

Peningkatan Kualitas Pengelolaan Pantai Sembukan Sebagai Daya Tarik Ekowisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat

Ayu Fatonah Handayani✉

Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Oktober 2015
Disetujui Desember 2015
Dipublikasikan Februari 2016

Keywords:

Priority Strategy, Social Empowerment, Tourism Area Management

Abstrak

Kawasan wisata Pantai Sembukan merupakan potensi yang dapat dijadikan sektor unggulan di Kecamatan Paranggupito dan Kabupaten Wonogiri, namun sampai saat ini belum ada pengelolaan khusus. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang selanjutnya dijadikan dasar dalam perumusan strategi. Mengetahui program pemberdayaan masyarakat yang berkaitan dengan program pengelolaan Pantai Sembukan. Hasil penelitian ini, strategi prioritas yang dilakukan adalah sebagai berikut pertama standardisasi keamanan, pengadaan sarana dan pasarana dasar, serta perawatan secara berkala. Kedua pengadaan kegiatan kesian serbaguna, sosialisasi dan pengawasan bersama, pengadaan kegiatan budaya tradisional, dan program pemberdayaan masyarakat. Ketiga menarik investor, pengembangan sebagai daya tarik ekowisata, pengembangan kawasan wisata oleh masyarakat. Terakhir adalah pelatihan, perbaikan manajemen, dan pengadaan study banding. Pengadaan program pemberdayaan masyarakat perbaikan jalan menuju kawasan wisata Pantai Sembukan, mengelola goa-goa yang baru ditemukan sebagai bentuk pemetaan area wisata, pengolahan gula aren dan souvenir sebagai oleh-oleh khas ketika berkunjung ke Pantai Sembukan. Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa peningkatan potensi daerah khususnya sektor pariwisata sangatlah penting dengan tujuan meningkatkan pendapatan sektor pariwisata dan pendapatan daerah.

Abstract

Sembukan Beach Tourism Area is a potential which can be developed to be an excellent sector in District Paranggupito, Wonogiri. However, there has not been any specific management for this tourism area. This research aimed in identifying the strength, weakness, opportunity and threats which later would be set as the basis of the strategy formulation and finding out the social empowerment programs corresponding to the management of Sembukan Beach. From the result of this study, the priority strategy to be conducted are as follows: (1) providing security standardization, basic infrastructure, and periodic maintenance; (2) conducting multipurpose art activities, communal socialization and monitoring, traditional cultural activities, and social empowerment; (3) inviting investors, ecotourism development as a tourism attraction, and ecotourism development by the society; and (4) training, management improvement, and comparative study. The strategy was implemented through the procurement of the social empowerment program on improving road access to Sembukan Beach and management of the newly invented caves as a form of tourism area mapping, and developing sugar palm as well as souvenirs industry in Sembukan Beach. It can be concluded that the increasing of local potentials particularly in tourism sector is very important in order to increase both tourism and regional income.

© 2016 Universitas Negeri Semarang

ISSN 2252-6765

✉ Alamat korespondensi:

Ruang Jurnal Gedung L FE UNNES, Sekaran Gunungpati
Semarang, 50229, Indonesia
E-mail: ayuhandayani1211@ymail.com

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi daerah yang kuat dan berkelanjutan merupakan sebuah kolaborasi yang efektif antara pemanfaatan sumberdaya yang ada, masyarakat dan pemerintah. Dalam konteks ini, pemerintah sebagai regulator berperan strategis dalam mengupayakan kesempatan yang luas bagi masyarakat lokal untuk berpartisipasi penuh dalam setiap aktivitas ekonomi.

Ide dasar pembangunan berkelanjutan adalah kelestarian SDA dan budaya. Ide kemudian diturunkan kedalam konsep pariwisata berkelanjutan. Artinya adalah

pembangunan sumberdaya (atraksi, aksesibilitas, amenitas) pariwisata yang bertujuan untuk memberikan keuntungan optimal bagi wisatawan dalam jangka panjang. (Damanik dan Weber, 2006: 132).

Peningkatan kualitas pengelolaan kawasan wisata adalah salah satu alasan untuk mendorong perekonomian daerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memberikan peran penting kepada masyarakat sekitar kawasan wisata tersebut karena menurut (Viren et al., 2015) sektor pariwisata berpartisipasi berbeda dalam jaringan sosial. Berikut data pendapatan serta pengunjung Pantai Sembukan.

Tabel 1. Pemasukan dan Pengunjung Pantai Sembukan tahun 2008 – 2013

Tahun	Pengunjung	Pemasukan
2008	5.135	Rp 5.135.000
2009	7.234	Rp 7.234.000
2010	9.084	Rp 9.084.000
2011	10.777	Rp 10.777.000
2012	10.778	Rp 20.239.000
2013	9.872	Rp 19.798.000

Pada tabel 1 menjelaskan bahwa pengunjung Pantai Sembukan dari tahun 2008 sampai tahun 2013 cenderung meningkat bahkan hampir setiap tahunnya meningkat. Hanya pada tahun 2013 mengalami penurunan, begitu juga pemasukannya hampir selalu meningkat hanya pada tahun 2013 menurun akibat dari pengunjungnya yang juga menurun. Pengembangan sektor pariwisata dapat dikembangkan berdasarkan potensi yang dimiliki oleh tiap daerah karena dapat meningkatkan status hidup masyarakat (Roddin et al., 2015). Peningkatan pengunjung dan pemasukan pada setiap tahunnya menjadi pendorong utama dalam pengembangan karena sudah pasti tempat wisata ini menarik, dan pengunjung atau wisatawan adalah objek utama yang mendukung untuk dikembangkannya tempat wisata ini. Dapat kita ketahui bahwa masyarakat sekarang

pada umumnya sudah sadar akan pentingnya rekreasi sehingga tempat rekreasi ditengah Desa pasti akan menjadi tujuan bagi masyarakat sekitar dan juga wisatawan luar daerah karena menurut (Nuraeni et al., 2015) bahwa orang-orang akan memilih tujuan pariwisata berdasarkan orang-orang lokal yang ramah dan memiliki kekhususan lokal.. Lebih lagi dalam 7 Kabupaten/ Kota se Karesidenan Surakarta hanya Kabupaten Wonogiri yang memiliki tempat wisata berupa Pantai.

Namun pengadaan sarana dan prasarana dasar dalam pengembangan Pantai Sembukan ini masih belum optimal dan banyaknya sampah yang berserakan mengubah pemandangan yang sejuk menjadi tidak menarik. Promosi yang dilakukan pemerintah hanyalah sebatas menuliskan informasi melalui web pemerintah daerah. Padahal jika dikoordinasikan dan

melibatkan masyarakat pasti akan membantu dalam program pengembangan. Sehingga masyarakat juga merasa ikut memiliki daerah tersebut dan akan optimal dalam melakukan perannya karena merasakan secara langsung efek yang diberikan.

Sebagian besar masyarakat Kabupaten Wonogiri bermata pencaharian sebagai petani. Mereka hanya mengandalkan pendapatan dari hasil panennya. Padahal menurut topografi Kabupaten Wonogiri tanahnya tidaklah subur untuk pertanian. Dengan alternatif lain untuk meningkatkan penghasilan masyarakatnya dapat meningkatkan pengelolaan kawasan wisata yang melibatkan langsung peran masyarakat sekitar, dengan harapan penghasilan masyarakat meningkat dan sektor pariwisata dapat memberikan kontribusi lebih pada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Karena dapat dikatakan pengeluaran seseorang minus, bahwa ketika tidak memperoleh penghasilan sama sekali tetapi tetap melakukan konsumsi ataupun tetap melakukan pengeluaran.

Program pengembangan pengelolaan kawasan wisata diharapkan mampu memberikan dampak langsung terhadap pendapatan masyarakat sekitar.

Karena sampai saat ini masyarakat ikut serta hanya pada penjaga parkir, membersihkan toilet, dan yang lain berdagang di area kawasan wisata tersebut, itupun hanya ada 3 pedagang didalam dan di depan pintu masuk sebanyak 6 kios.

Dengan demikian perlu adanya pengelolaan secara khusus kawasan wisata ini dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan secara umum masyarakat Wonogiri serta PDRB Kabupaten Wonogiri sektor pariwisata.

Sehingga perlu menentukan strategi-strategi untuk meningkatkan daya tarik wisatawan, dan secara umum dapat meningkatkan pendapatan daerah.

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk mengkaji strategi peningkatan kualitas pengelolaan kawasan wisata PantaiSembukan sebagai daya tarik ekowisata melalui usaha pemberdayaan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran angket atau kuesioner dengan responden yaitu pegawai dinas pariwisata, pegawa camat Kecamatan Paranggupito, perangkat Desa-Desa Paranggupito, masyarakat yang masuk dalam kelompok sadar wisata, serta pengunjung Pantai Sembukan. Data sekunder untuk mengetahui pengunjung dan pemasukan Pantai Sembukan tahun 2008-2013, yang diperoleh dari dinas pariwisata. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi, wawancara, dan kuesioner.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif yang digunakan untuk mengetahui dan menjelaskan ancaman, kelemahan, kekuatan, dan peluang yang dihadapi dalam mengembangkan objek wisata, strategi pengembangan objek wisata objek wisata yang sudah ada dan diterapkan saat ini, serta pemberdayaan masyarakat yang diterapkan dan berkaitan dalam pengembangan kawasan wisata Pantai Sembukan. Kedua adalah analisis SWOT yang digunakan dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi proses pengembangan kawasan wisata Pantai Sembukan dan untuk menentukan strategi yang tepat dalam proses pengembangan tersebut. Ketiga adalah metode AHP yaitu digunakan dalam menentukan strategi prioritas dari hasil yang telah ditentukan sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian baik kuesioner ataupun wawancara menghasilkan data yang memberikan informasi mengenai peningkatan kualitas pengelolaan Pantai Sembukan di Kabupaten Wonogiri..

Seluruh kekuatan yang ada dapat dijadikan pendorong dalam peningkatan kualitas pengelolaan Pantai Sembukan, sekaligus menutup kelemahan-kelemahan yang ada. Dari

hasil identifikasi tersebut, baik dari kekuatan ataupun hambatan atau kelemahan dapat dianalisis faktor-faktor strategis internalnya sebagai berikut :

Tabel 2. Analisis Faktor-Faktor strategis internal

Faktor-Faktor strategis internal	Bobot(B)	Rating(R)	Skor(BxR)
Kekuatan			
a. Panorama alam yang indah dengan pasir putih	0,083	4	0,329
b. Pemandangan yang sejuk dan masih asli	0,064	4	0,239
c. Toilet tersedia	0,072	3	0,182
d. Tempat ibadah tersedia	0,062	3	0,182
e. Ada perbaikan jalan menuju lokasi PantaiSembukan	0,075	3	0,240
f. Melalui akun individu	0,058	2	0,255
g. Masuk dalam web resmi pemerintah Kabupaten Wonogiri	0,069	4	0,178
h. Kelompok masyarakat sadar wisata	0,049	4	0,134
i. Pengalaman dan wawasan pemimpin kelompok sadar wisata	0,051	3	
Total Kekuatan			1,879
Kelemahan			
a. Pecahan karang yang berserakan	0,038	3	0,125
	0,045	3	0,156
b. Pengelolaan sampah yang belum terorganisir	0,039	3	0,120
c. Belum tersedia tempat-tempat duduk di sekitar lokasi wisata			
d. Terbatasnya transportasi umum	0,071	3	0,194
e. Belum dapat dijangkau semua kendaraan	0,045	2	0,105
f. Belum ada penanganan khusus dalam pengelolaan web	0,040	4	0,141
g. Masyarakat yang kurang terampil dan berwawasan dalam kepariwisataan	0,036	2	0,071
Total kelemahan			0,912
Total faktor-faktor strategi internal	1,00		2,791

Sumber : Data Primer diolah

Tabel 2 diatas, dapat diketahui skor dan pembobotan hasil perkalian dari bobot dan rating faktor strategis internal PantaiSembukan. Hasil tersebut menunjukkan bagaimana PantaiSembukan bereaksi terhadap faktor-faktor

strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan kawasan wisata PantaiSembukan dengan tempat wisata yang lain.

Dari analisis faktor-faktor eksternal tersebut di atas dapat dilakukan pembobotan atau penghitungan skor, yang didukung pengolahan data dari hasil penyebaran kuesioner. Sehingga dapat diperoleh angka-angka untuk mengolah data tersebut. Dari pengolahan data yang telah dilakukan menghasilkan angka pembobotan, range dan skor seperti tabel berikut.

Tabel 3. Analisis Faktor-Faktor Strategi Eksternal

Faktor-Faktor strategis eksternal	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B x R)
Peluang			
a. Peningkatan produk dengan memanfaatkan potensi yang ada	0,114	4	0,399
b. Membuka peluang kerja baru	0,069	3	0,184
c. Satu-satunya Pantai pasir putih di Kabupaten Wonogiri	0,041	3	0,118
d. Wisata alam yang selalu meningkat peminatnya	0,090	4	0,348
e. Meningkatnya PAD	0,116	3	0,298
f. Meningkatnya investor	0,060	3	0,204
Faktor-Faktor strategis eksternal	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B x R)
g. Otonomi daerah	0,05	2	0,114
h. Mudah dalam perijinan	0,051	3	0,158
Total Peluang			1,823
Ancaman			
a. Kerusakan lingkungan akibat pengembangan yang tidak beraturan	0,043	3	0,107
a. Kesadaran wisatawan untuk menjaga obyek wisata	0,073	3	0,219
b. Berkembangnya obyek wisata lain	0,058	2	0,131
c. Pengelolaan wisata lain yang lebih profesional	0,056	3	0,153
d. Berkurangnya investor	0,041	3	0,133
e. Berkurangnya anggaran pemerintah	0,063	2	0,139
f. Meningkatnya peraturan daerah	0,068	2	0,127
		2	
Total Ancaman			1,009
Total faktor-faktor strategi eksternal	1,00		2,831

Sumber : Data Primer diolah

Dari tabel 3 diatas, dapat diketahui skor dan pembobotan hasil perkalian dari bobot dan rating faktor strategis internal PantaiSembukan. Hasil tersebut menunjukkan bagaimana PantaiSembukan bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Skor total ini dapat

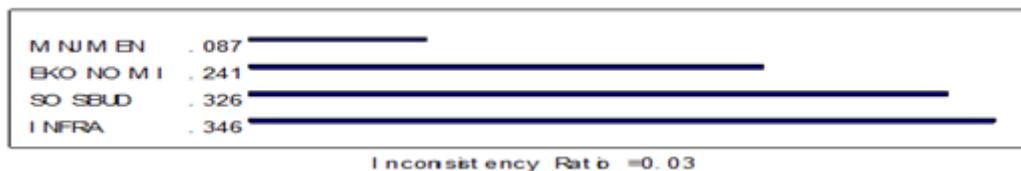
digunakan untuk membandingkan kawasan wisata PantaiSembukan dengan tempat wisata yang lain. Berikut ini adalah matriks SWOT yang diolah berdasarkan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada PantaiSembukan.

Tabel 4. Matriks SWOT

Internal	STREGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
Eksternal	<p>STREGTHS (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Panorama alam yang indah b. Pemandangan yang sejuk dan masih asli c. Toilet tersedia d. Tempat ibadah tersedia e. Ada perbaikan jalan menuju lokasi wisata f. Dapat menikmati sunrise dipagi hari g. Masuk dalam web resmi pemerintah Kabupaten Wonogiri h. Kebijakan perijinan dalam pengembangan kawasan wisata i. Dukungan pemerintah dan stakeholder 	<p>WEAKNESSES (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Pecahan karang yang berserakan b. Pengelolaan sampah yang belum terorganisir c. Belum tersedia tempat-tempat duduk di sekitar lokasi wisata d. Terbatasnya transportasi umum e. Belum dapat dijangkau semua kendaraan f. Belum ada penanganan khusus dalam pengelolaan web g. Belum ada fokus dari pemerintah dalam meningkatkan kawasan wisata
<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Peningkatan produk dengan memanfaatkan potensi yang ada b. Membuka peluang kerja baru c. Satu-satunya Pantai pasir putih di Kabupaten Wonogiri d. Wisata alam yang selalu meningkat peminatnya e. Meningkatnya PAD f. Meningkatnya investor g. Otonomi daerah h. Mudah dalam perijinan 	<p>STRATEGI SO</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan obyek wisata sebagai daya tarik ekowisata 2. Mengembangkan potensi kawasan ekowisata oleh masyarakat 3. Perawatan berkala 4. Standarisasi Keamanan 	<p>STRATEGI WO</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Memperbaiki manajemen pengelolaan Pantai Sembukan 2. Pelatihan/ pembinaan bagi semua pengelola Pantai Sembukan 3. Melengkapi sarana dan prasarana dasar
<p>TREATS (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Kerusakan lingkungan akibat pengembangan yang tidak beraturan b. Kesadaran wisatawan untuk menjaga obyek wisata c. Berkembangnya obyek wisata lain d. Pengelolaan wisata lain yang lebih profesional e. Berkurangnya investor f. Berkurangnya anggaran pemerintah g. Meningkatnya peraturan daerah 	<p>STRATEGI ST</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Study banding dengan tempat wisata lain 2. Sosialisasi dan pengawasan bersama 3. Kegiatan kesenian serbaguna 	<p>STRATEGI WT</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Program pemerdayaan masyarakat sekitar kawasan wisata 2. Pengadaan kegiatan budaya tradisional 3. Sarana dan fasilitas bagi investor

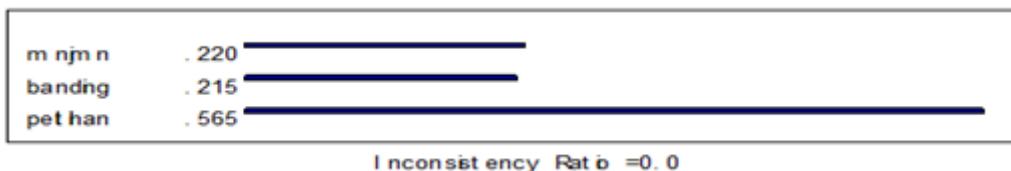
Dari hasil penelitian, teridentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman. Identifikasi diperoleh dari hasil wawancara dan pengisian kuesioner pada dinas pariwisata, pegawai kantor camat, kepala Desa dan beberapa masyarakat Desa Paranggupito.

Strategi yang telah dirumuskan dapat digolongkan dalam empat aspek yaitu, aspek ekonomi, manajemen, sosial budaya, serta infrastruktur. Strategi tersebut dapat diprioritaskan manakah yang seharusnya mendapat perhatian lebih. Sesuai dengan data primer yang diperoleh dan diolah maka strategi diprioritaskan menggunakan metode AHP, yang hasilnya sebagai berikut.



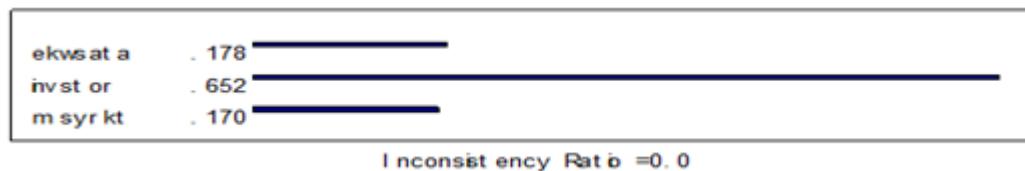
Gambar 1. Strategi Prioritas Berdasarkan Aspek Manajemen, Ekonomi, Sosial Budaya, Infrastruktur

Dari hasil pengolahan data dengan membandingkan aspek-aspek yang ada menghasilkan data seperti diatas pada gambar 1 Menjelaskan bahwa urutan aspek dari yang terpenting yaitu infrastruktur dengan angka 0,346, sosial budaya (0,326), Ekonomi (0,241), dan Manajemen (0,087). Dengan inconsistency ratio 0,03.



Gambar 2. Strategi Prioritas Aspek Manajemen

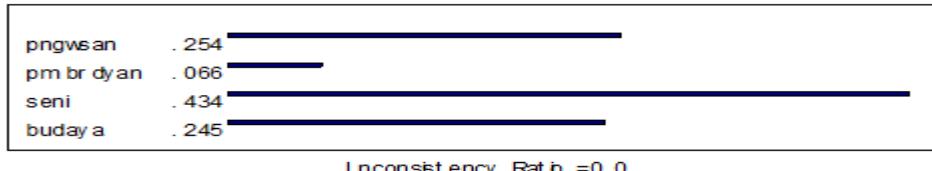
Data yang ditunjukkan gambar 2 tersebut menjelaskan strategi alternatif yang menjadi prioritas utama adalah pelatihan dengan angka (0,220), dan yang terakhir adalah study banding (0,215). Dengan inconsistency ratio sebesar 0,0. sebesar 0,565, kemudian yang kedua manajemen



Gambar 3. Strategi Prioritas Aspek Ekonomi

Gambar 1.3 diatas menjelaskan prioritas strategi alternatif dari aspek ekonomi dengan membandingkan angka pada masing-masing alternatif tersebut. Strategi yang menjadi prioritas adalah fasilitas bagi investor (0,652) kemudian

yang kedua pengembangan obyek wisata sebagai daya tarik ekowisata (0,178), dan yang ketiga adalah pengembangan potensi oleh masyarakat (0,170). Dengan nilai inconsistency ratio sebesar 0,0.



Gambar 4. Strategi Prioritas Aspek Sosial Budaya

Dari gambar 4 diatas kita dapat mengetahui bahwa strategi alternatif yang menjadi prioritas dari aspek sosial budaya adalah pengadaan kegiatan kesenian serbaguna (0,434), yang kedua sosialisasi dan pengawasan bersama (0,254), yang ketiga pengadaan kegiatan budaya tradisional (0,245), dan yang terakhir program pemberdayaan masyarakat sekitar kawasan wisata Pantai Sembukan (0,066). Perbandingan dari angka-angka tersebut menjelaskan strategi mana yang menjadi prioritas. Dengan nilai inconsistency sebesar 0,0.

Peningkatan kualitas pengelolaan kawasan wisata Pantai Sembukan perlu adanya identifikasi mengenai kekuatan yang mendukung untuk dikembangkan seperti halnya panorama alamnya yang indah, sejuk dan masih asli, juga mendapat dukungan langsung dari pemerintah daerah Dinas Pariwisata. Merumuskan strategi untuk mengatasi kelemahan-kelemahan yang ada misal terbatasnya penyediaan sarana dan prasarana dasar, seperti pengelolaan sampah dan penyediaan transportasi umum untuk menuju ke lokasi wisata. Pengoptimalan strategi untuk memanfaatkan peluang untuk menghindari ancaman. Membuka peluang kerja baru bagi masyarakat sekitar kawasan wisata akan meningkatkan pendapatan masyarakat tersebut dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Strategi pengembangan pengelolaan kawasan wisata Pantai Sembukan dapat dikelompokkan ke dalam 4 aspek yaitu, aspek ekonomi, aspek manajemen, sosial budaya, dan infrastruktur. Dari hasil olah data yang telah dilakukan, aspek infrastruktur yang menjadi prioritas untuk lebih diutamakan dari ketiga aspek lainnya. Karena Pantai Sembukan di Kabupaten Wonogiri ini belum dikenal di khalayak umum maka sebaiknya dilakukan peningkatan pengelolaan dengan melengkapi infrastruktur sebagai pendukung akan dikembangkannya kawasan wisata tersebut. Namun tidak kalah pentingnya ketiga aspek lainnya yaitu aspek ekonomi, sosial budaya, dan manajemen. Dalam pelaksanaannya harus seimbang antara satu aspek dengan aspek yang lainnya, karena jika satu aspek kurang

diperhatikan akan berpengaruh terhadap hasil yang akan dicapai.

Keempat aspek tersebut sangat berkaitan erat, hanya saja untuk memudahkan dan memaksimalkan dalam pelaksanaannya dilakukan pemrioritasan kriteria-kriteria yang ada. Sehingga akan lebih terfokus dalam pelaksanaan serta evaluasi yang dilakukan pihak-pihak terkait, baik pihak pemerintah, pemerintah Kecamatan atau Desa ataupun kelompok masyarakat yang ikut serta dalam pelaksanaan program-program tersebut. Keempat aspek diatas sama pentingnya bahwa dalam peningkatan kualitas pengelolaan Pantai Sembukan membutuhkan keempat aspek tersebut. Sehingga mencakup segala bidang yang seharusnya mendapat perhatian. Dengan demikian fokus peningkatan pengelolaan dapat dijalankan dengan baik dengan tujuan yang telah ditentukan.

Teori pengelolaan sumberdaya berbasis komunitas merupakan strategi pembangunan masyarakat yang memberi peran dominan kepada masyarakat pada tingkat komunitas untuk mengelola proses pembangunan, khususnya dalam mengontrol dan mengelola sumberdaya produktif (Soetomo, 2008: 24). Dalam pengembangan Pantai Sembukan yang menjadi pelaku utama adalah masyarakat Desa Paranggupito dengan pengawasan pemerintah daerah. Sehingga dapat dikatakan pemerintah adalah sebagai fasilitator, dengan dijadikannya masyarakat sebagai subjek atau pelaku, diharapkan masyarakat mampu mengelola proses pembangunan.

Dengan dilibatkannya masyarakat dalam pengembangan kawasan wisata Pantai Sembukan, model pemberdayaan yang digunakan adalah *enabling*, *empowering*, dan *protecting*. Menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*) berarti pemberdayaan adalah upaya untuk membangun potensi tersebut, yaitu dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya. Dengan mengembangkan potensi yang dimiliki

masyarakat, pengembangan Pantai Sembukan memberikan kesempatan untuk masyarakat.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, Dari identifikasi yang telah dilakukan menjelaskan bahwa kekuatan yang mendukung untuk dikembangkan adalah panorama alam yang indah, pemandangan yang sejuk dan masih asli, toilet tersedia, tempat ibadah tersedia. Kemudian kelemahannya antara lain pecahan karang yang berserakan, pengelolaan sampah yang belum terorganisir. Peluang yang ada peningkatan produk dengan memanfaatkan potensi yang ada, membuka peluang kerja baru. Ancamannya meliputi kerusakan lingkungan akibat pengembangan yang tidak beraturan. Serta strategi prioritas yang dilakukan adalah sebagai berikut pertama aspek Infrastruktur dengan kriteria standardisasi keamanan, pengadaan sarana dan pasarana dasar, serta perawatan secara berkala. Kedua aspek sosial budaya kriteria pertama pengadaan kegiatan kesian serbaguna, sosialisasi dan pengawasan bersama, pengadaan kegiatan budaya tradisional, dan program pemberdayaan masyarakat. Ketiga adalah aspek ekonomi menarik investor, pengembangan sebagai daya tarik ekowisata, pengembangan kawasan wisata oleh masyarakat. Aspek keempat adalah manajemen dengan kriteria pelatihan, perbaikan manajemen, dan pengadaan study banding. Dan program yang melibatkan peran masyarakat adalah perbaikan jalan menuju kawasan wisata Pantai Sembukan, mengelola goa-goa yang baru ditemukan sebagai bentuk pemetaan area wisata, pengolahan gula aren dan souvenir sebagai oleh-oleh khas ketika berkunjung ke Pantai Sembukan.

Saran dari kesimpulan diatas dapat kami sarankan antara lain. Sebaiknya pihak pemerintah Dinas Pariwisata Kabupaten Wonogiri memberikan program khusus atau usaha fokus dari pemerintah dalam peningkatan pengelolaan Pantai Sembukan tersebut. Baik melalui promosi yang lebih difokuskan untuk wisata alam atau perbaikan infrastruktur yang mendukung dan menarik para wisatawan untuk berkunjung. Serta diharapkan bagi kelompok sadar wiasta akan lebih baik jika pelaksanaan strategi didasarkan pada strategi yang menjadi

prioritas untuk lebih diutamakan. Dan diikuti dengan pengawasan serta sosialisasi secara rutin, untuk melihat lebih jauh program yang mendekati berhasil atau berhasil, bahkan apabila ada program yang tidak memungkinkan untuk dilanjut. Dan adanya pembentukan kelompok dwaris atau sadar wisata pada masyarakat Desa Paranggupito adalah salah satu program yang sangat tepat dalam pemberdayaan masyarakat. Akan lebih baik jika dalam satu kelompok tersebut memahami tujuan yang akan dicapai dan masyarakat tidak selalu bergantung pada pemerintah yang disana memiliki kedudukan sebagai fasilitator.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2006. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta

Arikunto, Suharsimi. 2010. Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik. *Edisi Revisi 2010*. Jakarta : Rineka Cipta

BPS Kabupaten Wonogiri. 2013 : Wonogiri Dalam Angka 2013.

BPS Provinsi Jawa Tengah 2013 : Jawa Tengah Dalam Angka 2013.

Damanik, Janianto dan Weber, Helmut. 2006. Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi. Yogyakarta : PUSPAR UGM dan Andi.

Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Pasca Tsunami. Volume 2 No 2

Pitana, I Gde. dan Surya Diarta, I Ketut. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta : Andi.

Rangkuti, Freddy. 2006. Measuring Customer Satisfaction,(Teknik Mengukur dan Strategy Meningkatkan Kepuasan Pelanggan)

Ginanjar Kartasasmita. 1996. Pemberdayaan Masyarakat: Konsep Pembangunan yang berakar pada Masyarakat. Jakarta: Bappenas.

Kuncoro, Mudrajad. 2007. Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi, Jakarta: Erlangga.

Nugroho, Prasetyo dan Muh. Yusuf, Suryono. 2013. Strategi Pengembangan Ekowisata di Analisis PLN JP. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Satria, Dias. 2009. Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Ekonomi Lokal dalam Rangka Program Pengentasan Kemiskinan di Wilayah Kabupaten Malang. Volume 3 No 1. Mei 2009.

Soetomo. (2008).Strategi-strategi Pembangunan Masyarakat. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND. Bandung : Alfabeta.

Suparjan danHempri Suyatno. 2003. Pengembangan Masyarakat dari pembangunan Sampai Pemberdayaan. Yogyakarta: Aditya Media.

Wahab, Salah. 2003. Manajemen Kepariwisataan. Jakarta: Pradnya Paramitha.

Nuraeni, , Arru, & Novani, , 2015. Understanding Consumer Decision-making in Tourism Sector: Conjoint Analysis. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 169, pp.312-17.

Roddin, R., Yusof, Y. & Sidi, S.S., 2015. Factors That Influence The Success of Mah Meri Tribe In Tourism Sector. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 204, pp.335-42.

Viren, P.P. et al., 2015. Social network participation and coverage by tourism industry sector. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(2), pp.110-19.