

PENERAPAN PRODUK WISATA YANG BERKELANJUTAN DI DIY DALAM MENYONGSONG ABAD SAMUDRA HINDIA

Amin Kiswanto¹ dan Novi Irawati²

¹Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo, Yogyakarta, Indonesia, aminkiswanto@yahoo.co.id

²Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo, Yogyakarta, Indonesia, irawati_novie@yahoo.co.id

ABSTRAK

Histori Artikel

Submitted:

22 Desember 2019

Reviewed:

12 Februari 2020

Accepted:

03 Maret 2020

Published:

15 Mei 2020

Artikel ini membahas tentang sistem pengolahan produk wisata berkelanjutan yang ada di kawasan selatan DIY agar menjadi pariwisata unggulan dalam menyongsong Abad Samudra Hindia. Penelitian telah dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan menggunakan observasi dan wawancara dengan teknik analisis Tiagulasi dan analisis SWOT. Hasil menunjukkan bahwa Pantai Parangtritis lebih unggul dari Pantai Glagah dan Pantai Baron dalam hal pengembangan daya tarik, fasilitas dan aksesibilitas. Selain itu, hubungan pola kemitraan antara pemerintah dengan pelaku industri pariwisata terkoordinasi dengan sangat baik dan pemberdayaan masyarakat juga terlihat sebagai penggerak.

Pengembangan produk wisata, pola kemitraan dan pemberdayaan masyarakat di Pantai Baron telah dilakukan secara efektif dan berkelanjutan. Sedangkan di Pantai Glagah, pengolahan produk wisata banyak mengalami kendala, dikarenakan pembangunan bandara baru Yogyakarta yang berdampak pada kondisi produk wisata serta terjadi pergeseran penggunaan lahan dari pusat kegiatan agrowisata menjadi Kawasan bandara barudan kurangnyaperhatian dari pemerintah setempat.

Kata Kunci : Parangtritis, Baron, Glagah, Samudra Hindia

THE IMPLEMENTATION OF SUSTAINABLE TOURISM PRODUCTS IN DIY TO WELCOME THE INDIAN OCEAN CENTURY

ABSTRACT

This article discusses the system of processing sustainable tourism products that exist in the southern region of DIY in order to become leading tourism in welcoming the Indian Ocean Century. Research has been conducted using descriptive methods with a qualitative approach. Data collection was carried out using observation and interviews with Tiagulation analysis techniques and SWOT analysis. The results show that Parangtritis Beach is superior to Glagah Beach and Baron Beach in terms of developing attractiveness, facilities and accessibility. In addition, the relationship between the partnership pattern between the government and the tourism industry is very well coordinated and community empowerment is also seen as a mobilizer. Tourism product development, partnership patterns and community empowerment at Baron Beach have been carried out effectively and sustainably. Whereas in Glagah Beach, the processing of tourism products has experienced many obstacles, due to the construction of Yogyakarta's new airport which has an impact on the condition of tourism products as well as a shift in land use from the center of agro-tourism activities to the new airport area and lack of attention from the local government.

Keywords: Parangtritis, Baron, Glagah, Indian Ocean



PENDAHULUAN

Pantai selatan Yogyakarta yang berbatasan langsung dengan Samudera Hindia merupakan salah satu daerah yang sangat berpotensi untuk mengembangkan kegiatan tangkap ikan. Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) terdapat 3 (tiga) kabupaten yang memiliki pantai, yaitu Kabupaten Bantul, Gunungkidul dan Kulon Progo, dengan dengan garis pantai sepanjang 126 km.

Pantai di Kabupaten Bantul memiliki kondisi yang landai, berpasir dan memiliki gumpuk pasir, relatif lurus dan terbuka terhadap serangan ombak Samudra Hindia. Endapan pasir di pantai tersebut disebabkan karena tumpukan pasir sisa-sisa pelapukan batu di Gunung Merapi yang terbawa oleh aliran sungai. Endapan pasir ini membawa banyak bahan organik yang menghasilkan banyak plangton sehingga terdapat banyak ikan di Kawasan tersebut (Prakoso, A.A. (2018).

Dengan begitu, Kawasan pantai selatan DIY sangat strategis untuk mengembangkan kegiatan menangkap ikan. Konsep menyongsong Abad Samudra Hindia merupakan gagasan Sri Sultan Hamengku Buwono X yang disampaikan dalam pidato penyampaian visi program calon Gubernur, melalui rapat paripurna untuk menjadikan pantai selatan sebagai pintu gerbang pariwisata dan halaman depan serta mengenalkan pada masyarakat akan budaya perikanan.

Selain berpotensi untuk mengembangkan kegiatan penangkapan ikan, Kawasan pantai selatan juga berpotensi untuk kegiatan pariwisata. Kawasan pantai selatan terfavorit bagi wisatawan yaitu Pantai Parangtritis yang berada di kabupaten Bantul dengan jumlah wisatawan sebanyak 2 juta, Pantai Baron yang berada di Kabupaten Gunung Kidul dengan jumlah kunjungan sebanyak 1,9 jt dan Pantai Glagah yang berada di Kabupaten Kulonprogo sebanyak 300 (Prakoso, A.A. (2018).

Perkembangan pantai selatan yang diproyeksikan akan semakin berkembang dengan sangat pesat dan adanya political will

dari pemerintah daerah yang terus mendukung. kegiatan ini akan berdampak pada pariwisata yang diharapkan tentu lebih terarah pada dampak positif, baik dari segi lingkungan ekologi, sosial budaya dan ekonominya (Prakoso, A.A. (2018). Pariwisata berkelanjutan atau sustainable tourism saat ini sedang menjadi trend pariwisata, baik di skala nasional maupun internasional sekaligus dalam menyambut era Sustainable Development Goals pada 2015. SDGs merupakan agenda yang terkandung dalam dokumen *Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*, yang telah disepakati dalam pertemuan puncak di PBB pada 25-27 November 2015. Adapun prinsip – prinsip yang terkandung dalam SDGs yaitu, Universality, integration dan no-one will be left behind (sumber : ICCTF.or.id).

Pada intinya, pariwisata berkelanjutan merupakan usaha untuk menjamin Sumber Daya Alam, sosial-budaya pada saat ini agar masih dapat dinikmati di masa depan. Konsep tersebut merupakan cara yang tepat untuk dijadikan alat dalam menghadapi perkembangan pariwisata di pantai selatan DIY dalam menyongsong Abad Samudra Hindia. Dengan begitu, fokus penelitian ini mengacu pada pengembangan pariwisata berkelanjutan di kawasan pantai selatan DIY Sri Sultan HB X dalam RPJMD 2017-2022 dengan tema menyongsong Abad Samudra Hindia demi martabat masyarakat Yogyakarta.

LITERATUR REVIEW

Produk Wisata

Philip Kotler, John T. Brown, James C. Makens menjelaskan dalam bukunya *Marketing for Hospitality and Tourism* (2009:304) pengertian dari produk ialah suatu produk yang diciptakan atau ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atau konsumen. Kaitan pengertian produk dan Produk wisata merupakan suatu bentuk yang nyata (*tangible product*) dan tidak nyata (*intangible product*), produk ini merupakan suatu rangkaian jasa yang tidak

hanya mempunyai segi-segi yang bersifat ekonomis, tetapi juga yang bersifat sosial, psikologis dan alam, walaupun produk wisata itu sendiri sebagian besar dipengaruhi oleh tingkah laku ekonomi, dikemukakan oleh *Gamal Suwanto* dalam *Dasar-Dasar Pariwisata* (2004:48).

Menurut *Gamal Suwanto* dalam *Dasar-Dasar Pariwisata* (2004:48) dijelaskan bahwa ciri-ciri produk wisata, yaitu 1) (1) Dalam penjualan hasil atau produk tidak dapat di pindahkan, karena itu tidak mungkin produk itu dibawa kepada konsumen; (2) Produksi dan konsumsi terjadi pada tempat dan saat yang sama; (3) Produk wisata tidak menggunakan standar ukuran fisik tetapi menggunakan standar pelayanan yang didasarkan atas suatu kriteria tertentu; (4) Konsumen tidak dapat mencicipi atau mencoba contoh produk itu sebelumnya, bahkan tidak dapat mengetahui atau menguji produk itu sebelumnya; (5) Hasil atau produk wisata itu banyak tergantung pada tenaga manusia dan hanya sedikit yang mempergunakan mesin; (6) Produk wisata merupakan usaha yang mengandung resiko besar.

Berdasarkan penjelasan tersebut, produk pariwisata jika dibanding dengan jenis-jenis produk barang dan jasa lain, memiliki ciri yang berbeda. Menurut *Burkart dan Medlik* (1986), produk pariwisata didefinisikan sebagai suatu susunan produk terpadu, yang terdiri dari daya tarik wisata, transportasi, akomodasi dan hiburan, dimana tiap unsur produk pariwisata dipersiapkan oleh perusahaan yang berbeda-beda dan ditawarkan secara terpisah kepada wisatawan. Sedangkan menurut *Gamal Suwanto* (2007:75) pada hakekatnya produk wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya sampai ke daerah tujuan wisata yang dipilihnya dan sampai kembali kerumah dimana ia berangkat semula. Menurut *Gooddall* (1991: 63), produk pariwisata dimulai dari ketersediaan sumber yang berwujud (tangible) hingga tak berwujud

(intangible) dan secara totalitas lebih condong kepada kategori jasa yang tak berwujud (intangible).

Menurut *Burns and Holden* (1989:172) produk pariwisata dinyatakan sebagai segala sesuatu yang dapat dijual dan diproduksi dengan menggabungkan faktor produksi, konsumen yang tertarik pada tempat-tempat yang menarik, kebudayaan asli dan festival-festival kebudayaan. Menurut *Kotler dan Armstrong* (1989:463), sebagai sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen atau pangsa pasar untuk memuaskan kemauan dan keinginan termasuk di dalam obyek fisik, layanan, SDM yang terlibat didalam organisasi dan terobosan atau ide-ide baru. Menurut *Bukart dan Medlik* (dalam *Yoeti, 1986:151*) mendeskripsikan produk wisata sebagai susunan produk yang terpadu, yang terdiri dari obyek wisata, atraksi wisata, transportasi (jasa angkutan), akomodasi dan hiburan di mana tiap unsur dipersiapkan oleh masing-masing perusahaan dan ditawarkan secara terpisah.

Berdasarkan definisi – definisi diatas dapat ditarik garis bahwa produk wisata harus didukung oleh beberapa komponen seperti yang dijabarkan oleh *Cooper, et al* (dalam *Suwena dan Widyatmaja, 2010:88*) menjabarkan bahwa daerah kawasan wisata harus di dukung dengan empat komponen utama yang di kenal sebagai “4A” yaitu a) Atraksi (Attraction), b) Aksesibilitas (Accessibility), c) Fasilitas (Amenitas), d) Pelayanan Tambahan (*Ancillary Service*).

Atraksi (Attraction)

Daya Tarik wisata (*Attraction*) yang secara luas merupakan pilihan konsumen untuk mempengaruhi motivasi calon-calon pembeli, seperti (1) Atraksi wisata alam yang meliputi alam, pantai, iklim, bentuk geografi, dan sumber daya alam lainnya; (2) Atraksi wisata budaya yang meliputi sejarah dan cerita rakyat, agama dan seni, teater musik, tari dan pertunjukan lain, dan museum; (3) Atraksi wisata buatan / binaan manusia seperti bangunan infrastruktur pariwisata termasuk arsitektur bersejarah dan modern, monument dan lain-lain.

Aksesibilitas (*Accessibility*)

Merupakan bangunan infrastruktur yang penting dalam destinasi. Dapat dikatakan juga sebagai sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mempengaruhi biaya, kelancaran, dan kenyamanan yang dibutuhkan wisatawan yang akan menepuh suatu destinasi wisata, seperti transportasi, jalan, jembatan, terminal, bandara dan sebagainya. Prasarana ini berfungsi untuk kesiapan destinasi wisata yang akan dikunjungi oleh wisatawan. Pada dasarnya semua prasarana tersebut merupakan unsur penting bagi suatu destinasi wisata, akan tetapi aktifitas pariwisata banyak tergantung pada transportasi, maksudnya frekuensi penggunaannya, kecepatan yang dimilikinya dapat mengakibatkan jarak seolah-olah menjadi dekat, karena faktor jarak dan waktu sangat mempengaruhi keinginan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata.

Fasilitas (*Amenitas*)

Merupakan fasilitas yang berfungsi sebagai penunjang kenyamanan wisatawan yang diperlukan untuk melayani wisatawan dalam menikmati perjalanan ke daerah tujuan wisata yang merupakan akomodasi hotel, air bersih, restoran, komunikasi, hiburan dan keamanan. Menurut Cooper, et al (dalam Suwena dan Widyatmaja, 2010: 90) fasilitas (amenitas) adalah segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti: akomodasi, usaha makanan dan minuman, transportasi dan infrastruktur.

Fasilitas Pendukung (*Ancillary Service*)

Merupakan fasilitas tambahan yang disediakan pemerintah yang terdiri dari lembaga, sumber daya manusia, lingkungan, ekonomi, politik, sosial-budaya, dan lain-lain agar dapat menambah kepuasan dan keamanan wisatawan dalam berwisata. Fasilitas pendukung yang dimaksud merupakan kelembagaan atau organisasi yang dibutuhkan untuk mengelola kegiatan wisata, penyusunan strategi marketing, program promosi, dan menentukan kebijakan

dalam perundang – undangan yang berkaitan dengan wisata dan sebagainya.

Pariwisata Berkelanjutan

Pariwisata Berkelanjutan atau *Sustainable Tourism* adalah pariwisata yang berkembang sangat pesat, termasuk penambahan arus kapasitas akomodasi, populasi lokal dan lingkungan, dimana perkembangan pariwisata dan investasi – investasi baru dalam sektor pariwisata seharusnya tidak membawa dampak buruk dan dapat menyatu dengan lingkungan, jika kita memaksimalkan dampak yang positif dan meminimalkan dampak negatif. Maka beberapa inisiatif diambil oleh sektor publik untuk mengatur pertumbuhan pariwisata agar menjadi lebih baik dan menempatkan masalah akan sustainable tourism sebagai prioritas karena usaha atau bisnis yang baik dapat melindungi sumber – sumber atau asset yang penting bagi pariwisata tidak hanya untuk sekarang tetapi dimasa depan. Pada awal 1994, UNWTO mendefinisikan pariwisata berkelanjutan sebagai *host region* (masyarakat sekitar). Pada tahun 2005 definisi ini lebih di spesifik lagi sebagai *host community* (kelompok lokal), kesetaraan dan pengakuan budaya sehingga memunculkan definisi baru dari pariwisata berkelanjutan sebagai :

“Tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities.”

Pariwisata berkelanjutan secara sederhana dapat diartikan sebagai pariwisata yang memperhitungkan penuh terhadap dampak ekonomi masyarakat, lingkungan, sosial-budaya yang ada sekarang hingga dimasa yang akan datang, memenuhi kebutuhan industri, lingkungan, pengunjung dan masyarakat setempat. Manajemen dan praktek dari pariwisata berkelanjutan dapat digunakan disemua jenis kegiatan pariwisata termasuk wisata massal dan semua jenis kegiatan pariwisata. Prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan mengacu pada 3 pilar yaitu lingkungan, sosial-budaya, dan

ekonomi. Untuk menjamin keseimbangan 3 pilar tersebut maka aspek-aspek pariwisata berkelanjutan tersebut harus :

Environmental Sustainability

Mengoptimalkan sumber daya lingkungan dalam pengembangan pariwisata, dan turut serta dalam menjaga ekologi, warisan alam dan anekaragaman hayati disuatu destinasi. Pengembangan pariwisata berkelanjutan telah muncul sebagai trend besar untuk menjamin bahwa pariwisata tumbuh dan berkembang dengan mengikuti gaya (cara) hidup yang tidak merusak lingkungan, masyarakat, dan budaya secara permanen di destinasi pariwisata. Prinsip pariwisata berkelanjutan dengan tujuan-tujuan lingkungan, yaitu (1) Melindungi aset-aset alam; (2) Mengelola penggunaan dan dampak; (3) Menginformasikan dan mengedukasi wisatawan dan komunitas setempat; (4) Membangun kemitraan yang kuat.

Social Sustainability

Melestarikan nilai – nilai budaya yang sudah dibangun oleh masyarakat lokal, menghormati adat istiadat lokal, berkontribusi dalam meningkatkan rasa toleransi dan pemahaman antar budaya. Prinsip pariwisata berkelanjutan dengan tujuan-tujuan sosial, yaitu (1) Melestarikan warisan dan budaya; (2) Memperbaiki berbagai layanan dan infrastruktur; (3) Memperbaiki kualitas hidup; (4) Melibatkan komunitas setempat

Economic Sustainability

Memperhitungkan secara matang ekonomi jangka panjang, memberikan manfaat ekonomi sosial bagi seluruh stakeholder dengan adil, membuka kesempatan bekerja atau membuat usaha bagi masyarakat lokal, membantu mengurangi angka kemiskinan. Prinsip pariwisata berkelanjutan dengan tujuan-tujuan ekonomi, yaitu (1) Meningkatkan pengeluaran pengunjung; (2) Meningkatkan keuntungan bisnis; (3) Meningkatkan peluang tenaga kerja; (4) Menyebarkan manfaat di lintas destinasi. Pada intinya pariwisata berkelanjutan

merupakan usaha untuk menjamin sumber daya alam, sosial-budaya pada saat ini agar masih dapat dinikmati di masa depan. Hal tersebut dapat diterapkan pada prinsip – prinsip pariwisata berkelanjutan antara lain:

Partisipasi

Masyarakat berkewajiban untuk mengontrol dan mengawasi pembangunan pariwisata dan ikut serta dalam menentukan visi pariwisata, mengidentifikasi sumber - sumber daya yang akan dipelihara dan ditingkatkan, serta mengembangkan tujuan – tujuan dan strategi untuk pengembangan dan pengelolaan daya tarik wisata.

Keikutsertaan Para Pelaku / Stakeholder

Para pelaku yang ikut serta dalam pembangunan pariwisata meliputi kelompok dan institusi LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat), kelompok sukarelawan, pemerintah daerah, asosiasi bisnis dan pihak-pihak lain yang berpengaruh dan berkepentingan serta yang akan menerima dampak dari kegiatan pariwisata.

Kepemilikan Lokal

Pembangunan pariwisata wajib menawarkan pekerjaan yang berkualitas untuk masyarakat setempat. Fasilitas penunjang kepariwisataan seperti hotel, restoran, dan sebagainya seharusnya dapat dikembangkan dan dipelihara oleh masyarakat setempat.

Penggunaan Sumber Daya yang Berkelanjutan

Pembangunan harus dapat menggunakan sumberdaya dengan berkelanjutan yang artinya kegiatan-kegiatannya harus menghindari penggunaan sumber daya yang tidak dapat diperbaharui (*irreversible*) secara berlebihan.

Mewadahi Tujuan – tujuan Masyarakat

Tujuan – tujuan masyarakat hendaknya dapat diwadahi dalam kegiatan pariwisata agar kondisi yang harmonis antara pengunjung/wisatawan, tempat dan masyarakat setempat dapat terwujud.

Daya Dukung

Daya dukung atau kapasitas lahan yang harus dipertimbangkan meliputi daya dukung fisik, alami, sosial dan budaya.

Monitor dan Evaluasi

Kegiatan monitor dan evaluasi pembangunan pariwisata berkelanjutan mencakup penyusunan pedoman, evaluasi, dampak kegiatan wisata.

Akuntabilitas

Perencanaan pariwisata harusnya memberi yang besar pada kesempatan mendapat pekerjaan, pendapatan dan perbaikan kesehatan masyarakat lokal yang tercermin dalam kebijakan- kebijakan pembangunan.

Pelatihan

Pelatihan sebaiknya meliputi topik tentang pariwisata berkelanjutan, manajemen perhotelan, serta topik – topik lain yang relevan.

Promosi

Pembangunan pariwisata berkelanjutan juga meliputi promosi penggunaan lahan dan kegiatan yang memperkuat karakter lansekap, sense of place, dan identitas masyarakat setempat. Prinsip tersebut dapat dioptimalkan dengan sistem penyelenggaraan pemerintahan yang baik yang melibatkan partisipasi aktif dan seimbang antara pemerintah, swasta, dan masyarakat.

Abad Samudra Hindia

Abad Samudra Hindia merupakan visi gubernur DIY yang digunakan untuk merumuskan dan melaksanakan program-program lima tahun ke depan. Esensi dari tema "Abad Samudera Hindia" yang ditekankan disini adalah tentang "Perjumpaan" dalam artian yang sangat luas. Sebagai paradigma baru, "Abad Samudera Hindia" telah melahirkan perjumpaan akbar antar tokoh-tokoh perwakilan negara yang memiliki bibir pantai bersinggungan dengan air laut Samudera Hindia, yang kemudian berujung pada terbentuknya konsensus yang melahirkan asosiasi negara-negara berpersisir

Samudera Hindia (*IORA-Indian Ocean Rim Association*).

METODE

Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data terdiri dari sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer adalah data yang langsung diambil dari sumbernya yaitu berupa wawancara dan observasi yang dilakukan di kawasan pantai selatan DIY. Sedangkan sumber data sekunder, diperoleh dari data-data yang ada sebelumnya berupa catatan-catatan, koran, dokumen, laporan, dan sumber-sumber lain yang berhubungan dengan kawasan pantai selatan DIY dan penerapan pariwisata berkelanjutan

Metode Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis triangulasi. Menurut Norman K. Denkin (dalam triangulasi dalam penelitian kualitatif, 2013) triangulasi merupakan kombinasi atau gabungan dari beberapa metode yang digunakan untuk mengkaji berbagai fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Teknik Analisa berikutnya dengan Analisa SWOT. Analisis SWOT yang merupakan singkatan dari *Strengths, Weaknesses, Oportunities dan Threats* adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek/tugas. Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, sehingga dapat menemukan strategi yang tepat dalam mengelola poduk wisata di DIY dalam menyongsong abad Samudra Hindia.

Alur Pikir Penelitian

Berikut alur penelitian yang menggambarkan apa saja yang dikerjakan dalam penelitian ini dari awal hingga akhir sekaligus capaian peneliti

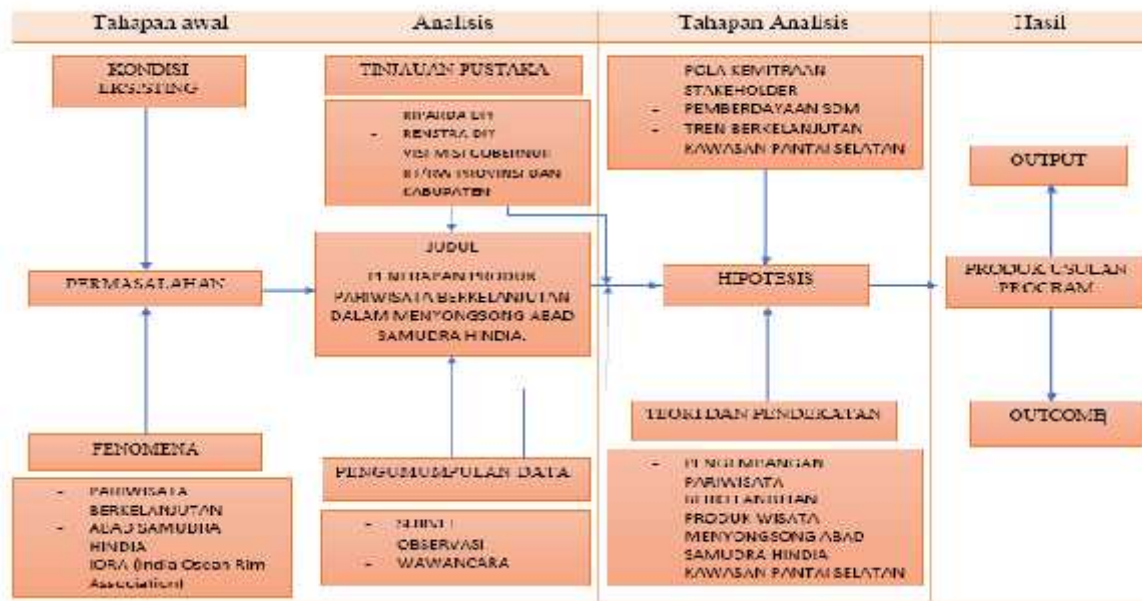


Figure 1 Alur pemikiran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Wilayah Pantai Glagah, Kulon Progo

Pantai Glagah terletak di Desa Glagah, Kecamatan Temon, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pantai ini menjadi salah satu destinasi wisata di Kulon Progo. Pantai Glagah memiliki hamparan pasir yang berwarna hitam dan banyak mengandung pasir besi. Wilayah ini juga berbatasan dengan pembangunan bandara internasional Yogyakarta, sehingga sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai fasilitas pendukung di area bandara. Pantai Glagah memiliki akses yang baik dijalur antar provinsi. Pantai Glagah masih menjadi objek wisata andalan sekaligus paling banyak dikunjungi wisatawan. Merujuk Data Dinas Pariwisata (Dispar) Kulonprogo tentang jumlah kunjungan wisatawan selama 2018, tercatat ada 519.739 berwisata yang berkunjung ke pantai yang berlokasi di Desa Glagah, Kecamatan Temon tersebut. Jumlah ini mengalahkan objek wisata seperti Waduk Sermo, Pantai Congot, Puncak Suroloyo, Nglinggo, Tritis, Gua Kiskendo dan Kawasan Kali Biru yang rata-rata berkisar di bawah 100.000 kunjungan. (Sumber: *Harianjogja.com*, 6 Januari 2019)

Dilihat dari faktor internal hasil analisis SWOT Produk Wisata, Pola Kemitraan dan

Pemberdayaan Masyarakat di Pantai Glagah menunjukkan bahwa destinasi ini memiliki beberapa kekuatan (*Strength*), seperti memiliki laguna. Laguna ini masih dalam satu kawasan dengan pantai, sehingga keberadaan laguna ini sekaligus menjadi daya tarik wisata. Selain itu, akses menuju lokasi sudah cukup mudah dan dekat dengan bandara baru. Pengelola kawasan wisata pantai Glagah juga sudah bekerjasama dengan UMKM masyarakat sekitar. Namun, selain memiliki kekuatan, pantai Glagah juga memiliki beberapa kelemahan, seperti kondisi fasilitas penunjang wisata kurang memadai dan tertata (termasuk belum memiliki fasilitas yang mendukung bagi kaum disabilitas), peran pemerintah belum maksimal, hilangnya investor yang dahulu berinvestasi diagrowisata, peran POKDARWIS sudah tidak aktif. Sedangkan dari faktor eksternal, terdapat beberapa peluang dari kondisi di pantai Glagah, seperti menjadi *point of view* dikawasan Bandara *New Yogyakarta International Airport*, peningkatan kesejahteraan dan perekonomian masyarakat dan membuka jaringan kerjasama dengan para investor asing. Namun, di sisi lain juga terdapat beberapa ancaman, seperti peralihan fungsi dan tata guna lahan, terjadinya bencana alam, kondisi alam yang tidak menentu, kalah persaingan dengan destinasi wisata unggulan lainnya dan

penurunan tingkat kunjungan wisatawan ke Yogyakarta.

Dari kondisi tersebut, ada beberapa strategi yang dapat dilakukan antara lain menata kawasan pantai dan laguna menjadi pariwisata bahari berbasis ekowisata. Mengadakan pelatihan manajemen tata kelola kawasan wisata berbasis pemberdayaan masyarakat bagi POKDARWIS sebagai pengelola. Selain itu, pengelola juga dapat melibatkan peranan pemerintah dengan cara membentuk tim pengawasan dan tim kerja antara pemerintah dengan paguyuban atau masyarakat. Hal ini juga bertujuan untuk meningkatkan peran pemerintah dalam pembinaan tata kelola kawasan wisata.

Profil Wilayah Pantai Parangtritis, Bantul

Pantai Parangtritis merupakan salah satu daya tarik wisata yang terkenal di Kabupaten Bantul, bahkan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi salah satu destinasi wisata yang wajib dikunjungi para wisatawan. Terletak sekitar 27 km dari pusat kota Yogyakarta, pantai ini dibuka setiap hari dan aktivitasnya mulai dari terbit fajar untuk peminat sunrise dan senja untuk peminat sunset. Perbedaan antara Pantai Parangtritis dibandingkan dengan pantai-pantai yang lain adalah pantai ini erat hubungan secara filosofi dengan Keraton Yogyakarta.

Dilihat dari faktor internal hasil analisis SWOT Produk Wisata, Pola Kemitraan dan Pemberdayaan Masyarakat di Pantai Parangtritis menunjukkan bahwa destinasi ini memiliki beberapa kekuatan (*Strength*), seperti keaktifan anggota POKDARWIS tingginya tingkat sadar wisata masyarakat sekitar, hubungan yang harmonis antara pengelola, investor dan pemerintah, memiliki manajemen yang baik dalam mengelola kawasan wisata. Selain itu, pihak pengelola selalu berupaya memperbaiki dan meningkatkan pelayanan, skill dan inovasi daya tarik wisata dengan rutin mengadakan pelatihan maupun mengundang pembicara yang kompeten dalam bidangnya. Pengelolaan mengarah pada pariwisata yang berkelanjutan dengan mengadakan

konservasi dan peduli terhadap lingkungan sekitar. Meskipun kawasan wisata ini memiliki banyak kelebihan, juga terdapat beberapa kekurangan yang belum dikembangkan, seperti belum adanya fasilitas atau sarana yang mendukung bagi kaum disabilitas, akses menuju pantai hanya bisa dilalui satu jalur dan belum optimal dalam memanfaatkan daya tarik wisata di sekitar kawasan sebagai penguat destinasi. Sedangkan dari faktor eksternal, terdapat beberapa peluang dari kondisi di pantai Parangtritis, yaitu menjadi destinasi andalan dalam wisata alam dan edukasi, menjadi pusat penyelenggaraan event olah raga berskala internasional. Dengan adanya event berskala internasional juga dapat membuka kerjasama dengan investor asing. Namun, di sisi lain juga terdapat beberapa ancaman, seperti kondisi iklim yang tidak menentu hingga adanya bencana alam, dan munculnya destinasi unggulan lain di sekitar kawasan pantai Parangtritis.

Dari kondisi tersebut, ada beberapa strategi yang dapat dilakukan antara lain mengembangkan daya tarik wisata pemandian air panas Parang Wedang, Gumuk Pasir, dan makam Syekh Maulana Maghribi. Selain itu, pengembangan juga bisa dilakukan dengan menyelenggarakan upacara tradisional seni budaya kraton yang didalamnya bisa mengandung wisata edukasi untuk studi filosofi kebudayaan jawa atau bahasa jawa. Pengembangan juga bisa dilakukan dengan menguatkan potensi wisata religi ziarah ke makam Syekh Maulana Maghribi serta menyelenggarakan event religi malam 1 (satu) suro.

Profil Wilayah Pantai Baron, Gunungkidul

Pantai Baron merupakan salah satu destinasi wisata yang ada di Gunungkidul. Jaraknya sekitar 40 km dari pusat kota Yogyakarta. Dilihat dari kelengkapan fasilitasnya, Pantai Baron telah memiliki beberapa fasilitas pendukung untuk sebuah destinasi wisata, seperti lahan parkir, tempat pelelangan ikan (TPI) dengan bangunan permanen serta dapur umum untuk fasilitas pengunjung yang

membeli ikan yang berkeinginan untuk langsung dimasak ditempat. Berdasarkan informasi dari salah satu pengelola Pantai Baron menyatakan bahwa TPI tersebut dari dinas pariwisata Gunungkidul diserahkan kepada kelompok Mina Samodra untuk mengelolanya. Kelompok tersebut beranggotakan sekitar 60 anggota yang terdiri dari para nelayan yang dapat melaut sepanjang musim.

Dilihat dari faktor internal hasil analisis SWOT Produk Wisata, Pola Kemitraan dan Pemberdayaan Masyarakat di Pantai Parangtritis menunjukkan bahwa destinasi ini memiliki beberapa kekuatan (*Strength*), seperti keaktifan dari anggota POKDARWIS setempat dan kesadaran masyarakat akan wisata yang cukup tinggi. Selain itu, pantai ini menjadi salah satu daya tarik wisata unggulan sebagai pantai rekreasi keluarga, pendidikan dan kuliner. Koordinasi pengelolaan antara pemerintah, investor dan masyarakat juga terjalin sangat baik. Namun, dilihat dari kondisi di Pantai Baron terdapat beberapa kelemahan dari destinasi wisata ini, seperti akses yang hanya bisa dilalui satu jalur darat melalui koridor utama, belum tersedia fasilitas sarana prasarana penyandang disabilitas dan pemanfaatan optimalnya pemanfaatan daya tarik sekitar belum optimal. Sedangkan dari faktor eksternal, terdapat beberapa peluang dari kondisi di pantai Baron, yaitu menjadi pusat penyelenggaraan event wisata kuliner berskala internasional sekaligus membuka kerjasama dan jejaring antar pemerintah dengan investor asing. Menjadi destinasi andalan dalam wisata berbasis alam dan edukasi.

Namun, disini lain juga terdapat beberapa ancaman, seperti kondisi iklim yang tidak menentu hingga adanya bencana alam, dan munculnya destinasi unggulan lain di sekita kawasan pantai Parangtritis. Dari kondisi tersebut, ada beberapa strategi yang dapat dilakukan antara lain mengembangkan fasilitas wisata berbasis kuliner laut sebagai penguat *brand* wisata di Kawasan Pantai Baron dan sekitarnya,

menyelenggarakan upacara tradisional seni budaya nelayan, mengembangkan daya tarik studi filosofi kebudayaan nelayan dengan konsep *local wisdom*, menjadi pusat penyelenggara event kuliner hasil laut berskala internasional. Selain itu, Pantai Baron juga memiliki peluang untuk menjadi wisata edukasi tentang budaya nelayan.

SIMPULAN

Dari pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Pantai Parangtritis lebih unggul dalam hal pengembangan daya tarik, fasilitas dan aksesibilitas. Selain itu hubungan pola kemitraan antara pemerintah dengan para pelaku industry pariwisata terkoordinasi dengan sangat baik dan pemberdayaan masyarakat juga terlihat sebagai penggerak. Berikutnya pantai baron yang juga sudah melakukan pengembangan produk wisata, pola kemitraan dan pemberdayaan masyarakat secara efektif dan berkelanjutan. Sedangkan kondisi berbeda dirasakan di pantai glagah, dikarenakan adanya pembangunan bandara baru Yogyakarta yang berdampak langsung pada kondisi produk wisata yang ada. Terjadi pergeseran pengguna lahan yang awalnya dikembangkan sebagai pusat kegiatan agrowisata menjadi Kawasan bandara baru. Selain itu, kurangnya perhatian dari pemerintah setempat mengakibatkan masyarakat setempat banyak mengalami kendala dan yang lebih krusial yaitu perginya para investor yang dulu turut dalam pengembangan Kawasan wisata tersebut. Pola kemitraan yang ada hanya terjalin antar paguyupan yang ada dimasyarakat secara mandiri sebagai dasar penggerak ekonomi masyarakat setempat dan sekitarnya.

Oleh karena itu, perlu adanya penguatan dalam pengembangan produk wisata yang akan datang agar berkelanjutan dan dapat menyukseskan visi dari pemerintah yakni menyongsong abad Samudra Hindia. Selain itu, pola kemitraan dan pemberdayaan sumber daya manusia perlu digerakkan secara optimal demi kelancaran dari setiap

program yang akan dan sedang dikembangkan di ketiga destinasi tersebut.

Pantai Glagah, Pantai Parangtritis dan Pantai Baron secara detail telah dimunculkan strategi program-program yang diusulkan telah ada di dalam pembahasan. Namun secara garis besar untuk mendukung penerapan produk wisata yang ada di wilayah pesisir selatan DIY dalam hal menyongsong abad Samudra Hindia diperlukan strategi, seperti: (1) Pengembangan diversifikasi produk wisata berbasis alam, rekreatif, budaya local dan sejarah; (2) Membangun dan menguatkan kemitraan yang telah terjalin dengan menyatukan visi dalam hal pengembangan kawasan wisata; (3) Menggerakkan pelatihan tentang system manajemen tata kelola kawasan wisata; (4) Melakukan studi banding dan membuka jaringan kerjasama antar wilayah; (5) Penguatan peranan pemerintah, pelaku industry dan masyarakat dalam perencanaan maupun pelaksanaan dilapangan; (6) Pembuatan *Siteplan* sebagai konsep acuan pengembangan Kawasan wisata antar wilayah yang terintegrasi dan bertahap, (7) Mengadakan secara rutin *event-event* baik berskala nasional maupun internasional dalam rangka menunjang strategi pemasaran produk wisata yang ada.

REFERENSI

Burkart AJ, Medlik S. (1986). *Tourism Past, Present, and Future*. London.

Cooper C, dkk.(1998).*Tourism Principles and Practice*. Singapore: Pearson Education Asia Pte.

Damasdino E. (2015). Studi Karakteristik Wisatawan dan Upaya Pengembangan Produk Wisata Tematik di Pantai Goa Cemara, Pantai Kuwaru, dan Pantai Pandansimo Baru Kabupaten Bantul. *Media Wisata*, 13(2), 308-320.

Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*.

(1995). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.

Hanum, I.P.A.A.G., dkk.(2017). Pengembangan Potensi Pantai Echo Beach Sebagai Daya Tarik Wisata Di Desa Canggung Kecamatan Kuta Utara. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 5(1),7-11.

Hulu M, dkk. (2019). *Community Participation on Tourism Development in Parangtritis Tourism Area, Bantul Regency. E-Journal of Tourism*, 6(2), 225-234.

Kotler P, Keller KL. (2012). *Marketing Management* Edisi 14 Global Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall. Ltd.

Larasati NKR. Rahmawati D. (2017). Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya yang Berkelanjutan pada 12 Kampung Lawas Maspati, Surabaya. *Teknik ITS* 6(2), 2337-3520.

Lombard D. (2017). Nusa Jawa:Silang Budaya, Bagian III Warisan Kerajaan Kerajaan Konsentris. *Jakarta: Gramedia Pustaka*

Masjhoer, J.M. (2018). Partisipasi Pelaku Usaha Pariwisata dalam Pengelolaan Sampah di Pantai Pulang Sawal, Kabupaten Gunungkidul, Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 2(2),122-133

Munoz PM. (2006).*Early Kingdoms of the Indonesian Archipelago and the Malay Peninsula*. Singapore: Mainland Press.

Peraturan Daerah Povinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 1 Tahun 2019.

Prakoso, A.A. (2018). Identifikasi dan Pentahapan Zona Aktifitas Wisata Pantai Selatan DIY. *Arsitektur dan Perencanaan (JUARA)*, 1(2), 240-249.

Pramusita, A., Sarinastiti, E.N. (2017).Aspek Sosial Ekonomi Masyarakat Lokal dalam Pengelolaan Desa WisataPantai Trisik, Kulonprogo.*Jurnal Pariwisata Terapan*, 1(2), 14-25.

Sanam, S.R., dkk. (2014). Pengembangan PotensiWisata Pantai Lasiana sebagaiPariwisata berkelanjutan di Kota Kupang,ProvinsiNusa Tenggara timur.*Jurnal Destinasi Pariwisata*, 2(1), 11-23.

Santi, N.M., dkk. (2017). Kontribusi Wisata Bahari Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Pesisir Pulau Nusa Penida, Klungkung. *Jurnal Kajian Bali*, 7(2), 81-98.

Sridewi, N.P.A.A., dkk. (2013). Studi Kelayakan Pantai Batu Mejan Sebagai Produk Wisata di Surabrata, Kabupaten Tabanan. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 1(1),73-82.

Suryawardani IGAO, dkk. (2014). *Destination Marketing Strategy in BaliThrough Optimizing the Potential of Local . E-Journal of Tourism*, 1 (1), 35-49.

Suwantoro G. (2007). Dasar-Dasar Pariwisata. *Yogyakarta: Penerbit Andi*.

Wiranatha, A.S. (2015). *Sustainable Development Strategy For Ecotourism at Tangkahan, North Sumatera. E-Journal of Tourism*, 2(1), 1-8.

Yoeti OA. (1996). Pengantar Ilmu Pariwisata. *Bandung: Angkasa*.

Yulianto A. (2018). Peringkat Destinasi dan Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai di Kabupaten Bantul Yogyakarta. *Media Wisata*,16(1),651-661.

BIODATA PENULIS

Amin Kiswantoro, M.Par. dosen tetap Sekolah TinggiPariwisata Ambarrukmo (STIPRAM) Yogyakarta. Bidang kajian pariwisata. Id Scholar : <https://scholar.google.com/citations?user=HGhLTvQAAAAJ&hl=en>