

MODEL PENGUKURAN KONDISI AWAL SEBAGAI DASAR PENGEMBANGAN PROGRAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT BERKELANJUTAN, STUDI KASUS: KAWASAN WISATA PANTAI BARU, KABUPATEN BANTUL

Djarot Purbadi

Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Email: purbadi@mail.uajy.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian pada masyarakat pada hakekatnya adalah implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi pada situasi nyata dalam kehidupan masyarakat. Umumnya kegiatan pengabdian pada masyarakat oleh perguruan tinggi sampai saat ini umumnya bersifat jangka pendek. Idealnya, kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah bersifat jangka panjang agar manfaat dan dampaknya signifikan dan dapat diukur dengan pendekatan yang rasional. Kegiatan pengabdian pada masyarakat sebaiknya diawali dengan pengukuran kondisi awal sebagai titik awal suatu perubahan jangka panjang dari skenario perubahan jangka panjang. Tulisan ini menampilkan model pengukuran kondisi awal suatu kawasan dengan pendekatan rasional berdasarkan aspek MSPD (*Marketability, Sustainability, Participatory, Disaster Mitigation*) sebagai dasar bagi pengembangan suatu kawasan dalam skenario perubahan jangka panjang. Model MSPD diterapkan pada kasus kawasan wisata Pantai Baru di pesisir Kabupaten Bantul. Tulisan ini menampilkan, penilaian kondisi awal menggunakan kriteria MSPD dapat menjadi dasar untuk penyusunan program pengembangan kawasan sesuai kebutuhan dalam lima tahun pada kawasan wisata Pantai Baru.

Kata kunci: Pengukuran Kondisi Awal, Pantai Baru, Pengabdian Masyarakat Berkelanjutan.

Measurement of Initial Condition As A Basis for Developing Sustainable Community Development Program, Case Study: Pantai Baru Coastal Tourism Area, Regency Bantul

ABSTRACT

Community service activities is essentially the implementation of science and technology in real situations in the life of society. Generally, community service activities by universities until today generally are short term. Ideally, community service activities are long-term so that the benefits and impact significantly and can be measured with a rational approach. Community service activities should start by measuring the initial conditions as a starting point for a long-term change of long-term change scenario. This paper displays measurement model initial conditions of a region with a rational approach based on aspects MSPD (Marketability, Sustainability, Participatory, Disaster Mitigation) as the basis for the development of an area in the scenario of long-term change. MSPD models applied in the case of Pantai Baru tourist area in the coastal district of Bantul. This paper displays, the initial condition assessment using the criteria MSPD can be the basis for the preparation of regional development programs as needed within five years at the Pantai Baru tourist area.

Keywords: *Measurement Initial Condition, Pantai Baru, Sustainable Community Services.*

LATAR BELAKANG

Perguruan tinggi di Indonesia wajib melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi yang isinya adalah Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat. Atas dasar ketentuan Tri Dharma, maka Perguruan Tinggi adalah tempat belajar ilmu pengetahuan, tempat mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi, yang akhirnya harus diterapkan dalam kehidupan masyarakat guna mendorong pencapaian kemajuan dan kesejahteraan serta daya saing bangsa. Perguruan tinggi memiliki kedudukan dan peran yang strategis bagi suatu bangsa atau negara.

Kegiatan pengabdian pada masyarakat pada umumnya dilakukan civitas akademika universitas, intinya adalah menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk membantu masyarakat mengembangkan diri menuju kesejahteraan. Kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah salah satu ujung tombak eksistensi sebuah perguruan tinggi atau universitas. Makin tinggi intensitas dan keberhasilan kegiatan pengabdian pada masyarakat, maka kehidupan masyarakat makin terbantu, kemajuannya semakin berkembang dan berkualitas. Artinya, kegiatan pengabdian pada masyarakat merupakan salah satu kegiatan strategis bagi perguruan tinggi.

Pengamatan terhadap kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilakukan secara acak menunjukkan bahwa dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat pelaku kegiatan (civitas akademika) berusaha masuk ke dalam kehidupan masyarakat secara fisik dan intelektual, khususnya kelompok masyarakat tertentu secara intens. Kedekatan antara pelaku kegiatan dengan kelompok masyarakat (mitra pengabdian) merupakan salah satu syarat keberhasilan kegiatan. Kedekatan pelaku dengan mitra pengabdian menjadi penting karena merupakan pintu masuk bagi adanya program dan kegiatan yang tepat dan direncanakan bagi mitra pengabdian yang harus memperoleh manfaat langsung. Tanpa hubungan yang dekat dan intens, kegiatan pengabdian pada masyarakat kehilangan roh sejatinya, sebab tidak berakar pada kebutuhan mitra pengabdian, yang diharapkan menerima manfaat serta berkembang kehidupannya secara lebih baik.

Keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat diukur dari terjadinya manfaat dan dampak positif bagi mitra pengabdian (masyarakat atau kelompok tertentu), berupa perubahan aspek tertentu kehidupan mereka dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Perubahan dapat terjadi pada aras abstrak hingga konkrit, mulai dari perubahan nilai-nilai, mindset, perilaku, hingga lingkungan kehidupan berupa benda-benda fisik. Perubahan yang diharapkan adalah menuju pada peningkatan kualitas kehidupan masyarakat, khususnya kesejahteraan, kebudayaan, kualitas sumberdaya manusia, serta kelestarian alam. Artinya, sangatlah penting perubahan yang terjadi pada manusia dan kehidupannya seiring sejalan dengan pelestarian alam dan lingkungan.

Kegiatan pengabdian pada masyarakat pada umumnya bertolak dari sebuah titik awal tertentu dengan pendekatan yang khas. Minimal ada dua pendekatan yang mengawali titik kegiatan pengabdian pada masyarakat, yaitu [1] pendekatan empiris dan [2] pendekatan teoritis. Pendekatan empiris banyak dilakukan, khususnya untuk menciptakan kedekatan dan untuk memperoleh data lapangan yang dianalisis guna menemukan permasalahan spesifik mitra pengabdian. Pendekatan empiris berusaha mengumpulkan data lapangan untuk dianalisis dan menghasilkan problema umum dan problema spesifik yang ada di kalangan mitra pengabdian. Hasil pendekatan ini berupa rumusan permasalahan dan berbagai hal yang menjadi kebutuhan mitra pengabdian. Dapat dikatakan, permasalahan mitra menjadi titik awal penyusunan program dan kegiatan pengabdian masyarakat, baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang.

Pendekatan empiris banyak dilakukan, dengan keyakinan bahwa data lapangan dapat dianalisis untuk diperoleh rumusan permasalahan spesifik pada mitra pengabdian yang menjadi titik berangkat suatu program pengabdian pada masyarakat. Setelah diperoleh permasalahan spesifik sesuai kebutuhan mitra pengabdian, maka tim pengabdian segera menyusun rencana aksi berupa program intervensi untuk mengatasi permasalahan mitra. Artinya, program dan kegiatan pengabdian masyarakat yang disusun diharapkan sungguh berbasis pada kondisi, kebutuhan dan permasalahan mitra pengabdian. Tujuannya adalah agar program dan kegiatan pengabdian pada masyarakat dapat tepat sasaran, berdampak seperti yang diharapkan yaitu perubahan pada mitra pengabdian.

Pendekatan teoritis juga dilakukan dengan cara pelaku pengabdian berbekal teori tertentu dan melakukan investigasi lapangan untuk memperoleh pemahaman tentang kondisi, kebutuhan dan permasalahan mitra. Pendekatan teoritis cenderung melihat kondisi awal sebagai bagian dari perkembangan jangka panjang dengan ukuran tertentu yang ditetapkan. Pendekatan teoritis menggunakan instrumen yang diturunkan dari teori untuk mengukur aspek-aspek tertentu dari kawasan pengabdian pada masyarakat sampai menemukan nilai dari aspek tertentu yang menunjukkan status kawasan pada saat diukur.

Keterangan tentang status kawasan pada saat diukur sangat penting, sebab menjadi dasar untuk memahami kondisi saat tertentu dan memikirkan program atau kegiatan yang tepat bagi pengabdian masyarakat yang akan dilaksanakan. Pada sisi yang lain, posisi nilai tertentu dapat menjadi titik tolak dan inspirasi jenis kegiatan apa yang tepat untuk melakukan perubahan ke status tertentu yang lebih baik. Artinya, pendekatan teoritis semacam ini memberi kerangka berpikir secara lebih spesifik terkait dengan tindakan intervensi yang akan dikembangkan agar status aspek tertentu meningkat.

Artikel ini memaparkan pendekatan teoritis sebagai titik awal dan diwujudkan menjadi pengukuran kondisi awal suatu kawasan wisata pantai (kasus tulisan ini adalah Pantai Baru di Kabupaten Bantul) yang akan digunakan sebagai tempat pengabdian pada masyarakat selama beberapa tahun. Pengukuran awal merupakan bagian pertama dari program kegiatan pengabdian pada masyarakat berpola multi-years yang akan dilakukan dalam periode waktu sekitar 5 tahun ke depan di kawasan wisata Pantai Baru di pesisir selatan Kabupaten Bantul.

Tim berpikir bahwa pengukuran kondisi awal merupakan salah satu langkah penting yang harus dilakukan agar kondisi awal dapat dikenali secara spesifik dan intervensi yang akan dilakukan lebih tepat dan dalam perkembangannya dapat dilakukan pemantauan dan evaluasi secara rasional. Oleh karenanya, kegiatan pengukuran yang dipaparkan dalam artikel ini menjadi salah satu langkah penting, bahkan sebagai pijakan utama penyusunan program kegiatan yang akan dilakukan secara multi-years pada kawasan pengabdian masyarakat.

Pantai Baru merupakan salah satu pantai berpasir hitam yang berada di Dusun Ngentak, Poncosari, Srandakan, Kabupaten Bantul. Secara geografis Pantai Baru berdekatan dengan pantai Pandansimo dan Pantai Kuwaru, merupakan dua pantai yang telah dikenal oleh masyarakat lebih dahulu. Pantai Baru berada di sebelah timur dari Pantai Kuwaru dan berada di sebelah barat dari Pantai Pandansimo. Pantai Baru mulai dibuka oleh masyarakat Dusun Ngentak dan dikenal oleh masyarakat secara lebih luas sejak tahun 2010. Kawasan wisata Pantai Baru muncul karena adanya keinginan warga masyarakat desa untuk menciptakan kawasan wisata pantai dengan citra positif.

Pantai Baru memiliki aset alam yang menjadi keunggulan destinasi wisata dan aset budaya mengenai aktivitas pariwisata berbasis pantai. Pantai Baru memiliki arti ekonomi, sosial-budaya dan ekologi yang sangat penting bagi kawasan pantai selatan kabupaten Bantul. Pengembangan pariwisata pantai di Bantul juga sejalan dengan Peraturan Daerah Kabupaten Bantul no. 3 Tahun

2004 Tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah Bantul. Perda tersebut memantapkan potensi wisata pantai di Pantai Baru menjadi obyek dan daya tarik wisata (ODTW) yang perlu dikembangkan dengan seksama.

Perkembangan kawasan wisata Pantai Baru cukup pesat, namun dengan pola spontan dan gagasan acak dari para pelaku kegiatannya. Dinas Pariwisata Bantul berkehendak menata kawasan wisata Pantai Baru agar menjadi lebih baik. Sejalan dengan kondisi tersebut, terdapat peluang untuk melakukan kegiatan intervensi membantu masyarakat setempat untuk mengembangkan kawasan wisata Pantai Baru dengan arah yang jelas.

Kajian pariwisata sebagai bentuk kajian yang berfokus pada kawasan wisata menjadi potensi yang perlu digunakan untuk membantu kawasan wisata Pantai Baru berkembang secara terarah dan semakin berkualitas. Kajian wisata yang berfokus pada paket-paket wisata akan secara langsung menyentuh unsur-unsur kunci pada suatu kawasan wisata, menemukan permasalahannya dan membantu pengarahannya ke depan dalam jangka waktu tertentu. Kajian pariwisata memberi peluang untuk pengembangan berbasis potensi kawasan dan kebutuhan pasar dengan dilandasi konsep pelestarian alam, budaya dan kehidupan sosial masyarakat secara berkelanjutan.

Tujuan dari program pengabdian pada masyarakat adalah mendampingi perubahan dan perkembangan kawasan wisata secara menyeluruh, pada aspek sosial, budaya, ekonomi, dan ekologi. Program intervensi yang dimunculkan bertolak dari analisis kebutuhan mitra pengabdian, secara jangka pendek maupun jangka panjang. Idealnya, program pengabdian pada masyarakat merupakan program kemitraan berkelanjutan, agar mitra pengabdian memperoleh manfaat jangka panjang dan bersifat relatif permanen. Pada akhirnya, lewat pengabdian pada masyarakat, diharapkan perkembangan masyarakat dapat dilakukan sendiri secara mandiri oleh masyarakat.

MASALAH

Permasalahan pada kawasan wisata Pantai Baru adalah bagaimana mengembangkan kawasan Pantai Baru menjadi destinasi wisata sesuai dengan kondisi, potensi lokal dan permasalahan yang ada terarah pada upaya pemberdayaan masyarakat dan kelestarian lingkungan secara berkelanjutan. Kawasan wisata Pantai Baru seyogyanya dikembangkan menjadi kawasan wisata yang berstandar nasional hingga internasional. Permasalahan kawasan wisata Pantai Baru dilihat denganacamata kajian pariwisata, yang berfokus pada tiga aspek, yaitu pemasaran, partisipasi, keberlanjutan. Khusus untuk wilayah kabupaten Bantul, diperlukan satu tambahan lagi, yaitu mitigasi bencana.

METODE PELAKSANAAN

Tim pengabdian masyarakat berkeyakinan bahwa kegiatan pengabdian pada masyarakat harus diawali dengan pemahaman mitra dan permasalahan spesifiknya. Pemahaman kondisi, situasi dan permasalahan mitra pengabdian dilakukan secara mendalam dan terukur. Oleh karenanya, pengukuran dilakukan dengan memilih konsep-konsep yang relevan dengan program pengembangan kawasan wisata. Pengukuran awal yang dilakukan pada kasus Pantai Baru menggunakan landasan konsep *Marketability*, *Sustainability*, *Participation* dan *Disaster Management* yang dirancang dan digabungkan menjadi satu instrumen. Konsep-konsep tersebut digunakan untuk mengukur status paket-paket wisata yang dikembangkan di Pantai Baru, baik eksisting maupun yang mungkin diangkat karena keunikan kondisi alam, sosial dan budaya masyarakatnya.

Bagan Kerangka Penilaian Kawasan Wisata

| KAWASAN WISATA | MARKETABILITY | SUSTAINABILITY | PARTICIPATORY | DISASTER MITIGATION | |
|----------------|---------------|----------------|---------------|---------------------|----------|
| PAKET WISATA-1 | SKOR | SKOR | SKOR | SKOR | JUMLAH |
| PAKET WISATA-2 | SKOR | SKOR | SKOR | SKOR | JUMLAH |
| PAKET WISATA-3 | SKOR | SKOR | SKOR | SKOR | JUMLAH |
| PAKET WISATA-4 | SKOR | SKOR | SKOR | SKOR | JUMLAH |
| DST | SKOR | SKOR | SKOR | SKOR | JUMLAH |
| | JUMLAH | JUMLAH | JUMLAH | JUMLAH | JUMLAH |
| | PREDIKAT | PREDIKAT | PREDIKAT | PREDIKAT | PREDIKAT |

Sumber: Pemikiran Tim Inspect, 2016

Model pengukuran kuantitatif kondisi awal kawasan wisata dengan pendekatan rasional mengangkat aspek MSPD (*Marketability, Sustainability, Participatory, Disaster Mitigation*) dapat menjadi kunci bagi pengembangan suatu kawasan wisata dalam jangka panjang. Ketiga aspek MSPD merupakan aspek-aspek kunci yang menjadi kriteria dan tolok ukur status suatu kawasan wisata dengan unsur-unsur kepariwisataan yang ada di dalamnya.

Marketability terkait pemasaran obyek wisata merupakan elemen kunci yang harus diperhatikan dalam pengelolaan kawasan wisata agar berkembang secara mandiri dalam jangka panjang. *Sustainability* juga merupakan unsur penting yang menyangkut kelestarian alam (Siswanto, Anggoro, & Sasongko, 2012). Konservasi harus ada dalam kegiatan pariwisata (Permana, Santosa, & Soemardiono, 2010) terkait konservasi alam dan budaya. Partisipasi menjadi unsur yang mutlak harus ada, sebab keterlibatan masyarakat sangat menentukan keberhasilannya dalam jangka panjang (Raharjana, 2012) (Dewi, Fandeli, & Baiquni, 2013). Partisipasi sangat penting sejak awal, tahap persiapan maupun pengelolaan selanjutnya secara berkesinambungan (Dewi, 2014)(Sutrisno, 2016). Penataan kawasan wisata juga harus memperhatikan aspek kebencanaan (*disaster mitigation*), seperti halnya pada penataan ruang perkotaan (Priatmodjo, 2011).

Agar penilaian dapat memperoleh hasil yang rinci, maka aspek diturunkan menjadi parameter dan rincian unturnya. Selanjutnya, dari rincian tentang unsur dilakukan penetapan nilai, seperti pada contoh di bawah ini, dikembangkan untuk aspek *Marketability, Sustainability, Participatory* dan *Disaster Mitigation*.

Contoh Tabel Rincian Parameter, Unsur dan Nilai

| 1. PEMASARAN (MARKETABILITY) | | | | | | |
|------------------------------|--|---|--|---|--|---|
| PARAMETER | RINCIAN UNSUR | NILAI DAN INDIKATORNYA | | | | |
| | | NILAI-1 | NILAI-2 | NILAI-3 | NILAI-4 | NILAI-5 |
| A. Pengemasan Produk Wisata | Bentuk kemasan barang ataupun jasa-jasa wisata yang ditampilkan | Bila belum ada kesepakatan bentuk dan tampilan aneka jenis produk wisata | Bila sudah ada pelaku yang membuat standar untuk tampilan aneka jenis produk wisata, namun belum untuk semua produknya | Bila sudah ada standarisasi tampilan jenis produk, namun untuk jenis usaha tertentu | Bila sudah ada kesepakatan dan standarisasi bentuk dan semua jenis produk wisata | Bila sudah ada kesepakatan dan standarisasi bentuk dan semua jenis produk wisata dan kesinambungan tematik |
| B. Model Promosi | Pilihan berbagai media promosi | Bila belum menggunakan aneka model promosi | Bila sudah ada pelaku yang menggunakan 1 jenis model promosi | Bila sudah ada pelaku yang menggunakan lebih dari 1 media promosi | Bila penggunaan berbagai model promosi untuk seluruh pelaku telah dikoordinir | Bila sudah menggunakan berbagai media promosi dan memanfaatkan berbagai jaringan komunikasi yang terkoordinasi |
| C. Sistem informasi wisata | Kombinasi dari teknologi informasi dan aktivitas orang yang menggunakan teknologi itu untuk mendukung aktifitas wisata | Bila belum menggunakan sistem informasi | Bila sudah menggunakan 1 macam sistem informasi oleh pelaku wisata setempat | Bila sudah menggunakan aneka macam sistem informasi namun digerakkan oleh pihak luar | Bila sudah menggunakan aneka bentuk sistem informasi wisata dan hanya digerakkan oleh pelaku wisata setempat | Bila sudah menggunakan aneka bentuk sistem informasi dan digerakkan mandiri oleh pelaku wisata setempat dan aneka stakeholder |
| D. Distribusi pemasaran | Jangkauan relasi pemasaran produk wisata | Bila jangkauan relasi pemasaran masih sangat lokal (tingkat dalam kabupaten dan sekitarnya) | Bila jangkauan relasi pemasaran masih lokal (tingkat antar kabupaten dan sekitarnya) | Bila jangkauan relasi pemasaran mencapai propinsi- propinsi lain yang ada di satu pulau | Bila jangkauan relasi pemasaran mencapai tingkat nasional | Bila jangkauan relasi pemasaran mencapai tingkat internasional |

Sumber: Analisis Tim Inspect, 2016

Berikutnya, dari tabel tersebut di atas dikembangkan program intervensi yang tepat untuk digunakan ke arah pengembangannya terkait dengan setiap nilai. Misalnya, dari nilai-1 hendak berkembang menuju nilai-2 ada sebutan dengan kode [1-2], atau dari nilai-2 ke nilai-3 ada program dengan disebutkan kode [2-3], demikian seterusnya. Selanjutnya, jika sudah dirumuskan program intervensi terkait, maka dilakukan pemerincian lebih lanjut menjadi jenis kegiatan spesifik yang sesuai untuk dikembangkan. Dengan kata lain, perubahan secara gradual telah dipikirkan terkait dengan program dan kegiatan intervensi yang harus diadakan, bahkan sejak dari tahap penentuan nilai.

Contoh Tabel Nilai dan Program Pengembangan

| 1. PEMASARAN (MARKETABILITY) | | | | | | |
|------------------------------|---|--|--|--|--|--|
| PARAMETER | RINCIAN UNSUR | NILAI DAN INDIKATORNYA | | | | |
| | | Nilai 1 | Nilai 2 | Nilai 3 | Nilai 4 | Nilai 5 |
| A. Pengemasan Produk Wisata | Bentuk kemasan barang ataupun jasa-jasa wisata yang ditampilkan | Bila belum ada kesepakatan bentuk dan tampilan aneka jenis produk wisata | Bila sudah ada pelaku yang membuat standar untuk tampilan aneka jenis produk wisata, namun belum untuk semua produknya | Bila sudah ada standarisasi tampilan jenis produk, namun untuk jenis usaha tertentu | Bila sudah ada kesepakatan dan standarisasi bentuk dan semua jenis produk wisata | Bila sudah ada kesepakatan dan standarisasi bentuk dan semua jenis produk wisata dan kesinambungan tematik |
| | | PROGRAM PENGEMBANGAN | | | | |
| | Program Intervensi --> | 1.A.1. Penyusunan dan sosialisasi standar aneka produk wisata berbasis potensi lokal | | | | |
| | Program Intervensi --> | | 1.A.2. Penyusunan dan sosialisasi produk wisata jenis tertentu | | | |
| | Program Intervensi --> | | | 1.A.3. Penetapan dan sosialisasi standar produk wisata semua jenis di kawasan wisata terkait | | |
| | Program Intervensi --> | | | | 1.A.4. Perumusan dan sosialisasi IKON WISATA. | |
| | JENIS PEKERJAAN | Perencanaan dan sosialisasi ekonomi kreatif berbasis bahan lokal (pangan, pakaian, kesenian, dsb). | Pengembangan produk ekonomi kreatif tertentu (pangan, pakaian atau kesenian). | Perumusan standar produk wisata untuk semua jenis paket atau kegiatan wisata | Pemilihan, perancangan dan penggunaan IKON Wisata | |

Sumber: Analisis Tim Inspect, 2016

(2) Teknik Pengumpulan Data

Kawasan wisata Pantai Baru memiliki paket-paket wisata sejumlah 9 paket, yaitu: [1] Wisata Pantai, [2] Wisata Kuliner, [3] Wisata Teknologi Angin dan Surya, [4] Wisata Teknologi Biogas, [5] Wisata Permainan Anak-anak, [6] Wisata Pengelolaan Sampah Lingkungan, [7] Wisata Pertanian Lahan Berparis, [8] Wisata Konservasi Penyu, dan [9] Wisata Seni Budaya. Semua paket wisata tersebut dievaluasi dan dinilai berdasarkan observasi lapangan dan wawancara. Hasil observasi dan wawancara didiskusikan di dalam tim untuk menetapkan angka (skor) pada setiap paket wisata dan aspek-aspek MSPD yang terkait. Tim memberikan nilai pada tabel yang sudah disediakan, untuk memasukkan skor-skor pada sel-sel yang sudah ditentukan. Hasil penilaian menunjukkan nilai status pada aspek *Marketability*, *Sustainability*, *Participatory* dan *Disaster Mitigation* maupun hasil keseluruhan. Selanjutnya, pada jumlah nilai diletakkan predikat yang sesuai dengan kondisi terukur, menggunakan kategori berdasarkan nilai yang diperoleh, yaitu predikat: Embrio, Rintisan, Tumbuh dan Mandiri.

(3) Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan aplikasi excel agar mudah dilakukan perhitungan secara kuantitatif. Caranya, memasukkan data skor ke dalam tabel-tabel, dengan modifikasi rumus, diperoleh nilai tertentu yang menunjukkan hasil observasi lapangan dan wawancara lapangan. Pemberian skor dilakukan lewat diskusi tim, sehingga subyektivitas dapat relatif ditekan. Artinya, hasil penilaian yang diperoleh diduga kuat mencerminkan keadaan sebenarnya, termasuk pemberian predikat status kawasan saat pengukuran (embrio, rintisan, tumbuh dan mandiri) terkait dengan nilai dan kategori predikat yang dirumuskan.

(4) Lokasi, waktu, dan durasi kegiatan.

Lokasi pengukuran dilakukan di kawasan wisata Pantai Baru, dilakukan oleh sejumlah 7 orang, yang telah melakukan observasi serta wawancara dengan pihak-pihak yang terkait di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengukuran yang dilakukan dengan model instrumen MSPD menunjukkan bahwa kawasan wisata Pantai Baru masih dalam STATUS RINTISAN. Dari tabel penilaian terlihat bahwa aspek pemasaran mencapai nilai 2,28 (rintisan), aspek keberlanjutan mencapai nilai 2,42 (rintisan), aspek partisipasi memperoleh nilai 2,75 (rintisan), dan aspek mitigasi bencana memperoleh nilai 2,45 (rintisan). Perolehan nilai secara parsial (per-aspek) dan akumulasi keseluruhan menunjukkan bahwa program intervensi untuk pengembangan terhadap kawasan wisata Pantai Baru masih harus banyak dilakukan.

Mengingat nilai secara parsial maupun keseluruhan yang diperoleh Kawasan Pantai Baru adalah terendah 2,28 (rintisan) dan tertinggi adalah 2,75 (rintisan), maka program intervensi yang layak dikembangkan selama beberapa tahun (misal 5 tahun) adalah meliputi program intervensi atau program kegiatan dengan kode [2-3], [3-4], dan [4-5]. Perolehan tersebut menjadi dasar untuk menyusun tabel program intervensi multi-years, yang berbasis pada kondisi dan kebutuhan lokal sekaligus menjawab kebutuhan jangka panjang yang terencana.

Tabel Hasil Penilaian Status Terkini Kawasan Wisata Pantai Baru

| HASIL PENILAIAN PANTAI BARU | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------|-----------------|---|---|-----------------|-----------------------------------|---|---|---|---|---|--------------------------------|---|---|---|---|---|-----------------|-----------------|-------------|
| OBJEK DAN PAKET WISATA PANTAI BARU | | 1. PEMASARAN (MARKETABILITY) | | | | | 2. KEBERLANJUTAN (SUSTAINABILITY) | | | | | | 3. PARTISIPASI (PARTICIPATORY) | | | | | 4. MITIGASI BENCANA (DISASTER MITIGATION) | | | |
| NO | ASPEK PENILAIAN | A | B | C | D | Sub total | A | B | C | D | E | F | Sub total | A | B | C | D | Sub total | A | B | Sub total |
| 1 | 1. WISATA PANTAI | 2 | 3 | 2 | 2 | 2.25 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2.67 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3.50 | 4 | 1 | 2.50 |
| 2 | 2. WISATA KULINER | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.00 | 2 | 1 | 1 | 4 | 3 | 3 | 2.33 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3.00 | 4 | 1 | 2.50 |
| 3 | 3. WISATA TEKNOLOGI ANGIN DAN SURYA | 3 | 1 | 3 | 2 | 2.25 | 5 | 1 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3.83 | 4 | 5 | 2 | 2 | 3.25 | 3 | 3 | 3.00 |
| 4 | 4. WISATA TEKNOLOGI BIOGAS | 3 | 1 | 3 | 2 | 2.25 | 3 | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3.00 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2.75 | 3 | 3 | 3.00 |
| 5 | 5. WISATA PERMAINAN ANAK-ANAK | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.00 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2.33 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2.75 | 3 | 2 | 2.50 |
| 6 | 6. WISATA PENGELOLAAN SAMPAH KAWASAN | 2 | 2 | 3 | 3 | 2.50 | 3 | 1 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2.67 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3.00 | 3 | 2 | 2.50 |
| 7 | 7. WISATA TEKNOLOGI PERTAMBAKAN | 2 | 2 | 3 | 4 | 2.75 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1.17 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1.75 | 1 | 1 | 1.00 |
| 8 | 8. WISATA PERTANIAN LAHAN BERPASIR | 2 | 2 | 2 | 2 | 2.00 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2.17 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2.50 | 3 | 2 | 2.50 |
| 9 | 9. WISATA KONSERVASI PENYU | 3 | 4 | 5 | 3 | 3.75 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2.00 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2.50 | 3 | 2 | 2.50 |
| 10 | 10. WISATA SENI DAN BUDAYA | 1 | 1 | 1 | 1 | 1.00 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2.00 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2.50 | 3 | 2 | 2.50 |
| | | | | | | 2.28 | | | | | | | 2.42 | | | | | | 2.75 | 2.45 | |
| | | | | | | RINTISAN | | | | | | | RINTISAN | | | | | | RINTISAN | RINTISAN | |
| TOTAL NILAI KAWASAN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 2.47 |
| SKALA NILAI DAN SEBUTAN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | - | 1.99 | EMBRIO | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | - | 2.99 | RINTISAN | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | - | 3.99 | TUMBUH | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | - | 5.00 | MANDIRI | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Sumber: Analisis Tim Inspect, Juli 2016

Pada tabel-tabel di bawah ini, perubahan berkode [2-3] dilakukan selama 2 tahun kegiatan, sedangkan perubahan dari [3-4] dilakukan selama periode tahun ke tiga, dan perubahan dengan kode [4-5] terjadi selama 2 tahun pada akhir periode 5 tahun. Perumusan program dan kegiatan apa yang harus dikerjakan dapat dilihat lewat tabel utuh nilai dan program yang sudah ditetapkan terlebih dahulu (analisis secara khusus).

Tabel Program dan Kegiatan Pengembangan Pemasaran pada Pantai Baru tahun 2017-2022

| 1. PEMASARAN (MARKETABILITY) | NILAI | INT | TAHUN-1 | | TAHUN-2 | | TAHUN-3 | | TAHUN-4 | | TAHUN-5 | |
|--|-------|-------|---|-------|---|-------|--|-------|--|-------|--|-------|
| | 2.28 | [2-3] | [2-3] | [2-3] | [2-3] | [2-3] | [3-4] | [3-4] | [4-5] | [4-5] | [4-5] | [4-5] |
| A. Pengemasan Produk Wisata | A | [2-3] | 1.A.2. Penyusunan dan sosialisasi produk wisata jenis tertentu | [2-3] | 1.A.2. Penyusunan dan sosialisasi produk wisata jenis tertentu | [2-3] | 1.A.3. Peretapan dan sosialisasi standar produk wisata sesuai jenis di kawasan wisata terkait. | [4-5] | 1.A.4. Perumusan dan sosialisasi KON WISATA | [4-5] | 1.A.4. Perumusan dan sosialisasi KON WISATA | [4-5] |
| Bentuk kemasan barang ataupun jasa-jasa wisata yang ditampilkan | | | Perencanaan dan sosialisasi ekonomi kreatif berbasis bahan lokal (pangan, pakaian, kesenian, dll) | | Pengembangan produk ekonomi kreatif tertentu (pangan, pakaian atau kesenian) | | Perumusan standar produk wisata untuk semua jenis paket atau kegiatan wisata | | Pemilihan, perancangan dan penggunaan KON Wisata | | Pemilihan, perancangan dan penggunaan KON Wisata | |
| B. Model Promosi | B | [2-3] | 1.B.2. Pengembangan dan sosialisasi model-model promosi wisata | [2-3] | 1.B.2. Pengembangan dan sosialisasi model-model promosi wisata | [2-3] | 1.B.3. Sosialisasi dan pendirian manajemen dan pusat promosi bersama | [4-5] | 1.B.4. Pengembangan manajemen dan aneka media serta jaringan promosi wisata | [4-5] | 1.B.4. Pengembangan manajemen dan aneka media serta jaringan promosi wisata | [4-5] |
| Pilihan berbagai media promosi | | | Penyusunan konsep dan aplikasi model promosi wisata yang profesional dan efektif | | Pengembangan dan sosialisasi model promosi wisata untuk produk tertentu | | Perumusan dan sosialisasi pendirian Pusat Informasi Wisata | | Penguatan Pusat Informasi Wisata dan pengembangan jaringan kerjasama | | Penguatan Pusat Informasi Wisata dan pengembangan jaringan kerjasama | |
| C. Sistem informasi wisata | C | [2-3] | 1.C.2. Pemanfaatan berbagai macam sistem informasi bekerjasama dengan pihak luar. | [2-3] | 1.C.2. Pemanfaatan berbagai macam sistem informasi bekerjasama dengan pihak luar. | [2-3] | 1.C.3. Penyusunan dan pematangan Sistem Informasi Kawasan Wisata | [4-5] | 1.C.4. Penyusunan dan pematangan Sistem Informasi Kawasan Wisata Mandiri | [4-5] | 1.C.4. Penyusunan dan pematangan Sistem Informasi Kawasan Wisata Mandiri | [4-5] |
| Kombinasi dan teknologi informasi dan aplikasi orang yang menggunakan teknologi itu untuk mendukung aktifitas wisata | | | Pengembangan Sistem Informasi Kawasan Wisata (SKIW) | | Pengembangan Sistem Informasi Kawasan Wisata (SKIW) | | Pematangan secara intrins Website Kawasan Wisata sebagai unsur penting pengelolaaan kawasan wisata | | Pematangan secara intrins dan mandiri Website Kawasan Wisata sebagai tulang punggung pengelolaaan kawasan wisata | | Pematangan secara intrins dan mandiri Website Kawasan Wisata sebagai tulang punggung pengelolaaan kawasan wisata | |
| D. Distribusi pemasaran | D | [2-3] | 1.D.2. Pengembangan jaringan pemasaran sampai tingkat antar propinsi | [2-3] | 1.D.2. Pengembangan jaringan pemasaran sampai tingkat antar propinsi | [2-3] | 1.D.3. Pengembangan jaringan pemasaran sampai tingkat internasional | [4-5] | 1.D.4. Pengembangan jaringan pemasaran sampai tingkat internasional | [4-5] | 1.D.4. Pengembangan jaringan pemasaran sampai tingkat internasional | [4-5] |
| Jangkauan relasi pemasaran produk wisata | | | Penyusunan dan implementasi konsep pemasaran skala propinsi | | Penyusunan dan implementasi konsep pemasaran skala propinsi | | Pengembangan promosi dan jaringan promosi mencakup tingkat nasional. | | Pengembangan promosi dan jaringan promosi mencakup tingkat ASEAN. | | Pengembangan promosi dan jaringan promosi mencakup tingkat ASEAN. | |

Sumber: Analisis Tim Inspect, 2016

Tabel Program dan Kegiatan Pengembangan Keberlanjutan pada Pantai Baru tahun 2017-2022

| 2. KEBERLANJUTAN (SUSTAINABILITY) | NILAI | INT | TAHUN-1 | | TAHUN-2 | | TAHUN-3 | | TAHUN-4 | | TAHUN-5 | |
|---|-------|-------|---|-------|---|-------|--|-------|--|-------|--|-------|
| | | | 2.1 | 2.2 | 2.3 | 2.4 | 2.5 | 2.6 | 2.7 | 2.8 | 2.9 | 2.10 |
| A. Arah pembangunan fisik | A | [3-3] | 2.A.2. Penyusunan, sosialisasi dan pengelakan aturan pembangunan fisik di kawasan wisata. | [3-3] | 2.A.2. Penyusunan, sosialisasi dan pengelakan aturan pembangunan fisik di kawasan wisata. | [3-4] | 2.A.3. Penyusunan dan sosialisasi peraturan perundangan ruang terbuka. | [4-5] | 2.A.4. Pengelakan aturan tata guna lahan dan penertiban fisik kawasan secara mandiri. | [4-5] | 2.A.4. Pengelakan aturan tata guna lahan dan penertiban fisik kawasan secara mandiri. | [4-5] |
| Penggunaan luas lahan terbuka untuk pembangunan fisik | | | Penyusunan regulasi lokal penertiban ruang kawasan wisata (RDU) kawasan wisata | | Penyusunan regulasi lokal penertiban ruang kawasan wisata (RDU) kawasan wisata | | Penyusunan regulasi penertiban dan penertiban ruang terbuka | | Pengelakan hukum penertiban dan penertiban ruang terbuka | | Pengelakan hukum penertiban dan penertiban ruang terbuka | |
| B. Arah jumlah pengunjung | B | [3-3] | 2.B.2. Penerapan aktivitas berbasis lahan jalur pejalan kaki di seluruh kawasan. | [3-3] | 2.B.2. Penerapan aktivitas berbasis lahan jalur pejalan kaki di seluruh kawasan. | [3-4] | 2.B.3. Pengelakan penertiban pengunjung ke seluruh kawasan wisata. | [4-5] | 2.B.4. Pengelakan titik-titik daya tarik dan jalur pejalan kaki pada seluruh kawasan wisata. | [4-5] | 2.B.4. Pengelakan titik-titik daya tarik dan jalur pejalan kaki pada seluruh kawasan wisata. | [4-5] |
| Jumlah pengunjung di aneka objek wisata terhadap daya dukung lingkungan sesuai standar UMWTO | | | Penerapan jalur pejalan kaki di seluruh kawasan untuk penertiban penertiban kegiatan. | | Penerapan jalur pejalan kaki di seluruh kawasan untuk penertiban penertiban kegiatan. | | Pengaturan tata ruang kawasan berbasis jalur pejalan kaki | | Penambahan kelengkapan sarana-prasarana jalur pejalan kaki. | | Penambahan kelengkapan sarana-prasarana jalur pejalan kaki. | |
| C. Arah basis sumber daya alam | C | [3-3] | 2.C.2. Sosialisasi pedoman pemanfaatan sumberdaya alam di desa dan kawasan wisata. | [3-3] | 2.C.2. Sosialisasi pedoman pemanfaatan sumberdaya alam di desa dan kawasan wisata. | [3-4] | 2.C.3. Pengembangan kreativitas pemanfaatan SDA di desa dan kawasan wisata. | [4-5] | 2.C.4. Pengembangan inovasi dan keberagaman dalam pemanfaatan SDA secara mandiri. | [4-5] | 2.C.4. Pengembangan inovasi dan keberagaman dalam pemanfaatan SDA secara mandiri. | [4-5] |
| Kemampuan suplai dan daya tahan sumber daya alam atas kebutuhan wisatawan di aneka objek wisata | | | Penyusunan, sosialisasi dan implementasi regulasi pemanfaatan SDA desa dan kawasan. | | Penyusunan, sosialisasi dan implementasi regulasi pemanfaatan SDA desa dan kawasan. | | Pembangunan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal sumberdaya alam | | Pengembangan inovasi bagi kegiatan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal. | | Pengembangan inovasi bagi kegiatan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal. | |
| D. Rеспон masyarakat setempat | D | [3-3] | 2.D.2. Pengelakan satuan-satuan kegiatan wisata yang dilakukan masyarakat setempat. | [3-3] | 2.D.2. Pengelakan satuan-satuan kegiatan wisata yang dilakukan masyarakat setempat. | [3-4] | 2.D.3. Pengembangan organisasi pengelola kawasan atau desa wisata secara profesional. | [4-5] | 2.D.4. Pengembangan organisasi pengelola wisata desa dan partisipasi profesional dan mandiri. | [4-5] | 2.D.4. Pengembangan organisasi pengelola wisata desa dan partisipasi profesional dan mandiri. | [4-5] |
| Reaksi dan aksi masyarakat setempat terhadap aktifitas wisata di wilayahnya | | | Pelatihan profesionalisme penyelenggara wisata pada kelompok warga pelaku kegiatan wisata | | Pelatihan profesionalisme penyelenggara wisata pada kelompok warga pelaku kegiatan wisata | | Pembentukan organisasi pengelola wisata pada kawasan wisata | | Pembentukan organisasi pengelola wisata desa dan partisipasi profesional dan mandiri. | | Pembentukan organisasi pengelola wisata pada kawasan wisata | |
| E. Rеспон wisatawan | E | [3-3] | 2.E.2. Pengembangan layanan wisata profesional berbasis wisatawan berkelompok. | [3-3] | 2.E.2. Pengembangan layanan wisata profesional berbasis wisatawan berkelompok. | [3-4] | 2.E.3. Pengembangan website untuk mempromosikan wisata desa dan partisipasi profesional. | [4-5] | 2.E.4. Pengembangan website kawasan untuk mendukung layanan wisata secara profesional dan mandiri. | [4-5] | 2.E.4. Pengembangan website kawasan untuk mendukung layanan wisata secara profesional dan mandiri. | [4-5] |
| Reaksi dan aksi wisatawan yang berkunjung | | | Peningkatan kapasitas dan profesionalisme pengelola wisata kegiatan wisata bagi wisatawan berkelompok | | Peningkatan kapasitas dan profesionalisme pengelola wisata kegiatan wisata bagi wisatawan berkelompok | | Pembuatan website kawasan wisata | | Penambahan website kawasan wisata secara profesional untuk pengelakan kawasan. | | Penambahan website kawasan wisata secara profesional untuk pengelakan kawasan. | |
| F. Rеспон pemerintah | F | [3-3] | 2.F.2. Pengelakan proposal pengembangan kawasan dalam jangka panjang. | [3-3] | 2.F.2. Pengelakan proposal pengembangan kawasan dalam jangka panjang. | [3-4] | 2.F.3. Sosialisasi dan implementasi bertahap rencana pengembangan kawasan wisata. | [4-5] | 2.F.4. Pengembangan usulan pengembangan kawasan wisata ke dalam agenda pemerintah kabupaten. | [4-5] | 2.F.4. Pengembangan usulan pengembangan kawasan wisata ke dalam agenda pemerintah kabupaten. | [4-5] |
| Reaksi dan aksi pemerintah atas pengembangan pariwisata di wilayah tersebut | | | Penyusunan rencana jangka panjang tata ruang kawasan wisata dan desa. | | Penyusunan rencana jangka panjang tata ruang kawasan wisata dan desa. | | Penyusunan rencana detail tata ruang pada bagian-bagian kawasan wisata | | Penyusunan dan penetapan tata ruang kawasan ke dalam agenda pemerintah kabupaten. | | Penyusunan dan penetapan tata ruang kawasan ke dalam agenda pemerintah kabupaten. | |

Sumber: Analisis Tim Inspect, 2016

Tabel Program dan Kegiatan Pengembangan Partisipasi pada Pantai Baru tahun 2017-2022

| 3. PARTISIPASI (PARTICIPATORY) | NILAI | INT | TAHUN-1 | | TAHUN-2 | | TAHUN-3 | | TAHUN-4 | | TAHUN-5 | |
|---|-------|-------|---|-------|---|-------|---|-------|--|-------|--|-------|
| | | | 3.1 | 3.2 | 3.3 | 3.4 | 3.5 | 3.6 | 3.7 | 3.8 | 3.9 | 3.10 |
| A. Sumber daya lokal (local resources) | A | [3-3] | 3.A.2. Percontohan kreativitas penggunaan bahan lokal sebagai perlengkapan (variasi desain) | [3-3] | 3.A.2. Percontohan kreativitas penggunaan bahan lokal sebagai perlengkapan (variasi desain) | [3-4] | 3.A.3. Percontohan dan mockup desain sarana wisata berbasis bahan lokal (tali, bambu, kayu) | [4-5] | 3.A.4. Penataan sarana wisata keseluruhan berbasis potensi lokal | [4-5] | 3.A.4. Penataan sarana wisata keseluruhan berbasis potensi lokal | [4-5] |
| Penggunaan aneka sumber daya dan bahan lokal di objek wisata | | | Pembuatan contoh kreativitas penggunaan bahan lokal sebagai perlengkapan. | | Pembuatan contoh kreativitas penggunaan bahan lokal sebagai perlengkapan. | | Pembuatan mobil Gaseco, Flying Lifter, Kumi, poklo komunitas wisatawan, poklo pengetahuan, dan MOC. | | Penyusunan tata ruang dan desain sarana-prasarana berbasis material dan teknologi lokal. | | Penyusunan tata ruang dan desain sarana-prasarana berbasis material dan teknologi lokal. | |
| B. Rеспон jiwa lokal (local accountability) | B | [3-3] | 3.B.2. Sosialisasi pentingnya organisasi dalam pengembangan wisata. | [3-3] | 3.B.2. Sosialisasi pentingnya organisasi dalam pengembangan wisata. | [3-4] | 3.B.3. Sosialisasi manajemen wisata berbasis komunitas | [4-5] | 3.B.4. Manajemen mandiri berbasis komunitas | [4-5] | 3.B.4. Manajemen mandiri berbasis komunitas | [4-5] |
| Keterlibatan masyarakat lokal atas pengelakan dan pengembangan organisasi wisata setempat | | | Penyusunan konsep dan sosialisasi pembentukan organisasi pengelola wisata. | | Penyusunan konsep dan sosialisasi pembentukan organisasi pengelola wisata. | | Kampanye dan program pelatihan manajemen wisata berbasis komunitas | | Pemberian AWARD bagi manajemen sarana dan aktifitas wisata pantai berbasis komunitas mandiri | | Pemberian AWARD bagi manajemen sarana dan aktifitas wisata pantai berbasis komunitas mandiri | |
| C. Variasi daerah setempat (local variety) | C | [3-3] | 3.C.2. Pelatihan pengembangan produk wisata berbasis keunikan lokal. | [3-3] | 3.C.2. Pelatihan pengembangan produk wisata berbasis keunikan lokal. | [3-4] | 3.C.3. Pengelakan pengembangan produk wisata berdasarkan lokal. | [4-5] | 3.C.4. Paten atau HKI identitas produk wisata lokal. | [4-5] | 3.C.4. Paten atau HKI identitas produk wisata lokal. | [4-5] |
| Keunikan aneka daya tarik wisata setempat | | | Peningkatan kapasitas pengembangan produk berbasis keunikan lokal | | Peningkatan kapasitas pengembangan produk berbasis keunikan lokal | | Pelatihan pemandu wisata wisata lokal terkait pengetahuan vegetasi lokal, keberagaman partisi, safety dan maintenance peralatan dan outdoor activity. | | Penyusunan dan pengelakan dokumen paten atau HKI produk ekonomi kreatif berbasis pangan dan seni budaya serta pengetahuan etnologi-kearifan lokal. | | Penyusunan dan pengelakan dokumen paten atau HKI produk ekonomi kreatif berbasis pangan dan seni budaya serta pengetahuan etnologi-kearifan lokal. | |
| D. Rеспон ekonomi lokal | D | [3-3] | 3.D.2. Pengelakan satuan-satuan kegiatan berbasis keunikan individu pelaku wisata. | [3-3] | 3.D.2. Pengelakan satuan-satuan kegiatan berbasis keunikan individu pelaku wisata. | [3-4] | 3.D.3. Sosialisasi dan peningkatan status dan jelajahan layanan lembaga usaha bersama. | [4-5] | 3.D.4. Sosialisasi dan peningkatan status dan jelajahan layanan lembaga usaha bersama. | [4-5] | 3.D.4. Sosialisasi dan peningkatan status dan jelajahan layanan lembaga usaha bersama. | [4-5] |
| Sasaran pendapatan yang diterima oleh masyarakat setempat dan pelaku bisnis | | | Pelatihan pemandu wisata secara individual. | | Pelatihan pemandu wisata secara individual. | | Penyusunan dan sosialisasi pendirian lembaga usaha bersama (Koperasi). | | Pengaturan status Koperasi atau lembaga usaha bersama yang lebih berkembang. | | Pengaturan status Koperasi atau lembaga usaha bersama yang lebih berkembang. | |

Sumber: Analisis Tim Inspect, 2016

Tabel Program dan Kegiatan Pengembangan Mitigasi Bencana pada Pantai Baru tahun 2017-2022

| 4. MITIGASI BENCANA (DISASTER MITIGATION) | NILAI | INT | TAHUN-1 | | TAHUN-2 | | TAHUN-3 | | TAHUN-4 | | TAHUN-5 | |
|--|-------|-------|--|-------|--|-------|--|-------|--|-------|---|-------|
| | | | 4.1 | 4.2 | 4.3 | 4.4 | 4.5 | 4.6 | 4.7 | 4.8 | 4.9 | 4.10 |
| A. Bencana alam tsunami dan abrasi | A | [3-3] | 4.A.2. Sosialisasi dan pelatihan mitigasi bencana. | [3-3] | 4.A.2. Sosialisasi dan pelatihan mitigasi bencana. | [3-4] | 4.A.3. Penyusunan tata kawasan berbasis mitigasi bencana dan manajemen kebencanaan. | [4-5] | 4.A.3. Penyusunan tata kawasan berbasis mitigasi bencana dan manajemen kebencanaan. | [4-5] | 4.A.4. Penyusunan dan sosialisasi rencana dan konsep pemulihan pasca bencana. | [4-5] |
| Antisipasi terhadap resiko dan perencanaan pemulihan (recovery) | | | Pelatihan pemandu lokal tentang kompetensi mitigasi kebencanaan | | Pelatihan pemandu lokal tentang kompetensi mitigasi kebencanaan | | Pembuatan rencana tata ruang kawasan berbasis mitigasi dan manajemen bencana. | | Pembuatan rencana tata ruang kawasan berbasis mitigasi dan manajemen bencana. | | Pembuatan dan sosialisasi rencana dan konsep pemulihan pasca bencana | |
| B. Bencana non alam akibat gagal teknologi, wabah penyakit | B | [3-3] | 4.B.2. Sosialisasi dan pengelakan implementasi standar keamanan dan kesehatan wisata. | [3-3] | 4.B.2. Sosialisasi dan pengelakan implementasi standar keamanan dan kesehatan wisata. | [3-4] | 4.B.3. Penyusunan, sosialisasi dan implementasi standar internasional keamanan dan kesehatan wisata. | [4-5] | 4.B.3. Penyusunan, sosialisasi dan implementasi standar internasional keamanan dan kesehatan wisata. | [4-5] | 4.B.4. Implementasi secara mandiri standar internasional keamanan dan kesehatan wisata. | [4-5] |
| Antisipasi kesalahan human error dan standarisasi minimal keamanan dan kesehatan | | | Penyusunan dan penetapan standar keamanan dan kesehatan wisata pada berbagai jenis paket wisata, penyediaan sarana-prasarana pendukung, dan pengembangan pusat informasi mitigasi bencana. | | Penyusunan dan penetapan standar keamanan dan kesehatan wisata pada berbagai jenis paket wisata, penyediaan sarana-prasarana pendukung, dan pengembangan pusat informasi mitigasi bencana. | | Penyusunan, sosialisasi dan implementasi standar internasional keamanan dan kesehatan wisata. | | Penyusunan, sosialisasi dan implementasi standar internasional keamanan dan kesehatan wisata. | | Implementasi secara mandiri standar internasional dalam bidang pariwisata. | |

Sumber: Analisis Tim Inspect, 2016

PEMBAHASAN

Hasil penilaian dengan instrumen MSPD berupa tabel Program dan Kegiatan Tahunan pada 4 aspek yang difokuskan (terlampir di atas) menunjukkan nilai masing-masing aspek. Secara keseluruhan, nilai yang diperoleh pada pengukuran kawasan wisata Pantai Baru berkisar antara

2,28 sd 2,75. Artinya, status kondisi MSPD pada kawasan wisata Pantai Baru terletak pada posisi predikat RINTISAN. Status rintisan merupakan status di atas EMBRIO, jadi masih diperlukan pengembangan ke tahap TUMBUH dan MANDIRI.

Dalam sistem pengukuran MSPD yang dikembangkan ini, status RINTISAN dapat dikembangkan ke arah MANDIRI melalui pemilihan program dan kegiatan dengan kode [2-3] disambung dengan [3-4] dan dilanjutkan dengan [4-5]. Artinya, penilaian merupakan titik pijak untuk menyusun program intervensi untuk pengembangan yang direncanakan. Penilaian tidak berhenti pada penilaian, melainkan justru menjadi pijakan penyusunan program pengembangan yang bersifat umum ataupun bersifat spesifik (rumusan lebih lanjut). Atas dasar itulah, program pengembangan dapat tersusun secara rinci dan fokus, khususnya memperlihatkan aspek-aspek MSPD yang harus ditangani secara terfokus dan bertahap-berjenjang selama kurun waktu tertentu (misal: lima tahun).

Pemerincian kegiatan pengembangan sesuai aspek tertentu memberi kemungkinan penggarapan aspek secara terfokus. Rumusan dalam tabel merupakan kumpulan gagasan yang menjadi semacam “lorong gagasan pengarah”, agar perubahan yang direncanakan sungguh berbasis tema kebutuhan lokal, kondisi lokal serta wawasan perubahan jangka panjang yang terukur. Perumusan jenis kegiatan secara terinci selanjutnya mengacu pada tabel tersebut. Artinya, tema-tema kegiatan yang ada di dalam tabel terlampir sudah mampu mengarahkan pengembangan ke kondisi tertentu yang aspeknya terukur. Dengan demikian, meskipun sudah dibatasi, kreativitas pelaku pengabdian masih diberi peluang untuk merumuskan lebih spesifik jenis kegiatan yang detail dan siap dilaksanakan.

Tabel Contoh Pemerincian Program dan Kegiatan

| | NILAI | INT | TAHUN-1 |
|--|--------------------|-------|--|
| | 2.28 | [2-3] | PROGRAM DAN KEGIATAN |
| A. Pengemasan Produk Wisata | A | [2-3] | 1.A.2. Penyusunan dan sosialisasi produk wisata jenis tertentu |
| Bentuk kemasan barang ataupun jasa-jasa wisata yang ditampilkan | KEGIATAN SPESIFIK> | | Perencanaan dan sosialisasi ekonomi kreatif berbasis bahan lokal (pangan, pakaian, kesenian, dsb). |
| B. Model Promosi | B | [2-3] | 1.B.2. Pengembangan dan sosialisasi model-model promosi wisata. |
| Pilihan berbagai media promosi | KEGIATAN SPESIFIK> | | Penyusunan konsep dan aplikasi model promosi wisata yang profesional dan efektif. |
| C. Sistem informasi wisata | C | [2-3] | 1.C.2. Pemanfaatan berbagai macam sistem informasi bekerjasama dengan pihak luar. |
| Kombinasi dari teknologi informasi dan aktivitas orang yang menggunakan teknologi itu untuk mendukung aktifitas wisata | KEGIATAN SPESIFIK> | | Pengembangan Sistem Informasi Kawasan Wisata (SIKW) |
| D. Distribusi pemasaran | D | [2-3] | 1.D.2. Pengembangan jangkauan pemasaran sampai tingkat antar propinsi |
| Jangkauan relasi pemasaran produk wisata | KEGIATAN SPESIFIK> | | Penyusunan dan implementasi konsep pemasaran skala propinsi |

Dari tabel di atas ini, Program dan Kegiatan diturunkan Kegiatan Spesifik yang dapat dilakukan secara tahunan. Contoh di atas ini menjelaskan aspek pemasaran, pengemasan (unsur

A, B, C, dan D). Masing-masing unsur aspek, misalnya A (Pengemasan Produk) dengan deskripsi “Bentuk kemasan barang ataupun jasa-jasa wisata yang ditampilkan” dikembangkan lebih lanjut menjadi kegiatan spesifik “Perencanaan dan sosialisasi ekonomi kreatif berbasis bahan lokal (pangan, pakaian, kesenian, dsb)”. Artinya, pada tahun pertama harus dilakukan kegiatan “perencanaan dan sosialisasi ekonomi kreatif pangan, pakaian dan kesenian. Rumusan ini lebih nyata sebagai aksi di lapangan. Demikian seterusnya berlaku pada semua aspek. Pembacaannya dapat mengikuti pola yang digambarkan dengan tabel di bawah ini.

Tabel Pemerincian Program dan Kegiatan Tahunan

| TAHUN-1 | |
|---|--|
| PROGRAM | KEGIATAN SPESIFIK |
| 1.A.2. Penyusunan dan sosialisasi produk wisata jenis tertentu | Perencanaan dan sosialisasi ekonomi kreatif berbasis bahan lokal (pangan, pakaian, kesenian, dsb). |
| 1.B.2. Pengembangan dan sosialisasi model-model promosi wisata. | Penyusunan konsep dan aplikasi model promosi wisata yang profesional dan efektif. |
| 1.C.2. Pemanfaatan berbagai macam sistem informasi bekerjasama dengan pihak luar. | Pengembangan Sistem Informasi Kawasan Wisata (SIKW) |
| 1.D.2. Pengembangan jangkauan pemasaran sampai tingkat antar propinsi | Penyusunan dan implementasi konsep pemasaran skala propinsi |

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan: Kegiatan pengabdian masyarakat sebagai implementasi ilmu dan teknologi dari kampus ke dalam kehidupan nyata di kalangan masyarakat perlu diawali dengan pengukuran kondisi awal. Pengukuran yang menjadi awal kegiatan pengabdian masyarakat perlu dilakukan untuk memahami situasi kualitatif maupun kuantitatif yang sesungguhnya dari suatu kawasan jika akan dilakukan intervensi atau pengembangan dalam jangka waktu beberapa tahun. Pengukuran dengan konsep MSPD (*Marketability, Sustainability, Participatory dan Disaster Mitigation*) dapat digunakan untuk mengukur kondisi awal suatu kawasan wisata yang memfokus pada aspek *Marketing, Sustainability, Participatory dan Disaster Mitigation*.

Rekomendasi atau Saran: Setiap kegiatan pengabdian pada masyarakat, hendaknya diawali dengan pengukuran kondisi awal, berbasis pada konsep atau teori tertentu yang dikembangkan menjadi instrumen pengukuran agar diketahui kondisi awal dan berguna untuk merumuskan penyusunan program serta pemantauannya dalam jangka waktu beberapa tahun. Penyusunan program berbasis teori tertentu yang mewujudkan menjadi instrumen pengukuran sangat berguna untuk merumuskan program yang tepat dan membantu pengelolaan program intervensi pemberdayaan kawasan dalam jangka panjang secara bertahap-berjenjang dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Dewi, M. H. U. (2014). *Partisipasi Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Tabanan, Bali*. disertasi, tidak dipublikasikan, Sekolah Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

- Dewi, M. H. U., Fandeli, C., & Baiquni, M. (2013). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Desa Wisata Jatiluwih, Tabanan, Bali. *Kawistara*, 3(2), 129–139.
- Permana, E., Santosa, H. R., & Soemardiono, B. (2010). Integrasi Pengembangan Wisata Pantai dan Permukiman Nelayan di Pesisir Barat Kabupaten Bengkulu Selatan dalam rangka Konservasi Alam. In *Seminar Nasional Perumahan Permukiman dalam Pembangunan Kota 2010* (pp. 1–15). Surabaya: Jurusan Arsitektur ITS.
- Priatmodjo, D. (2011). Penataan kota bermuatan antisipasi bencana. *Nalars*, 10(2), 83–104.
- Raharjana, D. T. (2012). Membangun Pariwisata Bersama Rakyat: Kajian Partisipasi Lokal Dalam Membangun Desa Wisata Di Dieng Plateau. *Jurnal Kawistara*, 2(3), 225–237.
- Siswanto, H., Anggoro, S., & Sasongko, D. P. (2012). Strategi Optimasi Wisata Massal Di Kawasan Konservasi Taman Wisata Alam Grojogan Sewu. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 10(2), 100–110.
- Sutrisno. (2016). Predisposisi Partisipasi Masyarakat dalam Perencanaan Kampung Wisata (Studi Kasus Kampung Wisata Santan). *Jurnal AGRARIS*, 2(1), 36–49.

SESI TANYA JAWAB

| Nama Pemakalah | Nama Penanya | Asal Institusi | Isi Pertanyaan | Jawaban |
|----------------|--------------------|-----------------|---|--|
| Djarot Purbadi | Patricia Pahlevi N | UKDW Yogyakarta | Apakah dalam model pengukuran ini sudah diperhitungkan perubahan dalam masa perencanaan jangka panjang? Mungkinkah dalam suatu waktu dapat terjadi perubahan di masyarakat sehingga pengukuran awal dapat begeser atau kurang sesuai? | Model ini sebenarnya mencoba masuk ke aspek marketing, dll seperti yang sudah dijelaskan mengenai 4 hal yang sudah disebutkan saat presentasi. Alat ukur digunakan untuk melihat perubahan. Dengan adanya perubahan justru merasa suka dan tertarik, karena dapat diketahui hasil pengukurannya seperti apa. Kalau tidak ada perubahan justru ada yang salah dengan programnya. Kalau pengukuran awal biasanya bersifat memotret. Barulah berikutnya dilakukan pengukuran apakah terjadi perubahan dalam kurun waktu tertentu. |