walikota, Dinas Pariwisata, Dinas Pehubungan, Dinas Kesehatan, Dinas Kimpraswil, Dinas Lingkungan Hidup, Satpol PP, Polresta, dan BP2KY.

   Kemudian, unsur swasta yang terlibat dalam pengembangan RTM di Kawasan Malioboro terdiri dari pengusaha yang bergarak di bidang pariwisata, seperti penyedia *tour guide* (pramuwisata), hotel dan restoran, *travel*, dan lain-lain. Pada penelitian ini, diambil dua asosiasi pengusaha untuk merepresentasikan keterlibatan swasta dalam pengembangan RTM di Kawasan Malioboro. asosiasi tersebut adalah

Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) DIY dan Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) Kota Yogyakarta.

Sementara, unsur masyarakat terdiri dari tiga kelompok yaitu Komunitas Kawasan Malioboro, masyarakat sekitar, dan wisatawan Kawasan Malioboro. Ketiga kelompok tersebut memiliki keterlibatan yang berbeda satu sama lain. Perbedaan tersebut mempengaruhi kepentingan dan pengaruhnya dalam pengembangan RTM.

Terkait dengan bentuk keterlibatan dari masing-masing *stakeholder* dalam pengembangan RTM dapat dilihat pada Tabel 2. Keterlibatan dari masing-masing *stakeholder* dikaji berdasarkan perannya dalam penerapan prinsip pengembangan RTM di Kawasan Malioboro.

Berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat bahwa keterlibatan *stakeholder* dalam penerapan prinsip pengembangan terjadi ketidakseimbangan antara penerapan prinsip pemberdayaan masyarakat, pelestarian lingkungan,dan perlindungan wisatawan. Perlu disoroti bahwa penerapan prinsip pemberdayaan masyarakat hanya dilaksanakan oleh unsur pemerintah dan masyarakat. Kelompok pengusaha sebagai pihak yang memiliki modal justru belum memberikan dampak positif pada proses penerapan prinsip pemberdayaan masyarakat.

Ketidakseimbangan tersebut perlu segera diselesaikan dengan cara pengoptimalan dari masing-masing *stakeholder*. Partisipasi seluruh *stakeholder*, baik dari unsur pemerintah, swasta, maupun masyarakat, perlu ditingkatkan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan RTM di Kawasan Malioboro. Rohmatulloh, dkk (2018: 6) menjelaskan bahwa perlu adanya upaya untuk menyusun strategi partisipasi yang menampilkan solusi bagi permasalahan yang muncul dengan memaksimalkan peran *stakeholder*.

Tabel 2. Keterlibatan *Stakeholder* dalam Pengembangan RTM di Kawasan Malioboro

| No | *Stakeholder* | Prinsip | Keterlibatan |
|---|---|---|---|
| 1. | Walikota | Pemberdayaan Masyarakat | - Menyusun *draft* kebijakan induk |
| | | Pelestarian Lingkungan | - Menyusun *draft* kebijakan induk dan teknis |
| | | Perlindungan Wisatawan | |
| 2. | DPRD | Pemberdayaan Masyarakat | - Memformulasikan kebijakan induk<br>- *Check and Balances* tahap implementasi<br>- Artikulasi dan agregasi kepentingan |
| | | Pelestarian Lingkungan | |
| | | Perlindungan Wisatawan | - Memformulasikan kebijakan induk<br>- Artikulasi dan agregasi kepentingan |
| 3. | Dinpar | Pemberdayaan Masyarakat | - Melibatkan masyarakat dalam *event*<br>- Memfasilitasi program |
| | | Pelestarian Lingkungan | - Mengkoordinasi Reresik Malioboro<br>- Perawatan kebersihan rutin |
| | | Perlindungan Wisatawan | - Menyediakan informasi pariwisata<br>- Menjaga kenyamanan dan keamanan |
| 4. | Dishub | Perlindungan Wisatawan | - Manajemen dan rekayasa lalin<br>- Menertibkan lahan parkir |
| 5. | Dinkes | Pemberdayaan Masyarakat | - Menyelenggarakan Penyuluhan dan Sertifikasi Laik Hygiene Sanitasi |
| 6. | Kimpraswil | Pelestarian Lingkungan | - Melakukan penataan di sirip jalan<br>- Pengangkutan limbah |
| 7. | DLH | Pelestarian Lingkungan | - Pengangkutan sampah, perawatan pohon, dan penyiraman rutin |
| 8. | Satpol PP | Perlindungan Wisatawan | - Menertibkan lahan parkir dan PKL<br>- Memantau harga |
| 9. | Polresta | Perlindungan Wisatawan | - Melakukan Patroli Rutin dan Patroli Dialogis |
| 10. | BP2KY | Perlindungan Wisatawan | - Mempromosikan dan mengikuti *event* |
| 11. | PHRI | Pelestarian Lingkungan | - Reresik Malioboro |
| | | Perlindungan Wisatawan | - Menstabilkan harga hotel<br>- Mengikuti *event* |
| 12. | HPI | Pelestarian Lingkungan | - Mengedukasi wisatawan dan menampung keluhan wisatawan |
| | | Perlindungan Wisatawan | - Memberikan pelayanan prima<br>- Mengikuti *event* |
| 13. | Komunitas Kawasan Malioboro | Pemberdayaan Masyarakat | - Mengikuti program penyuluhan Dinkes<br>- Membuka lapangan pekerjaan |
| | | Pelestarian Lingkungan | - Reresik Malioboro, Gerakan Indah Tanpa Memindah, Jaka dan Lisa |
| | | Perlindungan Wisatawan | - Memasang papan harga<br>- Melayani dengan ramah |
| 14. | Wisatawan | Pelestarian Lingkungan | - Menjaga kebersihan |
| | | Perlindungan Wisatawan | - Merawat fasilitas<br>- Memanfaatkan layanan UPIK |
| 15. | Masyarakat | Pemberdayaan Masyarakat | Berpartisipasi pada *event* |
| | | Pelestarian Lingkungan | - Reresik Kampung<br>- Mengawasi pembangunan |

(Sumber: Data primer, 2019)

2. Klasifikasi dan Kategorisasi *Stakeholder*

Pada tahapan kedua ini, masing-masing *stakeholder* dikelompokkan berdasarkan tingkat kepentingan dan pengaruh. Tingkatan kepentingan dan pengaruh yang dimiliki oleh masing-masing *stakeholder* terdiri dari empat tingkatan yaitu tinggi, sedang, rendah, dan nihil.

a. Tinggi : memiliki keterlibatan pada tiga prinsip
b. Sedang : memiliki keterlibatan pada dua prinsip
c. Rendah : memiliki keterlibatan pada salah satu prinsip
d. Nihil : tidak memiliki keterlibatan pada penerapan prinsip

Tingkatan tersebut digunakan untuk mengukur keterlibatan *stakeholder* sesuai dengan kriteria unsur dalam penerapan prinsip pengembangan RTM yang terdiri dari prinsip pemberdayaan masyarakat, pelestarian lingkungan, dan perlindungan wisatawan. Kriteria unsur kepentingan terdiri dari kriteria harapan *stakeholder* terhadap keberhasilan kebijakan (kriteria 1), aspirasi *stakeholder* untuk keberhasilan kebijakan (kriteria 2), dan manfaat keberhasilan kebijakan bagi *stakeholder* (kriteria 3). Sedangkan, kriteria unsur pengaruh meliputi kriteria kewenangan *stakeholder* dalam pembuatan kebijakan (kriteria 1), keterlibatan *stakeholder* dalam implementasi kebijakan (kriteria 2), dan pengaruh terhadap *stakeholder* lain (kriteria 3).

Guna mempermudah penyusunan matriks, maka tingkatan tersebut akan ditranformasikan ke dalam skor. Skor dari ketiga kriteria unsur kepentingan dijumlahkan maka hasilnya akan menjadi titik koordinat pertama. Skor dari ketiga kriteria unsur pengaruh dijumlahkan maka hasilnya akan menjadi titik koordinat kedua. Skor tersebut akan disesuaikan dengan tingkatan. Tingkatan tinggi ditransformasikan ke skor 3, tingkatan sedang ditransformasikan ke skor 2, tingkatan rendah ditransformasikan ke skor 1, dan tingkatan nihil ditransformasikan ke skor 0. Teknik tersebut juga digunakan dalam penelitian Muamar Zulfikar (2013).

Berdasarkan data wawancara, observasi, dan dokumentasi, maka dapat diketahui pengelompokkan masing-masing *stakeholder*. Ackermann dan Eden; De Lopez (dalam Reed, 2009: 1938) dan Bryson (dalam Rohmatulloh dkk, 2009: 6) mengelompokkan *stakeholder* ke dalam empat kelompok yaitu *key players*, *context setters*, *subjects*, dan *crowd*. Pengelompokkan tersebut didasarkan pada tingkatan masing-masing kriteria unsur.

Berikut ini adalah pengelompokkan masing-masing *stakeholder*:

a) *Key player* : Walikota, DPRD, Dinas Pariwisata
b) *Context setters*: -
c) *Subject* : Dinas Perhubungan, Dinas Kesehatan, PHRI DIY, Komunitas, masyarakat sekitar, dan wisatawan
d) *Crowds*: Kimpraswil, Dinas Lingkungan Hidup, Satpol PP, Polresta, BP2KY,dan HPI.

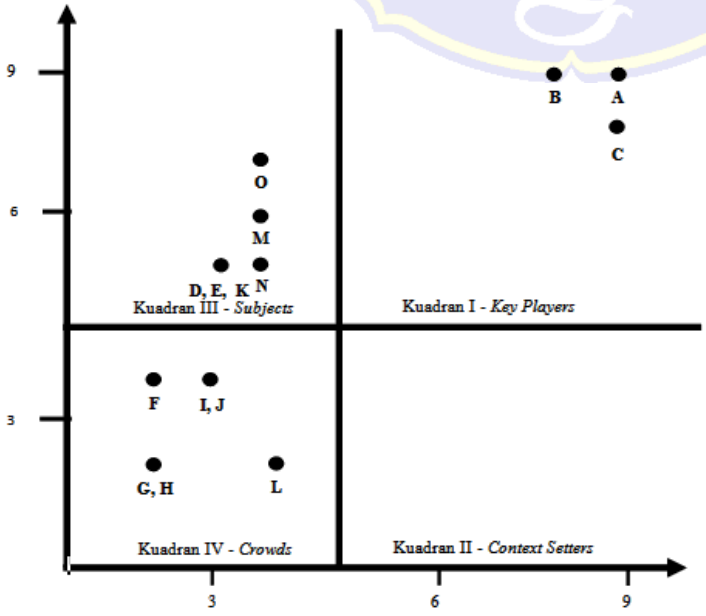
Pengelompokkan tersebut dapat dilihat pada matriks *interest-influence* pada Gambar 2. Penentuan titik koordinat dari masing-masing *stakeholder* didasarkan pada

pengukuran tingkatan kriteria unsur kepentingan dan pengaruh.

Berdasarkan pengelompokkan tersebut di atas, dapat dilihat bahwa tidak ada *stakeholder* yang termasuk dalam kategori *context setter*. Hal tersebut terjadi karena adanya pembagian tugas dan wewenang antara Pemkot Yogyakarta dan Pemprov DIY dalam pengelolaan pariwisata di Kawasan Malioboro. Pembagian tersebut mempengaruhi tingkat pengaruh yang dimiliki oleh masing-masing *stakeholder*, terutama unsur pemerintah. Pada akhirnya, hal tersebut akan mengakibatkan ketidakjelasan dalam implementasi kebijakan pengembangan RTM yang merupakan isi dari Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025.

Kondisi tersebut diperparah dengan tidak adanya unsur LSM, media massa, dan akademisi yang terlibat langsung dalam penerapan prinsip pengembangan RTM di Kawasan Malioboro. Pada dasarnya, *stakeholder* kategori *context setter* memiliki kepedulian yang tinggi karena memiliki kepentingan yang rendah namun memiliki pengaruh yang tinggi.

Tahapan klasifikasi dan kategorisasi *stakeholder* yang telah dijelaskan di atas selaras dengan teori yang disampaikan oleh Lindenberg dan Crosby (dalam Reed dkk, 2009: 1935) bahwa perlu dilakukan pengukuran kepentingan dan pengaruh berdasarkan keterlibatan dari masing-masing *stakeholder* yang terlibat. Aspek kepentingan dan pengaruh dari masing-masing *stakeholder* merupakan hal yang penting bagi keberhasilan pelaksanaan dari sebuah kebijakan. Oleh karena itu, tahapan ini menjadi tahapan yang terpenting dalam sebuah kajian analisis *stakeholder*.




Gambar 2. *Interest-Influence Matrices*

**Keterangan:**

A. Walikota Yogyakarta (9,9)
B. DPRD Kota Yogyakarta (9,8)
C. Dinpar Kota Yogyakarta (8,9)
D. Dishub Kota Yogyakarta (5,3)
E. Dinkes Kota Yogyakarta (5,3)
F. Kimpraswil Kota Yogyakarta (4,2)
G. DLH Kota Yogyakarta (2,2)
H. Satpol PP Kota Yogyakarta (2,2)
I. Polresta Yogyakarta (4,3)
J. BP2KY ( 4,3)
K. PHRI DIY (5,3)
L. HPI Kota Yogyakarta (2,4)
M. Komunitas Kawasan Malioboro (6,4)
N. Wisatawan Kawasan Malioboro (5,4)
O. Masyarakat sekitar (7,4)

3. Investigasi Hubungan Antar-*stakeholder*

Pada tahapan terakhir ini, Reed dkk (2009: 1936) menawarkan tiga metode yaitu *Actor-linkage matrices, Social Network Analysis,* dan *Knowledge Mapping*. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah *Actor-linkage matrices* dimana metode tersebut menunjukkan hubungan antar-*stakeholder* yang akan ditampilkan dalam sebuah tabel hubungan antar-*stakeholder*. Tabel tersebut memuat unsur masing-masing tipe hubungan. Tipe hubungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan komunikasi, koordinasi, dan kerjasama. Setiap hubungan antar-*stakeholder* memiliki tujuan untuk menyukseskan penerapan prinsip pengembangan RTM.

Pada penelitian ini, hubungan komunikasi yang terjalin melibatkan seluruh *stakeholder* yang terlibat dalam kebijakan pengembangan RTM di Kawasan Malioboro. Komunikasi yang tercipta berkaitan dengan penerapan ketiga prinsip pengembangan RTM. Dari tiga prinsip tersebut, hubungan komunikasi terkait dengan penerapan prinsip pemberdayaan masyarakat adalah yang paling sedikit melibatkan *stakeholder*. Tidak semua *stakeholder* memiliki konsentrasi dalam penerapan prinsip tersebut. Kesadaran dari masing-masing *stakeholder* untuk menyukseskan penerapan prinsip ini masih rendah.

Kemudian, hubungan koordinasi dalam penerapan prinsip RTM di Kawasan Malioboro hanya terdapat tiga hubungan. Hubungan tersebut berkaitan dengan penerapan ketiga prinsip. *Stakeholder* yang terlibat meliputi unsur pemerintah, swasta, dan masyarakat.

Selanjutnya, hubungan kerjasama antar-*stakeholder* dalam penerapan prinsip RTM di Kawasan Malioboro tidak melibatkan seluruh *stakeholder*. Masyarakat sekitar merupakan *stakeholder* yang tidak terlibat dalam hubungan kerjasama. Terkait dengan penerapan prinsip pengembangan RTM, hanya terdapat satu hubungan kerjasama yang berkaitan dengan penerapan prinsip pemberdayaan masyarakat dan pelestarian lingkungan. Sedangkan, penerapan prinsip perlindungan wisatawan merupakan penerapan prinsip dengan kerjasama yang paling banyak.

Berdasarkan ketiga tipe hubungan tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa penerapan ketiga prinsip pengembangan RTM tidak seimbang. Penerapan prinsip perlindungan wisatawan merupakan penerapan prinsip yang paling diperhatikan oleh seluruh *stakeholder*. Sedangkan penerapan prinsip pemberdayaan masyarakat masih perlu ditingkatkan karena hanya beberapa *stakeholder* yang terlibat dalam penerapan prinsip tersebut.

**Capaian Pengembangan RTM di Kawasan Malioboro**

Keterlibatan dari masing-masing *stakeholder* tersebut pada akhirnya akan mempengaruhi keberhasilan atau ketercapaian pengembangan RTM di Kawasan Malioboro. Guna mengetahui keberhasilan pengembangan RTM, Dinas Pariwisata DIY (2017: 43) mengembangkan tolok ukur yang terdiri dari empat aspek, yaitu meliputi (1) adanya

upaya konservasi lingkungan alam, sosial, dan budaya, (2) adanya sistem yang menjamin diaplikasikannya konsep RTM oleh seluruh *stakeholders*, (3) adanya pertumbuhan peran masyarakat dalam pengelolaan pariwisata, dan (4) adanya peningkatan persepsi positif dari wisatawan.

Berdasarkan indikator tersebut, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan pengembangan RTM di Kawasan Malioboro belum tercapai secara maksimal. Terdapat beberapa hal yang harus dioptimalkan oleh seluruh *stakeholder* yang terlibat. Berikut ini adalah penjabaran dari capaian pengembangan RTM di Kawasan Malioboro:

1. Adanya upaya konservasi lingkungan alam, sosial, dan budaya

   Terkait dengan tolok ukur ini, pengembangan RTM di Kawasan Malioboro dapat dikatakan telah mengalami keberhasilan. Keberhasilan tersebut ditandai dengan adanya upaya-upaya konservasi lingkungan, sosial, dan budaya yang digencarkan oleh seluruh *stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan RTM di Kawasan Malioboro. Upaya yang dimaksud adalah dengan menghadirkan tanaman hijau dalam *grand design* penataan fisik di Kawasan Malioboro yang disertai dengan perawatan secara berkelanjutan.
2. Adanya sistem yang menjamin diaplikasikannya konsep RTM oleh seluruh *stakeholders*

   Terkait dengan tolok ukur ini, pengembangan RTM di Kawasan Malioboro dapat dikatakan masih belum mampu dicapai. Tidak adanya regulasi atau peraturan lanjutan terkait dengan kebijakan induk menjadikan tolok ukur ini belum tercapai. Hal tersebut mengakibatkan adanya ketidakmaksimalan peran masing-masing *stakeholder* dalam penerapan prinsip pengembangan RTM.
3. Adanya pertumbuhan peran masyarakat dalam pengelolaan pariwisata

   Terkait dengan tolok ukur ini, pengembangan RTM di Kawasan Malioboro dapat dikatakan telah mengalami keberhasilan namun masih perlu dikembangkan. Kebehasilan tersebut ditandai dengan adanya keterlibatan komunitas dalam penyediaan pelayanan pariwisata di Kawasan Malioboro. Keikutsertan masyarakat sekitar dalam beberapa *event* pun menjadi bukti keberhasilan dari pengembangan RTM di Kawasan Malioboro apabila dilihat dari tolok ukur ini.
4. Adanya peningkatan persepsi positif dari wisatawan

   Terkait dengan tolok ukur ini, pengembangan RTM di Kawasan Malioboro dapat dikatakan telah mengalami keberhasilan. Keberhasilan tersebut ditandai dengan adanya penilaian positif dari wisatawan berkaitan dengan penataan dan perawatan fisik, harga dan keamanan produk, serta fasilitas pendukung di Kawasan Malioboro. berbagai upaya dilakukan oleh *stakeholder* bertujuan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan. Oleh karena itu, sudah sepantasnya apabila persepsi positif wisatawan mengalami peningkatan.

Berdasarkan pembahasan mengenai ketercapaian pengembangan RTM yang diukur menggunakan keempat tolok ukur tersebut, dapat disimpulkan bahwa ketidaktersediaan sistem berupa regulasi

yang menjamin penerapan prinsip oleh seluruh *stakeholder* menjadi hal yang perlu diatasi oleh Pemerintah Kota Yogyakarta. Ketersediaan regulasi akan memberikan petunjuk teknis yang mampu mengintegrasikan keterlibatan dari seluruh *stakeholder*.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil peneliti serta pembahasan terkait dengan *stakeholder analysis* dalam pengembangan RTM di Kawasan Malioboro, maka dapat disimpulkan bahwa keterlibatan *stakeholder* pada penerapan prinsip pengembangan RTM belum berjalan dengan optimal, terutama pada penerapan prinsip pemberdayaan masarakat. Kemudian, kajian mengenai capaian pengembangan RTM di Kawasan Malioboro menunjukkan hasil yang belum optimal. Ketercapaian hanya terjadi pada indikator upaya konservasi dan persepsi wisatawan. Sementara itu, indikator ketersediaan sistem dan peningkatan partisipasi masyarakat masih perlu untuk ditingkatkan.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disusun beberapa saran sebagai solusi untuk permasalahan yang dihadapi pada upaya pengembangan RTM di Kawasan Malioboro, yaitu sebagai berikut:

1. Perlu adanya pemahaman lebih dalam terkait dengan konsep RTM bagi seluruh pelaku pariwisata di Kawasan Malioboro.
2. Perlu adanya sistem atau regulasi yang lebih bersifat teknis untuk dijadikan sebagai bahan acuan bagi *stakeholder* yang berpartisipasi dalam pengembangan RTM di Kawasan Malioboro.
3. Perlu adanya tuntutan bagi pengusaha untuk memberikan program CSR berupa pelatihan kewirausahaan bagi masyarakat di sekitar agar masyarakat ikut berpartisipasi aktif dalam pengembangan RTM di Kawasan Malioboro.
4. Adanya pendampingan secara berkelanjutan bagi masyarakat terkait dengan program CSR yang dijalankan oleh pihak swasta agar tercipta peningkatan kapasitas dari masyarakat sekitar.
5. Pelibatan akademisi dan LSM secara aktif sebagai pihak yang memiliki kepedulian tinggi terhadap keberhasilan pengembangan RTM di Kawasan Malioboro.
6. Pembentukan lembaga yang berperan sebagai koordinator antara Pemkot Yogyakarata, swasta, masyarakat, dan Pemprov DIY sehingga arah kebijakan yang berlaku di Kawasan Malioboro tidak mengalami ketidakjelasan.
7. Perlu adanya sosialisasi yang lebih lanjut kepada wisatawan terkait penerapan RTM di Kawasan Malioboro untuk dijadikan sebagai daya tarik sehingga wisatawan memiliki kesadaran untuk ikut menyukseskan kebijakan tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

Dewi, Ike J. (2011). *Implementasi dan Implikasi Kelembagaan Pemasaran Pariwisata yang Bertanggungjawab (Responsible Tourism Marketing*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher untuk Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata RI.

Moleong, Lexy J. (2011). *Metodologi Penelitian* Kualitatif *Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Aas, C., Ladkin, A., & Fletcher, J. (2005). Stakeholder Collaboration and Heritage Management. *Annals of Tourism Research Journal*, 32, 28-48.

Putra, Palawa P.H., Arso, Septo P., Wigati, Putri A. (2017). Analisis Peran Stakeholder dalam Kebijakan Surat Tanda Registrasi Tenaga Kesehatan Masyarakat di Kota Semarang. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 5, 33-38.

Reed, Mark S., Graves, A., Dandy, N., et.al. (2009). Who'w in and Why? A typology of Stakeholder Analysis Methods for Natural Resource Management. *Journal of Environment Management*, 90, 1933-1949.

Rohmatulloh, Kusumastuti, R., & Shiddiq, Julian A. (2018). Analisis Stakeholder untuk Desain Program Pengembangan SDM Responsif Gender Bidang ESDM. *Jurnal Ilmiah Geominerba*, 3, 51-67.

Badan Pusat Statistik Kota Yogyakarta. (2018). *Kota Yogyakarta Dalam Angka 2018*. Diunduh pada 3 Januari 2019 dari https://jogjakota.bps.go.id

Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. (2017). Statistik Kepariwiwsataan 2017. Diunduh pada 16 November 2018 dari https://visitingjogja.com

Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025.

Peraturan Menteri Pariwisata RI Nomor 10 Tahun 2016 Tentang Pedoman Penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Provinsi dan Kabupaten/Kota.

Peraturan Menteri Pariwisata RI Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan.

Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan.

Admin. (04 Desember 2018). Workshop Promosi & Pemasaran Pariwisata Tahun 2018 di Hotel Tara. *Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta*. Diakses pada 02 Januari 2019 dari https://pariwisata.jogjakota.go.id

Cahyu. (20 Juli 2018). Kemenpar Kembali Selenggarakan Indonesia Sustainable Tourism Awards 2018. *Liputan 6*. Diakses pada 6 Desember 2018 dari https://www.liputan6.com

Ma'ruf, Ahmad. (4 Mei 2017). Ekonomi Malioboro. *Krjogja.com*. Diakses pada 07 Januari 2019 dari https://krjogja.com

Suyanto, Bagong. (11 September 2017). Ketimpangan Dibalik Keistimewaan. *Krjogja.com*. diakses pada 06 Januari 2019 dari https://krjogja.com/web

Yahya, Arief. (11 Juli 2018). *Sustainable Tourism Development*: Semakin Dilestarikan, Semakin Mensejahterakan. *CEO Message*. Diakses pada 02 Januari 2019 dari http://www.kemenpar.go.id