

## **Klasifikasi Paket Wisata di Kota Yogyakarta: Sebuah Pemetaan**

**Cerry Surya Pradana<sup>1</sup>, Hedy Shri Ahimsa-Putra<sup>2</sup>, John Soeprihanto<sup>3</sup>**

### **Afiliasi**

<sup>1</sup>S3 Kajian Pariwisata, Fakultas Sekolah Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada

<sup>2</sup> Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada

<sup>3</sup> Fakultas Sekolah Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada

### **Koresponden**

Cerry Surya Pradana. Mahasiswa S3 Kajian Pariwisata, Fakultas Sekolah Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada. Email: [cerrysuper@ugm.ac.id](mailto:cerrysuper@ugm.ac.id)

### **Intisari**

Perjalanan wisata telah diklasifikasikan oleh United Nation (UN) Tourism, dengan dua klasifikasi besar yaitu, perjalanan personal dan perjalanan bisnis. Sementara ini, Pemerintah Indonesia membuat undang-undang yang mengatur jenis destinasi wisata di Indonesia. Sebagai salah satu destinasi wisata yang memiliki pergerakan wisatawan yang besar di Indonesia, Yogyakarta memiliki banyak pilihan paket perjalanan wisata yang dibuat oleh operator perjalanan wisata. Artikel ini bertujuan untuk mengidentifikasi jenis perjalanan wisata yang ada di Yogyakarta, berdasarkan pada paket wisata yang dibuat oleh dua jenis operator perjalanan wisata, yaitu kampung wisata dan biro perjalanan wisata di Kota Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan yaitu wawancara pada para informan dan studi pustaka pada sumber-sumber tertulis terkait dengan paket wisata yang tersedia pada seluruh kampung wisata dan sebagian biro perjalanan wisata di Kota Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa perjalanan wisata yang ada di Kota Yogyakarta berdasarkan tujuannya terdiri atas (1) education and training; (2) holidays, leisure, and recreation; (3) religion/pilgrimage; (4) shopping; (5) transit; dan (6) others, sedangkan dua jenis perjalanan wisata lainnya tidak ditemukan di Kota Yogyakarta, yaitu visiting friends and relatives dan health and medical care. Paket wisata budaya menduduki posisi teratas berdasarkan destinasi wisata yang dikunjungi. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa, aktivitas edukasi dan pelatihan mendominasi jumlah paket wisata di Kota Yogyakarta, serta destinasi wisata budaya menempati peringkat teratas. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilaksanakan di Kota Yogyakarta, sehingga paket wisata yang diteliti terbatas hanya di laksanakan di area ini. Potensi studi terkait pengembangan paket wisata di Kota Yogyakarta juga masih dapat dikembangkan pada penelitian-penelitian berikutnya.

**Kata Kunci:** paket wisata, biro perjalanan wisata, kampung wisata

**Artikel Informasi:** Submisi: 26-08-2025 | Direvisi: 09-10-2025 | Diterima: 06-10-2025



Copyright © 2025 by the author(s). This article is published by Universitas Gadjah Mada, Indonesia under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) license. Anyone may reproduce, distribute, translate, and create derivative works of this article (for both commercial and noncommercial purposes), subject to full attribution to the original publication and author(s). The full terms of this license may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcod>

## Pendahuluan

Perjalanan wisata memiliki beberapa kriteria yang harus dipenuhi berupa perjalanan dilakukan sementara waktu, perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain, perjalanan harus dikaitkan dengan tamasya atau rekreasi, dan orang yang melakukan perjalanan wisata bukan untuk mencari nafkah melainkan sebagai konsumen di daerah yang dituju (Yoeti, 2008). United Nation (UN) secara umum membagi pihak yang melakukan perjalanan menjadi tiga, yaitu *traveler*, *visitor*, dan *tourist*. *Traveler* adalah orang yang melakukan perjalanan antar dua atau lebih lokasi. *Visitor* merupakan orang yang melakukan perjalanan di luar lokasi tinggalnya selama paling sedikit 24 jam dan paling lama kurang dari 12 bulan, di mana perjalannya bukan untuk terlibat dalam upaya mencari nafkah, pendapatan, atau penghidupan di tempat tujuan (United Nation, 2010).

Saat ini, belum ada literatur yang membuat pembagian atau klasifikasi jenis wisata di Indonesia yang berdasarkan pada rekomendasi dari UNWTO. Literatur yang ada hingga saat ini bahkan belum menyampaikan hubungan antara paket wisata dengan jenis wisata yang ada. Klasifikasi wisata seperti wisata budaya, wisata alam, dan wisata buatan memang telah tercantum pada Undang-Undang Republik Indonesia (UU RI) nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Akan tetapi, pembagian jenis wisata tersebut merupakan bagian dari usaha daya tarik wisata yang mengacu kepada destinasi wisatanya. Demikian pula dengan UU RI nomor 15 tahun 2019 tentang Desa Wisata dalam pasal 15 juga menyebutkan wisata alam/buatan, wisata sejarah/religi, dan wisata budaya sebagai bagian dari daya tarik wisata. Meskipun belum ada klasifikasi jenis wisata, akan tetapi pengertian dan teori terkait pariwisata berdasarkan destinasinya telah banyak disampaikan oleh peneliti, seperti wisata budaya (Liu, 2020; Wicaksono, Sagita, Dewi, 2022; Ratmaja & Pattaray, 2024; Mulyana, Nurhayati, Auliyyaa, Ramdhani, & Valencia, 2025), wisata alam (Fennel & Cooper, 2020; Rasyid, Karmila, & Kesaulya, 2022; Risda, Malihah, & Andari, 2023; Salusu, 2023), wisata buatan (Prastiani & Pratiwi, 2020; Triana & Yuliana, 2021; Sutanto, Sugeha, Elfaranica, & Wijaya, 2023).

Perkembangan arah wisatawan yang datang ke Kota Yogyakarta juga mulai berubah. Perkembangan ini menyesuaikan dengan keadaan perkembangan wisatawan dunia yang terjadi hingga saat ini. Tren wisatawan saat ini berorientasi pada wisata alternatif yang disebut sebagai wisata minat khusus. Berbeda dengan ketika awal munculnya pariwisata yang berorientasi pada wisatawan masal. Kecenderungan ini mengubah pola perilaku, motivasi, dan tujuan wisatawan untuk mengunjungi objek wisata. Oleh karena itu, produk wisata (*tour product*) dan paket wisata (*tour package*) yang ada, pada umumnya disesuaikan dengan perkembangan wisatawan saat ini. Beberapa paket yang ditawarkan pada umumnya merupakan paket yang dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat yang ada di lokasi objek wisata (Nuriata, 2019, Inawati, 2022).

Berdasarkan pengumpulan data dari laman asitajogja.org, jumlah biro perjalanan wisata (BPW) yang terdaftar sebagai anggota Asosiasi Biro Perjalanan Wisata (Association of the Indonesian Tours and Travel Agencies / ASITA) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) hingga tahun 2024 sebanyak 147 BPW dengan rincian 32 BPW menyelenggarakan kegiatan wisata domestik atau di dalam negeri; 25 BPW menyelenggarakan umroh dan *outbound*; 5 BPW penyelenggara *inbound tour*; dan 85 lainnya dalam kondisi tutup sementara, tutup permanen, tidak aktif, dan tidak menyediakan paket wisata (dua di antaranya hanya menyediakan layanan persewaan transportasi).

Jumlah BPW yang menjadi anggota ASITA hingga tahun 2024 jauh berbeda jika dibandingkan dengan data BPW yang dikumpulkan oleh Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian, dan Pengembangan Daerah (BAPPEDA) DIY. Data dari BAPPEDA DIY dalam laman

<http://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/> menunjukkan pada tahun 2021 terdapat 841 BPW dan bertambah menjadi 864 BPW di tahun 2022. Data sementara menunjukkan bahwa, jumlah BPW di DIY pada tahun 2023 sebanyak 872. Hal ini menjadi menarik, karena terdapat jauh lebih banyak BPW yang tidak terdaftar sebagai anggota ASITA DIY.

Selain biro perjalanan wisata, paket wisata juga dapat dibuat oleh masyarakat umum, seperti misalnya yang terjadi pada beberapa kampung wisata yang berada di Kota Yogyakarta. Peraturan Walikota Yogyakarta nomor 15 tahun 2016 menyatakan bahwa, kampung wisata adalah suatu wilayah yang penduduknya mempunyai kegiatan di bidang sosial dan ekonomi dalam bentuk pengembangan usaha pariwisata yang berbasis pada potensi daya tarik alam dan buatan termasuk bangunan cagar budaya maupun tatanan sosial kehidupan masyarakat setempat, nilai budaya, dan seni tradisi serta kerajinan dan kuliner tradisional dan sarana prasarana akomodasi. Pasal 11 butir (a) dalam peraturan tersebut menyatakan bahwa, tugas pengurus kampung wisata yaitu melakukan pengelolaan potensi dan daya tarik wisata yang bercirikan unik, otentik, spesifik, dan bersifat kearifan lokal menjadi sebuah paket wisata yang menarik dan layak jual.

Sebuah paket wisata, dapat digolongkan menjadi salah satu bagian dari produk wisata (Muljadi dan Warman, 2014), dikarenakan terdapat instrumen-instrumen penting untuk menyusun suatu jenis produk atau jasa yang merupakan bagian dari kepariwisataan (Gunawan, 2016). Suwantoro (1997), menyatakan bahwa komponen paket wisata terdiri atas (1) pemandu wisata; (2) fasilitas wisata; (3) tiket atau karcis sarana angkutan; (4) sarana wisata; dan (5) dokumen perjalanan. Lebih jauh, Nuriata (2014) menyatakan bahwa produk paket wisata terdiri dari komponen-komponen yang disusun dan saling berkaitan satu sama lain, sehingga membentuk suatu sistem yang seimbang. Semer-Purzycki (2000) menyatakan bahwa, paket wisata adalah kombinasi dari elemen-elemen yang dijual dan dikoordinasikan untuk sebuah grup wisatawan. Elemen-elemen ini disatukan oleh perencana perjalanan atau tur, direncanakan untuk tanggal tertentu, dan dijual dengan satu harga. Secara umum, paket wisata dapat diartikan sebagai kumpulan dari berbagai komponen yang mendukung berjalannya suatu perjalanan atau kunjungan ke suatu destinasi wisata.

Paket wisata merupakan salah satu produk pariwisata, yang menggabungkan beberapa komponen produk pariwisata (Rostiyani, Pattaray, & Ratmaja, 2024; Mulyana, Nurhayati, Auliyyaa, Ramdhani, & Valencia, 2025). Secara umum terdapat dua jenis paket wisata berdasarkan pada pembuatannya, yaitu paket wisata *ready-made tour* dan paket wisata *tailor made tour* (Nuriata, 2019; Inawati, 2022; Abdullah & Prihastuti, 2022). *Ready-made tour* adalah jenis paket wisata yang komponennya telah ditentukan oleh pihak penyelenggara dan bersifat mutlak atau tidak dapat diubah, kecuali terdapat situasi kondisional yang tidak terduga (misalnya masalah cuaca dan kondisi keamanan). *Tailor made tour* merupakan paket wisata yang direncanakan dan dibuat berdasarkan permintaan dari konsumen dan calon konsumen, yang seluruh komponennya menjadi hak konsumen untuk mengatur dan mengubah (Nuriata, 2019). Sebuah paket wisata, dapat digolongkan menjadi salah satu bagian dari produk wisata (Muljadi dan Warman, 2014), dikarenakan terdapat instrumen-instrumen penting untuk menyusun suatu jenis produk atau jasa yang merupakan bagian dari kepariwisataan (Gunawan, 2016).

Meskipun telah banyak kajian terhadap paket wisata di Yogyakarta, namun kajian teoretis terhadap jenis-jenis paket wisata masih terbatas, termasuk paket wisata yang diselenggarakan di DIY. Jenis-jenis paket wisata ini umumnya dibuat langsung oleh Biro Perjalanan Wisata (BPW) berdasarkan pada popularitas, yang dilihat dari seberapa banyak konsumen dan kuantitas pelaksanaannya, yang belum dikategorikan berdasarkan pada jenis-

jenis paket wisata yang direkomendasikan oleh United Nation Tourism. Penelitian terdahulu juga belum melihat biro perjalanan wisata sebagai subjek penelitian, di mana mereka merupakan penyelenggara sekaligus pelaksana kegiatan perjalanan wisata.

Bojamic & Calantone (2004) menyatakan bahwa, komponen-komponen suatu produk wisata terdiri atas (1) transportasi; (2) penginapan; (3) atraksi wisata; dan (4) makanan yang dijual kepada wisatawan. Sementara itu, Liao dan Chuang (2020) menyatakan terdapat 7 (tujuh) atribut paket wisata, yaitu (1) atraksi; (2) akomodasi; (3) lama tinggal / *length of stay*; (4) harga; (5) makanan; (6) transportasi; dan (7) musim. Jika mengacu pada praktik di lapangan yang telah diterapkan oleh biro perjalanan wisata, Inawati (2022) menyatakan terdapat 6 (enam) komponen yang harus dipenuhi dalam merancang paket wisata. Keenam komponen tersebut disebut dengan ATMGOL, yang merupakan singkatan dari (1) akomodasi; (2) transportasi; (3) *meals* / makan; (4) *guide* atau pemandu wisata; (5) objek wisata; dan (6) lain-lain. Keenam komponen tersebut yang kemudian akan harga paket wisata yang ditawarkan oleh BPW, untuk kemudian disampaikan kepada calon konsumen (wisatawan).

Akomodasi meliputi segala jenis penginapan yang akan digunakan, apakah menggunakan hotel bintang, hotel non bintang, villa, *homestay*, dan moda akomodasi lainnya. Transportasi meliputi identifikasi alat transportasi yang digunakan selama paket wisata berlangsung. Terkait dengan transportasi, perlu diperhatikan berapa banyak alat transportasi yang digunakan selama paket wisata berjalan. *Meals* atau makan berkaitan dengan jenis makanan dan jumlah penyajiannya. Kemasan makanan juga perlu diperhatikan, terutama untuk makanan yang disajikan dan dimakan di atas moda transportasi yang digunakan atau makan ketika sedang di perjalanan.

*Guide* atau pemandu wisata dilihat dari kebutuhan wisatawannya, apakah membutuhkan pemandu dengan kemampuan bahasa tertentu dan berapa banyak jumlah pemandu wisata yang dibutuhkan dalam setiap pelaksanaan paket wisata. Objek wisata yang dikunjungi juga perlu dihitung jumlah pemandu wisata dan durasi waktunya, selain menghitung biaya masuk (*entrance fee*) di masing-masing objek wisata yang dikunjungi. Terakhir, ada komponen lain-lain, yang mana bagian ini dapat diadakan atau tidak diadakan, tergantung pada kesepakatan dengan wisatawan. Contoh dari lain-lain yaitu asuransi perjalanan, jasa porter bandara atau stasiun, camilan, *souvenir*, dan atraksi wisata tambahan, yang dapat ditambahkan hanya jika diinginkan dan disepakati oleh wisatawan.

**Tabel 1. Jenis-jenis paket wisata berdasarkan penyusunan paket, cakupan perjalanan, dan jumlah layanan makan**

JENIS PAKET WISATA BERDASARKAN		
PENYUSUNAN PAKET	CAKUPAN PERJALANAN	KELENGKAPAN PAKET
Tailor made Tour	Inbound Tour	All-inclusive package
Ready-made Tour	Outbound Tour	Full Board package
	Domestic Tour	Half Board package
		Bed and Breakfast package

Sumber: diolah dan disesuaikan dari Suyitno (2001), Nuriata (2014; 2019), Inawati (2022)

Cakupan perjalanan wisata juga akan menentukan paket wisata yang dibuat. Setidaknya terdapat 3 (tiga) jenis cakupan perjalanan ini, yaitu *inbound tour*, *outbound tour*, dan *domestic tour*. *Inbound tour* merupakan paket pariwisata yang dirancang bagi wisatawan dari luar negeri yang akan berwisata di dalam negeri (United Nation, 2010; Nuriata, 2019). Misalnya paket wisata yang dibuat oleh BPW di Indonesia yang dijual kepada orang asing yang berdomisili di luar negeri. *Outbound tour*, sebaliknya, merupakan paket wisata yang dirancang untuk konsumsi wisatawan nusantara atau dari dalam negeri yang akan berwisata di luar

negeri (United Nation, 2010; Nuriata, 2019). Misalnya paket wisata umrah yang dilaksanakan oleh BPW di Indonesia dengan konsumen warga negara yang berdomisili Indonesia, untuk diselenggarakan di luar negeri. Paket wisata domestik, berarti paket wisata dalam negeri yang diperuntukkan bagi wisatawan dalam negeri atau wisatawan nusantara (Kesrul, 2003; United Nation, 2010; Nuriata, 2014). Contohnya berupa paket *study tour* yang dilaksanakan siswa Jakarta di Yogyakarta selama tiga hari dua malam.

Dilihat dari kelengkapan paket wisata yang dilaksanakan, Inawati (2022) membaginya menjadi 4 (empat), yaitu (1) *all-inclusive package*; (2) *full board package*; (3) *half board package*; dan (4) *bed & breakfast package*. Keempat istilah ini dapat berbeda antara satu BPW dengan yang lainnya, namun pada intinya layanan makan mempengaruhi paket wisata, terutama pada paket wisata *meeting, incentive, conference, and exhibition* (MICE). Namun demikian, keempat istilah ini juga digunakan pada paket wisata yang dilaksanakan dengan pelaksanaan minimal satu hari. *All-inclusive package* artinya layanan makan tersedia selama wisatawan melakukan kegiatan wisata dalam durasi tertentu. *Full board package* secara umum berarti konsumen dua kali makan berat (umumnya makan siang dan makan malam) dan dua kali makanan ringan (camilan) selama satu hari penuh, sedangkan *half board package* berarti wisatawan hanya mendapatkan satu kali makan berat dan satu kali makanan ringan selama setengah hari. *Bed & breakfast* merupakan paket menginap yang termasuk layanan makan pagi baik *American Breakfast* atau sarapan menu nusantara.

United Nation (2010) membagi jenis perjalanan wisata sesuai tujuannya berupa tujuan personal dan bisnis, yang mana wisata personal merupakan segala jenis perjalanan wisata yang tidak bertujuan untuk bisnis atau tugas profesional lainnya. United Nation membagi perjalanan wisata personal menjadi delapan jenis, yaitu (1) *holidays, leisure, and recreation*; (2) *visiting friends and relatives*; (3) *education and training*; (4) *health and medical care*; (5) *religion/pilgrimages*; (6) *shopping*; (7) *transit*; dan (8) *other*. Perjalanan wisata dengan tujuan bisnis hanya memiliki satu jenis, yaitu bisnis dan profesional. Sementara itu, di sisi lainnya Undang-Undang Republik Indonesia (UU RI) nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan dan UU RI nomor 15 tahun 2019 tentang Desa Wisata telah menyebutkan destinasi wisata terdiri atas wisata budaya, wisata alam, dan wisata buatan

Berikut penjelasan terkait perjalanan wisata personal berdasarkan tujuan wisatanya menurut UN (2010). Kategori (1) *holidays, leisure, and recreation* mencakup (namun tidak terbatas pada), jalan-jalan, mengunjungi situs alam atau buatan, menghadiri acara olahraga atau budaya, berlatih olahraga sebagai aktivitas non-profesional, menggunakan pantai, kolam renang dan segala fasilitas rekreasi dan hiburan, berlayar, berjudi, menghadiri perkemahan musim panas, beristirahat, bulan madu, santapan lezat, mengunjungi tempat-tempat yang mengkhususkan diri pada kebiasaan sehat (misalnya, hotel kesehatan), kebugaran kecuali dalam konteks perawatan medis, serta tinggal di rumah peristirahatan yang dimiliki atau disewa untuk bersantai sejenak dari rutinitas.

Kategori (2) *visiting friends and relatives* mencakup (namun tidak terbatas pada) aktivitas seperti mengunjungi kerabat atau teman; menghadiri pernikahan, pemakaman atau acara keluarga lainnya; kunjungan untuk perawatan jangka pendek untuk orang sakit atau orang tua. Poin penting dari jenis kategori ini, yaitu tujuan utamanya mengunjungi teman atau kerabat. Jika ada aktivitas lainnya yang dilakukan, maka bukan menjadi aktivitas utama. Misalnya, seseorang menghadiri pernikahan kerabat di luar kota dan memutuskan untuk berkunjung ke sebuah atraksi wisata yang terletak di antara atau di dalam lokasi pernikahan yang dituju. Kategori (3) *education and training* mencakup (namun tidak terbatas pada), mengikuti kursus jangka pendek yang dibayar oleh pemberi kerja (tidak termasuk *on the job*

*training* yang diklasifikasikan dalam perjalanan wisata bisnis dan profesional) atau lainnya, mengikuti program studi tertentu (formal atau informal) atau memperoleh keterampilan khusus melalui kursus formal, termasuk studi berbayar, bahasa, kursus profesional atau kursus khusus lainnya.

Kategori (4) *health and medical care* mencakup (namun tidak terbatas pada), menerima layanan dari rumah sakit, klinik, rumah pemulihan dan, yang lebih umum, lembaga kesehatan dan sosial, mengunjungi resort thalassotherapy (fasilitas atau penginapan yang menawarkan perawatan dan terapi menggunakan air atau mineral dari laut) dan kesehatan, serta tempat khusus lainnya untuk menerima perawatan medis jika hal tersebut didasarkan pada anjuran medis, termasuk bedah kosmetik dengan menggunakan fasilitas dan layanan medis. Kategori ini hanya mencakup pengobatan jangka pendek karena pengobatan jangka panjang yang memerlukan masa tinggal satu tahun atau lebih bukan bagian dari pariwisata.

Kategori (5) *religion/pilgrimages* mencakup (namun tidak terbatas pada) menghadiri pertemuan dan acara keagamaan, serta ziarah. Kategori (6) *shopping* mencakup (namun tidak terbatas pada) pembelian barang-barang konsumsi untuk keperluan pribadi atau sebagai hadiah kecuali untuk dijual kembali atau untuk digunakan dalam proses produktif di masa depan, (dalam hal ini tujuannya adalah bisnis dan profesional). Kategori (7) *transit* atau berhenti di suatu tempat tanpa tujuan tertentu selain sedang dalam perjalanan menuju tujuan lain. Kategori (8) *others* mencakup pekerjaan sukarela, pekerjaan investigasi, dan melakukan aktivitas sementara lainnya yang tidak dibayar dan tidak termasuk di tempat lain.

## Hasil dan Pembahasan

Data yang dikumpulkan dari lima biro perjalanan wisata dan 30 kampung wisata yang ada di Kota Yogyakarta menunjukkan adanya 113 paket wisata, di mana 41 paket wisata dibuat oleh biro perjalanan wisata dan 72 paket wisata dibuat oleh kampung wisata. Jika hanya dilihat dari jumlahnya, setiap biro perjalanan wisata secara rata-rata membuat delapan paket wisata dan setiap kampung wisata rata-rata membuat 2-3 paket wisata. Data ini kemudian dikelompokkan kembali menjadi paket wisata berdasarkan tujuan wisatanya menurut *United Nation Internasional Recommendations for Tourism Statistic* dan diklasifikasikan berdasarkan destinasi wisata menurut Undang-undang Republik Indonesia.

Tabel 2. Klasifikasi Paket Wisata di Kota Yogyakarta berdasarkan Destinasi Wisatanya

No.	Jenis Destinasi Paket Wisata	Pembuat Paket Wisata	
		BPW	Kampung Wisata
1.	Wisata Budaya	15	63
2.	Wisata Alam dan Buatan	10	2
3.	Wisata Alam	7	2
4.	Wisata Budaya dan Alam	3	4
5.	Wisata Budaya, Alam, dan Buatan	3	0
6.	Wisata Budaya dan Buatan	2	1
7.	Wisata Buatan	1	0
Jumlah Paket Wisata Berdasarkan Destinasi yang Ditawarkan		41	72

Sumber: elaborasi penulis berdasarkan data dari BPW dan Kampung Wisata di Kota Yogyakarta

Jika dilihat dari klasifikasi berdasarkan jenis destinasi wisatanya, maka keberadaan paket wisata yang ada di Kota Yogyakarta dibagi ke dalam tujuh kelompok, yaitu (1) wisata budaya; (2) wisata alam; (3) wisata buatan; (4) wisata budaya, wisata alam, dan wisata buatan; (5) wisata budaya dan wisata alam; (6) wisata budaya dan wisata buatan; serta (7) wisata alam

dan wisata buatan. Terdapat paket wisata yang memiliki destinasi lebih dari satu, di mana hal ini terjadi karena adanya beberapa destinasi yang ditawarkan dalam satu paket wisata. Secara detil terkait jumlahnya, dapat dilihat pada tabel 2.

Jumlah paket wisata berdasarkan pada destinasi wisata di Kota Yogyakarta menunjukkan bahwa wisata budaya masih menjadi jenis paket wisata yang banyak dibuat di kota ini. Meskipun sebelumnya telah disampaikan jika rata-rata paket wisata yang dibuat oleh BPW terbilang jauh lebih banyak dibandingkan kampung wisata (hampir 1:4), namun jumlah paket wisata berbasis wisata budaya yang dibuat di kampung wisata jauh lebih banyak (lebih dari 1:4). Jika kita hanya melihat paket wisata yang dibuat oleh kampung wisata, maka akan terlihat bahwa dari 72 paket wisata yang ada, 63 di antaranya merupakan paket wisata berbasis wisata budaya. Jika dihitung secara rata-rata, setiap kampung wisata memiliki dua paket wisata yang berbasis pada wisata budaya.

Paket wisata yang dibuat oleh BPW juga menunjukkan paket wisata berbasis wisata alam dan wisata buatan menempati posisi dua dengan jumlah 10 paket wisata, berbanding terbalik dengan hanya satu paket wisata yang dibuat oleh kampung wisata. Fenomena ini dipengaruhi oleh kondisi Kota Yogyakarta yang memiliki daya tarik wisata alam sangat minim jika dibandingkan dengan kabupaten yang ada di sekelilingnya, misalnya Kabupaten Sleman, Kabupaten Gunungkidul, Kabupaten Kulon Progo, dan Kabupaten Bantul. BPW, tidak seperti kampung wisata, tidak terikat dengan pengembangan paket wisatanya. Sementara kampung wisata terbatas pada pengembangan daya tarik wisata yang ada di wilayahnya, yang di satu sisi menjadi kelebihan namun di sisi lain menjadi kekurangan pengembangan paket wisata di kampung wisata.

Paket wisata di Kota Yogyakarta berdasarkan pada tujuan berwisatanya dibagi menjadi delapan, yaitu (1) holidays, leisure, and recreation; (2) visiting friends and relatives; (3) education and training; (4) health and medical care; (5) religion/pilgrimages; (6) shopping; (7) transit; dan (8) other. Pada bagian ini, penulis tidak membagi ke dalam kategori yang lebih detil seperti misalnya perpaduan antara nomor holiday, leisure, and recreation dengan education and training. Hal ini dikarenakan masih ada beberapa paket wisata yang ambigu, sebagai contoh ada beberapa paket wisata di kampung wisata dengan tema "jelajah kampung wisata", di mana hanya memiliki sisi holiday, leisure, and recreation atau education and training saja karena hanya sebatas 'jalan-jalan'. Juga, berdasarkan fakta di lapangan, sukar melepaskan tujuan paket wisata dari holidays, leisure, and recreation. Terkait jumlah dan klasifikasi paket wisata berdasarkan pada tujuan wisatanya, dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Paket Wisata di Kota Yogyakarta berdasarkan Tujuan Berwisatanya

No.	Tujuan Berwisata	Pembuat Paket Wisata	
		BPW	Kampung Wisata
1.	Education and training;	5	57
2.	Holidays, leisure, and recreation;	38	40
3.	Religion/pilgrimages;	5	7
4.	Shopping;	6	3
5.	Transit;	3	1
6.	Other	0	1

Sumber: elaborasi penulis berdasarkan data dari BPW dan Kampung Wisata di Kota Yogyakarta hingga tahun 2024

Perbedaan paket wisata berdasarkan tujuan berwisatanya yang dibuat oleh BPW dan kampung wisata tampak kontras pada jumlah paket dengan tujuan *education and training*, yaitu BPW hanya menyediakan 5 paket wisata dan terdapat 57 paket wisata dengan tujuan *education and training* di kampung wisata. Tujuan wisata berupa *education and training* dan

tujuan wisata *religion and pilgrimage* berbanding lurus dengan jumlah atraksi wisata budaya yang ada di Kota Yogyakarta. Hal ini dikarenakan banyak aktivitas dan atraksi budaya yang dapat dilakukan di Kota Yogyakarta. Serupa dengan hal tersebut, *holidays, leisure, and recreation* teridentifikasi sebagai tujuan wisata prioritas yang dibuat dalam paket wisata oleh BPW, di mana tujuan ini berbanding lurus dengan jenis wisata alam dan buatan yang dilaksanakan di luar Kota Yogyakarta namun masih berada dalam wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Meskipun paket wisata berbasis wisata budaya yang dibuat oleh kampung wisata di Kota Yogyakarta ada banyak, namun jenis atraksi dan aktivitas yang ditawarkan lebih beragam. Hal ini berbanding terbalik dengan paket wisata yang ditawarkan oleh biro perjalanan wisata (baik wisata budaya, wisata alam, wisata buatan, maupun kombinasi di antara ketiganya), di mana pilihan atraksi dan aktivitasnya tidak memiliki banyak perbedaan. Bahkan terdapat beberapa biro perjalanan wisata yang menjual paket wisata yang sama di antara perusahaan satu dengan lainnya. Akan tetapi hal ini berbeda dengan BPW yang membuat paket wisata berbasis wisata budaya, yang mana pada kenyataannya memunculkan banyak pilihan aktivitas dan atraksi yang tergantung pada di mana paket wisata tersebut dilaksanakan.

Kampung wisata memiliki keberagaman paket wisata berbasis wisata budaya yang ada di Kota Yogyakarta, yang disesuaikan dengan karakteristik kawasannya. Kampung wisata dengan karakteristik bangunan-bangunan kuno yang bersejarah, memunculkan paket wisata berbasis budaya yang lebih fokus dengan tujuan *education and training* dibandingkan hanya untuk memenuhi kriteria *holidays, leisure, and recreation*. Oleh karena itu, aktivitas wisatanya sebagian diwujudkan dengan cara *walking tour* atau *cycling tour* dengan mengeksplorasi kawasannya. Kampung dengan aktivitas budaya seperti tari tradisional, belajar gamelan (musik tradisional), dan pembuatan senjata tradisional, memberikan waktu bagi wisatawan untuk tinggal lebih lama di satu titik guna memenuhi tujuan *education and training* namun tetap memperhatikan sisi *holidays, leisure, and recreation*.

Paket wisata dengan tujuan wisata (1) *visiting friends and relatives* dan (2) *health and medical care* tidak tersedia baik oleh kampung wisata maupun biro perjalanan wisata. Berdasarkan wawancara dengan informan, kedua jenis tujuan perjalanan wisata ini masih belum populer di Kota Yogyakarta, karena dapat dilaksanakan sendiri. Atraksi atau destinasi yang menawarkan wisata kesehatan terdapat di area seperti Sleman dan Bantul, akan tetapi tidak atau belum dikembangkan menjadi destinasi wisata. Sebagian besar pengunjung pada tempat-tempat terapi, kesehatan, atau pemulihan berasal dari warga yang ada di area sekitar, sehingga belum dilihat sebagai tren yang dapat menghasilkan nilai, khususnya secara ekonomi.

## Kesimpulan

Paket wisata di Kota Yogyakarta yang dibuat oleh kampung wisata dan BPW menghasilkan paket wisata yang berbeda. Keduanya memiliki perbedaan yang dalam hal jenis paket wisata yang ditawarkan. Paket wisata yang dibuat oleh kampung wisata di Kota Yogyakarta, berjenis paket wisata edukasi dan pelatihan. Hal ini sesuai dengan tabel 2, di mana wisata budaya menempati posisi teratas. Jenis edukasi dan pelatihan yang terdapat di antara kampung wisata memiliki keunikan, sehingga memberikan pengalaman yang berbeda di masing-masing kampung wisata yang dikunjungi. Paket wisata yang dibuat oleh BPW didominasi oleh paket wisata rekreasi, di mana dilaksanakan dengan mengunjungi satu atau beberapa atraksi wisata yang berbeda namun masih di area Kota Yogyakarta. Akan tetapi, meskipun keduanya memiliki perbedaan dalam jumlah jenis paket wisata berdasarkan klasifikasi UN, namun kedua pembuat paket wisata memiliki persamaan yang ditunjukkan

dengan wisata budaya yang berada di posisi teratas. Dengan demikian dapat dilihat bahwa, paket wisata di Kota Yogyakarta memiliki fokus pada destinasi wisata budaya.

### **Keberlanjutan Penelitian**

Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Adanya Kesesuaian Antara Paket Wisata Dengan Jenis Dan Tujuan Berwisata. Namun Jika Dilihat Lebih Jauh Ternyata Bpw, Kampung Wisata, Atau Bahkan Setiap Orang Bisa Membuat Paket Wisatanya Sendiri Tanpa Harus Mengikuti Jenis Maupun Tujuan Wisata Yang Telah Diidentifikasi Oleh Pemerintah Maupun Teori Yang Beredar Selama Ini. Mayoritas Paket Wisata Yang Dibuat Selama Ini Telah Menunjukkan Destinasi Atau Tujuan Wisatanya Bahkan Atraksi Wisatanya, Namun Belum Menunjukkan Lama Waktu Pelaksanaannya. Penjelasan Yang Ada Di Paket Wisata Banyak, Namun Justru Membuat Rancu Antara Tujuan Paket Tersebut Dibuat Dan Destinasi Wisata Yang Ditawarkan. Oleh Karena Itu, Perlu Adanya Penelitian Terkait Jenis Dan Tujuan Berwisata Yang Dituangkan Ke Dalam Teori-Teori Yang Berlandaskan Pada Pengalaman Empiris Sehingga Ada Kesinambungan Antara Teori Dan Praktik Di Lapangan.

Penelitian Ini Juga Memiliki Keterbatasan Dalam Melihat Proses Pemunculan Ide Dalam Pembuatan Paket Wisata Secara Hierarkis. Penelitian Ini Tidak Melihat Siapa Yang Memiliki Ide Atau Usulan Perancangan Paket Wisata, Apakah Dari Inisiatif Masyarakat (*Bottom Up*), Adanya Dorongan Dari Pemerintah Sebagai Pemangku Kebijakan (*Top Down*), Atau Kombinasi Di Antara Keduanya. Perlu Adanya Penelitian Lebih Lanjut Terkait Dengan Hal Tersebut, Agar Dapat Melihat Mana Saja Kampung Wisata Yang Secara Organik Berinisiatif Untuk Mengembangkan Kampungnya Dengan Membuat Paket Wisata. Hal Ini Tentunya Perlu Menjadi Perhatian, Untuk Melihat Seberapa Besar Potensi Keberlanjutan Paket Wisata Yang Dilaksanakan Di Sebuah Kampung Wisata, Bukan Sekedar Mengikuti ‘Tren’ Atau ‘Perintah Atasan’.

### **Dampak dan Batasan**

Tulisan Ini Hanya Menunjukkan Jenis Paket Wisata Yang Dibuat, Bukan Paket Mana Yang Banyak Dibeli Dan Dilaksanakan Oleh Wisatawan. Oleh Karena Itu, Perlu Adanya Studi Untuk Melihat Seberapa Besar Pembelian Dan Pelaksanaan Paket Wisata, Terutama Yang Dilaksanakan Di Kampung Wisata. Hal Ini Diperlukan, Guna Melihat Efektivitas Dan Evaluasi Terhadap Paket Wisata Yang Telah Ada, Mulai Dari Proses Pembuatan Hingga Pemasarannya.

### **Deklarasi Konflik Kepentingan**

Penulis Menyatakan Tidak Ada Potensi Konflik Kepentingan Sehubungan Dengan Penelitian, Penulisan, Dan/Atau Publikasi Artikel Ini.

### **Pendanaan**

Penulis Tidak Menerima Dukungan Finansial Untuk Penelitian Dan Penulisan Artikel Ini, Tetapi Menerima Dukungan Dana Dari Departemen Bahasa, Seni, Dan Manajemen Budaya Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada Untuk Publikasi Artikel Ini.

### **Referensi**

- Abdullah, R., & Prihastuti, Y. (2022). Penerapan manajemen operasional paket wisata tailor made tour di PT. Tunas Indonesia Tours and Travel Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 5(1), 77–96. <https://doi.org/10.36594/jtec.v5i1.141>
- Fennell, D. A., & Cooper, C. (2020). *Sustainable tourism: Principles, contexts and practices*. Channel View Publications. <https://doi.org/10.21832/FENNEL7666>
- Gunawan, A. S., Goretti, M., & Endang, W. (2016). Analisis pengembangan pariwisata terhadap sosial ekonomi masyarakat (Studi pada wisata religi Gereja Puhsarang Kediri). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 32(1), 1–8.

- Inawati, M. (2022, November 4–5). *Menyusun paket perjalanan wisata* [Pelatihan dan uji kompetensi Travel Consultant]. Yogyakarta.
- Liao, C. S., & Chuang, H. K. (2020). Tourist preferences for package tour attributes in tourism destination design and development. *Journal of Vacation Marketing*, 26(2), 230–246. <https://doi.org/10.1177/1356766719880250>
- Liu, S. T. (2020). Comparing the perspectives of municipal tourism departments and cultural departments on urban cultural-tourism development. *Journal of Destination Marketing and Management*, 16, 100432. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100432>
- Muljadi, A. J., & Warman, A. (2014). *Kepariwisataan dan perjalanan*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Mulyana, H., Nurhayati, A., Meisya Auliyyaa, D., Ramdhani, F., & Valencia, R. (2025). Pengemasan paket wisata city tour berbasis budaya di Kota Denpasar, Bali. *Jurnal Mekar*, 4(1), 19–23. <https://doi.org/10.59193/jmr.v4i1.384>
- Nuriata, T. (2019). *Perencanaan dan pelaksanaan perjalanan wisata: Konsep dan aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ratmaja, L., & Pattaray, A. (2024). Perencanaan paket wisata budaya mulud adat Bayan Kabupaten Lombok Utara. *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*, 1(4), 1743–1751. <https://doi.org/10.62567/micjo.v1i4.319>
- Rasyid, R., Karmila, M., & Kesaulya, H. M. (2022). Pengembangan pariwisata berbasis eduecotourism di Kabupaten Raja Ampat, Papua Barat. *Jurnal Kajian Ruang*, 2(2), 249. <http://dx.doi.org/10.30659/jkr.v2i2.27308>
- Risda, I., Malihah, E., & Andari, R. (2023). Eco-edutourism: Membangun model bisnis inovatif untuk keberlanjutan desa wisata Alam Endah. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(2), 503–510. <https://doi.org/10.47492/jip.v4i2.2739>
- Salusu, F. R. (2023). Strategi pengembangan ekowisata mangrove di Taman Wisata Alam Teluk Youtefa Kota Jayapura. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital dan Manajemen*, 2(2), 59–65. <https://doi.org/10.33480/jasdim.v2i2.4103>
- Semer-Purzycki, J. (2000). *Travel vision*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Sutanto, D. H., Sugeha, A. Z., Elfaranica, I., & Wijaya, D. B. (2023). Analisis potensi Kota Malang sebagai tempat transit wisata kuliner dan wisata buatan. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama dan Budaya*, 8(2), 214–224. <https://doi.org/10.25078/pariwisata.v8i2.3035>
- Suwantoro, G. (1997). *Dasar-dasar pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Triana, W., & Yuliana, Y. (2021). Strategi pengembangan atraksi wisata buatan di Pantai Kata Kota Pariaman. *Jurnal Pendidikan dan Keluarga*, 13(1), 37. <https://doi.org/10.24036/jpk/vol13-iss01/779>
- United Nations. (2010). *International recommendations for tourism statistics 2008*. New York: United Nations Publication.
- Wicaksono, R. I. Z. B., Sagita, P. A. W., & Dewi, N. G. A. S. (2022). Pengemasan paket wisata berbasis budaya dengan pemanfaatan moda transportasi tradisional andong di Kota Yogyakarta. *Jurnal IPTA*, 10(1), 32. <https://doi.org/10.24843/ipta.2022.v10.i01.p04>