

**KARYA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PKM)
YANG TIDAK DIPUBLIKASIKAN**



**Penguatan Tata Kelola Wisata Berbasis Potensi Lokal sebagai Upaya
Meningkatkan Daya Saing Destinasi Muara Gembong Bekasi**

Ketua : Budi Satria, S.T.,M.M
Anggota : Rahmat, S.Pd.I.,M.M
Dr. Ryani Dhyan Parashakti
Achmad Tarmizi, S.E., M.Ak
Dr. Dhian Tyas Untari
Endhita Shafa Anargya, S.H

Fakultas Bisnis Dan Ilmu Sosial

2026

DAFTAR ISI

BAB 1. PENDAHULUAN	3
BAB 2. PERMASALAHAN	7
BAB 3. TINJAUAN PUSTAKA	10
BAB 4. SOLUSI ALTERNATIF	22
BAB 5. PENUTUP	45

BAB 1

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memperkuat identitas budaya dan lingkungan suatu wilayah. Dalam perkembangannya, paradigma pembangunan pariwisata tidak lagi hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga menekankan pentingnya keberlanjutan, partisipasi masyarakat, serta pengelolaan destinasi yang mampu memberikan manfaat ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan secara seimbang. Oleh karena itu, keberhasilan suatu destinasi wisata tidak hanya ditentukan oleh keindahan alam maupun kekayaan budaya yang dimiliki, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas tata kelola destinasi yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, masyarakat, pelaku usaha, akademisi, dan komunitas lokal.

Kabupaten Bekasi merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Barat yang memiliki beragam potensi wisata, baik wisata alam, wisata budaya, maupun wisata berbasis masyarakat. Salah satu kawasan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah Kecamatan Muara Gembong. Wilayah ini dikenal sebagai kawasan pesisir yang memiliki kekayaan sumber daya alam berupa hutan mangrove, kawasan konservasi, habitat berbagai jenis burung air, kawasan tambak, serta panorama muara sungai yang unik. Selain itu, Muara Gembong juga memiliki daya tarik wisata edukasi lingkungan, wisata bahari, wisata budaya masyarakat pesisir, serta potensi kuliner berbasis hasil laut yang dapat menjadi keunggulan kompetitif dibandingkan destinasi lainnya di Kabupaten Bekasi.

Keberadaan hutan mangrove di Muara Gembong menjadi salah satu aset ekologis yang sangat penting karena berfungsi sebagai pelindung pantai dari abrasi, habitat berbagai jenis flora dan fauna, serta penyerap karbon yang berkontribusi terhadap mitigasi perubahan iklim. Dalam beberapa tahun terakhir, kawasan ini mulai dikenal sebagai destinasi ekowisata yang menawarkan pengalaman wisata berbasis konservasi lingkungan. Wisatawan tidak hanya menikmati keindahan alam, tetapi juga memperoleh edukasi mengenai pentingnya menjaga ekosistem pesisir. Potensi tersebut memberikan peluang besar bagi masyarakat untuk mengembangkan berbagai aktivitas ekonomi, seperti jasa

wisata, penyediaan transportasi lokal, penjualan produk olahan hasil laut, kerajinan tangan, hingga usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mendukung aktivitas pariwisata.

Meskipun memiliki potensi yang besar, pengelolaan wisata di Muara Gembong masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu permasalahan utama adalah belum optimalnya tata kelola destinasi wisata yang mampu mengintegrasikan aspek kelembagaan, sumber daya manusia, promosi, pelayanan, dan keberlanjutan lingkungan. Sebagian besar pengelolaan wisata masih dilakukan secara sederhana dengan keterbatasan kapasitas organisasi masyarakat maupun kelompok pengelola wisata. Kondisi tersebut menyebabkan potensi wisata yang dimiliki belum mampu memberikan manfaat ekonomi secara maksimal bagi masyarakat sekitar.

Permasalahan lainnya adalah belum adanya sinergi yang kuat antara pemerintah daerah, masyarakat, pelaku usaha, dan lembaga pendukung dalam merencanakan maupun mengembangkan kawasan wisata. Padahal, pengelolaan destinasi wisata membutuhkan kolaborasi berbagai pihak agar setiap program yang dilaksanakan dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan. Keterbatasan koordinasi sering kali menyebabkan program pengembangan wisata berjalan secara parsial, sehingga dampaknya terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat menjadi kurang optimal.

Dari aspek sumber daya manusia, sebagian masyarakat yang terlibat dalam kegiatan wisata masih memerlukan peningkatan kapasitas, terutama dalam bidang pelayanan wisata, pengelolaan destinasi, pemasaran, pengembangan produk wisata, pengelolaan keuangan, serta penerapan prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan. Kompetensi yang memadai sangat diperlukan agar masyarakat mampu memberikan pelayanan yang berkualitas kepada wisatawan sekaligus mengelola potensi wisata secara profesional. Tanpa adanya peningkatan kapasitas tersebut, daya saing destinasi akan sulit berkembang, terutama di tengah persaingan antardestinas wisata yang semakin kompetitif.

Di sisi lain, pemanfaatan potensi lokal sebagai daya tarik utama destinasi wisata juga belum dilakukan secara optimal. Muara Gembong memiliki beragam potensi budaya masyarakat pesisir, tradisi lokal, produk kuliner berbasis hasil laut, kerajinan masyarakat, hingga aktivitas perikanan yang dapat dikemas menjadi atraksi wisata yang menarik. Namun demikian, berbagai potensi tersebut masih belum terintegrasi dalam suatu konsep pengelolaan wisata yang mampu memberikan pengalaman wisata yang unik sekaligus meningkatkan nilai tambah ekonomi masyarakat. Padahal, pengembangan wisata berbasis

potensi lokal merupakan salah satu strategi yang efektif dalam menciptakan karakter destinasi sekaligus menjaga keberlanjutan budaya dan lingkungan.

Selain itu, perkembangan teknologi informasi telah mengubah perilaku wisatawan dalam mencari informasi, melakukan reservasi, maupun membagikan pengalaman wisata melalui media digital. Oleh karena itu, kemampuan pengelola destinasi dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi menjadi kebutuhan yang tidak dapat diabaikan. Namun, sebagian besar pengelola wisata di Muara Gembong masih menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan media sosial, penyusunan konten promosi, branding destinasi, maupun pemanfaatan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar wisata. Kondisi tersebut menyebabkan potensi wisata yang dimiliki belum dikenal secara luas oleh masyarakat di luar Kabupaten Bekasi.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu upaya pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada penguatan tata kelola wisata berbasis potensi lokal. Penguatan tata kelola tidak hanya difokuskan pada peningkatan kemampuan teknis pengelola wisata, tetapi juga pada pengembangan kelembagaan, peningkatan kapasitas masyarakat, penyusunan strategi pengelolaan destinasi, penguatan kolaborasi antar-pemangku kepentingan, serta pemanfaatan teknologi informasi dalam promosi wisata. Pendekatan tersebut diharapkan mampu menciptakan sistem pengelolaan wisata yang lebih profesional, adaptif, dan berkelanjutan.

Konsep wisata berbasis potensi lokal menjadi sangat relevan diterapkan di Muara Gembong karena kawasan ini memiliki sumber daya alam dan budaya yang khas serta tidak dimiliki oleh banyak daerah lain. Potensi mangrove, wisata bahari, kuliner hasil laut, aktivitas nelayan, konservasi pesisir, dan kehidupan masyarakat lokal dapat dikembangkan menjadi paket wisata yang memberikan pengalaman autentik bagi wisatawan. Dengan melibatkan masyarakat sebagai pelaku utama, pengembangan wisata tidak hanya menghasilkan manfaat ekonomi, tetapi juga meningkatkan rasa memiliki terhadap destinasi sehingga masyarakat terdorong untuk menjaga kelestarian lingkungan dan budaya lokal.

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan terbentuk pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya tata kelola destinasi wisata yang profesional, partisipatif, dan berkelanjutan. Kegiatan pendampingan juga diharapkan mampu meningkatkan kemampuan kelompok pengelola wisata dalam menyusun perencanaan, mengelola organisasi, meningkatkan kualitas pelayanan, mengembangkan produk wisata berbasis potensi lokal, serta memperluas promosi melalui media digital.

Dengan demikian, destinasi wisata Muara Gembong akan memiliki daya saing yang lebih tinggi, mampu menarik lebih banyak wisatawan, meningkatkan pendapatan masyarakat, menciptakan peluang kerja baru, serta mendukung pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Pada akhirnya, penguatan tata kelola wisata berbasis potensi lokal bukan hanya menjadi strategi untuk meningkatkan kualitas destinasi wisata, tetapi juga merupakan langkah nyata dalam memberdayakan masyarakat sebagai aktor utama pembangunan. Pengembangan wisata yang dikelola secara kolaboratif, berorientasi pada pelestarian lingkungan, menghargai budaya lokal, serta didukung oleh peningkatan kapasitas sumber daya manusia akan menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan kawasan wisata Muara Gembong di masa mendatang. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema **Penguatan Tata Kelola Wisata Berbasis Potensi Lokal sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Destinasi Muara Gembong Bekasi** menjadi sangat penting untuk dilaksanakan sebagai bentuk kontribusi perguruan tinggi dalam mendukung pembangunan pariwisata yang inklusif, berkelanjutan, dan berorientasi pada kesejahteraan masyarakat.

BAB 2

PERMASALAHAN

Muara Gembong, Kabupaten Bekasi, merupakan salah satu kawasan pesisir yang memiliki potensi wisata alam, ekowisata, dan wisata berbasis masyarakat yang sangat besar. Kawasan ini dikenal memiliki hutan mangrove yang luas, keanekaragaman hayati pesisir, panorama muara sungai, habitat berbagai jenis burung air, serta aktivitas masyarakat nelayan yang dapat menjadi daya tarik wisata edukatif dan budaya. Selain itu, keberadaan hasil perikanan, kuliner berbasis hasil laut, serta tradisi masyarakat pesisir merupakan potensi lokal yang dapat dikembangkan menjadi produk wisata yang bernilai ekonomi tinggi. Namun demikian, besarnya potensi tersebut belum mampu memberikan kontribusi optimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat maupun daya saing destinasi wisata. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa permasalahan utama bukan terletak pada ketersediaan potensi wisata, melainkan pada aspek tata kelola destinasi yang belum berjalan secara optimal.

Permasalahan pertama berkaitan dengan belum kuatnya sistem kelembagaan pengelola wisata. Pengelolaan destinasi di Muara Gembong masih dilakukan secara parsial oleh berbagai kelompok masyarakat, komunitas, maupun pengelola lokal yang belum memiliki struktur organisasi, pembagian tugas, mekanisme koordinasi, serta perencanaan pengembangan destinasi yang jelas. Akibatnya, setiap pengelola cenderung menjalankan aktivitas secara mandiri tanpa adanya standar operasional maupun visi bersama dalam mengembangkan kawasan wisata. Kondisi ini menyebabkan pelayanan kepada wisatawan menjadi tidak seragam, pengelolaan fasilitas kurang terkoordinasi, serta sulit terciptanya sinergi dalam mengembangkan potensi wisata secara terpadu.

Permasalahan kedua adalah rendahnya kapasitas sumber daya manusia (SDM) pengelola wisata. Sebagian besar masyarakat yang terlibat dalam kegiatan wisata berasal dari latar belakang nelayan, petambak, atau pelaku usaha mikro yang belum memiliki pengalaman memadai dalam manajemen destinasi wisata. Pengetahuan mengenai pelayanan wisata, penyusunan paket wisata, pemasaran, pengelolaan keuangan, keselamatan wisatawan, hingga prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan masih terbatas. Keterbatasan tersebut menyebabkan pengelolaan destinasi belum mampu memberikan pengalaman wisata yang berkualitas, sehingga tingkat kepuasan wisatawan belum optimal dan peluang kunjungan ulang masih relatif rendah.

Permasalahan berikutnya berkaitan dengan belum optimalnya pemanfaatan potensi lokal sebagai identitas destinasi wisata. Muara Gembong memiliki kekayaan sumber daya alam, budaya pesisir, kuliner berbasis hasil laut, tradisi masyarakat nelayan, serta ekosistem mangrove yang unik. Namun berbagai potensi tersebut belum dikemas menjadi atraksi wisata yang terintegrasi. Wisatawan umumnya hanya datang untuk menikmati pemandangan alam tanpa memperoleh pengalaman yang lebih komprehensif mengenai kehidupan masyarakat pesisir maupun nilai-nilai konservasi lingkungan. Akibatnya, lama tinggal wisatawan relatif singkat dan pengeluaran wisatawan terhadap produk lokal masih rendah sehingga dampak ekonomi bagi masyarakat belum maksimal.

Di sisi lain, keterbatasan infrastruktur pendukung wisata juga menjadi kendala dalam meningkatkan daya saing destinasi. Beberapa fasilitas penunjang seperti papan informasi, pusat informasi wisata, area istirahat, tempat sampah, jalur interpretasi, fasilitas sanitasi, serta penunjuk arah masih belum memadai. Selain memengaruhi kenyamanan wisatawan, kondisi tersebut juga berdampak pada citra destinasi secara keseluruhan. Pengelolaan fasilitas yang belum terstandar menyebabkan pengalaman wisata menjadi kurang optimal dibandingkan destinasi lain yang telah memiliki sistem pengelolaan yang lebih baik.

Permasalahan lainnya adalah masih rendahnya kemampuan promosi dan pemasaran destinasi secara digital. Perubahan perilaku wisatawan yang semakin bergantung pada media sosial, platform digital, dan mesin pencari dalam menentukan tujuan wisata belum diimbangi dengan kemampuan pengelola wisata di Muara Gembong dalam memanfaatkan teknologi informasi. Informasi mengenai destinasi masih tersebar secara terbatas, belum memiliki identitas merek (*destination branding*) yang kuat, serta belum didukung oleh konten digital yang menarik dan konsisten. Akibatnya, potensi wisata Muara Gembong belum dikenal secara luas meskipun memiliki daya tarik yang kompetitif.

Selain aspek promosi, kolaborasi antar-pemangku kepentingan juga masih belum berjalan secara optimal. Pengembangan destinasi wisata memerlukan sinergi antara pemerintah daerah, pemerintah desa, kelompok sadar wisata (*Pokdarwis*), pelaku UMKM, akademisi, komunitas, dan sektor swasta. Namun dalam praktiknya, koordinasi antaraktor tersebut masih bersifat sektoral sehingga program pengembangan wisata sering berjalan sendiri-sendiri. Kondisi ini menghambat terbentuknya perencanaan yang terpadu, efisiensi penggunaan sumber daya, serta keberlanjutan program pengembangan destinasi.

Permasalahan berikutnya menyangkut belum optimalnya penerapan prinsip pariwisata berkelanjutan. Kawasan Muara Gembong merupakan wilayah yang memiliki fungsi ekologis penting karena keberadaan ekosistem mangrove sebagai pelindung pesisir dan habitat berbagai jenis satwa. Meningkatnya aktivitas wisata tanpa diimbangi dengan pengelolaan lingkungan yang baik berpotensi menimbulkan kerusakan ekosistem, pencemaran sampah, serta menurunnya kualitas lingkungan. Oleh karena itu, pengembangan wisata harus mampu menjaga keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan agar keberadaan destinasi tetap lestari untuk generasi mendatang.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan wisata di Muara Gembong memerlukan pendekatan yang lebih komprehensif melalui penguatan tata kelola berbasis potensi lokal. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah wisatawan, tetapi juga pada penguatan kelembagaan, peningkatan kapasitas masyarakat, pengembangan produk wisata lokal, penguatan promosi digital, peningkatan kualitas pelayanan, serta pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, diharapkan tercipta model pengelolaan destinasi yang lebih profesional, kolaboratif, dan adaptif terhadap perkembangan industri pariwisata. Dengan demikian, potensi wisata Muara Gembong dapat berkembang menjadi destinasi yang memiliki daya saing tinggi, mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, memperkuat identitas lokal, serta mendukung pembangunan ekonomi berbasis potensi wilayah secara berkelanjutan.

BAB 3

TINJAUAN PUSTAKA

3.1. Tata Kelola Destinasi Wisata (*Tourism Destination Governance*)

Tata kelola destinasi wisata (*tourism destination governance*) merupakan konsep yang menempatkan kolaborasi antarpemangku kepentingan sebagai landasan utama dalam pengelolaan destinasi wisata secara efektif, efisien, partisipatif, dan berkelanjutan. Berbeda dengan konsep pengelolaan pariwisata konvensional yang lebih menitikberatkan pada peran pemerintah sebagai aktor utama, tata kelola destinasi wisata menekankan pentingnya sinergi antara pemerintah, sektor swasta, masyarakat lokal, akademisi, media, dan organisasi masyarakat dalam merencanakan, melaksanakan, mengawasi, serta mengevaluasi pembangunan destinasi wisata. Pendekatan ini berkembang sebagai respons terhadap meningkatnya kompleksitas industri pariwisata yang melibatkan berbagai kepentingan ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan sehingga memerlukan mekanisme koordinasi yang lebih adaptif dan kolaboratif.

Menurut *World Tourism Organization* (UNWTO), destinasi wisata merupakan suatu ruang fisik yang menjadi tempat wisatawan melakukan aktivitas wisata dan menginap, yang terdiri atas kumpulan atraksi, fasilitas, aksesibilitas, layanan, pengalaman wisata, serta jaringan pemangku kepentingan yang saling berinteraksi. Oleh karena itu, pengelolaan destinasi tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan harus melalui koordinasi seluruh elemen penyusun destinasi agar mampu menghasilkan pengalaman wisata yang berkualitas sekaligus menjaga keberlanjutan sumber daya alam dan budaya. UNWTO mendefinisikan *destination management* sebagai pengelolaan terkoordinasi terhadap seluruh elemen penyusun destinasi, meliputi atraksi, amenitas, aksesibilitas, pemasaran, sumber daya manusia, citra destinasi, dan sistem penetapan harga sehingga seluruh komponen mampu bekerja secara sinergis dalam mencapai tujuan pembangunan pariwisata.

Konsep tata kelola destinasi wisata berkembang dari paradigma *government* menuju *governance*. Dalam paradigma *government*, pemerintah berperan sebagai pengambil keputusan utama, sedangkan masyarakat lebih banyak menjadi objek pembangunan. Sebaliknya, dalam paradigma *governance*, setiap pemangku kepentingan memiliki kesempatan untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan, pelaksanaan program, hingga evaluasi pembangunan. Pendekatan ini diyakini mampu menghasilkan kebijakan yang lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat serta

meningkatkan legitimasi dalam pengelolaan destinasi wisata. Dengan demikian, tata kelola destinasi wisata tidak hanya berorientasi pada aspek administratif, tetapi juga mencerminkan proses koordinasi, transparansi, akuntabilitas, kolaborasi, dan pembagian tanggung jawab di antara seluruh aktor yang terlibat.

Literatur pariwisata menjelaskan bahwa tata kelola destinasi wisata memiliki beberapa prinsip utama, yaitu partisipasi (*participation*), transparansi (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), efektivitas (*effectiveness*), efisiensi (*efficiency*), koordinasi (*coordination*), kolaborasi (*collaboration*), inklusivitas (*inclusiveness*), dan keberlanjutan (*sustainability*). Prinsip partisipasi menekankan keterlibatan aktif masyarakat lokal dalam setiap tahapan pembangunan destinasi. Transparansi berkaitan dengan keterbukaan informasi mengenai pengelolaan destinasi, sedangkan akuntabilitas menunjukkan adanya tanggung jawab pengelola terhadap seluruh keputusan yang diambil. Efektivitas dan efisiensi mengarah pada kemampuan organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan dengan memanfaatkan sumber daya secara optimal. Sementara itu, prinsip keberlanjutan memastikan bahwa aktivitas pariwisata tidak merusak lingkungan maupun menghilangkan identitas sosial budaya masyarakat lokal.

Dalam implementasinya, tata kelola destinasi wisata diwujudkan melalui pembentukan *Destination Management Organization* (DMO) atau organisasi pengelola destinasi. DMO merupakan organisasi yang berfungsi sebagai koordinator utama dalam mengintegrasikan berbagai kepentingan pemerintah, pelaku usaha, masyarakat, akademisi, serta organisasi nonpemerintah. Organisasi ini tidak selalu bertindak sebagai pelaksana seluruh kegiatan wisata, tetapi lebih berperan sebagai fasilitator, mediator, koordinator, sekaligus pemimpin strategis dalam menyusun arah pengembangan destinasi. Peran DMO mencakup penyusunan kebijakan, pengembangan produk wisata, penguatan kapasitas sumber daya manusia, promosi destinasi, pengembangan jaringan kerja sama, hingga pengawasan terhadap kualitas pelayanan wisata.

Perubahan fungsi DMO dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan bahwa organisasi ini tidak lagi hanya berorientasi pada pemasaran destinasi (*destination marketing*), tetapi berkembang menjadi organisasi yang bertanggung jawab terhadap keseluruhan proses pembangunan destinasi (*destination management*). Pendekatan ini memperluas fungsi organisasi menjadi pengelola jaringan kerja (*network management*), pengembang inovasi, pengelola konflik kepentingan, fasilitator investasi, pengelola konservasi lingkungan, hingga penggerak pemberdayaan masyarakat. Transformasi

tersebut memperlihatkan bahwa keberhasilan destinasi wisata tidak hanya diukur dari jumlah wisatawan, tetapi juga dari kemampuan destinasi menciptakan manfaat ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan secara berkelanjutan.

Keberhasilan tata kelola destinasi sangat dipengaruhi oleh kualitas kolaborasi antar-pemangku kepentingan (*stakeholder collaboration*). Pemerintah memiliki fungsi sebagai regulator dan fasilitator pembangunan, sektor swasta berkontribusi melalui investasi dan inovasi produk wisata, masyarakat berperan sebagai pemilik sumber daya sekaligus penyedia layanan wisata, sedangkan akademisi memberikan dukungan penelitian, pendampingan, dan pengembangan kapasitas. Kolaborasi tersebut harus dibangun melalui komunikasi yang terbuka, pembagian peran yang jelas, serta mekanisme koordinasi yang berkesinambungan. Tanpa adanya kolaborasi yang kuat, pengembangan destinasi cenderung berjalan secara sektoral sehingga sulit mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan.

Masyarakat lokal merupakan salah satu aktor terpenting dalam tata kelola destinasi wisata. Keberhasilan pembangunan pariwisata tidak hanya ditentukan oleh investasi maupun kebijakan pemerintah, tetapi juga bergantung pada tingkat penerimaan, keterlibatan, dan kepemilikan masyarakat terhadap aktivitas wisata. Partisipasi masyarakat dapat diwujudkan melalui pengelolaan kelompok sadar wisata (Pokdarwis), pengembangan usaha mikro dan kecil, penyediaan jasa wisata, pelestarian budaya lokal, hingga pengawasan terhadap kelestarian lingkungan. Keterlibatan masyarakat tidak hanya meningkatkan manfaat ekonomi secara langsung, tetapi juga memperkuat identitas lokal serta menciptakan pengalaman wisata yang autentik bagi wisatawan.

Dalam perspektif pembangunan berkelanjutan, tata kelola destinasi wisata juga harus memperhatikan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan. Pengembangan destinasi yang hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan berpotensi menimbulkan tekanan terhadap sumber daya alam, konflik sosial, maupun degradasi budaya lokal. Oleh sebab itu, tata kelola destinasi harus mampu mengendalikan daya dukung lingkungan, menjaga kualitas atraksi wisata, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memastikan distribusi manfaat ekonomi yang lebih merata. Pendekatan ini sejalan dengan konsep *sustainable tourism governance* yang menempatkan keberlanjutan sebagai tujuan utama pembangunan destinasi wisata.

Pada konteks Muara Gembong, penerapan tata kelola destinasi wisata menjadi sangat penting mengingat kawasan ini memiliki karakteristik sebagai destinasi ekowisata

pesisir yang mengandalkan keberadaan hutan mangrove, kawasan konservasi, aktivitas perikanan, budaya masyarakat pesisir, serta potensi wisata edukasi lingkungan. Keberhasilan pengelolaan kawasan tersebut tidak cukup hanya mengandalkan pembangunan infrastruktur, tetapi juga membutuhkan penguatan kelembagaan masyarakat, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, pengembangan produk wisata berbasis potensi lokal, pemanfaatan teknologi digital, serta kolaborasi yang harmonis antara pemerintah daerah, kelompok pengelola wisata, pelaku UMKM, akademisi, dan masyarakat. Pendekatan tata kelola yang baik akan menghasilkan destinasi yang mampu bersaing dengan kawasan wisata lainnya tanpa mengorbankan keberlanjutan lingkungan dan identitas lokal.

Berdasarkan uraian tersebut dapat dipahami bahwa tata kelola destinasi wisata merupakan fondasi utama dalam menciptakan destinasi yang berkualitas, kompetitif, dan berkelanjutan. Tata kelola yang efektif tidak hanya ditentukan oleh keberadaan sumber daya wisata yang melimpah, tetapi lebih ditentukan oleh kemampuan seluruh pemangku kepentingan dalam membangun koordinasi, kolaborasi, transparansi, akuntabilitas, serta partisipasi masyarakat dalam setiap proses pembangunan destinasi. Oleh karena itu, penguatan tata kelola destinasi wisata menjadi salah satu strategi yang paling relevan dalam meningkatkan daya saing destinasi Muara Gembong melalui optimalisasi potensi lokal yang dimiliki masyarakat.

3.2. Pengembangan Wisata Berbasis Potensi Lokal (*Local Potential-Based Tourism Development*)

Pengembangan wisata berbasis potensi lokal (*local potential-based tourism development*) merupakan pendekatan pembangunan pariwisata yang menempatkan kekayaan sumber daya alam, budaya, sosial, ekonomi, dan kearifan lokal sebagai fondasi utama dalam menciptakan destinasi wisata yang berdaya saing dan berkelanjutan. Pendekatan ini berkembang sebagai respons terhadap model pembangunan pariwisata konvensional yang sering berorientasi pada eksploitasi sumber daya tanpa memperhatikan karakteristik wilayah maupun kepentingan masyarakat lokal. Melalui pemanfaatan potensi lokal, pengembangan pariwisata tidak hanya bertujuan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga menciptakan nilai tambah ekonomi, melestarikan budaya, memperkuat identitas daerah, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan (UNWTO, 2018).

Konsep potensi lokal mengacu pada seluruh sumber daya yang dimiliki suatu wilayah dan memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi produk wisata. Potensi tersebut meliputi sumber daya alam seperti pantai, hutan mangrove, sungai, pegunungan, dan keanekaragaman hayati; sumber daya budaya berupa tradisi, adat istiadat, kesenian, kuliner, dan situs sejarah; serta sumber daya sosial berupa keterampilan masyarakat, kelembagaan lokal, dan modal sosial. Apabila dikelola secara optimal, seluruh potensi tersebut mampu menjadi daya tarik wisata yang unik dan sulit ditiru oleh daerah lain sehingga dapat meningkatkan posisi kompetitif suatu destinasi (Inskeep, 1991).

Dalam perspektif pembangunan wilayah, potensi lokal dipandang sebagai aset strategis yang mampu menggerakkan perekonomian masyarakat. Pengembangan wisata berbasis potensi lokal memberikan peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan berbagai aktivitas ekonomi, seperti usaha kuliner, kerajinan tangan, homestay, jasa pemandu wisata, transportasi lokal, hingga penyelenggaraan atraksi budaya. Dengan demikian, manfaat ekonomi dari aktivitas pariwisata dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat sebagai pemilik sumber daya wisata. Model pembangunan seperti ini mampu menciptakan pemerataan manfaat ekonomi sekaligus mengurangi ketimpangan pembangunan antarwilayah (Sunaryo, 2013).

Pengembangan wisata berbasis potensi lokal memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan konsep *Community-Based Tourism* (CBT) atau pariwisata berbasis masyarakat. CBT merupakan pendekatan pembangunan pariwisata yang memberikan peran dominan kepada masyarakat lokal sebagai perencana, pelaksana, pengelola, sekaligus penerima manfaat utama dari kegiatan pariwisata. Dalam konsep ini, masyarakat tidak lagi diposisikan sebagai objek pembangunan, melainkan sebagai subjek yang memiliki hak untuk menentukan arah pengembangan destinasi sesuai dengan karakteristik wilayah dan kebutuhan lokal. Pendekatan CBT diyakini mampu meningkatkan rasa memiliki (*sense of ownership*) masyarakat terhadap destinasi sehingga mendorong partisipasi aktif dalam menjaga kualitas lingkungan, budaya, dan pelayanan wisata.

Partisipasi masyarakat menjadi unsur yang sangat penting dalam pengembangan wisata berbasis potensi lokal. Bentuk partisipasi tersebut dapat diwujudkan melalui keterlibatan masyarakat dalam proses identifikasi potensi wisata, penyusunan rencana pengembangan, pengelolaan atraksi wisata, penyediaan jasa wisata, pengembangan produk UMKM, hingga evaluasi pembangunan destinasi. Tingginya tingkat partisipasi masyarakat akan meningkatkan efektivitas pengelolaan destinasi sekaligus memperkuat keberlanjutan

program pengembangan wisata karena masyarakat merasa memiliki tanggung jawab terhadap keberlangsungan destinasi wisata

Selain partisipasi masyarakat, pengembangan wisata berbasis potensi lokal juga harus memperhatikan prinsip keberlanjutan (*sustainable tourism*). Keberlanjutan dalam pariwisata tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menjaga keseimbangan antara aspek lingkungan, sosial, budaya, dan ekonomi. Pengembangan destinasi harus mampu menjaga kelestarian sumber daya alam, melestarikan warisan budaya, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memberikan pengalaman wisata yang berkualitas kepada wisatawan. Dengan demikian, manfaat pariwisata tidak hanya dirasakan oleh generasi saat ini, tetapi juga dapat diwariskan kepada generasi mendatang (UNWTO, 2018).

Dalam implementasinya, pengembangan wisata berbasis potensi lokal memerlukan proses identifikasi potensi wilayah secara komprehensif. Identifikasi dilakukan untuk mengetahui keunggulan komparatif maupun keunggulan kompetitif suatu daerah. Potensi wisata tidak hanya terbatas pada objek wisata utama, tetapi juga mencakup aktivitas masyarakat sehari-hari, produk kuliner khas, tradisi lokal, kerajinan, pertanian, perikanan, hingga lanskap alam yang memiliki nilai edukatif dan estetis. Semakin beragam potensi yang dapat dikembangkan, semakin tinggi peluang destinasi dalam menciptakan pengalaman wisata yang autentik dan berbeda dibandingkan destinasi lain

Tahapan berikutnya adalah pengemasan (*packaging*) potensi lokal menjadi produk wisata yang menarik. Produk wisata merupakan kombinasi antara atraksi, aktivitas, fasilitas, aksesibilitas, dan pelayanan yang dirasakan wisatawan selama berkunjung. Pengembangan produk wisata harus memperhatikan karakteristik pasar, kebutuhan wisatawan, serta kemampuan masyarakat dalam mengelola produk tersebut. Sebagai contoh, kawasan pesisir tidak hanya menawarkan panorama pantai, tetapi juga dapat dikembangkan menjadi wisata edukasi mangrove, wisata memancing, wisata budaya nelayan, wisata kuliner hasil laut, wisata konservasi, hingga wisata fotografi. Diversifikasi produk wisata seperti ini mampu meningkatkan lama tinggal wisatawan (*length of stay*) sekaligus meningkatkan pengeluaran wisatawan selama berada di destinasi.

Aspek lain yang tidak kalah penting adalah penguatan kelembagaan masyarakat. Pengembangan wisata berbasis potensi lokal memerlukan organisasi yang mampu mengoordinasikan seluruh aktivitas pengelolaan destinasi. Di Indonesia, peran tersebut umumnya dijalankan oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), Badan Usaha Milik Desa

(BUMDes), koperasi, maupun organisasi masyarakat lainnya. Kelembagaan yang kuat akan mempermudah koordinasi antaranggota, meningkatkan transparansi pengelolaan, memperjelas pembagian tugas, serta memperkuat kerja sama dengan pemerintah, perguruan tinggi, dan sektor swasta. Penguatan kelembagaan juga menjadi salah satu indikator keberhasilan pengembangan pariwisata berbasis Masyarakat

Perkembangan teknologi digital turut memberikan pengaruh besar terhadap pengembangan wisata berbasis potensi lokal. Wisatawan saat ini lebih banyak memperoleh informasi melalui media sosial, situs web, aplikasi perjalanan, maupun platform digital lainnya. Oleh karena itu, pengelola destinasi perlu memiliki kemampuan dalam membangun identitas destinasi (*destination branding*), membuat konten promosi digital, memanfaatkan media sosial, serta mengembangkan sistem informasi wisata yang mudah diakses. Transformasi digital memungkinkan destinasi lokal menjangkau pasar yang lebih luas tanpa memerlukan biaya promosi yang sangat besar. Selain meningkatkan visibilitas destinasi, teknologi digital juga dapat dimanfaatkan untuk reservasi daring, penyediaan informasi wisata, hingga pengumpulan umpan balik dari wisatawan.

Dalam konteks kawasan Muara Gembong, pendekatan pengembangan wisata berbasis potensi lokal memiliki relevansi yang sangat tinggi. Kawasan ini memiliki sumber daya alam berupa hutan mangrove, kawasan pesisir, habitat burung air, tambak, dan panorama muara sungai yang berpotensi dikembangkan sebagai destinasi ekowisata. Selain itu, masyarakat Muara Gembong memiliki kekayaan budaya pesisir, tradisi nelayan, kuliner berbasis hasil laut, serta berbagai produk UMKM yang dapat menjadi atraksi wisata berbasis pengalaman (*experiential tourism*). Potensi tersebut akan memberikan nilai tambah apabila dikembangkan secara terpadu melalui keterlibatan aktif masyarakat dan dukungan pemerintah daerah.

Namun demikian, pemanfaatan potensi lokal di Muara Gembong masih menghadapi berbagai tantangan, antara lain terbatasnya kapasitas sumber daya manusia, belum optimalnya promosi digital, lemahnya koordinasi antar-pemangku kepentingan, serta belum terintegrasinya berbagai potensi wisata menjadi satu paket destinasi yang menarik. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pendampingan, pelatihan, dan penguatan kelembagaan agar masyarakat mampu mengelola sumber daya yang dimiliki secara profesional dan berkelanjutan. Pengembangan wisata berbasis potensi lokal harus diarahkan tidak hanya untuk meningkatkan jumlah wisatawan, tetapi juga untuk

menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, memperkuat identitas budaya, serta menjaga kelestarian lingkungan pesisir.

Dengan demikian, pengembangan wisata berbasis potensi lokal merupakan strategi pembangunan destinasi yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam memanfaatkan sumber daya lokal secara optimal. Pendekatan ini mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, budaya, lingkungan, dan kelembagaan sehingga mampu menciptakan destinasi yang memiliki karakter kuat, berdaya saing tinggi, dan berkelanjutan. Dalam konteks Muara Gembong, penguatan potensi lokal melalui pemberdayaan masyarakat, pengembangan produk wisata, penguatan kelembagaan, serta pemanfaatan teknologi digital menjadi langkah strategis untuk meningkatkan kualitas destinasi sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat pesisir.

3.3. Daya Saing Destinasi Wisata (*Tourism Destination Competitiveness*)

Daya saing destinasi wisata (*tourism destination competitiveness*) merupakan kemampuan suatu destinasi dalam menciptakan, mengembangkan, dan mempertahankan keunggulan yang dimiliki sehingga mampu menarik wisatawan, memberikan pengalaman wisata yang berkualitas, meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, serta menjaga keberlanjutan lingkungan dan budaya. Konsep daya saing tidak hanya berkaitan dengan kemampuan suatu destinasi dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga mencakup kemampuan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan melalui pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien. Dalam era globalisasi, perkembangan teknologi informasi, serta meningkatnya mobilitas wisatawan, setiap destinasi dituntut memiliki keunggulan yang berbeda agar mampu bersaing dengan destinasi lain baik di tingkat nasional maupun internasional (Ritchie & Crouch, 2003).

Konsep daya saing destinasi wisata berkembang dari teori keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) yang dikemukakan oleh Porter (1990). Menurut Porter, suatu wilayah akan memiliki daya saing apabila mampu mengelola sumber daya yang dimiliki menjadi keunggulan yang sulit ditiru oleh wilayah lain. Dalam konteks pariwisata, keunggulan tersebut dapat berupa keindahan alam, warisan budaya, keramahan masyarakat, kualitas pelayanan, inovasi produk wisata, aksesibilitas, maupun kemampuan pengelolaan destinasi. Dengan demikian, daya saing destinasi tidak hanya ditentukan oleh keberadaan objek wisata, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan seluruh pemangku

kepentingan dalam mengelola dan mengembangkan potensi tersebut menjadi pengalaman wisata yang bernilai tinggi (Porter, 1990).

Menurut Ritchie dan Crouch (2003), daya saing destinasi wisata merupakan kemampuan suatu destinasi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penyediaan pengalaman wisata yang berkualitas dengan tetap menjaga keberlanjutan lingkungan, budaya, dan ekonomi. Pendekatan ini menunjukkan bahwa keberhasilan destinasi wisata tidak dapat diukur hanya berdasarkan jumlah wisatawan atau besarnya pendapatan daerah, tetapi juga harus memperhatikan dampak jangka panjang terhadap masyarakat lokal dan kelestarian sumber daya. Oleh karena itu, pembangunan destinasi wisata harus dilakukan secara berkelanjutan agar manfaat ekonomi tidak mengorbankan kualitas lingkungan maupun nilai-nilai budaya yang menjadi identitas suatu daerah.

Dwyer dan Kim (2003) menjelaskan bahwa daya saing destinasi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan, yaitu sumber daya inti (*core resources*), sumber daya pendukung (*supporting resources*), manajemen destinasi (*destination management*), kondisi permintaan (*demand conditions*), serta faktor situasional (*situational conditions*). Sumber daya inti meliputi daya tarik alam, budaya, sejarah, dan berbagai atraksi wisata yang menjadi alasan utama wisatawan berkunjung. Sumber daya pendukung meliputi infrastruktur, fasilitas umum, aksesibilitas, teknologi informasi, keamanan, dan pelayanan publik. Manajemen destinasi berkaitan dengan kemampuan pemerintah dan pengelola wisata dalam merencanakan, mengorganisasi, mengembangkan, serta memasarkan destinasi secara efektif. Sementara itu, kondisi permintaan dipengaruhi oleh citra destinasi, tren wisata, serta preferensi wisatawan terhadap suatu daerah.

Salah satu faktor yang sangat menentukan daya saing destinasi adalah kualitas tata kelola (*destination governance*). Tata kelola yang baik akan menciptakan koordinasi yang harmonis antara pemerintah, masyarakat, pelaku usaha, akademisi, media, dan berbagai organisasi pendukung dalam mengembangkan destinasi wisata. Pengelolaan yang terintegrasi memungkinkan seluruh potensi daerah dimanfaatkan secara optimal sehingga mampu menghasilkan produk wisata yang berkualitas dan berkelanjutan. Sebaliknya, lemahnya tata kelola sering menyebabkan tumpang tindih program, rendahnya kualitas pelayanan, kurang optimalnya promosi, serta rendahnya partisipasi masyarakat sehingga daya saing destinasi menjadi menurun (Ruhanen et al., 2010).

Selain tata kelola, kualitas sumber daya manusia juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata. Industri pariwisata merupakan industri jasa yang

sangat bergantung pada kualitas pelayanan. Wisatawan tidak hanya menilai keindahan suatu destinasi, tetapi juga mengevaluasi keramahan masyarakat, profesionalisme pemandu wisata, kualitas pelayanan, kebersihan lingkungan, keamanan, serta kenyamanan selama melakukan perjalanan. Oleh karena itu, peningkatan kompetensi sumber daya manusia melalui pendidikan, pelatihan, pendampingan, dan sertifikasi menjadi bagian penting dalam strategi peningkatan daya saing destinasi (UNWTO, 2019).

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola persaingan antar destinasi wisata. Sebagian besar wisatawan saat ini mencari informasi melalui internet, media sosial, mesin pencari, serta berbagai platform perjalanan digital sebelum menentukan tujuan wisata. Kondisi ini menyebabkan kemampuan destinasi dalam memanfaatkan teknologi informasi menjadi salah satu indikator daya saing. Pengelola destinasi harus mampu membangun destination branding, menghasilkan konten promosi yang menarik, memanfaatkan media sosial secara konsisten, menyediakan sistem informasi wisata yang mudah diakses, hingga memanfaatkan ulasan wisatawan sebagai bagian dari strategi pemasaran digital. Destinasi yang mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi akan memiliki peluang lebih besar untuk menarik wisatawan dibandingkan destinasi yang masih mengandalkan promosi konvensional (Buhalis & Amaranggana, 2015).

Daya saing destinasi juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan mengembangkan inovasi produk wisata. Wisatawan modern tidak hanya mencari objek wisata, tetapi juga pengalaman yang autentik, edukatif, interaktif, dan berkesan. Oleh karena itu, destinasi perlu melakukan diversifikasi produk wisata dengan mengembangkan paket wisata berbasis budaya lokal, wisata edukasi, wisata kuliner, wisata konservasi, wisata kreatif, maupun wisata berbasis pengalaman (*experiential tourism*). Inovasi produk akan meningkatkan lama tinggal wisatawan (*length of stay*), meningkatkan pengeluaran wisatawan, serta memperkuat citra destinasi sebagai tujuan wisata yang unik dan berbeda (OECD, 2020).

Aspek keberlanjutan menjadi indikator penting dalam mengukur daya saing destinasi wisata. Saat ini wisatawan semakin memperhatikan isu lingkungan, konservasi, serta tanggung jawab sosial dalam memilih destinasi wisata. Oleh karena itu, pengembangan destinasi harus menerapkan prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan yang mencakup pengelolaan lingkungan, pelestarian budaya lokal, efisiensi penggunaan sumber daya, pengurangan limbah, serta pemberdayaan masyarakat. Destinasi yang mampu menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan akan

memiliki daya saing yang lebih tinggi dalam jangka panjang dibandingkan destinasi yang hanya mengejar keuntungan ekonomi semata (UNWTO, 2018).

Dalam konteks Muara Gembong, daya saing destinasi wisata dipengaruhi oleh keberadaan berbagai potensi lokal yang dimiliki kawasan tersebut. Hutan mangrove, kawasan konservasi, wisata pesisir, keanekaragaman hayati, aktivitas nelayan, kuliner berbasis hasil laut, serta budaya masyarakat pesisir merupakan sumber daya utama yang dapat dikembangkan menjadi produk wisata unggulan. Namun demikian, keberadaan potensi tersebut belum sepenuhnya mampu meningkatkan daya saing destinasi karena masih terdapat berbagai kendala seperti terbatasnya kualitas infrastruktur, rendahnya kapasitas sumber daya manusia, lemahnya promosi digital, serta belum optimalnya koordinasi antar pemangku kepentingan. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan daya saing tidak cukup dilakukan melalui pembangunan fisik semata, tetapi harus diikuti dengan penguatan tata kelola, pemberdayaan masyarakat, inovasi produk wisata, serta peningkatan kualitas pelayanan.

Pengembangan wisata berbasis potensi lokal menjadi strategi yang sangat relevan dalam meningkatkan daya saing Muara Gembong. Potensi alam dan budaya yang dimiliki harus dikemas menjadi produk wisata yang memiliki identitas kuat sehingga memberikan pengalaman yang berbeda bagi wisatawan. Pengembangan paket wisata mangrove, wisata edukasi lingkungan, wisata budaya masyarakat nelayan, wisata kuliner hasil laut, serta wisata konservasi merupakan contoh diversifikasi produk yang dapat meningkatkan daya tarik destinasi. Selain itu, keterlibatan UMKM lokal dalam penyediaan cendera mata, makanan khas, maupun jasa wisata akan memberikan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat sekaligus memperkuat karakter destinasi.

Untuk mendukung peningkatan daya saing tersebut diperlukan kolaborasi yang erat antara pemerintah daerah, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), pelaku UMKM, akademisi, komunitas, dan sektor swasta. Pemerintah berperan dalam penyediaan kebijakan, infrastruktur, dan promosi; masyarakat bertanggung jawab menjaga kualitas pelayanan dan kelestarian lingkungan; akademisi memberikan dukungan melalui penelitian, inovasi, dan pendampingan; sedangkan sektor swasta dapat berkontribusi melalui investasi maupun pengembangan usaha wisata. Kolaborasi tersebut akan menciptakan tata kelola destinasi yang lebih efektif sehingga seluruh potensi lokal dapat dimanfaatkan secara optimal.

Dengan demikian, daya saing destinasi wisata merupakan hasil dari sinergi antara kualitas sumber daya alam, budaya, tata kelola, sumber daya manusia, inovasi produk,

pemanfaatan teknologi, dan keberlanjutan lingkungan. Destinasi yang mampu mengintegrasikan seluruh komponen tersebut akan memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan serta mampu memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang lebih besar bagi masyarakat. Dalam konteks Muara Gembong, penguatan tata kelola wisata berbasis potensi lokal merupakan strategi utama untuk meningkatkan daya saing destinasi sehingga kawasan ini mampu berkembang sebagai destinasi wisata pesisir yang unggul, berkelanjutan, dan memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi lokal.

BAB 4

SOLUSI ALTERNATIF

4.1. Penguatan Kelembagaan dan Tata Kelola Destinasi Wisata

Penguatan kelembagaan dan tata kelola destinasi wisata merupakan langkah strategis yang harus dilakukan untuk mewujudkan pengelolaan kawasan wisata yang profesional, terintegrasi, dan berkelanjutan. Keberhasilan suatu destinasi wisata tidak hanya ditentukan oleh kekayaan sumber daya alam maupun budaya yang dimiliki, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan organisasi pengelola dalam merencanakan, mengoordinasikan, melaksanakan, serta mengevaluasi seluruh aktivitas pengembangan destinasi. Dalam konteks Muara Gembong, berbagai potensi wisata yang dimiliki akan sulit berkembang secara optimal apabila tidak didukung oleh sistem kelembagaan yang kuat, tata kelola yang jelas, serta kolaborasi yang harmonis antara seluruh pemangku kepentingan.

Kondisi yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa pengelolaan destinasi wisata masih dilakukan oleh berbagai kelompok masyarakat maupun komunitas secara terpisah. Setiap kelompok memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing, namun belum terdapat mekanisme koordinasi yang terstruktur sehingga pengembangan kawasan wisata cenderung berjalan secara parsial. Akibatnya, berbagai potensi yang sebenarnya saling mendukung belum mampu dikembangkan menjadi satu kesatuan destinasi wisata yang memiliki identitas kuat. Selain itu, belum adanya pembagian tugas yang jelas menyebabkan beberapa aktivitas berjalan secara tumpang tindih, sementara aspek lain justru belum mendapatkan perhatian yang memadai.

Penguatan kelembagaan dimulai dengan melakukan identifikasi terhadap seluruh organisasi dan kelompok masyarakat yang telah berperan dalam pengelolaan wisata di Muara Gembong. Identifikasi tersebut bertujuan untuk mengetahui fungsi, kewenangan, sumber daya, serta kapasitas masing-masing organisasi sehingga dapat disusun model koordinasi yang lebih efektif. Organisasi yang terlibat tidak hanya mencakup Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), tetapi juga pemerintah desa, Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), kelompok nelayan, pelaku usaha mikro, komunitas lingkungan, organisasi kepemudaan, serta berbagai pihak lain yang memiliki kepentingan terhadap pengembangan destinasi wisata.

Setelah proses identifikasi dilakukan, langkah berikutnya adalah memperkuat struktur organisasi pengelola destinasi wisata. Struktur organisasi yang baik harus memiliki pembagian tugas, fungsi, serta tanggung jawab yang jelas sehingga setiap anggota memahami perannya dalam pengelolaan destinasi. Pengurus organisasi perlu dibagi ke dalam beberapa bidang, seperti bidang pengembangan destinasi, pelayanan wisata, promosi dan pemasaran, konservasi lingkungan, pengembangan usaha masyarakat, administrasi, serta hubungan kemitraan. Pembagian fungsi tersebut akan meningkatkan efektivitas koordinasi sekaligus mempermudah proses pengambilan keputusan.

Selain memperkuat struktur organisasi, diperlukan pula penyusunan standar operasional pengelolaan destinasi wisata. Standar operasional menjadi pedoman dalam melaksanakan seluruh aktivitas pengelolaan sehingga pelayanan yang diberikan kepada wisatawan memiliki kualitas yang konsisten. Standar tersebut mencakup prosedur penerimaan wisatawan, pengelolaan tiket, pelayanan informasi, kebersihan kawasan, pengelolaan fasilitas umum, keamanan pengunjung, pengelolaan parkir, penanganan keadaan darurat, hingga mekanisme evaluasi pelayanan. Dengan adanya standar operasional, seluruh pengelola memiliki acuan yang sama dalam menjalankan tugas sehingga kualitas pelayanan dapat terus ditingkatkan.

Penguatan tata kelola juga memerlukan penyusunan rencana pengembangan destinasi yang bersifat jangka pendek, menengah, dan jangka panjang. Perencanaan tersebut harus disusun secara partisipatif dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan agar program yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan karakteristik wilayah. Rencana pengembangan harus memuat visi, misi, tujuan, sasaran, strategi, program prioritas, indikator keberhasilan, serta mekanisme evaluasi. Keberadaan dokumen perencanaan akan memberikan arah yang jelas bagi seluruh pihak dalam mengembangkan destinasi wisata sehingga setiap kegiatan memiliki keterkaitan dan saling mendukung.

Salah satu aspek penting dalam penguatan tata kelola adalah membangun sistem koordinasi yang efektif antar-pemangku kepentingan. Pengembangan destinasi wisata tidak dapat dilakukan oleh satu lembaga saja, melainkan membutuhkan kerja sama yang erat antara pemerintah daerah, pemerintah desa, masyarakat, pelaku usaha, akademisi, media, serta organisasi masyarakat sipil. Oleh karena itu, diperlukan forum komunikasi yang dilaksanakan secara berkala sebagai sarana untuk membahas perkembangan destinasi, mengidentifikasi permasalahan, menyusun solusi bersama, serta mengevaluasi pelaksanaan

program yang telah dilakukan. Forum tersebut juga menjadi media untuk menyelaraskan berbagai kepentingan sehingga konflik dapat diminimalkan.

Dalam pengelolaan destinasi wisata, transparansi dan akuntabilitas merupakan prinsip yang harus diterapkan secara konsisten. Seluruh kegiatan organisasi, baik yang berkaitan dengan penggunaan anggaran, pengelolaan fasilitas, maupun pelaksanaan program, harus dilaksanakan secara terbuka sehingga dapat diketahui oleh seluruh anggota maupun masyarakat. Transparansi akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap organisasi pengelola, sedangkan akuntabilitas akan mendorong setiap pengurus untuk melaksanakan tugas secara profesional dan bertanggung jawab. Kedua prinsip tersebut menjadi fondasi penting dalam membangun organisasi yang sehat dan berkelanjutan.

Penguatan kelembagaan juga harus diikuti dengan peningkatan kapasitas organisasi dalam aspek administrasi dan manajemen. Banyak organisasi pengelola wisata yang memiliki semangat tinggi dalam mengembangkan destinasi, namun masih menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan administrasi, penyusunan laporan kegiatan, pencatatan keuangan, penyusunan proposal kerja sama, maupun pengelolaan data wisatawan. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan yang berkelanjutan agar organisasi mampu menjalankan fungsi manajerial secara lebih profesional. Administrasi yang tertata dengan baik akan mempermudah organisasi dalam memperoleh dukungan dari pemerintah maupun mitra pembangunan lainnya.

Pengelolaan destinasi wisata juga memerlukan sistem monitoring dan evaluasi yang dilakukan secara berkala. Monitoring bertujuan untuk mengetahui sejauh mana program yang telah direncanakan dapat dilaksanakan sesuai target, sedangkan evaluasi dilakukan untuk mengidentifikasi keberhasilan, kendala, serta peluang perbaikan pada periode berikutnya. Evaluasi tidak hanya berfokus pada jumlah wisatawan, tetapi juga mencakup kualitas pelayanan, kepuasan pengunjung, kondisi lingkungan, partisipasi masyarakat, perkembangan usaha lokal, serta efektivitas kelembagaan. Hasil evaluasi menjadi dasar dalam menyusun kebijakan dan program pengembangan destinasi pada masa mendatang.

Aspek lain yang tidak kalah penting adalah penguatan jejaring kemitraan. Organisasi pengelola wisata perlu membangun hubungan kerja sama dengan berbagai pihak, seperti perguruan tinggi, dunia usaha, lembaga keuangan, media massa, komunitas pecinta lingkungan, serta organisasi nonpemerintah. Kemitraan tersebut dapat memberikan dukungan dalam bentuk pelatihan, pendampingan, promosi, bantuan teknologi, pengembangan produk wisata, hingga pembiayaan program. Dengan semakin luasnya

jaringan kemitraan, kapasitas organisasi dalam mengembangkan destinasi wisata akan semakin meningkat.

Dalam era digital saat ini, tata kelola destinasi wisata juga harus didukung oleh pemanfaatan teknologi informasi. Organisasi pengelola perlu memiliki sistem pendataan wisatawan, dokumentasi kegiatan, pengelolaan media sosial, serta penyebaran informasi destinasi secara digital. Penggunaan teknologi akan meningkatkan efisiensi administrasi sekaligus memperluas jangkauan promosi destinasi. Selain itu, data yang terdokumentasi dengan baik akan menjadi dasar dalam menyusun kebijakan pengembangan wisata yang lebih tepat sasaran.

Penguatan kelembagaan tidak hanya berorientasi pada aspek organisasi, tetapi juga pada pembangunan budaya kerja yang profesional. Seluruh pengurus perlu menanamkan nilai-nilai disiplin, tanggung jawab, kerja sama, pelayanan prima, inovasi, dan kepedulian terhadap lingkungan. Budaya kerja yang positif akan menciptakan organisasi yang adaptif terhadap perubahan serta mampu memberikan pelayanan yang berkualitas kepada wisatawan. Di samping itu, regenerasi kepengurusan juga perlu dipersiapkan agar keberlangsungan organisasi tetap terjaga dan tidak bergantung pada individu tertentu.

Dalam konteks Muara Gembong, penguatan kelembagaan dan tata kelola destinasi wisata merupakan fondasi utama dalam meningkatkan daya saing kawasan wisata berbasis potensi lokal. Potensi alam berupa hutan mangrove, kawasan pesisir, hasil perikanan, serta budaya masyarakat nelayan hanya akan memberikan manfaat optimal apabila dikelola melalui sistem organisasi yang profesional, kolaboratif, dan berorientasi pada keberlanjutan. Kelembagaan yang kuat akan mampu mengintegrasikan seluruh potensi tersebut menjadi produk wisata yang berkualitas serta memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi Masyarakat (Gambar 1).



Gambar 1. Model penguatan kelembagaan destinasi wisata Muara Gembong

Melalui penguatan kelembagaan, diharapkan tercipta organisasi pengelola wisata yang memiliki struktur yang jelas, sistem kerja yang efektif, mekanisme koordinasi yang baik, administrasi yang tertib, serta kemampuan menjalin kemitraan dengan berbagai pihak. Tata kelola yang baik juga akan meningkatkan kepercayaan masyarakat dan wisatawan terhadap destinasi Muara Gembong sehingga mampu mendorong peningkatan jumlah kunjungan, memperkuat citra destinasi, menciptakan lapangan kerja baru, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir secara berkelanjutan. Dengan demikian, penguatan kelembagaan dan tata kelola destinasi wisata tidak hanya menjadi solusi terhadap berbagai permasalahan pengelolaan yang selama ini dihadapi, tetapi juga menjadi landasan utama dalam mewujudkan Muara Gembong sebagai destinasi wisata yang unggul, berdaya saing, dan berkelanjutan.

4.2. Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) Pengelola Wisata.

Peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) pengelola wisata merupakan salah satu strategi utama dalam mewujudkan destinasi wisata yang berkualitas, profesional, dan mampu bersaing dengan destinasi lain. Keberhasilan pengembangan suatu kawasan wisata tidak hanya ditentukan oleh keindahan alam, kelengkapan fasilitas, maupun potensi budaya yang dimiliki, tetapi juga sangat bergantung pada kualitas manusia yang mengelola dan memberikan pelayanan kepada wisatawan. Pengelola wisata menjadi ujung tombak

dalam menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung sehingga kompetensi, keterampilan, sikap, dan kemampuan mereka harus terus dikembangkan secara berkelanjutan.

Muara Gembong memiliki berbagai potensi wisata yang sangat menjanjikan, mulai dari kawasan hutan mangrove, wisata pesisir, aktivitas nelayan, keanekaragaman hayati, wisata edukasi lingkungan, hingga kuliner berbasis hasil laut. Namun, besarnya potensi tersebut belum sepenuhnya mampu memberikan nilai tambah yang optimal karena masih terdapat keterbatasan pada aspek kapasitas sumber daya manusia. Sebagian besar pengelola wisata berasal dari masyarakat lokal yang sebelumnya lebih banyak berprofesi sebagai nelayan, petambak, petani, atau pelaku usaha kecil. Pengalaman mereka dalam mengelola destinasi wisata secara profesional masih relatif terbatas sehingga diperlukan upaya pendampingan yang sistematis agar mampu mengikuti perkembangan industri pariwisata yang semakin kompetitif.

Peningkatan kapasitas SDM diawali dengan melakukan identifikasi kebutuhan kompetensi yang dimiliki oleh setiap kelompok pengelola wisata. Identifikasi ini bertujuan untuk mengetahui kemampuan yang telah dimiliki, kesenjangan kompetensi yang masih perlu diperbaiki, serta jenis pelatihan yang paling sesuai dengan kebutuhan lapangan. Melalui pemetaan tersebut, program pengembangan kapasitas dapat disusun secara lebih tepat sasaran sehingga materi yang diberikan benar-benar mampu menjawab kebutuhan pengelola wisata.

Kompetensi pertama yang perlu diperkuat adalah pemahaman mengenai konsep dasar pengelolaan destinasi wisata. Pengelola perlu memahami bahwa destinasi wisata bukan hanya sekadar tempat yang dikunjungi wisatawan, tetapi merupakan suatu sistem yang terdiri atas atraksi, aksesibilitas, amenitas, pelayanan, kelembagaan, promosi, serta keterlibatan masyarakat. Pemahaman yang komprehensif mengenai konsep tersebut akan membantu pengelola melihat hubungan antar unsur destinasi sehingga mampu mengelola kawasan wisata secara lebih terintegrasi.

Selain pemahaman konseptual, peningkatan kemampuan pelayanan kepada wisatawan menjadi aspek yang sangat penting. Pelayanan yang baik akan menciptakan kesan positif sehingga wisatawan merasa nyaman selama berkunjung. Pelatihan pelayanan mencakup cara menyambut tamu, memberikan informasi yang jelas, membantu wisatawan ketika menghadapi kesulitan, menjaga keramahan, serta menyelesaikan keluhan secara

cepat dan tepat. Sikap ramah, sopan, komunikatif, dan responsif merupakan modal utama dalam membangun citra positif suatu destinasi wisata.

Kemampuan komunikasi juga menjadi kompetensi yang harus dimiliki oleh setiap pengelola wisata. Pengelola harus mampu berinteraksi dengan wisatawan dari berbagai latar belakang, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Kemampuan menjelaskan potensi wisata, menyampaikan informasi secara menarik, memberikan arahan yang jelas, serta membangun hubungan yang baik dengan pengunjung akan meningkatkan kualitas pengalaman wisata. Oleh karena itu, pelatihan komunikasi efektif, teknik presentasi, dan pelayanan publik perlu menjadi bagian dari program peningkatan kapasitas SDM.

Bagi destinasi seperti Muara Gembong yang memiliki potensi wisata edukasi dan ekowisata, kemampuan menjadi pemandu wisata juga sangat diperlukan. Seorang pemandu wisata tidak hanya bertugas mengantar wisatawan menuju lokasi tertentu, tetapi juga harus mampu menjelaskan sejarah kawasan, karakteristik lingkungan, keanekaragaman hayati, budaya masyarakat pesisir, hingga pentingnya menjaga kelestarian alam. Penyampaian informasi yang menarik dan mudah dipahami akan memberikan pengalaman wisata yang lebih bermakna sekaligus meningkatkan kepuasan pengunjung.

Peningkatan kapasitas SDM juga diarahkan pada kemampuan mengelola organisasi dan administrasi. Banyak kelompok pengelola wisata menghadapi kendala dalam pencatatan administrasi, pengelolaan keuangan, penyusunan laporan kegiatan, dokumentasi, maupun penyusunan rencana kerja. Padahal administrasi yang baik menjadi dasar dalam menciptakan organisasi yang profesional dan akuntabel. Oleh karena itu, pelatihan mengenai administrasi organisasi, tata kelola keuangan sederhana, pengarsipan dokumen, serta penyusunan laporan menjadi bagian penting dalam kegiatan pendampingan.

Aspek kewirausahaan juga perlu diperkuat mengingat kegiatan wisata memiliki keterkaitan erat dengan pengembangan usaha masyarakat. Pengelola wisata perlu memiliki kemampuan dalam mengidentifikasi peluang usaha, mengembangkan produk lokal, menghitung biaya operasional, menentukan harga, meningkatkan kualitas produk, serta mengelola pemasaran. Penguatan jiwa kewirausahaan akan mendorong lahirnya berbagai inovasi usaha berbasis potensi lokal sehingga manfaat ekonomi dari sektor pariwisata dapat dirasakan secara lebih luas oleh masyarakat sekitar.

Perkembangan teknologi informasi menuntut pengelola wisata untuk memiliki kemampuan digital yang memadai. Saat ini sebagian besar wisatawan memperoleh informasi mengenai destinasi melalui internet dan media sosial. Oleh karena itu, pengelola perlu memahami cara membuat konten promosi yang menarik, mengelola media sosial destinasi, mendokumentasikan aktivitas wisata melalui foto dan video, serta memanfaatkan berbagai platform digital sebagai media promosi. Penguasaan teknologi digital akan membantu meningkatkan visibilitas destinasi sekaligus memperluas jangkauan pasar wisata.

Pelatihan fotografi dan videografi sederhana juga menjadi bagian penting dalam pengembangan kapasitas SDM. Konten visual yang berkualitas mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Pengelola perlu memahami teknik pengambilan gambar, pencahayaan, komposisi visual, hingga penyuntingan sederhana menggunakan perangkat yang mudah diakses. Kemampuan tersebut memungkinkan setiap aktivitas wisata terdokumentasi dengan baik dan dapat dimanfaatkan sebagai bahan promosi secara berkelanjutan.

Selain aspek pelayanan dan promosi, pengelola wisata juga harus memiliki pemahaman mengenai keselamatan dan keamanan wisatawan. Pelatihan tanggap darurat, pertolongan pertama pada kecelakaan, mitigasi risiko, serta prosedur evakuasi menjadi bagian penting dalam menciptakan destinasi yang aman. Kawasan wisata pesisir seperti Muara Gembong memiliki karakteristik lingkungan yang memerlukan perhatian khusus terhadap aspek keselamatan sehingga pengelola harus memiliki kesiapan dalam menghadapi berbagai kondisi darurat.

Kapasitas SDM juga harus diarahkan pada peningkatan kepedulian terhadap pelestarian lingkungan. Pengelola wisata memiliki tanggung jawab untuk menjaga kebersihan kawasan, mengelola sampah, melindungi ekosistem mangrove, mengurangi penggunaan bahan yang mencemari lingkungan, serta mengedukasi wisatawan mengenai pentingnya konservasi. Kesadaran lingkungan yang tinggi akan memperkuat citra Muara Gembong sebagai destinasi wisata yang berkelanjutan sekaligus menjaga keberlangsungan sumber daya alam sebagai daya tarik utama wisata.

Metode peningkatan kapasitas SDM tidak hanya dilakukan melalui pelatihan di dalam ruangan, tetapi juga melalui praktik lapangan, simulasi pelayanan, pendampingan langsung, studi kasus, diskusi kelompok, serta kunjungan belajar ke destinasi wisata yang telah berhasil. Pendekatan berbasis praktik akan lebih mudah dipahami oleh masyarakat

karena peserta dapat langsung mengaplikasikan materi yang diperoleh dalam aktivitas pengelolaan wisata sehari-hari. Pendampingan yang berkelanjutan juga memberikan kesempatan bagi peserta untuk berkonsultasi mengenai berbagai kendala yang dihadapi selama proses pengelolaan destinasi.

Keberhasilan program peningkatan kapasitas perlu diukur melalui evaluasi yang dilakukan secara berkala. Evaluasi tidak hanya menilai tingkat kehadiran peserta pelatihan, tetapi juga mengukur perubahan pengetahuan, keterampilan, sikap, dan kemampuan dalam menerapkan hasil pelatihan di lapangan. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan, kepuasan wisatawan, efektivitas pengelolaan organisasi, serta perkembangan usaha masyarakat dapat dijadikan indikator keberhasilan program pengembangan SDM.

Pengembangan kapasitas SDM juga harus memperhatikan regenerasi pengelola wisata. Keterlibatan generasi muda menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan pengelolaan destinasi. Kaum muda umumnya memiliki kemampuan yang lebih baik dalam memanfaatkan teknologi digital, menciptakan inovasi, serta mengikuti perkembangan tren pariwisata. Oleh karena itu, mereka perlu diberikan ruang untuk terlibat aktif dalam organisasi pengelola wisata melalui berbagai kegiatan pelatihan, pendampingan, dan pengembangan kepemimpinan.

Dalam konteks Muara Gembong, peningkatan kapasitas SDM menjadi fondasi utama dalam mengoptimalkan seluruh potensi wisata yang dimiliki. Masyarakat yang memiliki pengetahuan, keterampilan, dan sikap profesional akan mampu mengelola destinasi secara lebih efektif, menciptakan pelayanan yang berkualitas, mengembangkan produk wisata yang inovatif, serta memanfaatkan teknologi untuk memperluas promosi destinasi. SDM yang kompeten juga akan lebih siap membangun kerja sama dengan pemerintah, perguruan tinggi, sektor swasta, dan berbagai mitra lainnya dalam mendukung pengembangan kawasan wisata.

Melalui program peningkatan kapasitas yang terencana dan berkelanjutan, diharapkan lahir pengelola wisata yang profesional, adaptif, inovatif, dan memiliki komitmen tinggi terhadap pelayanan serta pelestarian lingkungan. Peningkatan kualitas SDM akan memperkuat tata kelola destinasi, meningkatkan kepuasan wisatawan, mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat, serta menjadikan Muara Gembong sebagai destinasi wisata berbasis potensi lokal yang memiliki daya saing tinggi dan mampu berkembang secara berkelanjutan. Dengan demikian, investasi pada pengembangan sumber

daya manusia merupakan investasi jangka panjang yang akan menentukan keberhasilan pembangunan pariwisata di Muara Gembong (Gambar 2),



Gambar 2. Model peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) Pengelola Wisata.

4.3. Pengembangan Produk Wisata Berbasis Potensi Lokal

Pengembangan produk wisata berbasis potensi lokal merupakan strategi yang berorientasi pada pemanfaatan seluruh sumber daya yang dimiliki suatu daerah menjadi produk wisata yang bernilai ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan. Pendekatan ini menempatkan potensi lokal sebagai identitas utama destinasi sehingga mampu menciptakan keunikan yang tidak dimiliki oleh daerah lain. Dalam konteks Muara Gembong, pengembangan produk wisata tidak hanya bertujuan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga mendorong pemberdayaan masyarakat, meningkatkan pendapatan pelaku usaha lokal, melestarikan budaya pesisir, serta menjaga keberlanjutan ekosistem yang menjadi aset utama kawasan.

Muara Gembong memiliki berbagai potensi yang dapat dikembangkan menjadi produk wisata unggulan. Kawasan ini dikenal dengan hutan mangrove yang luas, kawasan pesisir yang masih alami, habitat berbagai jenis burung air, aktivitas nelayan tradisional,

tambak perikanan, serta kekayaan kuliner berbasis hasil laut. Selain itu, masyarakat setempat masih mempertahankan berbagai tradisi pesisir yang dapat menjadi daya tarik wisata budaya. Seluruh potensi tersebut merupakan modal dasar yang sangat berharga apabila dikembangkan secara terpadu menjadi paket wisata yang menarik dan memberikan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan.

Langkah awal dalam pengembangan produk wisata adalah melakukan identifikasi dan pemetaan seluruh potensi lokal yang dimiliki kawasan. Proses ini dilakukan melalui observasi lapangan, diskusi dengan masyarakat, wawancara dengan pelaku wisata, serta inventarisasi sumber daya alam dan budaya. Pemetaan tersebut bertujuan untuk mengetahui potensi yang telah berkembang, potensi yang masih belum dimanfaatkan, serta peluang inovasi produk wisata yang dapat dikembangkan. Dengan adanya data yang lengkap, pengelola akan lebih mudah menentukan prioritas pengembangan sesuai karakteristik wilayah dan kebutuhan pasar.

Setelah proses identifikasi selesai dilakukan, tahap berikutnya adalah mengelompokkan potensi wisata berdasarkan karakteristiknya. Potensi tersebut dapat dibagi menjadi wisata alam, wisata edukasi, wisata budaya, wisata kuliner, wisata bahari, wisata konservasi, serta wisata berbasis aktivitas masyarakat. Pengelompokan ini bertujuan agar setiap potensi dapat dikembangkan secara lebih fokus tanpa menghilangkan keterkaitan antarproduk. Melalui diversifikasi tersebut, wisatawan memiliki lebih banyak pilihan aktivitas selama berada di Muara Gembong sehingga lama tinggal dan pengeluaran wisatawan dapat meningkat.

Salah satu produk wisata yang memiliki prospek besar adalah wisata mangrove. Kawasan mangrove Muara Gembong dapat dikembangkan menjadi pusat edukasi lingkungan yang menggabungkan kegiatan rekreasi dengan pembelajaran mengenai fungsi ekosistem pesisir. Wisatawan dapat menikmati perjalanan menyusuri kawasan mangrove menggunakan perahu, berjalan di jalur interpretasi, mengikuti kegiatan penanaman mangrove, mengamati satwa liar, serta memperoleh informasi mengenai pentingnya konservasi lingkungan. Pengalaman seperti ini memberikan nilai edukatif sekaligus meningkatkan kesadaran masyarakat dan wisatawan terhadap pelestarian alam.

Selain wisata mangrove, aktivitas nelayan juga dapat dikembangkan menjadi produk wisata berbasis pengalaman. Wisatawan dapat diajak mengikuti aktivitas menangkap ikan, memanen hasil tambak, mengenal alat tangkap tradisional, hingga mempelajari kehidupan masyarakat pesisir. Kegiatan tersebut memberikan pengalaman

autentik yang tidak dapat diperoleh di destinasi wisata perkotaan. Interaksi langsung dengan masyarakat lokal juga memperkuat hubungan antara wisatawan dan komunitas sehingga menciptakan pengalaman wisata yang lebih bermakna.

Kuliner khas pesisir merupakan potensi lain yang perlu dikembangkan secara lebih profesional. Muara Gembong memiliki berbagai hasil laut seperti ikan, udang, kepiting, kerang, dan berbagai jenis olahan seafood yang dapat dijadikan daya tarik utama. Pengembangan wisata kuliner tidak hanya berfokus pada penyajian makanan, tetapi juga menghadirkan pengalaman memasak bersama masyarakat, demonstrasi pengolahan hasil laut, hingga penyediaan paket wisata kuliner yang mengangkat cita rasa lokal. Dengan demikian, wisatawan memperoleh pengalaman yang lebih lengkap sekaligus memberikan peluang usaha baru bagi masyarakat.

Pengembangan produk wisata juga perlu memperhatikan aspek kreativitas dan inovasi. Produk wisata harus terus diperbarui agar mampu mengikuti perubahan tren dan preferensi wisatawan. Misalnya, kawasan wisata dapat menghadirkan spot fotografi yang menarik, paket wisata tematik, festival budaya pesisir, lomba perahu tradisional, bazar UMKM, wisata malam, hingga kegiatan konservasi yang melibatkan wisatawan. Inovasi tersebut akan meningkatkan daya tarik destinasi sekaligus menciptakan alasan bagi wisatawan untuk kembali berkunjung.

Pelaku UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan produk wisata berbasis potensi lokal. Produk kerajinan tangan, makanan khas, minuman tradisional, pakaian bertema pesisir, serta berbagai souvenir dapat menjadi bagian dari pengalaman wisata. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan kepada pelaku UMKM agar mampu meningkatkan kualitas produk, memperbaiki desain kemasan, menerapkan standar kebersihan, serta memperluas pemasaran. Produk lokal yang berkualitas akan memberikan nilai tambah ekonomi sekaligus memperkuat identitas destinasi.

Agar produk wisata memiliki daya saing yang tinggi, kualitas pelayanan juga harus menjadi perhatian utama. Setiap aktivitas wisata harus dirancang dengan memperhatikan kenyamanan, keamanan, kebersihan, serta kepuasan wisatawan. Pengelola perlu memastikan bahwa fasilitas pendukung seperti tempat istirahat, toilet, area parkir, papan informasi, jalur wisata, dan pusat informasi tersedia dalam kondisi yang baik. Pelayanan yang profesional akan meningkatkan citra destinasi dan mendorong terciptanya promosi dari mulut ke mulut oleh wisatawan.

Dalam era digital, pengembangan produk wisata juga harus didukung oleh teknologi informasi. Setiap produk wisata perlu memiliki informasi yang mudah diakses melalui media sosial, situs web, maupun platform digital lainnya. Foto, video, cerita mengenai destinasi, jadwal kegiatan, harga paket wisata, serta sistem reservasi perlu disajikan secara menarik sehingga memudahkan wisatawan memperoleh informasi. Pemanfaatan teknologi digital juga memungkinkan pengelola menjangkau pasar yang lebih luas tanpa memerlukan biaya promosi yang besar.

Pengembangan produk wisata berbasis potensi lokal harus dilakukan melalui kerja sama antara pemerintah, masyarakat, pelaku usaha, akademisi, dan komunitas. Pemerintah berperan menyediakan kebijakan dan infrastruktur pendukung, masyarakat menjadi pelaku utama dalam pengelolaan produk wisata, pelaku usaha mendukung investasi dan pemasaran, sedangkan akademisi memberikan pendampingan, pelatihan, dan inovasi. Kolaborasi tersebut akan mempercepat proses pengembangan destinasi sekaligus meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.

Aspek keberlanjutan juga harus menjadi prinsip utama dalam pengembangan produk wisata. Setiap aktivitas wisata harus dirancang agar tidak merusak lingkungan maupun mengganggu kehidupan sosial masyarakat. Pengelolaan sampah, pengurangan penggunaan plastik, pelestarian ekosistem mangrove, perlindungan habitat satwa, serta pemanfaatan sumber daya secara bijaksana harus menjadi bagian dari setiap produk wisata yang dikembangkan. Dengan demikian, manfaat ekonomi yang diperoleh tidak mengorbankan kelestarian lingkungan.

Keberhasilan pengembangan produk wisata perlu dievaluasi secara berkala melalui berbagai indikator, seperti jumlah wisatawan, tingkat kepuasan pengunjung, peningkatan pendapatan masyarakat, pertumbuhan UMKM, keberhasilan promosi, serta kondisi lingkungan. Evaluasi tersebut menjadi dasar untuk melakukan penyempurnaan produk, meningkatkan kualitas pelayanan, dan mengembangkan inovasi baru sesuai kebutuhan pasar. Pendekatan yang adaptif akan membuat destinasi tetap menarik di tengah perubahan tren pariwisata.

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, pengembangan produk wisata berbasis potensi lokal diwujudkan melalui pendampingan kepada kelompok pengelola wisata dan masyarakat dalam mengidentifikasi potensi unggulan, menyusun paket wisata, mengembangkan produk UMKM, meningkatkan kualitas pelayanan, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Pendampingan dilakukan secara

partisipatif sehingga masyarakat memiliki kemampuan untuk mengelola dan mengembangkan produk wisata secara mandiri setelah program selesai dilaksanakan.

Melalui pengembangan produk wisata berbasis potensi lokal, Muara Gembong diharapkan mampu menghadirkan destinasi yang memiliki identitas kuat, menawarkan pengalaman wisata yang autentik, dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat. Produk wisata yang inovatif, berkualitas, dan berkelanjutan akan meningkatkan daya tarik destinasi, memperpanjang lama tinggal wisatawan, memperkuat daya saing kawasan, serta menciptakan peluang usaha baru bagi masyarakat pesisir. Dengan demikian, pengembangan produk wisata berbasis potensi lokal menjadi salah satu strategi utama dalam mewujudkan Muara Gembong sebagai destinasi wisata unggulan yang mampu berkembang secara berkelanjutan sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat (Gambar 3),



Gambar 3. Pengembangan Produk Wisata Berbasis Potensi Lokal

4.4. Optimalisasi Promosi dan Digitalisasi Destinasi Wisata

Optimalisasi promosi dan digitalisasi destinasi wisata merupakan strategi penting dalam meningkatkan daya tarik dan daya saing suatu kawasan wisata di era transformasi digital. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah perilaku wisatawan dalam mencari informasi, merencanakan perjalanan, memilih destinasi, hingga membagikan

pengalaman selama berwisata. Saat ini sebagian besar wisatawan memperoleh referensi perjalanan melalui media digital, seperti media sosial, mesin pencari, situs web, platform perjalanan, serta berbagai aplikasi berbasis internet. Oleh karena itu, pengelolaan destinasi wisata tidak lagi cukup mengandalkan promosi konvensional, melainkan harus mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan minat kunjungan wisatawan.

Muara Gembong memiliki potensi wisata alam dan budaya yang sangat besar, namun pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi masih belum optimal. Informasi mengenai destinasi wisata, aktivitas wisata, fasilitas, akses menuju lokasi, maupun produk unggulan daerah masih tersebar dan belum dikelola secara terpadu. Kondisi tersebut menyebabkan potensi wisata yang dimiliki belum dikenal secara luas oleh masyarakat di luar wilayah Bekasi maupun wisatawan dari daerah lain. Oleh karena itu, diperlukan strategi promosi yang terencana dan didukung oleh pemanfaatan teknologi digital agar potensi tersebut dapat dipublikasikan secara lebih efektif.

Langkah awal dalam optimalisasi promosi adalah membangun identitas destinasi yang kuat. Identitas destinasi menjadi pembeda antara Muara Gembong dengan kawasan wisata lainnya. Identitas tersebut dapat diwujudkan melalui penetapan tema wisata yang menonjolkan karakter pesisir, hutan mangrove, budaya masyarakat nelayan, konservasi lingkungan, serta kekayaan kuliner hasil laut. Seluruh materi promosi harus mengangkat identitas tersebut secara konsisten sehingga wisatawan memiliki persepsi yang jelas mengenai keunikan destinasi. Identitas yang kuat akan mempermudah proses pemasaran sekaligus meningkatkan daya ingat masyarakat terhadap Muara Gembong sebagai tujuan wisata.

Pengembangan media promosi digital menjadi salah satu prioritas utama. Destinasi wisata perlu memiliki situs web resmi yang berfungsi sebagai pusat informasi mengenai seluruh aktivitas wisata di Muara Gembong. Situs web tersebut memuat profil destinasi, lokasi objek wisata, jadwal kegiatan, paket wisata, fasilitas yang tersedia, informasi harga, kontak pengelola, galeri foto dan video, serta berita mengenai perkembangan destinasi. Selain menjadi sumber informasi, situs web juga dapat digunakan sebagai media reservasi, pendaftaran kegiatan wisata, serta komunikasi dengan calon wisatawan.

Media sosial menjadi sarana promosi yang memiliki jangkauan luas dan biaya relatif rendah. Platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, dan WhatsApp Business dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan berbagai potensi wisata yang dimiliki

Muara Gembong. Konten yang dipublikasikan tidak hanya berupa foto destinasi, tetapi juga video pendek mengenai aktivitas wisata, cerita masyarakat lokal, proses pengolahan kuliner khas, keindahan hutan mangrove, kegiatan konservasi, serta testimoni wisatawan. Konten yang menarik dan konsisten akan meningkatkan interaksi dengan pengguna media sosial sekaligus memperluas penyebaran informasi melalui berbagai fitur berbagi.

Keberhasilan promosi digital sangat dipengaruhi oleh kualitas konten yang diproduksi. Oleh karena itu, pengelola wisata perlu meningkatkan kemampuan dalam membuat konten kreatif yang mampu menarik perhatian masyarakat. Konten harus memiliki kualitas visual yang baik, informasi yang jelas, serta narasi yang mampu menggambarkan pengalaman berwisata di Muara Gembong. Penggunaan foto berkualitas tinggi, video sinematik, infografik, serta cerita mengenai kehidupan masyarakat pesisir akan memberikan nilai tambah dibandingkan promosi yang hanya menampilkan objek wisata semata.

Digitalisasi destinasi juga mencakup penyediaan informasi yang mudah diakses oleh wisatawan. Setiap objek wisata perlu dilengkapi dengan kode QR yang dapat dipindai menggunakan telepon pintar untuk memperoleh informasi mengenai sejarah kawasan, fasilitas yang tersedia, peta lokasi, aturan kunjungan, hingga rekomendasi aktivitas wisata lainnya. Inovasi tersebut akan meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus memberikan pengalaman wisata yang lebih praktis dan modern. Selain itu, penggunaan kode QR dapat mengurangi kebutuhan media cetak sehingga lebih ramah lingkungan.

Optimalisasi promosi perlu didukung oleh pemanfaatan layanan peta digital. Lokasi objek wisata, jalur menuju kawasan, tempat parkir, pusat informasi, restoran, penginapan, serta fasilitas umum lainnya harus terintegrasi dalam layanan peta digital sehingga wisatawan dapat menemukan lokasi dengan mudah. Informasi yang akurat mengenai aksesibilitas akan meningkatkan kenyamanan wisatawan sekaligus mengurangi kendala selama perjalanan menuju destinasi.

Pengembangan paket wisata digital juga menjadi bagian penting dalam strategi promosi. Pengelola dapat menyediakan informasi mengenai berbagai pilihan paket wisata yang disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan, seperti paket wisata keluarga, wisata edukasi, wisata konservasi, wisata sekolah, wisata komunitas, maupun wisata perusahaan. Setiap paket dilengkapi dengan rincian aktivitas, durasi, fasilitas, biaya, serta mekanisme pemesanan. Penyajian informasi secara lengkap akan mempermudah wisatawan dalam menentukan pilihan sesuai minat dan kebutuhan.

Kolaborasi dengan pelaku industri kreatif menjadi salah satu strategi untuk memperluas promosi destinasi. Pengelola wisata dapat bekerja sama dengan fotografer, videografer, kreator konten, jurnalis, komunitas fotografi, serta influencer yang memiliki ketertarikan terhadap wisata alam dan lingkungan. Melalui kolaborasi tersebut, berbagai konten promosi dapat dipublikasikan kepada masyarakat yang lebih luas sehingga meningkatkan eksposur destinasi. Kerja sama ini juga dapat menghasilkan berbagai materi promosi yang lebih kreatif dan sesuai dengan tren pemasaran digital.

Pelaku UMKM juga perlu dilibatkan dalam proses digitalisasi destinasi wisata. Produk kuliner, kerajinan tangan, suvenir, dan hasil olahan masyarakat dapat dipromosikan melalui media digital sebagai bagian dari paket wisata. Penggunaan katalog digital, pembayaran non tunai, serta pemasaran melalui media sosial akan memperluas peluang pemasaran produk lokal. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya meningkatkan kunjungan wisatawan, tetapi juga memperkuat perekonomian masyarakat melalui peningkatan penjualan produk lokal.

Optimalisasi promosi tidak dapat dipisahkan dari peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Pengelola wisata perlu memperoleh pelatihan mengenai pemasaran digital, pengelolaan media sosial, fotografi, videografi, penulisan konten, desain grafis sederhana, serta penggunaan berbagai aplikasi digital. Kemampuan tersebut akan membuat pengelola lebih mandiri dalam memproduksi materi promosi tanpa selalu bergantung pada pihak luar. Selain itu, pelatihan juga mendorong lahirnya kreativitas dalam menciptakan inovasi promosi yang sesuai dengan perkembangan teknologi.

Kegiatan promosi digital perlu dilakukan secara terencana dan berkesinambungan. Pengelola dapat menyusun kalender promosi yang berisi jadwal publikasi konten, pelaksanaan kampanye wisata, promosi pada hari-hari tertentu, serta peluncuran produk wisata baru. Perencanaan yang baik akan menjaga konsistensi publikasi sehingga informasi mengenai Muara Gembong terus hadir di berbagai platform digital dan mampu mempertahankan perhatian masyarakat.

Evaluasi terhadap efektivitas promosi juga menjadi bagian penting dalam proses digitalisasi destinasi. Pengelola perlu memantau jumlah pengunjung situs web, tingkat interaksi media sosial, jumlah pemesanan paket wisata, ulasan wisatawan, serta peningkatan jumlah kunjungan sebagai indikator keberhasilan promosi. Hasil evaluasi digunakan untuk mengetahui jenis konten yang paling diminati, media promosi yang paling efektif, serta strategi yang perlu diperbaiki pada periode berikutnya.

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, optimalisasi promosi dan digitalisasi destinasi dilakukan melalui pendampingan kepada kelompok pengelola wisata dalam membangun identitas destinasi, mengembangkan media promosi digital, memproduksi konten kreatif, memanfaatkan media sosial, menyusun paket wisata digital, serta meningkatkan kemampuan penggunaan teknologi informasi. Pendampingan dilakukan secara bertahap agar masyarakat mampu mengelola sistem promosi secara mandiri setelah program selesai dilaksanakan.

Implementasi digitalisasi juga diarahkan untuk mendukung konsep pariwisata yang lebih modern, efisien, dan berorientasi pada kebutuhan wisatawan. Penggunaan teknologi tidak hanya meningkatkan kemudahan akses informasi, tetapi juga mempercepat proses pelayanan, memperluas jangkauan promosi, serta meningkatkan kualitas pengelolaan destinasi. Dengan dukungan teknologi digital, Muara Gembong memiliki peluang lebih besar untuk dikenal sebagai destinasi wisata pesisir yang menarik, edukatif, dan ramah lingkungan (Gambar 4),



Gambar 4. Optimalisasi Promosi dan Digitalisasi

Melalui optimalisasi promosi dan digitalisasi destinasi wisata, diharapkan Muara Gembong mampu meningkatkan visibilitas di tingkat regional maupun nasional. Promosi yang dilakukan secara profesional akan memperkuat citra destinasi, meningkatkan jumlah

kunjungan wisatawan, memperluas pasar bagi produk lokal, serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Digitalisasi juga akan memperkuat efektivitas tata kelola destinasi melalui penyediaan informasi yang cepat, akurat, dan mudah diakses. Dengan demikian, strategi promosi berbasis digital menjadi salah satu pilar utama dalam mendukung pengembangan Muara Gembong sebagai destinasi wisata berbasis potensi lokal yang berdaya saing, inovatif, dan berkelanjutan.

4.5. Penguatan Kolaborasi dan Penerapan Pariwisata Berkelanjutan

Penguatan kolaborasi dan penerapan pariwisata berkelanjutan merupakan strategi yang sangat penting dalam mewujudkan pengelolaan destinasi wisata yang mampu memberikan manfaat ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan secara seimbang. Keberhasilan suatu destinasi wisata tidak hanya ditentukan oleh kualitas objek wisata maupun fasilitas yang tersedia, tetapi juga bergantung pada kemampuan seluruh pemangku kepentingan untuk bekerja sama dalam merencanakan, mengelola, mengembangkan, dan menjaga keberlanjutan kawasan wisata. Melalui kolaborasi yang baik, setiap pihak dapat berkontribusi sesuai dengan kapasitas dan kewenangannya sehingga pengembangan destinasi berlangsung secara lebih efektif, efisien, dan berkesinambungan.

Muara Gembong merupakan kawasan yang memiliki karakteristik unik karena memadukan potensi wisata alam, pesisir, konservasi mangrove, budaya masyarakat nelayan, hasil perikanan, serta berbagai aktivitas ekonomi masyarakat lokal. Pengelolaan potensi tersebut membutuhkan keterlibatan banyak pihak, mulai dari pemerintah daerah, pemerintah desa, kelompok sadar wisata, Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), pelaku UMKM, komunitas lingkungan, akademisi, dunia usaha, media, hingga masyarakat setempat. Setiap pihak memiliki peran yang berbeda namun saling melengkapi sehingga kolaborasi menjadi kunci utama dalam menciptakan tata kelola destinasi yang terintegrasi.

Langkah pertama dalam memperkuat kolaborasi adalah melakukan pemetaan terhadap seluruh pemangku kepentingan yang memiliki kepentingan maupun kontribusi terhadap pengembangan wisata Muara Gembong. Pemetaan tersebut bertujuan untuk mengetahui peran masing-masing pihak, sumber daya yang dimiliki, bentuk dukungan yang dapat diberikan, serta peluang kerja sama yang dapat dikembangkan. Melalui identifikasi yang sistematis, pengelola dapat menyusun strategi kolaborasi yang lebih tepat sehingga setiap pihak memperoleh ruang untuk berpartisipasi secara aktif.

Pemerintah daerah memiliki peran sebagai fasilitator utama dalam pembangunan destinasi wisata. Dukungan pemerintah diwujudkan melalui penyusunan kebijakan, pembangunan infrastruktur, penyediaan fasilitas umum, promosi kawasan, peningkatan kualitas sumber daya manusia, serta koordinasi lintas sektor. Pemerintah desa juga memiliki peran strategis dalam mendorong partisipasi masyarakat, mengalokasikan anggaran pembangunan, serta mengintegrasikan program pengembangan wisata ke dalam rencana pembangunan desa. Sinergi antara pemerintah daerah dan pemerintah desa menjadi fondasi penting dalam menciptakan arah pembangunan destinasi yang jelas dan berkelanjutan.

Masyarakat lokal merupakan pelaku utama dalam pengembangan pariwisata berbasis potensi lokal. Keberhasilan destinasi wisata sangat dipengaruhi oleh tingkat partisipasi masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan, memberikan pelayanan kepada wisatawan, mengembangkan produk lokal, serta melestarikan budaya daerah. Oleh karena itu, masyarakat tidak hanya diposisikan sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai mitra utama dalam seluruh proses pengembangan destinasi. Keterlibatan masyarakat sejak tahap perencanaan hingga evaluasi akan meningkatkan rasa memiliki terhadap kawasan wisata sehingga mendorong terciptanya pengelolaan yang lebih bertanggung jawab.

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) menjadi salah satu organisasi yang memiliki peran sentral dalam menghubungkan berbagai kepentingan masyarakat dengan pemerintah maupun pihak lainnya. Pokdarwis bertugas mengoordinasikan kegiatan wisata, mengembangkan produk wisata, menjaga kualitas pelayanan, serta menggerakkan partisipasi masyarakat dalam berbagai kegiatan pengembangan destinasi. Penguatan kapasitas organisasi ini menjadi bagian penting dalam menciptakan kolaborasi yang lebih efektif antar pemangku kepentingan.

Pelaku usaha dan UMKM juga memiliki kontribusi besar dalam menciptakan ekosistem pariwisata yang produktif. Keberadaan usaha kuliner, penginapan, transportasi lokal, penyewaan perahu, kerajinan tangan, serta berbagai produk ekonomi kreatif menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari pengalaman wisata. Oleh karena itu, kolaborasi antara pengelola destinasi dengan pelaku usaha perlu terus diperkuat melalui penyusunan paket wisata bersama, promosi terpadu, peningkatan kualitas produk, serta pengembangan jaringan pemasaran. Sinergi tersebut akan meningkatkan nilai tambah ekonomi sekaligus memperluas manfaat pariwisata bagi masyarakat.

Perguruan tinggi memiliki peran sebagai mitra dalam pengembangan ilmu pengetahuan, inovasi, serta pendampingan masyarakat. Melalui kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, akademisi dapat memberikan kontribusi berupa pelatihan, penyusunan model pengelolaan destinasi, pengembangan produk wisata, penyusunan strategi promosi, hingga evaluasi terhadap efektivitas program yang telah dilaksanakan. Kehadiran perguruan tinggi juga mendorong terciptanya inovasi berbasis ilmu pengetahuan yang dapat meningkatkan kualitas pengelolaan destinasi wisata.

Media massa dan media digital memiliki fungsi penting dalam memperkenalkan potensi wisata Muara Gembong kepada masyarakat luas. Kolaborasi dengan media memungkinkan berbagai kegiatan wisata, festival budaya, aktivitas konservasi, maupun produk unggulan masyarakat dipublikasikan secara lebih luas sehingga mampu meningkatkan citra destinasi. Selain itu, media juga berperan sebagai sarana edukasi dalam membangun kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menjaga kelestarian lingkungan dan budaya lokal.

Selain memperkuat kolaborasi, penerapan prinsip pariwisata berkelanjutan harus menjadi dasar dalam setiap kegiatan pengembangan destinasi. Pariwisata berkelanjutan merupakan pendekatan yang menekankan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan kesejahteraan sosial masyarakat. Seluruh aktivitas wisata harus dirancang agar mampu memberikan manfaat ekonomi tanpa mengurangi kualitas lingkungan maupun menghilangkan nilai-nilai budaya yang menjadi identitas daerah.

Pelestarian lingkungan menjadi salah satu prioritas utama dalam penerapan pariwisata berkelanjutan di Muara Gembong. Kawasan mangrove, pesisir, tambak, dan habitat berbagai jenis satwa merupakan aset utama yang harus dijaga keberlangsungannya. Oleh karena itu, pengelola bersama masyarakat perlu menerapkan berbagai program konservasi seperti penanaman mangrove, pengelolaan sampah, pengurangan penggunaan plastik sekali pakai, pembersihan kawasan wisata, serta edukasi lingkungan kepada wisatawan. Upaya tersebut tidak hanya menjaga kualitas lingkungan, tetapi juga memperkuat citra Muara Gembong sebagai destinasi wisata berbasis konservasi.

Keberlanjutan sosial diwujudkan melalui peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. Pengembangan wisata harus mampu membuka lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan masyarakat, memperkuat usaha mikro, serta memberikan kesempatan yang sama bagi seluruh kelompok masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi.

Pendekatan ini akan menciptakan pemerataan manfaat sehingga masyarakat memiliki motivasi untuk terus menjaga keberlangsungan destinasi wisata.

Pelestarian budaya juga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari konsep pariwisata berkelanjutan. Tradisi masyarakat nelayan, kearifan lokal, kuliner khas, seni pertunjukan, serta berbagai aktivitas budaya perlu dipertahankan dan dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Pengembangan budaya tidak hanya dilakukan sebagai tontonan bagi wisatawan, tetapi juga sebagai upaya menjaga identitas masyarakat agar tetap lestari di tengah perkembangan zaman. Dengan demikian, kegiatan wisata sekaligus menjadi media pelestarian warisan budaya lokal.

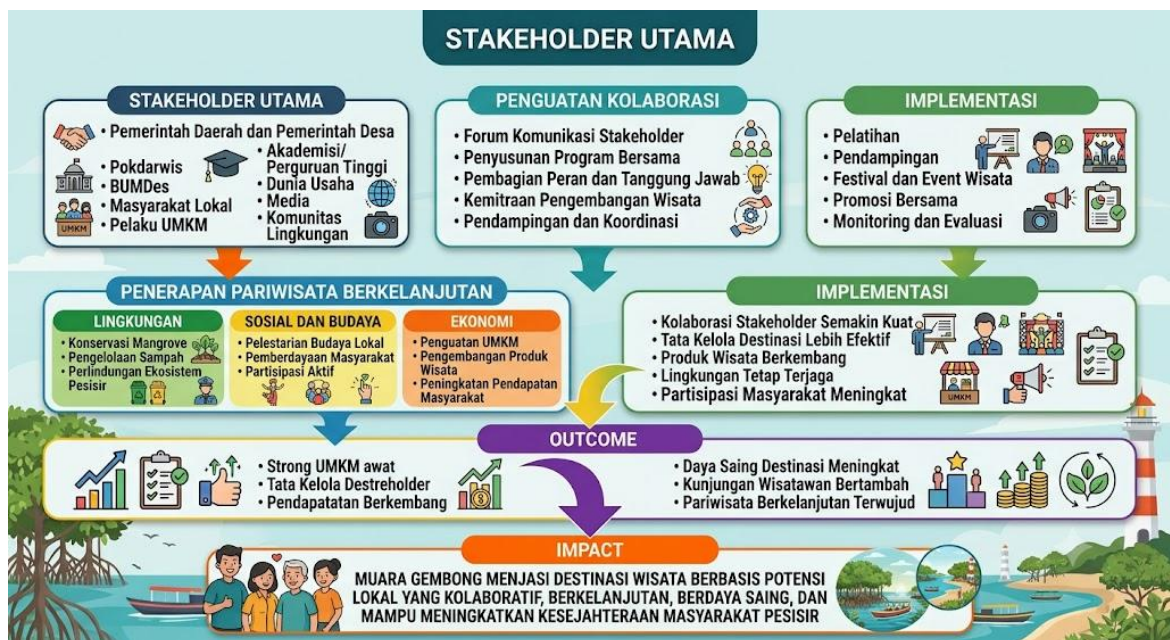
Dalam rangka memperkuat kolaborasi, perlu dibentuk forum komunikasi destinasi yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan. Forum tersebut menjadi wadah untuk menyusun program bersama, menyelesaikan berbagai permasalahan, mengevaluasi pelaksanaan kegiatan, serta merumuskan strategi pengembangan destinasi pada masa mendatang. Pertemuan rutin akan meningkatkan koordinasi, mempercepat penyelesaian masalah, serta memperkuat komitmen seluruh pihak dalam mengembangkan Muara Gembong secara berkelanjutan.

Program pengabdian kepada masyarakat berperan sebagai fasilitator dalam membangun kolaborasi tersebut melalui berbagai kegiatan seperti lokakarya, forum diskusi, pelatihan, pendampingan, dan penyusunan rencana aksi bersama. Kegiatan ini mendorong terjadinya transfer pengetahuan, peningkatan kapasitas masyarakat, serta terbentuknya jejaring kerja sama yang lebih luas antara masyarakat, pemerintah, perguruan tinggi, dan dunia usaha. Pendekatan partisipatif yang digunakan juga memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk menyampaikan aspirasi serta berkontribusi dalam setiap proses pengambilan keputusan.

Keberhasilan penerapan pariwisata berkelanjutan perlu dipantau melalui sistem monitoring dan evaluasi yang dilakukan secara berkala. Indikator yang dapat digunakan antara lain peningkatan jumlah wisatawan, pertumbuhan pendapatan masyarakat, kualitas lingkungan, tingkat partisipasi masyarakat, perkembangan UMKM, efektivitas kolaborasi antar lembaga, serta kepuasan wisatawan terhadap pelayanan yang diberikan. Hasil evaluasi menjadi dasar untuk melakukan penyempurnaan program sehingga pengembangan destinasi tetap berjalan sesuai dengan prinsip berkelanjutan.

Melalui penguatan kolaborasi dan penerapan pariwisata berkelanjutan, Muara Gembong diharapkan mampu berkembang menjadi destinasi wisata yang tidak hanya

menarik bagi wisatawan, tetapi juga memberikan manfaat nyata bagi masyarakat dan lingkungan. Kolaborasi yang harmonis antar pemangku kepentingan akan memperkuat tata kelola destinasi, meningkatkan kualitas pelayanan, memperluas peluang ekonomi, serta mempercepat proses inovasi dalam pengembangan produk wisata. Sementara itu, penerapan prinsip keberlanjutan akan menjaga kelestarian sumber daya alam dan budaya sehingga tetap dapat dimanfaatkan oleh generasi mendatang. Dengan demikian, pengembangan pariwisata di Muara Gembong tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga menjadi instrumen pembangunan daerah yang berkelanjutan, inklusif, dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir secara berkesinambungan (Gambar 5),



Gambar 5. Model kolaborasi stakeholdet

BAB 5

PENUTUP

Pengembangan kawasan wisata Muara Gembong merupakan upaya strategis untuk mengoptimalkan potensi lokal sebagai penggerak pembangunan ekonomi masyarakat sekaligus menjaga keberlanjutan lingkungan pesisir. Kawasan ini memiliki berbagai keunggulan yang menjadi modal penting dalam pengembangan destinasi wisata, antara lain keberadaan hutan mangrove, keanekaragaman hayati, wisata pesisir, aktivitas masyarakat nelayan, kuliner berbasis hasil laut, serta kekayaan budaya lokal yang masih terpelihara. Potensi tersebut memberikan peluang besar bagi Muara Gembong untuk berkembang sebagai destinasi wisata yang memiliki karakteristik unik dan mampu bersaing dengan kawasan wisata lainnya di Kabupaten Bekasi maupun di tingkat regional.

Meskipun memiliki potensi yang besar, pengembangan wisata Muara Gembong masih menghadapi berbagai tantangan yang perlu mendapatkan perhatian secara serius. Permasalahan tersebut meliputi belum optimalnya tata kelola destinasi, keterbatasan kapasitas sumber daya manusia, belum berkembangnya produk wisata yang terintegrasi, rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam promosi, serta belum kuatnya kolaborasi antar pemangku kepentingan. Berbagai kendala tersebut menyebabkan potensi yang dimiliki belum sepenuhnya mampu memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan secara optimal bagi masyarakat setempat.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dirancang dalam karya ini menawarkan pendekatan yang komprehensif melalui lima strategi utama yang saling berkaitan. Strategi pertama adalah penguatan kelembagaan dan tata kelola destinasi wisata sebagai fondasi utama dalam menciptakan organisasi pengelola yang profesional, transparan, akuntabel, dan mampu menjalankan fungsi koordinasi secara efektif. Penguatan kelembagaan diharapkan mampu meningkatkan kualitas perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, serta evaluasi seluruh kegiatan pengembangan destinasi sehingga setiap program dapat berjalan secara terarah dan berkelanjutan.

Strategi kedua adalah peningkatan kapasitas sumber daya manusia pengelola wisata. Masyarakat lokal sebagai pelaku utama dalam pengembangan destinasi perlu memiliki kompetensi yang memadai dalam bidang pelayanan wisata, pengelolaan organisasi, pemasaran, kewirausahaan, komunikasi, pemanfaatan teknologi digital, serta pelestarian lingkungan. Peningkatan kapasitas tersebut tidak hanya bertujuan menciptakan

pelayanan yang lebih profesional, tetapi juga membangun kemandirian masyarakat dalam mengelola potensi wisata yang dimiliki. Dengan sumber daya manusia yang kompeten, berbagai peluang pengembangan destinasi akan lebih mudah diwujudkan.

Strategi ketiga adalah pengembangan produk wisata berbasis potensi lokal. Pengembangan produk dilakukan dengan memanfaatkan seluruh kekayaan alam, budaya, dan aktivitas masyarakat sebagai daya tarik utama destinasi. Produk wisata tidak hanya berupa kunjungan ke objek wisata, tetapi juga dikembangkan dalam bentuk wisata edukasi, wisata mangrove, wisata budaya, wisata kuliner, wisata bahari, wisata konservasi, serta paket wisata terpadu yang mampu memberikan pengalaman autentik kepada wisatawan. Diversifikasi produk wisata akan meningkatkan nilai tambah destinasi sekaligus memperpanjang lama tinggal wisatawan sehingga manfaat ekonomi dapat dirasakan secara lebih luas oleh masyarakat.

Strategi keempat adalah optimalisasi promosi dan digitalisasi destinasi wisata. Perkembangan teknologi informasi memberikan peluang besar bagi pengelola untuk memperkenalkan Muara Gembong kepada pasar yang lebih luas melalui berbagai media digital. Pemanfaatan situs web, media sosial, peta digital, konten visual, katalog elektronik, serta berbagai platform promosi lainnya menjadi sarana yang efektif dalam membangun citra destinasi dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Digitalisasi juga mendukung peningkatan kualitas pelayanan melalui penyediaan informasi yang cepat, mudah diakses, dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan masa kini.

Strategi kelima adalah penguatan kolaborasi dan penerapan prinsip pariwisata berkelanjutan. Keberhasilan pengembangan destinasi wisata sangat bergantung pada sinergi antara pemerintah, masyarakat, Pokdarwis, BUMDes, pelaku UMKM, akademisi, dunia usaha, media, dan berbagai komunitas yang memiliki kepedulian terhadap pengembangan kawasan. Kolaborasi tersebut harus dibangun melalui komunikasi yang terbuka, pembagian peran yang jelas, serta komitmen bersama dalam menjaga keberlanjutan lingkungan, melestarikan budaya lokal, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pendekatan kolaboratif akan menghasilkan tata kelola yang lebih efektif sekaligus memperkuat daya tahan destinasi terhadap berbagai tantangan di masa depan.

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat tidak hanya berorientasi pada penyelesaian permasalahan jangka pendek, tetapi juga diarahkan untuk membangun sistem pengelolaan destinasi yang mampu berkembang secara mandiri. Pendampingan yang diberikan kepada masyarakat diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam

merencanakan program, mengelola organisasi, mengembangkan produk wisata, memanfaatkan teknologi digital, serta membangun jejaring kemitraan dengan berbagai pihak. Melalui proses tersebut, masyarakat tidak hanya menjadi objek pembangunan, tetapi juga menjadi subjek yang memiliki peran aktif dalam menentukan arah pengembangan kawasan wisata.

Keberhasilan implementasi program memerlukan komitmen bersama dari seluruh pemangku kepentingan. Pemerintah perlu memberikan dukungan melalui kebijakan, pembangunan infrastruktur, dan fasilitasi program pemberdayaan masyarakat. Perguruan tinggi dapat terus berkontribusi melalui kegiatan penelitian, inovasi, serta pengabdian kepada masyarakat. Dunia usaha dapat memberikan dukungan dalam bentuk investasi, kemitraan, maupun pengembangan pasar. Sementara itu, masyarakat menjadi aktor utama yang menjaga kualitas pelayanan, kelestarian lingkungan, serta keberlangsungan aktivitas wisata. Sinergi tersebut akan menciptakan ekosistem pariwisata yang sehat dan mampu memberikan manfaat bagi seluruh pihak.

Selain menghasilkan manfaat ekonomi, pengembangan wisata Muara Gembong juga diharapkan mampu memperkuat identitas daerah melalui pelestarian budaya lokal dan konservasi lingkungan. Pengembangan destinasi tidak boleh mengabaikan keberadaan ekosistem mangrove, kawasan pesisir, serta nilai-nilai budaya masyarakat yang menjadi ciri khas wilayah tersebut. Sebaliknya, seluruh kegiatan wisata harus mampu memperkuat kesadaran masyarakat dan wisatawan mengenai pentingnya menjaga sumber daya alam dan budaya sebagai aset utama pembangunan berkelanjutan. Ke depan, pengembangan wisata Muara Gembong perlu terus dilakukan secara adaptif dengan mengikuti perubahan kebutuhan wisatawan, perkembangan teknologi, serta dinamika pembangunan daerah. Inovasi dalam pengembangan produk, peningkatan kualitas pelayanan, penguatan promosi digital, serta perluasan kemitraan harus terus dilakukan agar destinasi tetap memiliki daya tarik yang tinggi. Evaluasi secara berkala juga diperlukan untuk memastikan bahwa seluruh program yang telah dilaksanakan memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan kualitas pengelolaan destinasi.

Secara keseluruhan, karya pengabdian kepada masyarakat ini menegaskan bahwa penguatan tata kelola wisata berbasis potensi lokal merupakan pendekatan yang tepat dalam meningkatkan daya saing destinasi Muara Gembong. Melalui penguatan kelembagaan, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, pengembangan produk wisata, optimalisasi promosi digital, serta kolaborasi yang berlandaskan prinsip pariwisata berkelanjutan,

Muara Gembong memiliki peluang besar untuk berkembang sebagai destinasi wisata unggulan yang tidak hanya menarik bagi wisatawan, tetapi juga mampu menciptakan pertumbuhan ekonomi lokal, memperkuat ketahanan sosial masyarakat, melestarikan lingkungan pesisir, dan menjaga warisan budaya daerah. Dengan komitmen yang kuat dari seluruh pemangku kepentingan, Muara Gembong dapat menjadi contoh pengembangan destinasi wisata berbasis potensi lokal yang berdaya saing, inklusif, dan berkelanjutan, sehingga manfaatnya dapat dirasakan secara berkesinambungan oleh masyarakat saat ini maupun generasi yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Andjanie, I. F., Asyifa, N., & Pratama, R. K. (2023). Strengthening community involvement: An in-depth exploration of the community-based tourism approach in Lamajang Tourism Village, Bandung Regency. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 17(2).
- Berliandaldo, M., Fasa, A. W. H., & Andriani, D. (2022). Implikasi peran Destination Management Organization (DMO)–Destination Governance (DG) dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. *Jurnal Kepariwisata*, 21(2), 95–108. <https://doi.org/10.52352/jpar.v21i2.845>
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). *Smart tourism destinations: Enhancing tourism experience through personalisation of services*. Springer.
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369–414.
- Gustaman, F. A., Mustofa, M. S., Rini, H. S., & Wardana, A. P. (2024). Sustainable tourism development strategy through the implementation of community-based tourism in the South Rayon of Donorojo, Pacitan. *Komunitas*, 16(2).
- Inskip, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. Van Nostrand Reinhold.
- OECD. (2020). *OECD tourism trends and policies 2020*. OECD Publishing.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. The Free Press.
- Pramono, R., Sitorus, N. B., Juliana, J., & Hubner, I. (2022). Community-based tourism potential in South Tangerang Village. *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia*, 8(2), 237–243.
- Putro, H. P. H., & Briliayanti, A. (2020). The effectivity of stakeholders' collaboration on tourism destination governance in Pangandaran, West Java, Indonesia. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 17(1), 29–45. <https://doi.org/10.5614/ajht.2019.17.1.3>
- Queiroz, F., & Rastrollo-Horrillo, M. A. (2015). State of art in tourist destination governance. *Tourism & Management Studies*, 11(2), 47–55. <https://doi.org/10.18089/tms.2015.11206>

- Raynaldi, R., Malihah, E., & Andari, R. (2024). Analysis of community-based tourism sustainability in Karedok Tourism Village, Jatigede District, Sumedang Regency. *Media Wisata*, 22(1).
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. CABI Publishing.
- Ruhanen, L., Scott, N., Ritchie, B. W., & Tkaczynski, A. (2010). Governance: A review and synthesis of the literature. *Tourism Review*, 65(4), 4–16.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata: Konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Gava Media.
- Tryasnandi, A., Maryani, E., & Andari, R. (2023). The concept of community-based tourism development in Situ Tandon Ciater. *Journal of Tourism Sustainability*, 3(2).
- Waridah, N. (2021). Potency, participation, and development: Insights from sustainable tourism of Setigi in Sekapuk Village, Indonesia. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1).
- World Tourism Organization. (2007). *A practical guide to tourism destination management*. UNWTO.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2018). *Tourism for sustainable development in the 2030 agenda*. UNWTO.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2019). *UNWTO tourism definitions*. UNWTO.