
**STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI DESA
TEPUS KABUPATEN GUNUNGKIDUL**

Oleh

Pamuji Raharjo

**Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik,
Universitas Gunung Kidul, Indonesia.**

E-mail: sukmaaji@gmail.com

Article History:

Received: 04-10-2022

Revised: 19-12-2022

Accepted: 24-12-2022

Keywords:

Setrategi, Desa

Wisata, Kearifan

Local.

Abstract: *Kabupaten Gunungkidul merupakan kabupaten yang memiliki potensi pariwisata, baik wisata alam maupun budaya. Kalurahan Tepus, merupakan salah satu kalurahan di Kabupaten Gunungkidul yang memiliki potensi wisata baik alam maupun budaya. Untuk melihat potensi wisata Kalurahan Tepus, aparaturnya pemerintahan desa beserta segenap pengurus kelompok sadar wisata Kalurahan Tepus menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sumber data penelitian ini yaitu sumber data primer (wawancara) dan sekunder (buku, website dan dokumen terkait) dengan subjek penelitian yakni Pemerintah Kalurahan Tepus, Pelaku Wisata serta Wisatawan. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa melalui pendekatan SWOT, sangat membantu dalam menentukan strategi pengembangan wisata berbasis kearifan lokal di Kalurahan Tepus.*

PENDAHULUAN

Daerah Istimewa Yogyakarta, terdiri dari empat (4) kabupaten dan satu (1) kota, yang antara lain: Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, Kabupaten Kulonprogo, Kabupaten Gunungkidul dan Kota Yogyakarta. Kabupaten Gunungkidul merupakan kabupaten dengan wilayah dengan luas 1.485,36 km² atau sekitar 46,63 %, dari luas wilayah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Terbagi menjadi 18 Kecamatan dengan 144 desa.

Dengan wilayah yang luas, Kabupaten Gunungkidul mempunyai berbagai potensi, diantaranya menjadi daerah kunjungan wisata. Berbagai macam potensi pariwisata yang terus berkembang baik wisata alam, wisata sejarah dan wisata budaya. Potensi-potensi wisata yang ada di Gunungkidul menjadi daya tarik wisatawan lokal maupun internasional. Tepus merupakan salah satu kalurahan yang ada di Kabupaten Gunungkidul yang wilayahnya masih menjaga nilai-nilai budaya lokal dengan lingkungan alamnya yang masih asri dengan jajaran pantai berpasir putih. Pantai-pantai tersebut diantaranya: Pantai Seruni, Pantai Watu Nene, Pantai Kajar, Pantai Ndawud, Pantai Pok Tunggal, Pantai Goa Watulawang, Pantai Trenggole, Pantai Pulang Syawal, Pantai Somandeng, dan Pantai Sundak.

Berbagai kesenian tradisional menjadi dinamika kehidupan warga Kalurahan Tepus, kesenian jathilan dan kesenian karawitan merupakan kesenian yang masih terjaga keberadaannya hingga saat ini. Pada sisi yang lain, di wilayah Kalurahan Tepus juga terdapat kelompok pembatik dengan motif khas Kalurahan Tepus, yang dikenal dengan sebutan Batik

Pinilih. Keberadaan proyek jalur lintas selatan akan memberikan dampak signifikan terhadap akses menuju tujuan wisata di Kalurahan Tepus.

Datangnya pandemi covid 19, memberikan dampak penurunan pengunjung ke daerah tujuan wisata, tidak terkecuali penurunan pengunjung ke daerah wisata yang ada di Kalurahan Tepus.

Jumlah Kunjungan Wisatawan Melalui Pos Tepus

Tahun	2018	2019	2020
Jumlah Wisatawan	259.428	238.316	111.645
Jumlah Pendapatan Daerah	Rp. 2.464.566.000	Rp. 2.254.720.500	Rp. 1.059.345.000

Sumber: Data BPS Gunungkidul Dalam Angka

Data diatas menunjukkan, pandemi covid 19 telah memberikan dampak signifikan terhadap penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung ke daerah tujuan wisata di Kalurahan Tepus yang berakibat turunnya pendapatan disektor pariwisata. Setuasi tersebut sangat mempengaruhi pendapatan warga masyarakat yang selama ini bergerak disektor pariwisata. Penelitian ini mencoba untuk mengetahui setrategi masyarakat pengelola wisata di Kalurahan Tepus, Kabupaten Gunungkidul dalam menghadapi penurunan kunjungan wisata di Kalurahan Tepus.

LANDASAN TEORI

1. Setrategi

Kejadian yang tidak terbayangkan sebelumnya (keberadaan pandemi covid 19), tentu menjadi permasalahan yang membutuhkan penanganan secara serius. Berbagai perencanaan yang telah dibuat akan tidak berjalan sesuai dengan rencana. Berbagai kebijakan untuk memutus mata rantai penyebaran covid 19, diantaranya kebijakan pemerintah yang tidak membolehkan warga masyarakat untuk “berkumpul” (Peraturan pemerintah No 21 Tahun 2020), yang membatasi warga masyarakat untuk berkumpul dengan skala besar. Sektor pariwisata tentu menjadi salah satu sektor yang paling terdampak dengan kebijakan pembatasan sosial bersekala besar tersebut. Dampak yang jelas tampak, menurunnya/tidak adanya wisatawan ke daerah tujuan wisata. Untuk mengantisipasi keadaan tersebut pengelola tujuan wisata, merancang setrategi untuk mengantisipasi kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi dalam upaya pencapaian tujuan.

Setrategi, menurut berbagai pendapat para ahli menyebutkan bahwa: setrategi merupakan perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya (Rangkuti, 2013).

Menurut Rahma dan Latifah, berpendapat bahwa strategi merupakan suatu rencana tentang cara-cara pendayagunaan dan penggunaan potensi dan sarana yang ada untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dari suatu sasaran kegiatan. Secara umum strategi dapat berupa garis-garis besar haluan untuk bertindak dalam usaha mencapai sasaran kegiatan, secara umum strategi dapat berupa garis-garis besar haluan untuk bertindak dalam usaha mencapai sasaran kegiatan (Rahma & Latifah, 2016).

Salusu dan Young (2015) mendefinisikan secara sederhana bahwa strategi merupakan

suatu seni yang menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan.

2. Manajemen Strategi

Sebuah strategi yang tepat tercipta melalui rumusan-rumusan yang tersusun efisien dengan sebuah manajemen strategi. Manajemen strategi merupakan ilmu dan seni formulasi, implementasi dan evaluasi keputusan lintas fungsional dalam satu organisasi untuk mencapai tujuan (David & David, 2017). Menurut Retina Sri Sedjati dalam bukunya "Manajemen Strategi", manajemen strategi merupakan ilmu yang menggabungkan fungsi-fungsi manajemen dalam rangka pembuatan keputusan-keputusan organisasi secara strategis, guna mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Proses manajemen strategi meliputi empat elemen dasar, meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, evaluasi dan pengendalian (Wheelen dan Hunger, 2003)

Wheelen dan Hunger (2009), menegaskan bahwa manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan-keputusan dan tindakan-tindakan manajerial yang mengarah kepada penyusunan strategi-strategi efektif untuk mencapai tujuan perusahaan dengan Analisa S.W.O.T atau *Strength, Weakness, Opportunity, Threats*.

Dari berbagai pandangan diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan tahap-tahap atau proses manajemen yang telah direncanakan saling berkaitan dan berkesinambungan agar dapat mencapai tujuan organisasi.

3. Pariwisata.

a. Pengertian Pariwisata.

pariwisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang ke dan menetap di daerah yang bukan biasanya selama jangka waktu kurang dari satu tahun secara berturut-turut untuk memanfaatkan waktu luang, tujuan bisnis dan tujuan lainnya (Arjana, 2015). Mengacu UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, menyebutkan bahwa pariwisata merupakan kegiatan wisata yang didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Dalam konteks pariwisata, terdapat empat (4) hal yang harus dipenuhi (Yoeti, 2008). Keempat hal tersebut antara lain:

1. Perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain, perjalanan dilakukan di luar tempat kediaman di mana orang itu biasanya tinggal;
2. Tujuan perjalanan dilakukan semata-mata untuk bersenang-senang, tanpa mencari nafkah di negara, kota atau daerah tujuan wisata yang dikunjungi;
3. Uang yang dibelanjakan wisatawan tersebut dibawa dari negara asalnya, dimana dia bisa tinggal atau berdiam, dan bukan diperoleh karena hasil usaha selama dalam perjalanan wisata yang dilakukan; dan
4. Perjalanan dilakukan minimal 24 jam atau lebih.

Dari berbagai keterangan diatas, memberikan pemahaman bahwa kegiatan pariwisata merupakan kegiatan keluar dari tempat tinggalnya dengan tujuan utamanya adalah memanfaatkan waktu luang, yang didukung berbagai fasilitas layanan dari berbagai pihak.

b. Kearifan Lokal

Setiap komunitas, memiliki berbagai kearifan lokal yang menjadi pedoman secara turun temurun. Pengetahuan setempat yang sering disebut "*local knowledge*" atau kecerdasan setempat "*local genius*". Kearifan lokal merupakan respon terhadap kekayaan

setempat atau suatu daerah yang menjadi pengetahuan, kepercayaan, norma, adat istiadat, kebudayaan, wawasan dan sebagainya yang merupakan warisan yang dipertahankan sebagai pedoman dan identitas untuk bertindak secara tepat dalam kehidupan (Utari,2016). Susanto dalam Permatasari (2015), mendefinisikan kearifan lokal merupakan gagasan-gagasan setempat (lokal) yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya.

Dari berbagai keterangan diatas, kearifan lokal dapatlah dimaknai sebagai hasil daya upaya warga untuk mensikapi lingkungannya yang selanjutnya sebagai pedoman dan menjadi identitas warganya secara turun temurun.

c. Pariwisata berbasis kearifan lokal.

Kearifan lokal yang mempunyai spesifikasi kelokalan atas wilayah, menjadi daya tarik tersendiri. Kekayaan alam dan budaya yang ada memberikan pengalaman tersendiri bagi siapa saja yang mengunjungi. Pariwisata berbasis kearifan lokal menjadi pembeda dengan tujuan wisata pada umumnya.

Damanik (2013), memandang bahwa pariwisata berbasiskan lokalitas seyogyanya mempunyai keunikan tempat atau lokasi yang dapat memberikan sebuah pengalaman yang berbeda, serta terciptanya citra menarik bagi tradisi, latar belakang etnik dan lanskap destinasi. Dalam wisata budaya terdapat daya tarik bagi pengunjung, terutama yang berasal dari daerah perkotaan yang tentu saja berbeda dalam hal budaya dan suasana.

Yang perlu diperhatikan dalam mengemas tujuan wisata berbasiskan kearifan lokal, diantaranya:kebersihan, penyajian dan juga pelayanan. Wisatawan tinggal bersama penduduk, tidur di kamar yang sederhana tapi bersih dan sehat, makanan tradisional merupakan hidangan utama yang hendak disajikan selama di desa wisata, wisatawan merasakan adanya kepuasan karena adanya penyambutan dan pelayanan dari penduduk desa tersebut (Winarni (2014).

Menurut Sunaryo (2013), daya tarik wisata budaya ialah daya tarik wisata yang pengembangannya berdasarkan pada hasil karya dan hasil cipta manusia, baik itu berupa peninggalan budaya maupun nilai budaya yang masih hidup dalam kehidupan suatu masyarakat. Dalam hal ini yang dimaksud dengan pariwisata berbasis kearifan lokal yaitu pariwisata dengan daya tarik berupa budaya, adat istiadat, kebiasaan lokal serta masyarakat dalam suatu wilayah.

4. Analisis SWOT

Menurut Santono dalam Anjela (2014), analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi yang diharapkan dapat memecahkan suatu masalah, analisis ini didasari pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*), dan peluang (*opportunities*), namun secara bersama dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threat*).

Dari keterangan diatas, dapat disimpulkan bahwa, analisis SWOT merupakan metode yang digunakan oleh sebuah organisasi dalam merumuskan strategi-strategi dengan cara mengidentifikasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) untuk mencapai sebuah tujuan organisasi.

Untuk memudahkan dalam menganalisis dengan analisis SWOT, Wheelen dan Hunger (2003) menciptakan matriks SWOT yang digunakan sebagai instrumen dalam menentukan strategi pencapaian tujuan.

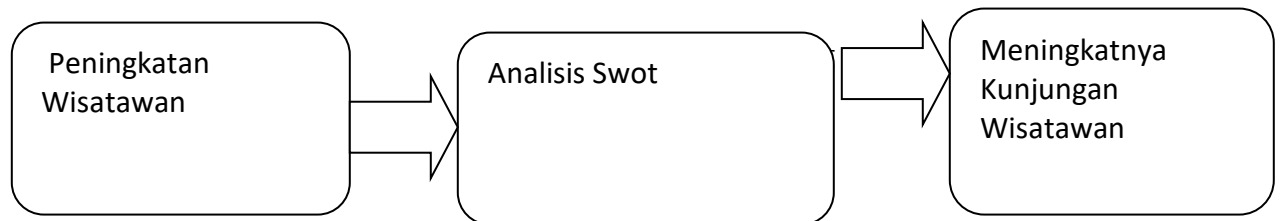
Matrik analisis SWOT

Internal/Eksternal	<i>Strength (S)</i> Identifikasi Kekuatan	<i>Weakness (W)</i> Identifikasi Kelemahan
<i>Opportunities (O)</i> Daftar Peluang	Strategi (SO) Menciptakan strategi yang mempergunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi (WO) Menciptakan strategi yang dapat mengatasi kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Threat (T)</i> Daftar Ancaman	Strategi (ST) Menciptakan strategi yang mempergunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi (WT) Menciptakan strategi yang dapat meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Sumber: Wheelen and Hunger (2003:231)

Penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal Di Desa Tepus Kabupaten Gunungkidul”. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian deskriptif dengan analisis data kualitatif.

Kerangka pikir



Desa Tepus, merupakan salah satu daerah di Kabupaten Gunungkidul yang memiliki potensi tujuan wisata yang berbasiskan alam, industri kreatif dan budaya yang masih alami. Jajaran pantai dengan pasir putih, kesenian tradisional, produksi kain batik serta kuliner memiliki daya tarik bagi pengunjung. Pengelolaan desa wisata membutuhkan setrategi untuk mengembangkan dengan berbagai inovasi, setrategi yang dipilih Desa Tepus untuk mengembangkan tempat tujuan wisata dengan menggunakan SWOT.

Hipotesis

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, dalam penelitian ini dapatlah ditarik hipotesis bahwa metode SWOT memberikan kemudahan bagi pengunanya untuk mengetahui: kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Dengan demikian akan didapatkan gambaran untuk setrategi ke-depannya.

METODE

1. Lokasi dan waktu Penelitian.

Penelitian ini dilakukan di Desa Tepus Kabupaten Gunungkidul, pada preode bulan April hingga Juli tahun 2022.

2. Jenis dan Sumber Data

- a. Jenis Data : Kualitatif diskriptif, yang berusaha untuk mendiskripsikan realita
- b. Sumber Data : dalam penelitian ini, terdapat dua sumber data yaitu primer dan sekunder. Sumber data primer, dihasilkan dari wawancara dengan berbagai narasumber

yang terlibat dalam pengelolaan wisata di Desa Tepus, sedangkan sumber data sekunder dari berbagai referensi baik cetak maupun *on line*.

3. Teknik Pengumpulan Data.

- a. Dengan wawancara
- b. Observasi.

4. Populasi dan Sampel.

- a. Pengelola wisata Desa Tepus.

5. Analisis Data.

Teknik analisis data dalam penelitian ini, menggunakan teknis analisis Miles dan Huberman. Tahapan awal yang dilakukan, mereduksi data dengan merangkum dan memilah data dari lapangan, untuk menentukan data yang diperlukan sehingga memudahkan peneliti untuk menginterpretasikan data. Dalam penyajian data, **menggunakan bentuk uraian, untuk memudahkan memahami informasi sebagai dasar** pengambilan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari penelitian yang dilakukan, telah didapatkan gambaran bahwa untuk mengembangkan desa wisata di Desa Tepus, pengelola desa wisata sangat terbantu dengan metode analisis SWOT. Metode SWOT, memberikan kemudahan pengurus desa wisata secara bersama-sama menentukan potensi aset wisata desa baik dari sisi kelemahan dan sisi keunggulan.

Secara administrasi, Kalurahan Tepus bagian utara berbatasan dengan Kalurahan Sidoharjo dan Kalurahan Sumberwungu, bagian selatan berbatasan dengan Samudera Hindia, bagian barat berbatasan dengan Kalurahan Sidoharjo dan bagian timur bersebelahan dengan Kalurahan Purwodadi. Wilayah Kalurahan Tepus terbagi menjadi dua zona, yaitu sebelah utara merupakan dataran rendah yang umumnya merupakan lahan pertanian dengan komoditas utama padi, palawija dan lain sebagainya. Sementara bagian selatan adalah hamparan lahan tadah hujan, sebagian kawasan pantai yang dikelola sebagai kawasan wisata.

Secara geografis Kalurahan Tepus berada di wilayah selatan Kabupaten Gunungkidul, memiliki luas wilayah 2.885,48 Ha dengan rincian tanah sawah seluas 21,57 Ha, tanah kering seluas 2.636,01 Ha dan lainnya seluas 75,01 Ha. Jarak dari pusat pemerintahan kecamatan sejauh 5 km, jarak dari kota/Ibukota kabupaten sejauh 22 km dan jarak dari Ibukota provinsi sejauh 73 km.

Kalurahan Tepus terbagi menjadi dua puluh dusun yaitu Dusun Gembuk, Dusun Tegalweru, Dusun Trosari I, Dusun Trosari II, Dusun Blekonang I, Dusun Blekonang II, Dusun Blekonang III, Dusun Tepus I, Dusun Tepus II, Dusun Tepus III, Dusun Jeruk, Dusun Singkil, Dusun Ngasem, Dusun Klumpit, Dusun Walangan, Dusun Kanigoro, Dusun Dongsari, Dusun Pacungan, Dusun Pudak dan Dusun Pakel.

Mata pencaharian warga masyarakat di Kalurahan Tepus, bagian utara dan timur bekerja disektor pertanian. Sedangkan untuk wilayah selatan yang berdekatan dengan pantai, sebagian besar warganya bekerja disektor pariwisata. Menurut data monografi desa tahun 2020, warga Kalurahan Tepus berjumlah 9.886 jiwa yang terbagi, laki-laki berjumlah 4.778 jiwa dan perempuan berjumlah 5.108 jiwa.

Kelembagaan Kepariwisataan Kalurahan Tepus

Untuk mewadahi kegiatan kepariwisataan di Kalurahan Tepus, dibentuklah Kelompok Sadar Wisata “Dasa Samudra” Kalurahan Tepus yang berdiri pada tahun 2021, dengan tujuan untuk mendukung terciptanya iklim kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya industri kepariwisataan serta terwujudnya kesejahteraan masyarakat. Kelompok Sadar Wisata Kalurahan Tepus secara kelembagaan berada dibawah BUMKaL Punokawan. BUMKaL (Badan Usaha Milik Kalurahan) Punokawan didirikan berdasarkan Peraturan Desa No. 123 tahun 2018, yang pada awal berdirinya bergerak disektor perdagangan. Dengan melihat potensi dan perkembangan sektor pariwisata yang ada di wilayah Kalurahan Tepus, BUMKaL Punokawan sejak tahun 2021 mengembangkan unit usahanya disektor pariwisata, dengan mengembangkan desa wisata serta mengelola rest area Hills.

Desa wisata yang didirikan Kalurahan Tepus, diberi nama Dewi Kampus yang merupakan kepanjangan dari Desa Wisata Kalurahan Madani Tepus. Desa wisata Kalurahan Tepus diharapkan dapat mengembangkan potensi wisata yang ada di Kalurahan Tepus. Kegiatan yang dilakukan kelompok sadar wisata Kalurahan Tepus diantaranya pengalihan aset wisata yang ada di Kalurahan Tepus, pengembangan UMKM serta merancang event tahunan yang diharapkan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan.

Analisis SWOT

Pengembangan wisata yang dilakukan dengan analisis SWOT oleh Kelompok Sadar Wisata Kalurahan Tepus, penentuan strategi melalui SWOT tersebut diawali dengan analisis terhadap isu-isu strategis yang berhubungan dengan pengembangan wisata baik dari internal ataupun eksternal. Hasil inventarisasi tersebut dapat dilihat dalam matriks berikut:

	<i>Peluang / Opportunity</i>	<i>Ancaman / Threat</i>
Internal Eksternal	1. Adanya permintaan wisata alam yang cukup tinggi 2. Berkembangnya pariwisata dan ekonomi kreatif 3. Investasi usaha wisata masih terbuka di sejumlah kawasan 4. Perkembangan teknologi	1. Persaingan dengan daerah lain yang sama potensinya 2. Masih dipengaruhi dan ditentukan atau tergantung oleh agen perjalanan wisata dari luar 3. Modernisasi dapat mengancam eksistensi budaya asli
Kekuatan/Strength	Strength-Opportunity (SO)	Weakness-Opportunity (WO)
1. Potensi wisata alam yang luar biasa (pantai, karst, goa, sungai, air terjun, gunung, hutan, bentang alam) 2. Adat istiadat dan budaya yang kuat	1. Pengembangan produk wisata alam baik untuk wisman maupun wisnus 2. Penggalian dan pembinaan kekayaan adat istiadat dan budaya	1. Bekerjasama dalam promosi 2. Mendorong peran investor lokal

<p>3. Memiliki kuliner lokal yang khas 4. Aksesibilitas yang cukup mudah dari DIY, Jateng dan Jatim 5. Aksesibilitas lokal yang baik 6. Ada semangat dari Pemda untuk merencanakan pengembangan wisata 7. Dukungan dari tokoh masyarakat, DPRD, Kalangan Swasta, dll</p>	<p>3. Pemantapan kuliner lokal 4. Menjalin Kerjasama dengan investor nasional dan asing 5. Memantapkan rencana strategis</p>	<p>3. Menetapkan anggaran pada sektor strategis pariwisata dan efisiensi 4. Mengembangkan konservasi alam dan budaya</p>
<p>Kelemahan/Weakness</p>	<p>Strength-Threat (ST)</p>	<p>Weakness-Threat (WT)</p>
<p>1. Pengembangan dan diversifikasi daya tarik wisata belum optimal 2. Terbatasnya investasi wisata buatan berskala besar dan terbatasnya sumber pembiayaan 3. Even atraksi pariwisata berskala nasional dan internasional masih terbatas 4. Kerjasama antara pelaku pariwisata belum optimal 5. Aksesibilitas beberapa daya tarik wisata kurang mendukung 6. Aksesibilitas dan amenities pariwisata belum semua memenuhi standar 7. Kualitas pelayanan terhadap wisatawan dalam mendukung kegiatan pariwisata belum semua memenuhi standar 8. Jaringan pemasaran pariwisata ke pangsa pasar</p>	<p>1. Menyediakan dan memperbaiki infrastruktur 2. Meningkatkan pemanfaatan TI dalam pemasaran dan promosi 3. Pengembangan amenities (Hotel, Restoran, BPW, dll) 4. Memantapkan kelembagaan 5. Meningkatkan kualitas SDM</p>	<p>1. Membuat <i>net-working</i> dengan destinasi utama di Indonesia Barat (Jogja-Bali-Jakarta) 2. Membentuk promosi pariwisata secara bersama 3. Membuat kenijakan untuk menarik dan mengintensifkan investor pariwisata 4. Memsosialisasikan konsep-konsep pengembangan kepariwisataan</p>

<p>luar jawa dan luar negeri belum maksimal</p> <p>9. Legalitas kelembagaan Pokdarwis dan Desa Wisata sebagian belum terpenuhi</p> <p>10. Kesadaran pengurus Pokdarwis dan Desa Wisata rendah</p> <p>11. Industri pariwisata belum memenuhi standar sertifikasi profesi pelaku usaha pariwisata</p> <p>12. Berkembangnya usaha ekonomi kreatif tingkat dasar belum didukung SDM dan prasarana yang memadai</p>		
--	--	--

Pemetaan Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*) Destinasi Wisata Kalurahan Tepus.

a. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan yang dimiliki oleh destinasi wisata Kalurahan Tepus sebagai sebuah desa wisata yaitu: budaya dan tradisi yang masih terjaga, Usaha Mikro Kecil Menengah, khas daerah, budidaya bonsai serta makanan khas. Kekuatan yang juga dimiliki dan sangat mungkin menjadi wisata unggulan, banyaknya wisata alam yang menarik.

Wisata Budaya

a) Kesenian Jathilan.

Kesenian jathilan adalah sebuah kesenian yang menyatukan antara unsur gerakan tari dengan magis. Jenis kesenian ini dimainkan dengan properti berupa kuda tiruan yang terbuat dari anyaman bambu arau kepeng yang biasa disebut jaran kepeng. Para penari dalam kesenian jathilan berpenampilan mirip prajurit kerajaan jaman dahulu serta gerakan tariannya diiringi oleh bunyi gamelan dan lantunan suara sinden.

b) Tari Golek Ayun-Ayun.

Tari Golek Ayun-Ayun dalam Wikipedia merupakan terian yang diciptakan oleh KRT Sasmintadipura pada tahun 1976. Tarian ini menggambarkan seorang putri remaja yang sedang berbusana dan merias diri. Fungsi dan tujuan dari tarian ini adalah sebagai hiburan semata dan tidak menceritakan tokoh seseorang. Tari Golek Ayun-Ayun ini dijadikan sebagai tarian selamat datang atau tarian penyambutan tamu yang dibawakan oleh penari asli Tepus.

c) Karawitan

Dalam wisata seni karawitan yang ada di Kalurahan Tepus, pengunjung disajikan pertunjukan karawitan oleh bermacam pengrawit, mulai dari pengrawit anak-anak, ibu-ibu dan bapak-bapak. Pengunjung juga diajak untuk belajar memainkan alat musik gamelan secara menyeluruh dan berinteraksi dengan para pengrawit.

d) Homestay

Homestay atau tempat menginap yang ada di Desa Wisata Tepus mengedepankan nilai-nilai tradisional dimana wisatawan tidur di rumah masyarakat dan makan makanan rumahan atau makanan tradisional masyarakat di Kalurahan Tepus sehingga tercipta suasana alami namun tetap berkesan.

Wisata Kuliner Makanan dan Minuman Tradisional

Makanan dan minuman yang disajikan kepada wisatawan yang berkunjung di wisata budaya Kalurahan Tepus yaitu makanan dan minuman tradisional hasil bumi Kalurahan Tepus diantaranya berupa wedang poci dengan cangkir tradisional dan *krowotan* (pisang rebus, kacang rebus dan umbi-umbian). Sedangkan makanan berat yang disajikan kepada wisatawan adalah nasi thiwul, *jangan lombok* (sayur cabai) dan oseng-oseng daun pepaya.

Wisata Alam Pantai

Kalurahan Tepus memiliki sumber daya alam pantai mulai dari pantai yang terkenal banyak dikunjungi wisatawan hingga pantai perawan yang masih belum banyak diketahui oleh wisatawan. Pantai-pantai tersebut terbentang mulai dari Pantai Sundak Timur, Pantai Somandeng, Pantai Pulangsawal, Pantai Tenggole, Pantai Watulawang, Pantai Poktunggal, Pantai Watunene, Pantai Seruni, Pantai Beling dan Pantai Cluwakan.

Wisata Minat Khusus

Kelompok Wanita yang ada di Padukuhan Gembuk Kalurahan Tepus memiliki kegiatan membatik dengan desain yang mengambil dari kehidupan laut. Batik Pinilih merupakan karya seni batik tulis yang memiliki motif berupa biota laut yang menggambarkan hasil laut nelayan di pesisir pantai selatan khususnya di wilayah Kalurahan Tepus. Diantaranya motif lobster, kepiting dan aneka biota laut lainnya. Pengunjung dapat menyaksikan proses pembuatan batik dan ikut serta membuat batik tulis "Pinilih". Bentuk dari produksi Batik Pinilih ini diantaranya adalah kain batik, topi, shall, masker, tas dan berbagai produk lainnya.

Usaha Mikro Kecil Menengah Perak Surya Silver

UMKM Perak Surya Silver yang ada di Padukuhan Blekonang I Kalurahan Tepus merupakan tempat produksi kerajinan berbahan baku logam perak untuk menjadi berbagai macam cenderamata seperti kalung, gelang, bros dan lain sebagainya. Di dalam UMKM ini pengunjung dapat melihat proses pembuatan kerajinan perak. Pengunjung juga dapat mempelajari bagaimana proses pembuatan sekaligus praktik secara langsung untuk membuat cenderamata dari logam perak tersebut.

Usaha Mikro Kecil Menengah Adnan Bambu

UMKM Adnan Bambu yang ada di Padukuhan Ngasem Kalurahan Tepus merupakan tempat produksi meubel diantaranya kursi, meja, gazebo dan pagar dengan bahan baku bambu dengan motif-motif dan ukiran tradisional yang menarik.

Kampung Bonsai

Kampung bonsai yang ada di Kalurahan Tepus merupakan kampung dengan banyak tanaman bonsai yang dibudidayakan. Hampir setiap rumah memiliki tanaman bonsai dengan jenis yang berbeda-beda dan cara perawatan yang berbeda-beda pula. Bonsai-bonsai ditanam dan diperbanyak untuk kemudian dapat dikembalikan atau di tanam kembali di alam liar. Di kampung bonsai pengunjung mendapatkan edukasi seputar jenis dan karakter bonsai, cara perawatan dan budidaya tanaman bonsai, serta ilmu botani tanaman bonsai.

Inovasi

Inovasi yang dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata Kalurahan Tepus dalam memadukan berbagai macam aset wisata seperti wisata budaya, wisata kuliner, wisata alam dan wisata minat khusus menjadi kekuatan bagi keberadaan wisata di Kalurahan Tepus. Kelompok sadar wisata Kalurahan Tepus mengupayakan dengan mempromosikan paket wisata melalui berbagai upaya, diantaranya dengan memanfaatkan media sosial. Untuk memudahkan koordinasi, Pemerintah Kalurahan memberikan fasilitas dengan membangun sekretariat desa wisata yang terletak di rest area Cingkrang Hills.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan destinasi wisata berbasis kearifan lokal di Kalurahan Tepus diantaranya belum optimalnya pengelolaan potensi wisata dikarenakan kolaborasi dan sinergitas masih belum maksimal. Kelemahan lain dari destinasi wisata berbasis kearifan lokal di Kalurahan Tepus yaitu fasilitas pendukung yang belum baik dan kelembagaan yang belum optimal.

c. Peluang (*Opportunity*)

Peluang yang memberikan rasa optimisme keberadaan destinasi wisata di Kalurahan Tepus adalah pada akses transportasi. Keberadaan jalan jalur lintas selatan (JJLS) memberikan kemudahan akses transportasi kepada pengunjung. Pada sisi yang lain, pengelola destinasi wisata juga menyediakan kendaraan khusus berupa mobil jeep untuk menjangkau wisata pantai yang ada di Kalurahan Tepus.

Keberadaan Desa Wisata Kalurahan Madani Tepus atau DEWI KAMPUS sejak tahun 2020 juga menjadi peluang bagi berkembangnya wisata berbasis kearifan lokal di Kalurahan Tepus. Desa Wisata Tepus dibentuk dengan memanfaatkan segala potensi yang ada di Kalurahan Tepus baik potensi alam, budaya maupun kearifan masyarakatnya. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, memberikan dampak yang signifikan bagi penyebaran informasi dan promosi destinasi wisata di Kalurahan Tepus.

d. Ancaman (*Threat*)

Ancaman bagi pengembangan destinasi wisata Kalurahan Tepus, menjadi sedikit terhambat karena kurangnya pembaharuan atraksi-atraksi tradisional yang ada, hal ini dikarenakan sikap generasi tua yang kurang terbuka terhadap pembaharuan seni dan tradisi yang ada.

Analisis Strategi *Strength-Opportunity* (SO), *Strength-Threat* (ST), *Weakness-Opportunity* (WO) dan *Weakness-Threat* (WT) dalam Pengembangan Wisata Berbasis Kearifan Lokal di Kalurahan Tepus

Strategi *Strength-Opportunity* (SO)

Perkembangan pariwisata di Kalurahan Tepus tentu tidak terlepas dari keberadaan kelompok sadar wisata Kalurahan Tepus. Untuk meningkatkan potensi dan pengembangan wisata di Kalurahan Tepus, kelompok sadar wisata Kalurahan Tepus melakukan analisis potensi dengan menggunakan kekuatan (*Strength*) untuk memanfaatkan peluang (*Opportunity*). Adapun strategi *Strength-Opportunity* yang dilakukan Kelompok Sadar Wisata Kalurahan Tepus, yang pertama adalah melakukan penggalan dan pembinaan aset adat istiadat dan budaya yang berada di Kalurahan Tepus.

a. Strategi *Strength-Threat* (ST)

Berdasarkan kekuatan yang dimiliki atas wisata di Kalurahan Tepus dan ancaman-ancaman yang dihadapi, maka Kelompok Sadar Wisata Kalurahan Tepus menerapkan strategi *Strength-Threat* (ST) dalam pengembangan wisata berbasis kearifan lokal di

Kalurahan Tepus. Adapun strategi yang pertama adalah menyediakan dan memperbaiki infrastruktur jalan dan memasang papan petunjuk arah menuju tujuan wisata yang ada di Kalurahan Tepus.

Pada aspek lain, untuk meningkatkan kenyamanan kepada pengunjung Kelompok Sadar Wisata Kalurahan Tepus memberikan fasilitas sertifikasi *Cleanliness* (Kebersihan), *Health* (Kesehatan), *Safety* (Keamanan) dan *Environment Sustainability* (Kelestarian lingkungan) atau disingkat CHSE ketika pandemi Covid-19. Pemanfaatan teknologi informasi menjadi faktor pendukung penting dalam strategi pemasaran dan promosi daerah tujuan wisata yang ada di Kalurahan Tepus. Meningkatkan kapasitas pemandu wisata, juga menjadi bagian dari strategi yang dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata Kalurahan Tepus.

b. Strategi *Weaknes-Opportunity* (WO)

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Kelompok Sadar Wisata Kalurahan, melakukan strategi *Weakness-Opportunity* (WO) dari segi promosi. Yang telah dilakukan adalah dengan mengadakan *Familiarization trip* atau wisata pengenalan. Pada aspek tata kelola, sinergitas antar lembaga, menjadi faktor pendukung dalam pengembangan pariwisata. Kelompok Sadar Wisata dalam hal ini bekerja sama dengan pihak Dinas Pariwisata Gunungkidul untuk memberikan berbagai pelatihan bagi pengelola desa wisata.

c. Strategi *Weakness-Threat* (WT)

Strategi yang dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata Kalurahan Tepus bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul untuk meminimalisir kelemahan dan menghindari ancaman, melakukan strategi *Weakness-Threat* dengan membentuk promosi pariwisata secara bersama melalui *Familiarization Trip* dengan mendatangkan HPWI (Himpunan Pengusaha Wisata Indonesia), yang kedua mendatangkan Bupati Kabupaten Gunungkidul beserta media nasional dan yang ketiga mendatangkan Biro Perjalanan wilayah DIY-Jawa Tengah.

Pembahasan dan Temuan

Analisis SWOT, merujuk pada teori yang dikemukakan oleh Wheelen and Hunger (2012) merupakan sebuah alat analisis untuk mengembangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan menggunakan faktor-faktor strategis sebagai unsur pembentukannya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dan merujuk pada Rencana Strategis Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul Tahun 2021-2026, melakukan 4 (empat) strategi yang berkaitan dengan pengembangan wisata berbasis kearifan lokal di Kalurahan Tepus sesuai dengan teori SWOT Wheelen-Hunger.

Berikut penjabaran hasil analisis SWOT dengan obyek kajian destinasi wisata di Kalurahan Tepus.

Strategi *Strength-Opportunity* (SO) merupakan strategi atau cara yang digunakan dengan menggunakan kekuatan dalam memaksimalkan peluang yang ada. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Kelompok Sadar Wisata Kalurahan Tepus, melakukan strategi *Strength-Opportunity* (SO) berupa: menggali kekayaan adat istiadat dan budaya dengan berkolaborasi dengan pemangku kebijakan, dalam hal ini Dinas Kebudayaan Kabupaten Gunungkidul, menjalin kerjasama dengan pihak lain untuk meningkatkan kapasitas pendukung wisata, dan memantapkan rencana strategis dengan membuat Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Kalurahan.

Strategi *Strength-Threat* (ST) merupakan strategi atau cara yang digunakan untuk mencapai tujuan dengan memanfaatkan kekuatan untuk menghindari ancaman. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Kelompok Sadar Wisata Kalurahan Tepus, telah melakukan strategi *Strength-Threat* (ST) berupa: penyediaan dan perbaikan infrastruktur dengan memasang papan petunjuk arah menuju destinasi wisata Kalurahan Tepus, memberikan fasilitas sertifikasi *Cleanliness* (Kebersihan), *Health* (Kesehatan), *Safety* (Keamanan) dan *Environment Sustainability* (Kelestarian lingkungan) atau disingkat CHSE yang termasuk didalamnya terdapat pemenuhan protokol kesehatan ketika pandemi Covid-19. Meningkatkan pemanfaatan TI dalam pemasaran dan promosi dengan melakukan pelatihan *digital marketing*; memantapkan kelembagaan dengan menyiapkan aspek regulasi dan menyiapkan tata kelola atau manajemen; dan melakukan peningkatan kualitas SDM dengan memberikan pelatihan desa wisata, pengelolaan homestay, sertifikasi barista serta pemandu wisata.

Strategi *Weakness-Opportunity* (WO) merupakan strategi yang digunakan dalam mencapai tujuan dengan mengatasi kelemahan dalam memanfaatkan peluang yang ada, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Kelompok Sadar Wisata Kalurahan Tepus, melakukan strategi *Weakness-Opportunity* (WO) berupa: bekerja sama dalam promosi melalui *Familiarization Trip*, pembinaan, pendampingan dan penyiapan tata kelola atau manajemen dalam internal organisasi serta meningkatkan sinergitas antar lembaga, dan mendorong peran investor lokal seperti pihak Pemerintah Kalurahan melalui penguatan kapasitas atau *capacity building* bagi seluruh elemen dari Desa Wisata.

Strategi *Weakness-Threat* (WT) merupakan strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan dengan meminimalisir kelemahan untuk menghindari ancaman. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Dinas Pariwisata melakukan strategi *Weakness-Threat* (WT) berupa: membentuk promosi pariwisata secara bersama melalui *Familiarization Trip* atau wisata pengenalan dengan cara mendatangkan agen travel, *influencer* dan media untuk mencoba seluruh paket wisata yang ada sehingga dapat menarik kedatangan wisatawan baru, mensosialisasikan konsep-konsep pengembangan kepariwisataan melalui program pelatihan dan pendampingan *digital marketing* dan pelatihan *outbond*, melakukan pendampingan desa wisata serta *road show*; melakukan peningkatan keamanan dan kenyamanan wisatawan dengan bekerjasama dengan Polsek, Koramil dan Satpol PP,

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan strategi yang dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata Kalurahan Tepus dalam pengembangan wisata berbasis kearifan lokal di Kalurahan Tepus, dapatlah diberikan penegasan bahwa Kelompok Sadar Wisata Kalurahan Tepus telah melakukan analisis dengan mempertimbangkan faktor kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang disingkat SWOT sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Wheelen dan Hunger.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan berbagai keterangan yang berpijak pada penelitian, sebagaimana telah dituliskan di depan. Dapatlah ditarik kesimpulan bahwa untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman tersebut, maka Kelompok Sadar Wisata Kalurahan Tepus menentukan strategi SWOT yang didalamnya terdapat 4 (empat) strategi inti yaitu: **(1)**

Strategi *Strength-Opportunity* (SO), (2) Strategi *Strength-Threat* (ST), (3) Strategi *Weakness-Opportunity* (WO), (4) Strategi *Weakness-Threat* (WT). Dengan setrategi tersebut Kelompok Sadar Wisata Kalurahan Tepus mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, sehingga keberadaan Desa Wisata yang bernama Dewi Kampus, semakin optimis menatap masa depan dengan berbagai aset wisata yang dimiliki Kalurahan Tepus.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amalia, A., Hidayat W., Budiatmo, A. (2012). *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Batik*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol.1 No.1
- [2] Anjela P., Vovi. (2014). *Pengembangan Objek Wisata Alam Air Terjun Timbulun di Kanagarian Painan Timur Painan Kecamatan IV Jurai Kabupaten Pesisir Selatan*
- [3] Arjana, I. G. B. *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. (2015). Jakarta: Raja Grafindo Persada
- [4] Bryson, J. M. (2007). *Perencanaan Strategis: Bagi Organisasi Sosial*. Terjemahan oleh M. Miftahuddin. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- [5] Corbin, J., & Strauss, A. (2007). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- [6] Damanik, Janianton. (2013). *Pariwisata Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [7] Darisnadi, E., Damanhuri, Juwandi, R. (2021). *Strategi Generasi Pesona Indonesia (GENPI) Pandeglang dalam Mempromosikan Kearifan Lokal (Local Wisdom) (Studi Deskriptif pada Destinasi Digital Pasar Kaulinan Menes)*. Prediksi (Profesi Pendidikan Indonesia) Vol. 1 No. 2
- [8] Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- [9] Fred, R. D., & Forest R. D. (2017). *Strategic Management concepts and cases, A Competitive Advantage Approach*, England, Pearson Education Limited.
- [10] Hanan, Abd., Rahmawati, F. (2020). *Strategi Pembangunan Pariwisata Daerah Berkelanjutan Melalui Konsep Ekowisata Berbasis Kearifan Lokal*. Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Ilmu-Ilmu Sosial Vol. 2 No. 1
- [11] Hunger, J.D., & Wheelen, T.L. (2003). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- [12] Hunger, J. D. (2009). *Strategic Management, 5th ed*. New York: Addison Wesley. Ivancevich 62
- [13] Hunger, J. D., & Wheelen, T.L. (2012). *Strategic Management and Business Policy; Achieving Sustainability (13th ed)*.
- [14] Johar, R., Hanum, L. (2016). *Strategi Belajar Mengajar*. Yogyakarta: Deepublish
- [15] Moleong, Lexy. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Jakarta: Remaja Rosda Karya.
- [16] Muhammad, N. D. (2020). *Strategi Pengembangan Pariwisata dalam Upaya Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kota Malang*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Malang
- [17] Permatasari, M. A. (2015). *Menumbuhkan Sikap Konservasi Siswa Melalui Pendidikan IPS Berbasis Kearifan Lokal*. Banjarmasin: Wahana Jaya Bandung
- [18] Praatmana, D. N. (2020). *Analisis Strategi Pengembangan Halal Tourism dengan Mengoptimalkan Local Wisdom di Kabupaten Kudus*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Kudus. Kudus
- [19] Putra, R. I. (2021). *Pengembangan Ekowisata Berbasis Kearifan Lokal Masyarakat Sekitar*

- Hutan di Ruas Aek Nauli-Merek Jalur Lingkar Luar Danau Toba. Skripsi.* Universitas Sumatera Utara. Medan
- [20] Rahyono, F. X. (2009). *Kearifan Budaya Dalam Kata*. Jakarta: Wedatama Widyastra.
- [21] Rangkuti, F. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [22] Richard L. (2010). *Era Baru Manajemen, Edward Tanujaya*, Edisi 9, Salemba Empat
- [23] Rukajat, Ajat (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- [24] Salusu, J. (2015). *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- [25] Satori, D., & Komariah, A. (2011a). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- [26] Sedjati, R. S. (2015). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Deepublish
- [27] Sedyawati, E. (2014). *Kebudayaan di Nusantara, Dari Keris, Tor-Tor, sampai Industri Budaya*. Jakarta: Komunitas Bambu

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN