



| | |
|--------------|---|
| TAJUK | <p style="text-align: center;">Butuh Kreativitas Pelaku Wisata untuk Memperpanjang Lama Tinggal Wisatawan</p> <p>Urusan lama tinggal wisatawan di DIY yang tergolong pendek menjadi salah satu masalah dari sekian problem pariwisata di daerah istimewa ini. Hal itu masih terlihat di musim liburan Natal dan Tahun Baru yang baru saja berlalu. Dari evaluasi para pebisnis yang tergabung dalam Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) DIY, angka kunjungan wisata meningkat namun lama tinggal tetap tidak lama. Penyebabnya, paket wisata yang ditawarkan masih monoton. Dalam sorotan para pebisnis hotel dan restoran, pelaku wisata kurang kreatif dalam membuat paket wisata dan kegiatan yang bisa menarik angka kunjungan sekaligus lama tinggal. Jogja butuh banyak acara untuk menambah lama tinggal wisatawan mengingat wisatawan yang berkunjung cukup membeludak. Menyikapi sorotan dari PHRI, tentu sudah semestinya pengelola wisata bisa lebih kreatif mengemas agenda wisata di DIY. Jangan berdiam diri dan berpuas diri dengan acara yang selama ini sudah ada. Ketika pola pikir membuat acara yang biasa saja sudah bisa mengundang banyak wisatawan berkunjung ke Jogja itu masih dipelihara, jangan berharap lama tinggal para pelancong ini bisa diperbaiki pada tahun ini atau tahun-tahun selanjutnya.</p> <p>Angka kunjungan jangan menjadi orientasi untuk mendongkrak pendapatan namun lebih ke kualitas. Konsep wisata yang berkualitas tentu bisa berperan mendongkrak lama tinggal wisatawan agar lebih panjang. Pemerintah juga tak boleh diam saja. Pemerintah daerah, provinsi sampai kabupaten dan kota, bahkan pengelola desa wisata perlu menggenjot lagi jumlah acara yang bisa digelar sehingga menambah lama tinggal wisatawan. Pengemasan acara juga mesti lebih menarik lagi, salah satunya bekerja sama dengan pemangku kepentingan di dunia pariwisata. Keberadaan desa wisata mesti lebih konsisten dipromosikan agar lebih dikenal wisatawan. Saat ini kesadaran wisatawan mengenai desa wisata yang ada di Jogja dan sekitarnya masih kurang. Ini juga sejalan dengan kurang maksimalnya pemasaran desa wisata. Pemda DIY bersama dengan kabupaten/kota mesti duduk bersama menata ulang produk dan segmentasi pasar pariwisata DIY mengingat ada beberapa perubahan infrastruktur yang terjadi, seperti jalan tol dan perkembangan amenitas di kabupaten yang semakin maju. Hal itu perlu dibahas karena keberadaan jalan tol dan amenitas bisa mengubah pola perjalanan wisatawan. Dengan keterbatasan wilayah, DIY perlu mulai selektif dalam menentukan pembagian pasar sehingga transformasi menuju pariwisata berkualitas bisa benar-benar maju. Manfaatkan tingginya jumlah wisatawan yang berkunjung ke DIY ini untuk mendongkrak lama tinggal pelancong. Bantul, Sleman, Gunungkidul, Kulonprogo dan tentu saja Jogja memiliki ciri khas pariwisata tersendiri yang bisa dimaksimalkan untuk menggaet wisatawan lebih betah tinggalnya. Sekali lagi, pengelola wisata harus bisa kreatif! Berkolaborasi dengan pelaku industri kreatif bisa dilakukan demi memperpanjang lama tinggal wisatawan. Tidak hanya 1-2 hari di Jogja tetapi bisa sampai sepekan atau bahkan lebih.</p> |
|--------------|---|

| Instansi | Nilai Berita | Sifat | Tindak Lanjut |
|----------|--------------|-------|-----------------|
| 1. | Netral | Biasa | Untuk Diketahui |

Yogyakarta, 20 Januari 2025
Kepala

Ig. Trihastono, S.Sos. MM
NIP. 19690723 199603 1 005