



Media: Merapi

Hari: Senin

Tanggal: 20 April 2026

Halaman: 2

TERAS

Kota Festival

PEMERINTAH Kota Yogyakarta tengah melakukan langkah strategis dengan mempromosikan identitas sebagai destinasi wisata Kota Festival yang terintegrasi. Upaya melakukan orkestrasi terhadap lebih dari 1.000 agenda tahunan menjadi sebuah kalender event yang terkuras bukan sekadar urusan teknis penjadwalan. Ini adalah bentuk jawaban atas tantangan fundamental pariwisata: bagaimana mengubah kedatangan wisatawan lebih terencana.

Fenomena low season kerap menghantui pelaku industri pariwisata pada periode Februari hingga April. Dengan mengemas ulang tradisi lokal menjadi agenda yang kompetitif dan prestisius, pemerintah berupaya menakup celah kekosongan kunjungan. Diversifikasi event ini membuktikan bahwa budaya bukan hanya warisan yang harus dipuja, melainkan aset produktif yang jika dikelola dengan manajemen modern, mampu menjaga denyut nadi ekonomi kota tetap stabil sepanjang tahun tanpa harus bergantung musim libur panjang.

Ambisi ini didukung oleh data capaian tahun 2025 di mana angka kunjungan menembus 11 juta wisatawan dengan rata-rata belanja mencapai Rp2,28 juta per orang. Namun durasi lama tinggal saat ini masih berada di angka 1,77 hari. Target pencapaian dua hari menyiratkan bahwa setiap event harus memiliki daya tarik kuat, sehingga wisatawan merasa perlu menghabiskan waktu lebih lama untuk mengeksplorasi rangkaian acara, seperti rencana pergelaran HAKI Kota Yogyakarta yang akan digelar sebulan penuh pada bulan Oktober mendatang.

Di sisi lain, integrasi UMKM dalam ekosistem festival ini memberikan napas baru bagi para pelaku usaha lokal. UMKM kini tidak lagi diposisikan sebagai sekadar pelengkap atau pengisi stan di pinggir acara, melainkan bagian dari pengalaman wisata. Transformasi dari sekadar menjual produk menjadi menjual cerita dan proses pembuatan produk memberikan nilai tambah yang signifikan. Rencana pengembangan merchandise resmi yang terkurasi secara desain dan legalitas HAKI merupakan langkah maju untuk memastikan bahwa pertumbuhan pariwisata berbanding lurus dengan peningkatan kelas produk lokal.

Keberhasilan Yogyakarta sebagai Kota Festival akan sangat bergantung pada konsistensi kolaborasi lintas sektor. Sinergi pemerintah serta komunitas kreatif harus berjalan beriringan agar dampak ekonomi dapat dirasakan secara merata hingga ke level akar rumput.

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

Yogyakarta, 19 Mei 2026
Kepala

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