ONE GATE SYSTEM DIBERLAKUKAN SECARA KONSISTEN

Jamin Sehat, Status Vaksinasi Wisatawan Dicek Acak

YOGYA (KR) - Tingkat kunjungan ke Kota Yogya tiap akhir pekan semakin meningkat. Meski kebijakan one gate system bagi armada bus pariwisata sudah diterapkan secara konsisten namun status vaksinasi wisatawan tetap akan dicek acak. Hal ini guna menjamin kesehatan setiap pengunjung.

"Pada libur Natal dan tahun baru nanti kebijakan one gate system akan tetap berjalan. Tentunya dengan beberapa peningkatan untuk mengantisipasi celah-celah aturan yang mungkin dimanfaatkan pelaku wisata," kata Wakil Walikota Yogya Heroe Poerwadi, Kamis (2/12).

Sesuai aturan one gate system, maka seluruh bus pariwisata baik bus yang berdimensi besar maupun kecil wajib masuk ke Terminal Giwangan untuk menjalani pemeriksaan. Terutama untuk memastikan seluruh wisatawan sudah menjalani vaksinasi Covid-19 minimal dosis pertama. Bus yang dinyatakan memenuhi syarat akan mendapat kartu untuk mengakses parkir di seputar kawasan Malioboro. Batasan waktu parkir untuk bus adalah tiga jam dan wisatawan maksimal bisa menikmati Malioboro selama dua jam.

Namun demikian, lanjut Heroe, masih ada beberapa celah aturan seperti bus yang tidak memanfaatkan tempat khusus parkir di kawasan Malioboro. Oleh karena itu pihaknya tetap akan melakukan pemeriksaan acak ke wisatawan yang datang, khususnya untuk status vaksinasi.

"Ini untuk mengantisipasi rombongan yang tidak melalui one gate system. Bisa jadi ada armada yang sengaja tidak masuk melalui Terminal Giwangan karena membawa penumpang yang belum divaksin atau syarat perjalanan yang tidak lengkap," tandasnya.

Beberapa celah yang dimanfaatkan tersebut, biasanya dengan menurunkan penumpang di toko oleh-oleh dan parkir di sana. Kemudian rombongan menuju destinasi wisata menggunakan armada yang lebih kecil atau kendaraan online. Sehingga Satgas Penanganan Covid-19 Kota Yogya juga tengah berkoordinasi dengan para pelaku wisata, termasuk pengelola toko oleh-oleh agar tidak menerima bus yang tidak masuk dari Terminal Giwangan.

Heroe menegaskan, butuh komitmen dari para pemilik toko oleh-oleh agar wisatawan yang tidak memenuhi syarat, khususnya soal vaksin virus corona, benar-benar tidak diberi celah. Dengan begitu, wisatawan yang tiba dipastikan telah tervaksin. "Harapannya pengelola tempat parkir dan juga di sentra penjualan oleh-oleh bisa melakukan beberapa kebijakan agar protokol kesehatan tetap terjaga," katanya.

Selain itu, penerapan aplikasi Sugeng Rawuh bagi wisatawan yang datang ke Malioboro tetap perlu disosialisasikan terus menerus. Hal ini karena wisatawan yang datang pun selalu berganti dari waktu ke waktu. Sedangkan mengenai ketentuan pemberlakuan ganjil genap kendaraan di kawasan wisata saat libur natal dan tahun baru, Heroe mengatakan akan membahasnya secara khusus dengan jajaran Forkompinda Kota Yogya.

Hanya, Heroe menyebut pemberlakuan ganjil genap kendaraan di kawasan wisata di Kota Yogya khususnya Malioboro akan sangat sulit dilakukan. Selama ini pengaturan arus kendaraan di kawasan Malioboro dilakukan dengan penerapan giratori atau jalan satu arah sehingga arus kendaraan bisa berjalan lebih lancar. "Malioboro bukan merupakan kawasan wisata yang spesifik karena juga berfungsi sebagai kawasan ekonomi sehingga aturan itu akan sulit diterapkan," urainya. **(Dhi)-f**

2022, Dewan Putuskan 15 Propemperda

YOGYA (KR) - DPRD Kota Yogya memutuskan 15 rancangan produk hukum yang akan dibahas melalui Program Pembentukan Peraturan Daerah (Propemperda) tahun 2022. Target Propemperda itu pun meningkat dibanding pembahasan tahun ini yang mencapai 12 rancangan perda.

Juru Bicara Badan Pembentukan Peraturan Daerah (Bapemperda) DPRD Kota Yogya Oleg Yohan, menjelaskan proses pembahasan hingga diputuskannya Propemperda mempertimbangkan banyak hal. "Ada beberapa pertimbangan terkait pemilihan rancangan perda yang dibahas tahun depan di antaranya untuk menindaklanjuti UU Cipta Kerja dan menindaklanjuti temuan BPK," jelasnya, Kamis (2/12).

Sebanyak 15 rancangan perda yang akan dibahas pada tahun 2022 tetap didominasi inisiatif Pemkot Yogya, yakni sebanyak 12 rancangan perda dengan tiga di antaranya terkait APBD. Sedangkan sisanya, tiga rancangan perda adalah inisiatif DPRD Kota Yogya yakni terkait perlindungan toko rakyat, sistem informasi penanggulangan kebencanaan daerah, dan pembangunan kepemudaan.

Sementara itu, rancangan perda inisiatif Pemkot Yogya di antaranya terkait pengelolaan sampah, retribusi persampahan atau kebersihan, reklame, kerja sama daerah, retribusi pengendalian menara telekomunikasi, pasar, dan rancangan pembangunan industri kota. "Propemperda yang dibahas tahun ini juga sudah berhasil terbahas semua. Pada Senin (29/11) lalu sudah disetujui hasil pembahasan tiga rancangan perda terakhir," tandasnya.

Tiga rancangan perda yang sudah dituntaskan pada akhir tahun tersebut yaitu Bangunan Gedung, Penataan dan Pengendalian Infrastruktur Pasif Telekomunikasi, serta Pengelolaan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi. Setelah penetapan tersebut, Pemkot diminta untuk menindaklanjutinya dengan membuat aturan turunan berupa peraturan walikota (perwal) paling lambat enam bulan sejak ditetapkan.

Wakil Walikota Yogya Heroe Poerwadi, mengatakan pengesahan rancangan perda tersebut cukup mendesak agar sejalan dengan aturan yang lebih tinggi, salah satunya UU Cipta Kerja. "Misalnya untuk rancangan perda terkait bangunan gedung karena ada regulasi di UU Cipta Kerja. Harapannya, terwujud tertib administrasi dan tertib aturan teknis saat membangun suatu bangunan sehingga terjamin keselamatan dan keamanannya," katanya.

Begitu pula rancangan perda terkait pemanfaatan teknologi informasi dibutuhkan untuk mendukung pengembangan Yogya sebagai smart city. Heroe meyakini partisipasi, dukungan masyarakat, dan elemen lain dalam pembangunan akan semakin meningkat jika melibatkan teknologi informasi dan komunikasi. **(Dhi)-f**

DONGKRAK KUNJUNGAN, TONJOLKAN KARAKTER

Branding Kampung Wisata Bakal Digencarkan

YOGYA (KR) - Pemkot Yogya bakal menggencarkan branding kampung wisata sesuai dengan ciri khas dan karakternya. Kegiatan tersebut guna meningkatkan daya saing destinasi wisata sekaligus mendongkrak tingkat kunjungan wisatawan.

Kepala Dinas Pariwisata Kota Yogya Wahyu Hendratmoko, menyampaikan tahap awal harus dilakukan tata kelola dan sumber daya manusia di kampung wisata. "Setelah dilaksanakan penataan dan peningkatan tata kelola atau sumber daya manusia di kampung wisata, maka kegiatan selanjutnya adalah pembuatan branding dan tagline kampung wisata tersebut," tandasnya, Kamis (2/12).

Kampung wisata yang sudah berhasil memiliki branding dan tagline ialah Tamansari berupa kehangatan dan harmoni. Branding dan tagline tersebut berdasarkan ciri khas dari tiap kampung wisata yang dikaji secara komprehensif. Oleh karena itu setelah dari Tamansari akan dilakukan kegiatan serupa di kampung wisata lainnya.

Wahyu mengaku, urban tourism merupakan salah satu daya tarik wisata di perkotaan. Sehingga pengembangan potensi yang dimiliki oleh kampung wisata akan membentuk satu kampung yang unik dan bercirikan lokal yang berbasis budaya. "Itu akan menjadi suatu daya tarik dalam urban tourism. Daya saing juga akan meningkat dan harapannya tingkat kunjungan semakin baik," urainya.

Ketua Kampung Wisata Tamansari Ibnu Titiyanto, mengungkapkan kehangatan menggambarkan iklim relasi yang dibangun oleh komunitas Tamansari manakala bersentuhan dengan wisatawan. Berbagai tipe wisatawan berkeinginan kuat untuk kembali lagi berwisata ke Kampung Wisata Tamansari dikarenakan merindukan kehangatan yang ditawarkan pada setiap jenis wisata yang ada di lingkungan setempat.

Sedangkan harmoni memiliki pengertian keserasian. Serasi yang dimaksudkan adalah perpaduan antara kekuatan tradisi lokal dan modernisasi dalam satu kawasan Kampung Wisata Tamansari. Selain memiliki warisan heritage berupa kompleks pemandian, Tamansari juga memiliki berbagai potensi pendukung antara lain kampung cyber, kampung hijau, kalpika, Bala Muda Taman, kuliner, kerajinan dan batik lukis. Di samping itu Tamansari juga terdapat paket wisata seperti kursus membatik, belajar sulap, melukis batik dan atraksi seni budaya.

"Saya optimis keberadaan kampung wisata Tamansari akan mampu sebagai ujung tombak pariwisata berbasis masyarakat yang berkontribusi dalam mewujudkan Tamansari yang hangat dan harmoni sebagaimana taglinenya," ungkapnya.

Asisten Perekonomian Setda Kota Yogya Kadri Renggono, berharap hadirnya branding dan tagline bisa meningkatkan semangat bagi pengelola Kampung Wisata Tamansari dalam memasarkan potensi wisatanya. Apalagi Kota Yogya menjadi salah satu tujuan utama wisata yang cukup diminati baik wisatawan nusantara maupun mancanegara. **(Dhi)-f**

Bank Mandiri Tingkatkan Aktivasi

KR-Istimewa

Perwakilan dari Bank Mandiri menyerahkan hadiah kepada pemenang Program Livin to the Max.

YOGYA (KR) - Bank Mandiri terus berupaya meningkatkan aktivasi dan penggunaan digital super app Livin by Mandiri (berlogo kuning) oleh nasabah perseroan, termasuk nasabah baru. Untuk itu, Bank Mandiri mulai membagikan hadiah undian program promo Livin to the Max kepada nasabah di seluruh Indonesia.

Di Region VII/Jawa Tengah misalnya, Bank Mandiri menyerahkan hadiah 1 unit BMW X1 kepada seorang nasabah yang telah terverifikasi menjadi pemenang Program Livin to the Max periode pertama yang berasal dari Yogyakarta. "Total hadiah yang dibagikan dalam program ini sebanyak 100 unit BMW X1 serta 1.000 unit motor jenis Vespa Sprint dan Yamaha NMAX," kata Regional CEO Bank Mandiri Region VII/Jawa 2, Dessy Wahyuni, Kamis (2/12).

Dikatakan, Program Livin to the Max bertujuan memberikan apresiasi kepada nasabah yang sudah memberikan kepercayaan kepada Bank Mandiri khususnya dalam melakukan transaksi digital. Program ini juga diharapkan dapat meningkatkan transaksi nasabah pada aplikasi Livin by Mandiri.

Dessy menjelaskan, Livin to the Max adalah program undian berdasarkan Livin poin yang dikumpulkan nasabah atas setiap transaksi yang dilakukan. Transaksi yang dihitung antara lain, transfer antar bank, bayar, top up, dan penambahan saldo, masing masing aktivitas transaksi tersebut akan mendapatkan poin yang akan diundi setiap minggunya. Jika nasabah ingin mendapatkan poin lebih, nasabah juga dapat menukarkan 230 Livin Poin untuk menjadi poin undian. Livin by Mandiri hadir untuk mendorong transaksi digital dan memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja. **(Ria)-f**

KOMPETISI KRATON MILEA DITUTUP

SMKN 1 Sewon Bantul dan SMKN 6 Yogyakarta Juara 1

KR-Surya Adi Lesmana

KPH Poerbodiningrat (kanan), Kepala Dinas Koperasi dan UKM DIY, Ir Srie Nurkyatsiwi MMA (kiri) bersama para juara Kompetisi Kraton Milea.

SLEMAN (KR) - Dinas Koperasi dan UKM DIY menggelar acara penutupan ajang Kompetisi Kreasi Kuliner Tradisional oleh Milenial Muda (Kraton Milea) bertema Strategi Pengembangan Kuliner Lokal dan Penguatan Spirit Enterprener oleh Millenial Muda. Acara berlangsung di Katering Sari Dewi Jalan Magelang Km 10, Josari, Tridadi, Sleman, Rabu (1/12).

Pada acara penutupan diumum kan para pemenang kompetisi Kreasi Kuliner Tradisional. Sebagai Juara 1 olah kreasi ubi atau ketela yaitu SMKN 1 Sewon Bantul dengan skor 258. Disusul Juara 2 SMKN 3 Wonosari Gunungkidul dengan skor 246 disusul SMKN 1 Saptosari Gunungkidul demgan skor 245,25. Sedangkan untuk kategori olah kreasi tepung ketan Juara 1 diraih SMKN 6 Yogyakarta dengan skor 256, Juara 2 SMKN 2 Godean Sleman dengan skor 251,5 dan Juara 3 SMKN 1 Pandak Bantul dengan skor 247.

Selain itu pada penutupan ini juga digelar Talkshow menghadirkan KPH Poerbodiningrat (Tokoh Budayawan Yogyakarta), Anton Yanwar (Chef Profesional), Aprilia Ariesta (Wirausaha Kuliner Kepik Sawah) dan Retno Wulandari (Owner Kebun Kita).

SiBakul Jogja

Menurut Kepala Dinas Koperasi dan UKM DIY, Ir Srie Nurkyatsiwi MMA, fokus sasaran kegiatan "Kraton Milea" ini adalah siswa-siswi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang ada di wilayah DIY. Masing-masing sekolah SMK yang terpilih mengirimkan lima siswa-siswi sebagai peserta lomba.

"Mereka diharapkan mampu berkompetisi dalam olah menu tradisional," sebut Siwi. Ia memaparkan, kolaborasi penyelenggaraan kegiatan ini dilakukan dan dikoordinir Dinas Koperasi UKM DIY dengan menggandeng Dinas Pendidikan Pemuda Olahraga DIY, Dinas Pariwisata DIY, PHRI DIY, PT Bank BPD DIY, dan pihak lainnya.

Selain kompetensi dalam olah menu tradisional, para peserta lomba yang lolos seleksi dari Disdikpora DIY, melakukan pembelajaran olah menu tradisional pada hotel-hotel yang ditunjuk PHRI DIY. Pembelajaran melalui hotel-hotel ini dimaksudkan agar para siswa dapat mengenal dunia kerja dan olah menu tradisional yang berkualitas.

Kegiatan ini diselenggarakan sekaligus sebagai media promosi produk kuliner yang dihasilkan para milenial muda, dalam konteks siswa SMK. Kreasi siswa SMK setelah melakukan magang atau prakerin selama satu minggu di hotel-hotel yang ditunjuk, merupakan skema pembelajaran efektif dalam menumbuh kembangkan jiwa enter prenerspirit.

Selain itu, kegiatan branding produk lokal kuliner khas yang terpinggirkan ini dimaksudkan untuk mengenalkan spirit wirausaha tentang olah kuliner tradisional lokal dengan kemasan yang menarik dan kekinian. Kegiatan ini juga bertujuan untuk mengenalkan produk-produk kuliner khas DIY yang terpinggirkan. Juga untuk memberikan edukasi tentang potensi usaha bagi para siswa-siswi SMK di wilayah DIY. Juga mengenalkan kembali produk unggulan kuliner tradisional kepada masyarakat luas. Serta memberikan edukasi tentang potensi usaha kepada para siswa-siswi SMK di wilayah DIY. **(Sal)**