



Yogya Macet Bukan Kutukan



SETIAP libur Natal dan Tahun Baru, Yogya seperti magnet raksasa. Jalan Malioboro padat, Prambanan penuh antrean, Kaliurang sesak, dan ring road seperti melingkar tanpa ujung. Keluhan macet selalu muncul, tetapi justru dari kemacetan itulah kita membaca satu hal penting: Yogya masih sangat diinginkan.

Kemacetan Nataru bukan sekadar soal kendaraan menumpuk, melainkan potret keberhasilan *branding* kota budaya dan pariwisata. Di tengah banjir destinasi baru di Indonesia, Yogya tetap menjadi tujuan utama. Orang datang bukan hanya untuk berfoto, tetapi mencari "rasa pulang", suasana hangat, dan pengalaman yang tidak sepenuhnya bisa digantikan kota lain.

Namun di sisi lain, macet juga menjadi alarm keras: ada yang belum beres dalam cara kita mengelola kedatangan jutaan orang ini.

Nilai Positif Kemacetan

Pertama, macet adalah indikator perputaran ekonomi. Warung makan, homestay, hotel, pedagang oleh-oleh, pemandu wisata, tukang parkir, hingga seniman jalanan merasakan denyut yang lebih kencang. Bagi banyak UMKM pariwisata, Nataru adalah musim panen. Dalam beberapa hari, omzet bisa menyamai bulan-bulan sepi.

Kedua, macet menandakan keberhasilan promosi kolektif. Tanpa sadar, setiap unggahan wisatawan di media sosial menjadi iklan gratis. Yogya hidup di algoritma: dari TikTok, Instagram, hingga vlog YouTube. Ini aset sosial yang mahal jika harus dibeli dengan anggaran promosi resmi.

Ketiga, kemacetan menunjukkan daya tahan ekosistem pariwisata. Di tengah isu ekonomi global, pariwisata DIY masih mampu menarik jutaan orang untuk membelanjakan uangnya di sini.

Masalah utamanya wisata yang masih "Kumpul di Titik Itu-Itu Saja." Masalah Yogya bukan terlalu laku, tetapi terlalu

Erwan Widarto

terpusat. Hampir semua arus wisata mengerucut di Malioboro, Kraton, Prambanan, Kaliurang, dan pantai-pantai populer. Sementara puluhan desa wisata, kampung tematik, sentra kuliner kampung, hingga ruang seni alternatif di pinggiran kota belum menjadi rute utama.

Akibatnya, kemacetan menumpuk di koridor yang sama setiap tahun. Kita sibuk mengatur lalu lintas, tapi lupa mengatur narasi wisata. Ini PR besar yang mesti segera dipecahkan.

Wisatawan Lebih Produktif

Sejumlah hal bisa dilakukan agar kunjungan wisatawan tidak hanya memberi manfaat bagi warga, melainkan juga membuat yang datang lebih produktif dan mendapatkan manfaat.

Pertama, perlu "kurasi pengalaman", bukan hanya promosi destinasi. Wisatawan harus ditawarkan paket tematik: wisata kampung literasi, tur bank sampah, jelajah kebun pangan kota, workshop batik di kampung, atau wisata budaya berbasis komunitas. Ini relevan dengan karakter Yogya yang kuat di sektor sosial dan komunitas.

Bagi saya yang lama bergerak di isu pengelolaan sampah dan desa wisata, momen Nataru justru peluang mengenalkan model pariwisata yang tidak meninggalkan beban lingkungan. Bayangkan jika setiap rombongan wisata juga diajak singgah ke bank sampah, kebun warga, atau sentra kerajinan kampung. Bukan hanya belanja, tetapi belajar dan menjalani laku budaya.

Kedua, integrasi transportasi dan narasi digital. Informasi rute alternatif, *park and ride*, *shuttle* kampung, hingga agenda kampung wisata harus mudah ditemukan di satu platform resmi. Saat ini wisatawan lebih banyak diarahkan oleh Google Maps ketimbang oleh kebijakan daerah.

Ketiga, libatkan warga sebagai tuan rumah, bukan sekadar penon-

ton. Pelatihan pemandu lokal, homestay berbasis keluarga, dan kalender event kampung akan membuat uang wisata berputar lebih lama di lingkaran bawah, bukan berhenti di hotel besar dan pusat belanja.

Penjabaran program Kemenpar mengenai peningkatan kualitas Desa Wisata menemukan relevansinya. Di sinilah pengembangan *community based tourism* (CBT) bisa diperkuat.

Macet Adalah Momentum

Yogya macet saat Nataru bukan kutukan, tetapi pesan. Kota ini terlalu dicintai untuk dikelola secara biasa-biasa saja. Kemacetan seharusnya mendorong kita berani menggeser paradigma: dari wisata massal ke wisata bermakna. *Deep and meaningful tourism*. Jika itu terjadi, maka setiap antrean kendaraan di ring road tidak lagi kita maknai sebagai keluhan, melainkan sebagai tanda bahwa Yogya sedang diuji. Mampukah Yogyakarta mengubah keramaian menjadi kesejahteraan yang lebih merata dan berkelanjutan bagi warganya? (*)

**) Erwan Widarto, Wakil Ketua GIPI DIY dan Pengurus Departemen Lingkungan ICMI Orwil DIY.*

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

Yogyakarta, 06 Juni 2026
Kepala

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