

TARGET KUNJUNGAN TIDAK TERPENUHI

2021 Bidik Pariwisata Berkualitas

INDUSTRI pariwisata DIY di masa pandemi Covid-19 akan terus tumbuh, semakin eksis dan makin pulih ke depannya. Hal tersebut dapat diwujudkan apabila pelaku pariwisata di DIY sadar akan kondisi pandemi dengan disiplin melaksanakan protokol kesehatan pencegahan Covid-19, berinovasi dan berkreatasi menciptakan peluang usaha baru. Tidak kalah pentingnya mampu beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi informasi guna mewujudkan ekosistem digital industri pariwisata DIY.

Kunci keberhasilan selanjutnya adalah sinergi maupun kolaborasi bersama-sama semua pihak di masa sulit ini, agar bisa segera bangkit sekaligus menciptakan ekosistem kepariwisataan DIY yang lebih baik dan berkualitas.

Adanya pandemi Covid-19 ini, mengakibatkan banyak kelompok wisatawan yang lebih mengutamakan destinasi maupun akomodasi wisata, yang dapat memberikan jaminan kesehatan dan keamanan (*health and safety*) kepada wisatawan.

Kepala Dinas Pariwisata (Dispar) DIY Singgih Raharjo mengatakan, pihaknya berupaya seoptimal mungkin merealisasikan target kunjungan wisatawan ke DIY yang dipatok sebesar 5.944.235 wisatawan nusantara (wisnus) dan 498.410 wisatawan asing (wisman) pada 2020 ini. Realisasi capaiannya total hanya mencapai 1.325.939 wisatawan dengan rincian 1.256.196 wisnus dan 69.743 wisman hingga Desember 2020.

Belanja wisatawan atau *tourist spending* wisnus sebesar Rp 675.000 perhari dari Expert Justification dari United Nations World Tourism Organization (UNWTO) dan Length of Stay (LoS) atau rata-rata lama menginap terhitung 1,7 hari pada tahun ini.

"Tidak ada perubahan target kunjungan wisatawan ke DIY pada tahun ini sesuai dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD), sehingga kita masih memakai target lama karena memang belum dilakukan *review* sejak pandemi. Tetapi jelas target tersebut tidak akan terpenuhi, meskipun pada Januari hingga Februari triwulan pertama 2020 masih bagus pergerakan wisatawan, kemudian langsung drop di pertengahan Maret 2020 karena pandemi. Wisnus baru ada pergerakan mulai Agustus 2020," tuturnya.

Singgih melihat kondisi industri pariwisata sangat terdampak pandemi. Karena itu target kunjungan wisatawan ke DIY tahun 2020 tidak bisa terpenuhi alias tidak tercapai. Sebab DNA industri pariwisata adalah pergerakan atau mobilitas orang, sementara berbanding terbalik dengan virus Korona yang melarang adanya pergerakan. Satu-satunya cara agar industri pariwisata DIY bangkit di tengah pandemi adalah menerapkan protokol kesehatan pencegahan Covid-19 dengan baik, patuh



Komunitas sepeda Troy gowes malam di Tugu Pal Putih Yogya.

KR-Fira Nurfiani

dan disiplin.

"Kita sudah fasilitasi sarana dan prasarana (sarpras) hingga sertifikasi protokol kesehatan serta tetap berusaha memastikan bagi para pengelola tempat usaha wisata maupun wisatawan. Pergerakan wisatawan berkontribusi cukup positif bagi pertumbuhan ekonomi DIY berkaca pada dua libur akhir pekan di penghujung tahun ini. Meskipun dampaknya kasus terkonfirmasi positif terus meningkat di DIY, itu sebuah risiko," terangnya.

Berbicara protokol kesehatan, Singgih menegaskan, harus dilaksanakan secara konsisten bagi pelaku usaha pariwisata maupun pengelola destinasi wisata di DIY. Tetapi tetap pada pelaksanaannya belum optimal, sebab semuanya merupakan sebuah proses. Kondisi industri pariwisata tahun depan terutama awal triwulan masih akan sama dengan tahun 2020. Target pencapaian jumlah wisatawan pada 2021 yaitu 747.614 wisman dan 6.542.235 wisnus.

"Strategi yang harus kita lakukan pada 2021 adalah utamanya tetap konsisten menerapkan protokol kesehatan. Kemudian masih dilakukan pembatasan dari jumlah wisatawan di destinasi, menjual paket-paket wisata kecil bersifat *outdoor*, wisata minat khusus seperti *wellness tourism* dan *sport tourism* bisa dilakukan maupun event berskala kecil atau dengan kata lain lebih kepada wisata berkualitas," ungkapnya.

Mantan Wakil Kepala Dinas

Kebudayaan (Disbud) DIY ini menilai, pelaku industri pariwisata telah terlena dengan pariwisata instan atau sesaat selama ini. Namun pengalaman mendalam tentang budaya DIY belum banyak dieksplor. Hal inilah yang akan diangkat agar menambah LoS dan belanja wisatawan di DIY termasuk kualitas dari produk-produk UMKM.

Pihaknya memprediksi kunjungan wisatawan ke DIY pada awal 2021 situasinya masih akan sama seperti 2020. Harapan industri pariwisata di DIY bisa bangkit kembali baru muncul pada semester kedua 2021, dengan catatan vaksinasi Covid-19 bisa bekerja secara optimal.

"Kita mempunyai dua segmen pasar yang bisa dioptimalkan di DIY yaitu pariwisata massal dan pariwisata berkualitas. Kita tidak sama sekali meninggalkan pariwisata massal tetapi lebih membidik pariwisata berkualitas yang menasar wisatawan domestik yang berkualitas pada 2021. Arti pariwisata berkualitas tidak lain LoS-nya panjang dan *spending money*-nya tinggi, karena keduanya itulah yang bakal mendorong perekonomian DIY. Segmentasi pariwisata massal tetap ada sendiri tetapi porsi pariwisata berkualitas yang kita tambah. Konsep pariwisata berkualitas ini sudah menjadi gagasan utama untuk mendukung pembangunan kepariwisataan DIY," imbuh Singgih.

Sedangkan Ketua DPD Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia

(Asita) DIY Hery Setyawan menyampaikan, biro perjalanan wisata merupakan sektor yang terdampak paling besar pandemi Covid-19. Hal ini berakibat terhadap pembatalan reservasi hingga perubahan jadwal kegiatan. Pihaknya acap kali mengadakan diskusi internal dengan anggota Asita DIY agar segera bangkit dan bertahan di tengah pandemi Covid-19 pada 2021. Asita DIY mendorong para anggotanya agar berkreatasi dan berinovasi membuat paket-paket wisata yang sesuai dengan permintaan pasar. Bahkan upaya tersebut mendapat dukungan dari Dispar DIY agar pelaku biro perjalanan wisata yang masih belum bangkit bisa segera mulai bangkit kembali. Pemerintah berencana untuk memberikan stimulus atau subsidi apabila berhasil menjual paket-paket wisata yang laku keras di masa pandemi.

"Itu bentuk peran pemerintah melalui Dispar untuk membantu kita bertahan hidup sebetulnya. Kuncinya kita sendiri siap atau tidak dan ada tamu atau tidak, karena yang menggerakkan bisnis travel agent di DIY adalah *inbound* atau wisman selama ini. Jika tamunya mayoritas di tengah pandemi adalah wisatawan domestik, maka kita harus melakukan konsolidasi serta melakukan apa yang bisa kita lakukan," paparnya.

Hery menegaskan, menghadapi dampak pandemi ini, pihaknya tetap harus siap dan senantiasa berbenah diri di tengah kondisi yang masih memprihatinkan. Di tengah ketidakpastian

dan dampak pandemi, optimisme harus tetap dijaga. Terlebih trend wisata selama pandemi berubah yang cenderung wisata mandiri mulai dengan kendaraan pribadi lalu melakukan reservasi hotel sendiri dan sebagainya.

"Kita telah meminta anggota Asita DIY agar bisa menggarap paket-paket wisata menyesuaikan trend pasar. Contohnya trend pasar yaitu naik sepeda atau gowes menjadi paket wisata gowes. Pada dasarnya kami tetap mencoba bertahan dan berusaha berjualan paket-paket wisata di tengah pandemi antara lain paket karantina mandiri, paket kolaborasi dengan Organda DIY seperti Ngopi on the bus dan lain-lain," tandasnya.

Pemilik Total Nusa Tour and Travel ini mengungkapkan, kue pariwisata di DIY sangat kecil sekali dan harus banyak dibagi, sehingga meskipun kue yang didapatkan porsinya sangat kecil, pelaku biro perjalanan wisata di DIY tetap berupaya bertahan dengan berinovasi dan berkreatasi menghadirkan paket-paket wisata baru di masa pandemi. Bahkan pihaknya tetap berusaha menjaga hubungan dengan stakeholder hingga saat ini.

"Kami bagian dari industri pariwisata DIY membutuhkan bantuan berbagai pihak untuk bersama-sama mendukung penanganan pandemi Covid-19. Jika kita terus melakukan sosialisasi kepada anggota Asita DIY guna mempersiapkan paket-paket wisata yang memenuhi protokol kesehatan khususnya memenuhi Clean, Health, Safety and Environment (CHSE). Tidak habis akal kita terus mencoba dan mencoba lagi," tambah Hery.

Senada, Koordinator Bidang ASEAN DPP Asita Edwin Ismedi Himna menekankan yang perlu menjadi prioritas adalah wisatawan domestik agar tetap bisa melakukan perjalanan wisatanya dengan segala keterbatasan. Sebagai travel agent lokal, pihaknya belum mendapatkan manfaat dari wisnus yang masuk ke DIY, karena hampir 90 persen wisatawan yang masuk dengan menggunakan kendaraan sendiri hingga saat ini. Meskipun beberapa anggota Asita DIY sudah mulai mengemas paket-paket wisata yang sedang booming saat ini yaitu paket gowes di beberapa destinasi wisata menarik di wilayah DIY.

"Kami berharap pemerintah tidak berhenti mempromosikan destinasi wisata baru yang menjadi tujuan wisnus saat ini. Semisal destinasi wisata dengan menjual potensi alam yang dikombinasikan dengan wisata kuliner lokal. Biar teman-teman travel agent yang mengemas sesuai target market masing-masing. Jadi semua dikembalikan kepada masing-masing mau atau tidak menangkap peluang dengan kondisi seperti ini," papar mantan Ketua DPD Asita DIY tersebut.

(Ira)

Grafis : Ario

KANDHA RAHARJA

PERMINTAAN KONSUMEN TINGGI

Budidaya dan Usaha Ayam Joper

AYAM Joper merupakan kepanjangan dari kata Jowo dan Super (sudah persilangan). Ayam ini merupakan keturunan dari hasil persilangan antara jantan ayam kampung dengan betina petelur coklat dengan tujuan untuk produksi daging. Sejak 1990, ayam Joper mulai dilirik pelaku bisnis dan mulai diterima oleh masyarakat sebagai pengganti ayam kampung.

Guru Besar Fakultas Peternakan UGM, Prof Ir Wihandoyo MS PhD mengatakan, ayam Joper muncul karena permintaan pasar akan daging ayam kampung meningkat. Dalam persilangan ini, digunakan tetua jantan ayam kampung dengan tetua betina ayam petelur, karena diharapkan keturunannya mempunyai sifat ayam kampung yaitu postur tubuh, warna bulu, panjang dan warna cakar serta rasa juga tekstur daging seperti ayam

kampung.

"Teknis budidaya ayam Joper sama dengan broiler, yaitu kandang berlantai panggung atau <!--litter-->P> (alas lantai dengan sekam), pakan komersial buatan pabrik, vaksinasi ND dan Gumboro ketat, dengan lama pemeliharaan 60-70 hari (800-1000 g/ekor)," kata Wihandoyo dalam acara Obrolan Peternakan, beberapa waktu lalu.

Sri Hastuti SPT MP, pelaku usaha ayam Joper mengatakan, permintaan konsumen akan ayam Joper tinggi karena rendahnya kadar kolesterol dan lemak subkutan. Selain itu, ayam tersebut juga mudah dipelihara oleh semua orang. "Ayam Joper mempunyai beberapa potensi, antara lain umur panen hanya 60 hari, sementara ayam kampung biasanya mencapai 120 hari. Kebutuhan pakan sekitar 2,4 kg untuk 1 kg berat hidup, sementara ayam

kampung biasa 3,4 kg pakan setiap 1 kg berat hidup," ujar Sri Hastuti.

Namun, Sri Hastuti mengungkapkan, ada beberapa masalah utama peternakan unggas yang harus diperhatikan, salah satunya adalah mengenai tata niaga. Produk-produk peternakan mudah busuk sementara pasar menghendaki produk peternakan berkualitas bagus dan kontinyu. "Untuk mengatasi hal tersebut, sebaiknya budidaya dilakukan secara berkelompok sehingga jadwal *chick in* dan panen dapat diatur," katanya.

Sri Hastuti menambahkan, peternak biasanya bermasalah dengan permodalan. Pemerintah telah memperhatikan dengan memberikan dana, tetapi ternyata peternak yang dibina dengan modal hibah tidak berhasil. Peternak yang menggunakan modal sendiri justru dapat berhasil



Ayam Joper (Jowo Super)

KR-istimewa

karena merasa bertanggung jawab. Sri Hastuti juga menyebutkan bahwa permasalahan penyakit dan

wabah harus diperhatikan. Sanitasi yang baik dapat dimulai dari pembuatan kandang. (Dev)

'Tebas' Buah-buahan, Jeli Amati Musim

PROFESI 'tukang tebas' jarang dilakukan, karena selain harus ulet, tekun dan mandiri, juga diikuti penyertaan modal. Namun yang paling utama harus jeli, terutama menyangkut musim buah-buahan, kapan harus dilihat, dipanen kemudian dijual.



KR-Sutopo Sgh

Sanusi (kanan) dan Solikin membawa buah durian hasil tebasan.

Bagi Sanusi (50), warga Kamal Kulon, Margomulyo, Seyegan, Sleman menjadi tukang tebas buah-buahan sudah menjadi penghidupan sehari-hari, bahkan kini telah merasakan manisnya menjadi tukang tebas aneka buah-buahan.

"Saya telah melakukan pekerjaan

tukang tebas sejak 10 tahun lalu, yang semula hanya ikut-ikutan tetangga hingga kini mandiri," ujar Sanusi ketika sedang mengemasi buah durian yang dibelinya di Gamplong, Sumberrahayu, Moyudan, Sleman.

*Tukang tebas* atau membeli secara borongan ketika buah-buahan masih di atas pohon, harus jeli dalam menaksir, memelihara, memanen dan menjual agar tidak rugi. Bagi Sanusi semua buah-buahan bisa dijadikan dagangan, karena memang sudah profesinya. Ada rambutan, minjolo, duku, manggis, jeruk, semangka, mangga dan durian. Untuk semangka, Sanusi mempunyai lahan kurang lebih 500 meter persegi yang ditanami sendiri, di samping masih membeli secara borongan dari tempat lain.

Daerah operasinya sampai Pundong, Kretek (Bantul), Nanggulan (Kulonprogo), Yogya dan Sleman. Hal ini membuat banyak kenalan terutama masyarakat yang mau menjual hasil buah-buahan.

Menurutnya, keterampilannya dalam memanjat pohon, menghitung

musim buah, dan perawatan karena kebiasaan sejak ikut tetangga yang juga 'tukang tebas' hingga sekarang dirinya sudah mandiri.

Untuk musim buah, seperti rambutan biasanya antara Desember-Februari, durian Desember-Juni, semangka sebelum musim hujan, demikian juga untuk mangga.

"Kalau tidak hafal bisa rugi, seperti semangka harus terjual ketika masih musim kemarau. Bila sampai penghujan, bisa busuk dan uang yang telah dikeluarkan tidak kembali," ujarnya.

Hal ini pernah dialami, ketika baru saja *nebas* semangka, keburu datang musim hujan sehingga membuat semangka banyak yang busuk. Akibatnya modal tidak kembali, di sinilah butuh kejelitan tersendiri.

Sebagai <'tukang tebas' yang profesional, Sanusi memberikan taksiran antara Rp 50.000 sampai Rp 3 juta, tergantung jenis buah, ukuran dan jumlahnya. Biasanya dari seminggu setelah ditaksir, sepakat harganya, pada bulan berikutnya

mulai panen untuk kemudian dijual kembali.

Beruntung Sanusi sudah punya pedagang langganan dari Demak yang mangkal di pasar buah Yogya, sehingga setiap harinya bisa setor. Biasanya Sanusi dibantu seorang teman maupun isterinya ketika nebas buah-buahan, dari pagi hingga sore. Dari hasil penjualan buah-buahan, Sanusi bisa memenuhi kebutuhan keluarga dan sisanya untuk modal tebasan lagi. Untuk menopang kehidupan sehari-hari, Sanusi juga menjual buah-buahan di perempatan Tumut, Sumbersari, Moyudan.

Sanusi tetap ingin mengembangkan profesinya sebagai 'tukang tebas', karena selama sepuluh tahun berjalan hasilnya cukup bisa dirasakan. Di antaranya kini bisa membeli sepetak sawah, yang kemudian dimanfaatkan menanam buah-buahan sendiri atau padi. Meski diakui masih tantangannya, namun Sanusi sudah mantap menekuni profesi untuk memenuhi kehidupan sehari-hari. (Sutopo Sgh)

Grafis : Ario