

Analisis Pemasaran Padi dan Beras di Kabupaten Kebumen **Paddy and Rice Marketing Analysis in Kebumen Regency**

Imade Yoga Prasada¹⁾ a

¹⁾ Universitas Putra Bangsa

a) Jl. Ronggowarsito No.18, Sudagaran, Kedawung, Kec. Pejagoan, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah 54361
*Email: imade.yogap@gmail.com

Naskah Masuk: 4 Desember 2023 Naskah Revisi: 11 Desember 2023 Naskah Diterima: 15 Desember 2023

Abstract

Kebumen Regency is one of the districts in Central Java Province which has great potential in developing paddy and rice commodities. However, the development of these commodities is still hampered by the length of the paddy and rice marketing channels. Therefore, this research was conducted to determine the level of marketing efficiency of paddy and rice in Kebumen Regency. Research data uses primary data taken through interviews with farmers and traders. Farmer sampling was carried out using the simple random sampling method, while trader sampling was carried out using the snowball sampling method. Data was analyzed using marketing efficiency calculations. The analysis results show that the longer the marketing channel, the lower the level of rice and paddy marketing efficiency. Therefore, the paddy and rice marketing system in Kebumen Regency needs to be directed towards a marketing system that involves a small number of marketing institutions.

Key words: *marketing, paddy, rice, Kebumen Regency*

Abstrak

Kabupaten Kebumen merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan komoditas padi dan beras, tetapi pengembangan komoditas tersebut masih terhambat oleh panjangnya saluran pemasaran padi dan beras. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran padi dan beras di Kabupaten Kebumen. Data penelitian menggunakan data primer yang diambil melalui wawancara kepada petani dan pedagang. Pengambilan sampel petani dilakukan dengan menggunakan metode simple random sampling, sedangkan pengambilan sampel pedagang dilakukan dengan metode snowball sampling. Data dianalisis dengan menggunakan perhitungan efisiensi pemasaran. Hasil analisis menunjukkan bahwa semakin panjang saluran pemasaran, semakin rendah tingkat efisiensi pemasaran padi dan beras. Oleh karena itu, sistem pemasaran padi dan beras di Kabupaten Kebumen perlu diarahkan pada sistem pemasaran yang melibatkan sedikit lembaga pemasaran.

Kata kunci: pemasaran, padi, beras, Kabupaten Kebumen

Pendahuluan

Kabupaten Kebumen merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang menjadi sentra produksi padi. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa produksi padi di Kabupaten Kebumen pada tahun 2020 mencapai angka 371.398 ton

dimana angka tersebut berkontribusi sebesar 3,91 persen dari total produksi padi di Provinsi Jawa Tengah, dimana angka tersebut menempati posisi ke-8 kabupaten/kota dengan produksi padi tertinggi di Jawa Tengah (BPS, 2023). Pada tahun 2021, produksi padi di Kabupaten

Kebumen mengalami peningkatan menjadi 392.998 ton atau setara dengan 4,09 persen dari total produksi padi di Provinsi Jawa Tengah. Angka tersebut kembali mengalami peningkatan pada tahun 2022 dimana produksi padi di Kabupaten Kebumen menyentuh angka 425.285 ton (4,44 persen dari total produksi padi di Jawa Tengah).

Sektor pertanian di Kabupaten Kebumen juga masih mendominasi perekonomian wilayah secara keseluruhan. Hal tersebut dapat terlihat dari kontribusi PDRB sektor pertanian terhadap total PDRB Kabupaten Kebumen pada tahun 2018-2022 rata-rata mencapai angka 21,59 persen per tahun (BPS, 2023). Kontribusi tersebut merupakan kontribusi tertinggi diikuti oleh sektor industri pengolahan dengan kontribusi rata-rata per tahun mencapai angka 21,05 persen dan sektor perdagangan besar dan eceran dengan kontribusi sebesar 15,02 persen per tahun pada periode 2018-2022. Meskipun demikian, kinerja sektor pertanian jika dilihat dari kontribusi sektor pertanian terhadap total PDRB secara umum di Kabupaten Kebumen cenderung mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2018, kontribusi sektor pertanian terhadap total PDRB Kabupaten Kebumen mencapai angka 22,63 persen, tetapi pada tahun 2019 menurun menjadi 21,31 persen. Pada tahun 2020 dan tahun 2021, terjadi peningkatan kinerja sektor pertanian sehingga mendorong kontribusi sektor pertanian terhadap total PDRB Kabupaten Kebumen mencapai angka 21,79 persen dan 21,88 persen. Namun, pada tahun 2022 kinerja sektor pertanian mengalami penurunan kembali sehingga kontribusi sektor pertanian terhadap total PDRB Kabupaten Kebumen pada tahun 2022 hanya mencapai angka 20,38 persen. Kecenderungan penurunan kinerja sektor pertanian di Kabupaten Kebumen dilatarbelakangi oleh beberapa faktor, pertama kepemilikan lahan pertanian oleh petani di Kabupaten Kebumen cenderung rendah (<0,50 hektar), sehingga usahatani yang dijalankan oleh petani menjadi tidak efisien (Wibisonya,

Saridewi, & Anisya, 2022). Selain itu, harga jual produk pertanian di tingkat petani juga sangat berfluktuatif dan tidak dapat diperkirakan dengan baik (Nugroho, 2021). Lebih lanjut, harga input pertanian cenderung mengalami peningkatan yang signifikan yang menyebabkan biaya produksi usahatani semakin naik (Theriaux & Smale, 2021). Lebih lanjut, petani dihadapkan pada masalah panjangnya rantai pemasaran padi dan beras, sehingga berpengaruh terhadap tingkat pendapatan petani (Abdul-Rahaman & Abdulai, 2020; Mandizvidza, 2017).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa panjang-pendeknya rantai pemasaran dapat berpengaruh terhadap tingkat pendapatan petani. Saluran pemasaran yang semakin panjang memberikan konsekuensi terhadap semakin banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam sistem tata niaga komoditas, sehingga biaya pemasaran semakin tinggi dan menyebabkan margin yang diterima oleh petani menjadi semakin kecil (Dwivedi et al., 2021; Soetriono, Soejono, Hani, Suwandari, & Narmaditya, 2020). Selain itu, rantai pemasaran yang semakin panjang dapat memicu meningkatnya inefisiensi dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan (Mariyono, 2019; Tang, Zhang, & Peng, 2021). Efisiensi ini disebabkan oleh meningkatnya biaya pemasaran pada saluran pemasaran yang memiliki lebih banyak lembaga pemasaran (Asmayanti, Annisa, Azrul, Marhawati, & Syam, 2023). Meningkatnya inefisiensi pemasaran dapat mendorong turunnya tingkat pendapatan yang dapat diterima oleh petani. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menentukan margin pemasaran dan efisiensi pemasaran padi dan beras di Kabupaten Kebumen.

Tinjauan Pustaka

Pemasaran merupakan sebuah kegiatan bisnis yang meliputi seluruh proses aliran barang atau jasa dari titik awal produksi oleh produsen hingga sampai kepada konsumen akhir (Prasada, Setyawati, Saridewi, Hanung,

& Puspajanati, 2022). Kegiatan pemasaran memiliki peranan yang sangat penting terhadap penyaluran dan distribusi barang dari produsen kepada konsumen (Ekadjaja & Djaja, 2022). Pemasaran juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan untuk memfasilitasi produsen dalam usaha menyalurkan barang yang dihasilkan serta memfasilitasi konsumen untuk memperoleh barang yang diinginkannya. Tujuan kegiatan pemasaran yaitu memaksimalkan keuntungan produsen dan memaksimalkan kepuasan konsumen (Abidin, 2021). Pemasaran memiliki fungsi sebagai fasilitator antara produsen dan konsumen. Fungsi kegiatan pemasaran meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran (*exchange function*) terdiri dari fungsi penjualan dan fungsi pembelian. Fungsi pertukaran merupakan fungsi yang menunjukkan perubahan dan pengalihan hak atas kepemilikan barang atau jasa akibat terjadinya proses pergerakan barang atau jasa tersebut dari produsen ke konsumen (Firdaus, Syafril, & Fahrizal, 2023). Fungsi fisik (*physical functions*) adalah fungsi yang secara langsung terkait dengan penanganan fisik produk. Fungsi fisik kegiatan pemasaran dapat meliputi kegiatan pengangkutan dan penyimpanan (Fransiska, Susrusa, & Anggreni, 2021). Fungsi fasilitas (*facilitating functions*) adalah fungsi kegiatan pemasaran untuk memfasilitasi kelancaran dari kinerja sistem pemasaran dan menekan biaya dari fungsi pertukaran dan fungsi fisik kegiatan pemasaran (Chuang, 2018; Xu, Guo, Zhang, & Dang, 2018). Fungsi fasilitas terdiri dari fungsi standarisasi dan *grading*, fungsi resiko, fungsi pembiayaan, dan fungsi informasi pasar.

Kinerja pemasaran akan sangat bergantung pada saluran pemasaran yang digunakan. Saluran pemasaran yang melibatkan sedikit lembaga pemasaran cenderung memiliki tingkat efisiensi yang lebih tinggi dibandingkan dengan saluran pemasaran yang melibatkan lembaga pemasaran yang

lebih banyak (Asmayanti et al., 2023; Panjaitan, Salmiah, Yanti, & Pebriyani, 2023). Hal ini disebabkan oleh semakin tinggi jumlah lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran akan memberikan konsekuensi terhadap meningkatnya biaya pemasaran, sehingga efisiensi pemasaran semakin menurun.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Kebumen dengan jenis sampel yaitu petani dan pedagang. Sampel petani diambil dengan menggunakan metode simple random sampling sedangkan sampel pedagang diambil dengan menggunakan metode *snowball sampling* (Adem & Tesafa, 2020; Janah, Eddy, & Dalmiyatun, 2017). Jumlah responden petani dan pedagang yang digunakan pada penelitian ini secara keseluruhan berjumlah 63 sampel, dimana sampel petani berjumlah 42 responden, dan sampel pedagang berjumlah 21 responden. Lokasi penelitian untuk sampel petani adalah di Kecamatan Kuwarasan dan Kecamatan Karangsembung yang mewakili lokasi sentra produksi padi dan non-sentra produksi padi.

Data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis untuk menentukan margin pemasaran dan efisiensi pemasaran padi dan beras di Kabupaten Kebumen. Penentuan efisiensi pemasaran digunakan pendekatan rasio antara biaya pemasaran dengan nilai produk yang dipasarkan. Pemasaran dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil produksi dari produsen ke konsumen dengan biaya yang serendah-rendahnya, dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir dari semua pihak yang ikut serta dalam seluruh kegiatan pemasaran produk tersebut. Secara matematis, efisiensi pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Sudana, 2020):

$EP = (\text{Biaya Pemasaran}) / (\text{Nilai Produk yang Dipasarkan})$

Jika:

$EP \geq 1$, berarti tidak efisien

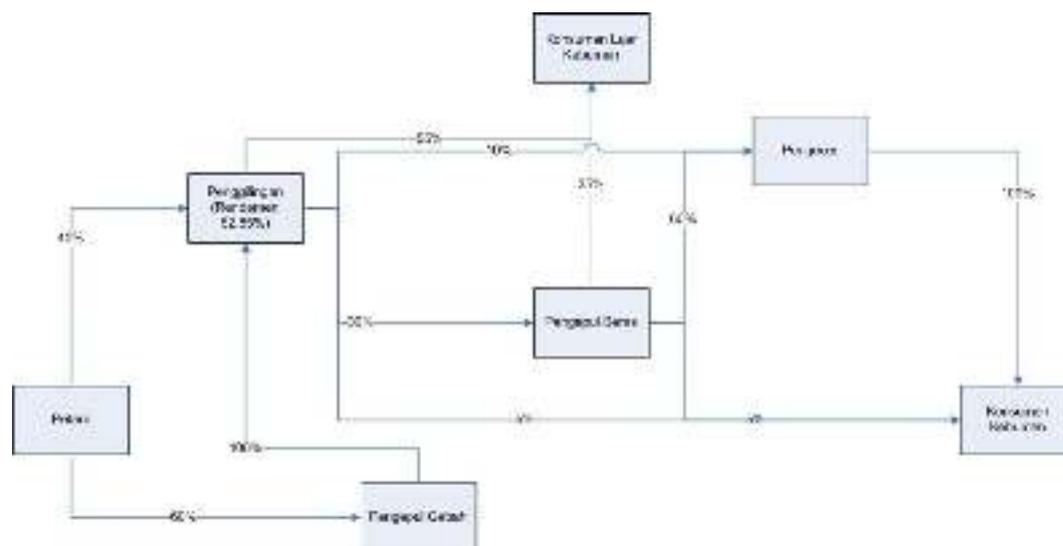
$EP < 1$, berarti efisien

Hasil dan Pembahasan

Pemasaran dapat diartikan sebagai sebuah rangkaian kegiatan yang meliputi koordinasi, penjadwalan, dan pengendalian yang terdiri atas organisasi, sumber daya manusia, aktivitas, informasi, dan sumber daya lainnya terhadap pengadaan, produksi, persediaan dan pengiriman produk ataupun layanan jasa dari suatu pemasok kepada pelanggan. Badan usaha yang melaksanakan fungsi pasokan pada umumnya terdiri dari manufaktur, penyedia layanan jasa,

distributor, dan saluran penjualan (seperti: pedagang eceran, perdagangan elektronik, dan pelanggan (pengguna akhir).

Pada kegiatan agribisnis padi dimana padi dipanen dalam bentuk Gabah Kering Panen (GKP), kemudian diolah lebih lanjut menjadi Gabah Kering Giling (GKG) dan pada akhirnya diolah lagi menjadi beras membutuhkan sistem pemasaran yang baik. Hal ini dapat mendukung terciptanya sistem yang menguntungkan bagi produsen maupun bagi konsumen. Kabupaten Kebumen merupakan salah satu kabupaten yang memiliki focus pada sistem pemasaran padi dan beras, sebab Kebumen menjadi salah satu sentra produksi padi dan beras di Jawa Tengah. Rantai pasok padi dan beras di Kabupaten Kebumen dapat dilihat pada Gambar 1. sebagai berikut.



Gambar 1. Pemasaran Padi dan Beras di Kabupaten Kebumen

Berdasarkan Gambar 1. dapat terlihat bahwa pemasaran padi dan beras di Kabupaten Kebumen yang digunakan oleh petani sebagai produsen dan konsumen sangat bervariasi (Tabel 1.). Secara keseluruhan, hasil produksi yang dihasilkan oleh petani, 40% langsung masuk ke penggilingan dan 60% masuk ke pengepul gabah (PG). Pengempul gabah banyak dipilih oleh petani sebab petani lebih mudah menjual produknya ke pengepul dibandingkan ke

penggilingan. Selain itu, sebagian petani memiliki hubungan khusus dengan pedagang pengepul dimana petani memiliki ikatan dengan pedagang pengepul dalam hal pengadaan input dan terbiasa menggunakan jasa pemasaran dari pengepul gabah. Setelah masuk ke pengepul gabah, seluruh produk selanjutnya masuk ke penggilingan. Penggilingan di Kabupaten Kebumen memiliki rendemen sebesar 62,85%, artinya dari 100 kg gabah yang masuk ke

penggilingan dapat menghasilkan produk beras sebesar 62,85 kg. Hasil penggilingan seluruhnya berbentuk beras, dan produk mengalir ke pengepul beras dan sebagian masuk ke konsumen di luar Kabupaten

Kebumen (Konsumen LK). Setelah itu, produk beras mengalir ke pengecer dan ke konsumen. Secara detail, saluran pemasaran padi dan beras di Kabupaten Kebumen dapat dilihat pada Tabel 1. sebagai berikut.

Tabel 1. Saluran Pemasaran Padi dan Beras di Kabupaten Kebumen

No.	Saluran Pemasaran
1	Petani - Giling - Konsumen LK
2	Petani - Giling - PB - Konsumen LK
3	Petani - Giling - Konsumen Kebumen
4	Petani - Giling - PB - Konsumen Kebumen
5	Petani - Giling - Pengecer - Konsumen Kebumen
6	Petani - Giling - PB - Pengecer - Konsumen Kebumen
7	Petani - PG - Giling - Konsumen LK
8	Petani - PG - Giling - PB - Konsumen LK
9	Petani - PG - Giling - Konsumen Kebumen
10	Petani - PG - Giling - PB - Konsumen Kebumen
11	Petani - PG - Giling - Pengecer - Konsumen Kebumen
12	Petani - PG - Giling - PB - Pengecer - Konsumen Kebumen

Keterangan:

Giling: Penggilingan

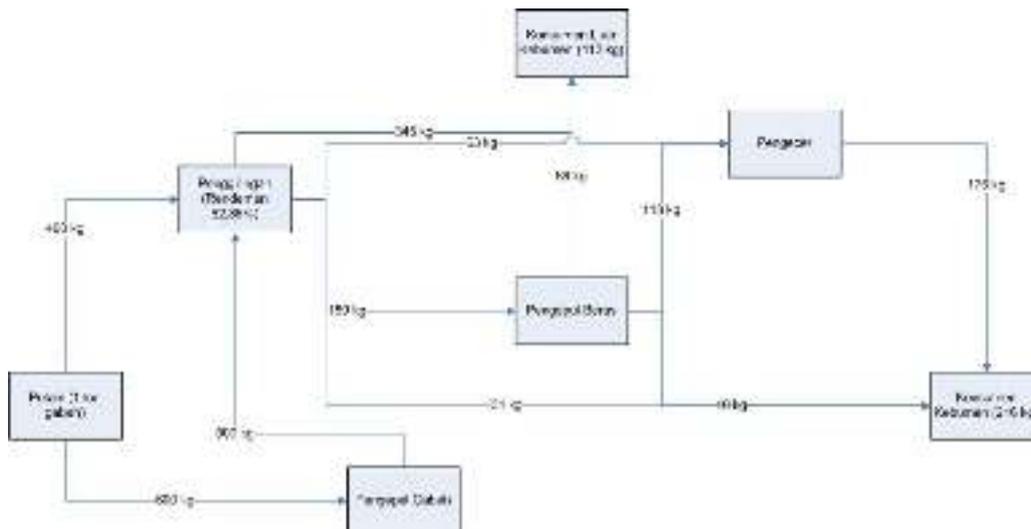
PG: Pengepul Gabah

PB: Pengepul Beras

Konsumen LK: Konsumen Luar Kota

Gambar 1. selanjutnya dapat disimulasikan dengan jumlah produksi yang dihasilkan oleh petani. Pada penelitian ini disimulasikan produksi yang dihasilkan oleh petani dalam bentuk GKG adalah sebesar 1.000 kg. Total produksi tersebut, 400 kg langsung terserap oleh penggilingan beras dan 600 kg masuk ke pengepul gabah. Selanjutnya dari pengepul gabah seluruhnya masuk ke penggilingan. Rendemen di penggilingan adalah sebesar 62,85%, sehingga dari 1.000 kg GKG yang masuk ke

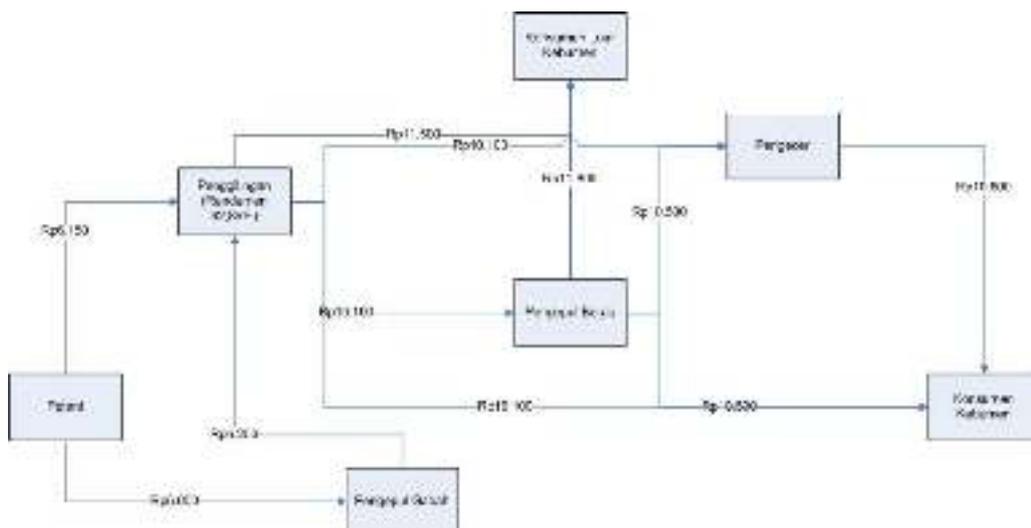
penggilingan dapat dihasilkan beras sebanyak 629 kg. Dari penggilingan dihasilkan beras yang selanjutnya mengalir ke luar Kabupaten Kebumen, ke pengepul beras di Kabupaten Kebumen, dan ke pengecer serta konsumen. Secara keseluruhan, total produksi beras petani (629 kg) di Kabupaten Kebumen yang diserap oleh konsumen lokal adalah sebanyak 216 kg dan yang diserap oleh konsumen di luar Kabupaten Kebumen adalah sebanyak 412 kg (Gambar 2.).



Gambar 2. Simulasi Aliran Produk Padi dan Beras di Kabupaten Kebumen

Jika ditinjau dari sisi harga terdapat selisih sebesar Rp150 antara gabah yang dijual oleh petani ke pengepul gabah dan gabah yang dijual petani langsung ke penggilingan (Gambar 3.). Gabah yang dijual oleh petani langsung ke penggilingan dihargai dengan harga rata-rata sebesar Rp6.150, sedangkan gabah petani yang dijual ke pengepul gabah rata-rata hanya sebesar Rp6.000. Hal ini disebabkan adanya biaya dan margin keuntungan yang diambil oleh pengepul gabah. Dari pengepul gabah selanjutnya

gabah dijual kembali ke penggilingan dengan harga Rp6.200. Meskipun lebih mahal dibandingkan dengan gabah yang dibeli langsung dari petani, tetapi saluran ini tetap digunakan oleh penggilingan sebab penggilingan dapat memastikan keberlanjutan pasokan untuk proses penggilingan gabah menjadi beras. Selain itu, dengan menggunakan saluran tersebut, penggiling tidak mengeluarkan biaya untuk melakukan proses handling produk dan biaya transportasi produk.



Gambar 3. Distribusi Harga Jual Padi dan Beras pada Masing-Masing Pelaku Pemasaran

Selanjutnya, proses penggilingan menghasilkan produk berupa beras. Beras dari penggilingan sebagian besar masuk ke

konsumen di luar Kabupaten Kebumen. Hal tersebut disebabkan karena harga beli yang ditawarkan oleh pembeli yang berasal dari

luar wilayah yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga beli yang ditawarkan oleh pembeli di dalam wilayah Kebumen. Selain itu, jumlah pembelian yang besar turut melatarbelakangi saluran ini tetap digunakan oleh penggilingan. Selain dibeli melalui penggilingan, produksi beras Kebumen juga dijual ke luar Kebumen melalui pedagang pengepul beras. Alasan penjualan ini dilatarbelakangi oleh tingginya harga yang ditawarkan oleh pedagang di luar Kabupaten Kebumen untuk beras yang dihasilkan. Pedagangan di luar Kabupaten Kebumen yang membeli beras Kebumen berasal di wilayah kabupaten tetangga, seperti Magelang dan wilayah Banjarnegara, Purbalingga, Banyumas, dan Cilacap.

Saluran pemasaran padi dan beras yang terbentuk di Kabupaten Kebumen dapat dilakukan analisis terhadap efisiensi masing-masing saluran tersebut. Secara keseluruhan terdapat 12 saluran pemasaran yang terbentuk terhadap komoditas padi dan beras di Kabupaten Kebumen. Efisiensi saluran pemasaran dinilai dengan perbandingan jumlah biaya yang dikeluarkan pada masing-masing saluran pemasaran terhadap total nilai produk yang disalurkan pada setiap saluran. Secara detail efisiensi rantai pemasaran komoditas padi dan beras di Kabupaten Kebumen dapat dilihat pada Tabel 2. sebagai berikut.

Tabel 2. Efisiensi Rantai Pemasaran Padi dan Beras di Kabupaten Kebumen

No.	Saluran Pemasaran	Biaya (Rp)	Nilai Akhir Produk (Rp)	Efisiensi
1	Petani - Giling - Konsumen LK	Rp360.186	Rp3.979.000	0,0905
2	Petani - Giling - PB - Konsumen LK	Rp125.315	Rp778.800	0,1609
3	Petani - Giling - Konsumen Kebumen	Rp32.271	Rp313.100	0,1031
4	Petani - Giling - PB - Konsumen Kebumen	Rp17.088	Rp105.000	0,1627
5	Petani - Giling - Pengecer - Konsumen Kebumen	Rp93.492	Rp680.400	0,1374
6	Petani - Giling - PB - Pengecer - Konsumen Kebumen	Rp264.613	Rp1.220.400	0,2168
7	Petani - PG - Giling - Konsumen LK	Rp446.686	Rp3.979.000	0,1123
8	Petani - PG - Giling - PB - Konsumen LK	Rp141.815	Rp778.800	0,1821
9	Petani - PG - Giling - Konsumen Kebumen	Rp40.021	Rp313.100	0,1278
10	Petani - PG - Giling - PB - Konsumen Kebumen	Rp19.338	Rp105.000	0,1842
11	Petani - PG - Giling - Pengecer - Konsumen Kebumen	Rp109.242	Rp680.400	0,1606
12	Petani - PG - Giling - PB - Pengecer - Konsumen Kebumen	Rp292.863	Rp1.220.400	0,2400

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 2. dapat diketahui bahwa saluran pemasaran paling efisien adalah saluran pemasaran nomor 1, yaitu dari petani, kemudian masuk ke penggilingan, dan masuk ke konsumen di luar wilayah Kebumen dengan nilai efisiensi sebesar 0,0905. Saluran ini menjadi saluran yang

paling efisien sebab konsumen di luar wilayah langsung membeli beras di penggilingan, sehingga biaya yang ditanggung di saluran tersebut lebih murah. Selanjutnya, saluran pemasaran ke-3 menjadi saluran pemasaran paling efisien kedua. Hal ini disebabkan oleh sedikitnya

jumlah pelaku pemasaran yang terlibat pada saluran pemasaran tersebut, sehingga biaya yang dikeluarkan menjadi lebih rendah dan nilai akhir produk dapat dipertahankan dengan baik (Mgale & Yunxian, 2020). Biaya yang lebih murah dan nilai akhir produk yang lebih tinggi dapat mendorong meningkatnya efisiensi pemasaran padi dan beras di Kabupaten Kebumen. Oleh karena itu, peningkatan kinerja pemasaran di Kabupaten Kebumen perlu diarahkan kepada sistem pemasaran yang lebih sederhana, artinya sistem pemasaran yang melibatkan sedikit lembaga pemasaran atau pedagang, sehingga pendapatan yang diterima oleh petani sebagai produsen padi dan beras dapat dioptimalkan. Penyederhanaan sistem pemasaran padi dan beras di Kabupaten Kebumen dapat dilakukan dengan menentukan offtaker oleh pemerintah daerah yang nantinya dapat menyerap produksi padi dan beras ditingkat petani dan melakukan kegiatan pemasaran dengan lebih efisien.

Kesimpulan dan Saran

Saluran pemasaran padi dan beras di Kabupaten Kebumen terdiri dari 12 jenis saluran pemasaran, dimana saluran terpendek memiliki tingkat efisiensi yang terbaik yaitu saluran pemasaran dari petani - penggilingan - konsumen. Saluran pemasaran yang paling banyak digunakan adalah saluran pemasaran yang mengalirkan produk dari petani ke konsumen luar kabupaten kebumen. Saluran pemasaran dengan jumlah pelaku pemasaran paling sedikit memiliki tingkat efisiensi yang lebih tinggi dibandingkan dengan saluran pemasaran dengan jumlah pelaku pemasaran yang lebih banyak. Hasil tersebut memberikan implikasi bahwa dalam mengoptimalkan sistem pemasaran padi dan beras di Kabupaten Kebumen maka sistem pemasaran perlu diarahkan pada sistem pemasaran yang ramping, artinya pemasaran yang hanya melibatkan sedikit lembaga pemasaran. Hal ini dapat membantu dalam menurunkan biaya pemasaran padi dan beras sehingga dapat

memberikan manfaat terhadap meningkatnya pendapatan petani padi di Kabupaten Kebumen. Sistem pemasaran yang ramping dapat diwujudkan dengan membentuk menentukan offtaker padi dan beras Kabupaten Kebumen yang siap untuk menyerap sebagian besar gabah yang dihasilkan oleh petani dan dapat melakukan kegiatan pemasaran gabah dan beras dengan baik dan efisien. Selain itu, offtaker juga dapat berperan sebagai pendamping bagi petani dalam kegiatan on farm usahatani padi di Kabupaten Kebumen, sehingga beras yang dihasilkan oleh petani memiliki varietas yang seragam dan kualitas yang baik.

Penelitian ini masih terbatas pada point of view dari sisi produsen dan konsumen dalam saluran pemasaran padi dan beras, sehingga pelaku ekonomi (perdagangan) lainnya yaitu pedagang/distributor dalam hal ini saluran pemasaran masih perlu diteliti lebih jauh perannya dalam rantai pemasaran padi dan beras. Pedagang/distributor dapat memiliki peranan strategis dalam rantai pemasaran komoditas, sehingga peta potensi kehadiran pedagang/distributor pada saluran pemasaran perlu diamati lebih lanjut untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih atas fasilitasi yang telah diberikan oleh Badan Perencanaan dan Penelitian dan Pengembangan Daerah (Bappeda) Kabupaten Kebumen sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik dan tercapai tujuan yang diharapkan dari penelitian tersebut.

Daftar Pustaka

- Abdul-Rahaman, A., & Abdulai, A. (2020). Farmer groups, collective marketing and smallholder farm performance in rural Ghana. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 10(5), 511-527. <https://doi.org/10.1108/JADEE-07->

2019-0095

- Abidin, M. Z. (2021). Analisis Business Plan Pelaku UMKM Di Kecamatan Mlarak. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(2), 166–172. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i2.96>
- Adem, M., & Tesafa, F. (2020). Intensity of income diversification among smallholder farmers in Asayita Woreda, Afar Region, Ethiopia. *Cogent Economics & Finance*, 8(1), 1–15. <https://doi.org/10.1080/23322039.2020.1759394>
- Asmayanti, A., Annisa, A., Azrul, A., Marhawati, M., & Syam, A. (2023). Marketing Channel Analysis of Chicken Eggs in Pannampu Market, Tallo District, Makassar City. *Pinisi*, 1(March), 54–59.
- BPS. (2023). *Kabupaten Kebumen Dalam Angka 2023*. Kebumen: Badan Pusat Statistik Kabupaten Kebumen.
- Chuang, S.-H. (2018). Facilitating the chain of market orientation to value co-creation: The mediating role of e-marketing adoption. *Journal of Destination Marketing & Management*, 7, 39–49. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.08.007>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., ... Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Ekadjaja, M., & Djaja, T. C. (2022). Pelatihan SWOT Balanced Scorecard untuk Pengukuran Kinerja Industri Briket Arang. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 5(1), 208–217. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v5i1.18289>
- Firdaus, A., Syafril, M., & Fahrizal, W. (2023). Marketing Analysis of Siamese Catfish (Pangasius hypopthalmus) in the Karya Keluarga Joint Business Group in Sungai Kapih Village Samarinda. *Jurnal Pembangunan Perikanan Dan Agribisnis*, 10(2). Retrieved from <https://jppa-unmul.com/index.php/ojs/article/view/226>
- Fransiska, P. I., Susrusa, K. B., & Anggreni, I. G. A. A. L. (2021). Analisis Pemasaran Kelapa Dalam di Kabupaten Tabanan. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 10(2), 716–726. Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/JAA/article/view/82448>
- Janah, R., Eddy, B. T., & Dalmiyatun, T. (2017). Alih fungsi lahan pertanian dan dampaknya terhadap kehidupan penduduk di Kecamatan Sayung Kabupaten Demak. *Jurnal Agrisocionomics Sosial Ekonomi Pertanian*, 1(1), 1–10.
- Mandizvidza, K. (2017). Analyzing marketing margins and the direction of price flow in the tomato value chain of Limpopo Province, South Africa. *International Journal of Environmental & Agriculture Research (IJOEAR)*, 3(3), 72–82. Retrieved from <http://ijoeear.com/Paper-March-2017/IJOEAR-MAR-2017-13.pdf>
- Mariyono, J. (2019). Stepping up from subsistence to commercial intensive farming to enhance welfare of farmer households in Indonesia. *Asia and the Pacific Policy Studies*, 6(2), 246–265. <https://doi.org/10.1002/app5.276>
- Mgale, Y. J., & Yunxian, Y. (2020). Marketing efficiency and determinants of marketing channel choice by rice farmers in rural Tanzania: Evidence from Mbeya region, Tanzania. *Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*, 64(4), 1239–1259. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/1467-8489.12380>
- Panjaitan, H. L., Salmiah, Yanti, D. R., & Pebriyani, D. (2023). Optimizing

- Marketing Efficiency and Farmer's Share in the Oil Palm Industry: A Study of Marketing Channels and Margins in Pasar VII Namo Terasi Village, Sei Bingai District, Langkat Regency. *Agriecobis: Journal of Agricultural Socioeconomics and Business*, 6(01), 98-104.
<https://doi.org/10.22219/agriecobis.v6i01.25193>
- Prasada, I. Y., Setyawati, H. A., Saridewi, L. P., Hanung, A. N., & Puspajanati, R. (2022). Strategi Pemasaran Digital Anyaman Pandan Di Kawasan Perdesaan Anyaman Pandan Kabupaten Kebumen. *Journal of Digital Business and Management*, 1(2), 96-103.
<https://doi.org/10.32639/jdbm.v1i2.149>
- Soetriono, S., Soejono, D., Hani, E. S., Suwandari, A., & Narmaditya, B. S. (2020). Challenges and opportunities for agribusiness development: Lesson from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 791-800.
<https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.791>
- Sudana, I. W. (2020). Analysis of Income And Marketing Efficiency Of Gouramy In Yeh Embang Kangin Jembrana Village. *SEAS (Sustainable Environment Agricultural Science)*, 4(2), 111-119.
<https://doi.org/10.22225/seas.4.2.2616.111-119>
- Tang, T. (Ya), Zhang, S. (Katee), & Peng, J. (2021). The value of marketing innovation: Market-driven versus market-driving. *Journal of Business Research*, 126, 88-98.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.12.067>
- Therriault, V., & Smale, M. (2021). The unintended consequences of the fertilizer subsidy program on crop species diversity in Mali. *Food Policy*, 102(July 2021), 102121.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2021.102121>
- Wibisonya, I., Saridewi, L. P., & Anisya, A. P. M. (2022). Analisis Usahatani Kedelai di Kecamatan Adimulyo Kabupaten Kebumen. *Journal of Agribusiness Science and Rural Development*, 2(1 SE-Articles), 20-28.
<https://doi.org/10.32639/jasrd.v2i1.231>
- Xu, H., Guo, H., Zhang, J., & Dang, A. (2018). Facilitating dynamic marketing capabilities development for domestic and foreign firms in an emerging economy. *Journal of Business Research*, 86, 141-152.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.038>
- Biodata Penulis : Imade Yoga Prasada, lahir pada tanggal 12 Januari 1995 di Pekalongan, Bekerja di Universitas Putra Bangsa Kebumen

Sinergisitas Komitmen Pelayanan dan Komitmen Organisasi

Synergy of Service Commitment and Organizational Commitment

Kabul Trifiyanto^{1) a)}

¹⁾ Universitas Putra Bangsa

a) Jl. Ronggowarsito No.18, Sudagaran, Kedawung, Kec. Pejagoan, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah 54361

*Email: k.trifiyanto@gmail.com

Naskah Masuk: 23 Oktober 2023

Naskah Revisi: 29 November 2023

Naskah Diterima: 15 Desember 2023

ABSTRACT

Commitment to service is an obligation of every service company. Employees play an important role in carrying out this commitment. The synergy of service commitment with organizational commitment is the key to the success of this strategy. This research aims to determine the influence of employee rewards, customer service training, empowerment and customer service orientation on organizational commitment. This research was conducted at a private hospital in Kebumen. The number of samples taken was 77 frontline employees. The analysis technique used is multiple linear regression with the help of SPSS. Based on the results of the analysis, it was found that employee rewards had a negative effect on organizational commitment, customer service training and customer service orientation had a positive effect on organizational commitment and empowerment did not affect organizational commitment.

Keywords: *employee reward, customer service training, empowerment, customer service orientation, organization commitment*

ABSTRAK

Komitmen pada pelayanan merupakan hal yang menjadi kewajiban setiap perusahaan jasa. Karyawan memegang peran penting dalam menjalankan komitmen tersebut. Sinergisitas komitmen layanan dengan komitmen organisasi menjadi kunci keberhasilan strategi ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh employee reward, customer service training, empowerment dan customer service orientation terhadap organization commitment. Penelitian ini dilakukan di salah satu rumah sakit swasta di Kebumen. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 77 karyawan frontline. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Berdasarkan hasil analisis ditemukan employee reward berpengaruh negatif terhadap commitment organization, customer service training dan customer service orientation berpengaruh positif terhadap komitmen organization dan empowerment tidak berpengaruh terhadap commitment organization.

Kata kunci : *employee reward, customer service training, empowerment, customer service orientation, organization commitment*

PENDAHULUAN

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi sekarang ini juga berdampak pada pengetahuan dan pemahaman masyarakat secara menyeluruh terhadap pelayanan kesehatan. Masyarakat umum disadarkan akan haknya atas pelayanan kesehatan yang diberikan oleh berbagai institusi kesehatan seperti rumah sakit, puskesmas, dan sejenisnya (Sandiata, 2013), dalam keadaan seperti ini manusia senantiasa berupaya untuk membuat tubuh dalam kondisi sehat. Berbagai cara efektif dapat dilakukan untuk tetap membuat tubuh

dalam kondisi sehat. Salah satunya yaitu pusat pelayanan kesehatan yang menjadi sasaran adalah rumah sakit. Rumah sakit, misalnya, adalah institusi pelayanan kesehatan yang harus mampu mengantisipasi, menyadari, dan mengisi kesenjangan serta masyarakat umum yang menggunakan fasilitas rumah sakit untuk penyembuhan. Rumah sakit juga merupakan tempat di mana sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik dapat diberdayakan untuk menangani masalah medis untuk pemulihan dan pemeliharaan kesehatan pasien di fasilitas kesehatan. Untuk meningkatkan kesehatan masyarakat, rumah sakit umum harus

memenuhi misinya dengan menyediakan perawatan medis yang terjangkau dan berkualitas tinggi kepada masyarakat.

Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, manajemen rumah sakit harus tanggap dalam menangkap setiap peluang dan mengantisipasi setiap ancaman. Bagaimana karyawan dapat meningkatkan keterampilan mereka dalam bidang kesehatan, manajemen, hubungan antar manusia, atau operasi teknis akan berdampak signifikan terhadap kemampuan rumah sakit untuk memenuhi visi dan misinya. Menurut (Purnami, 2017), karyawan adalah makhluk sosial yang menjadi kekayaan utama bagi setiap perusahaan. Mereka menjadi perencana, pelaksana dan pengendali yang selalu berperan aktif dalam mewujudkan tujuan perusahaan.

Karyawan akan merasa lebih nyaman bekerja untuk perusahaan jika mendapat perhatian dari manajemen, yang juga akan meningkatkan komitmen mereka terhadap organisasi. Karena didukung oleh karyawan yang setia atau setia dalam melaksanakan pekerjaannya dan berpartisipasi aktif dalam keterlibatan setiap pekerjaan, maka diharapkan kinerja karyawan juga akan meningkat jika perusahaan memiliki karyawan dengan komitmen yang baik. Karyawan yang memiliki komitmen tinggi mampu melaksanakan tanggung jawabnya, mengelolanya, dan berperilaku profesional. Menurut (Liana & Irawati, 2014) bahwa komitmen merupakan suatu keadaan individu dimana individu menjadi terikat oleh tindakannya. Melalui tindakan ini akan menimbulkan keyakinan yang menunjang aktivitas dan keterlibatannya. Karyawan akan menjalankan tanggung jawab mereka secara efektif dan menumbuhkan loyalitas terhadap bisnis sebagai hasil dari komitmen ini. Pekerja akan lebih mampu dan mau menyelaraskan perilaku mereka sendiri dengan kebutuhan, prioritas, dan tujuan organisasi jika mereka memiliki komitmen yang kuat.

Pengembangan SDM diperlukan antara lain untuk meningkatkan potensi, wawasan, keterampilan kerja, pengetahuan, sikap, kepribadian setiap karyawan dan lain-lain. Salah satu cara untuk mengembangkan SDM suatu perusahaan adalah melalui pemberian *rewards*. Menurut Kumar Piaralal et al., dalam (Mihardjo et al., 2021) penghargaan dianggap sangat

penting dalam industri jasa untuk mendorong karyawan memberikan pelayanan prima untuk aspek motivasi dan penanganan keluhan. Reward ini dapat menjadi motivasi untuk meningkatkan kinerja karyawan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara RS di Kebumen sering memberikan *reward* dalam bentuk materi maupun non materi berupa barang hadiah, bonus sampai umroh. Untuk non materi banyak karyawan yang diberikan sertifikat, piala, diumumkan dalam organisasi.

Rumah sakit juga melakukan pelatihan layanan pelanggan karena karyawan harus menyadari tanggung jawab dan apa yang perlu dihindari. Jika tidak, mereka akan melakukan pekerjaan dengan cara mereka, bukan dengan cara yang sesuai dengan peraturan perusahaan. Menurut (Indriani, 2009) pelatihan adalah proses mengajarkan keterampilan yang dibutuhkan karyawan baru atau lama untuk melakukan pekerjaannya. Keberhasilan bisnis tidak dijamin dengan memiliki karyawan potensial. Menurut (Poerwatiningsih, 2022) tujuan dilakukannya pelatihan adalah untuk meng-update keterampilan yang dimiliki oleh karyawan, karena dalam menangani pekerjaan di setiap tahunnya itu tidaklah sama, diakibatkan adanya pembaharuan kurikulum maupun pembaharuan strategi baru yang baik dilakukan untuk mengefisienkan pekerjaan. Rumah Sakit di kebumen memberikan pelatihan kepada karyawan baru maupun karyawan yang sudah lama. Pengenalan sebelum bekerja biasanya terdapat beberapa pelatihan seperti pelatihan bencana, pelatihan etika, pelatihan komunikasi dan sebagainya. Karyawan baru juga terdapat orientasi baik mengenai pelayanan yang diberikan kepada pasien sehingga diharapkan karyawan tersebut bisa menertibkan dan beradaptasi dengan karyawan.

Pemberdayaan karyawan menurut Mihardjo et al., (2020) pemberdayaan perlu diberikan agar para karyawan juga merasa memiliki tanggung jawab yang lebih dalam menangani masalah. Pemberdayaan adalah ketika karyawan diberi kesempatan dan motivasi untuk mengembangkan dan memanfaatkan bakat mereka dengan sebaik-baiknya Allen et al., (2018). Lebih jauh Zaraket & Malek (2018) memberikan peluang pemberdayaan pada karyawan akan membantu karyawan untuk terbuka dan merasa diterima

sehingga terbentuk komitmen organisasi yang kuat. Rumah Sakit di Kebumen memberikan kuasa kepada karyawan yang sudah dianggap mampu sesuai kewenangannya. Rumah sakit juga menerapkan kepada setiap karyawan bisa bekerja secara mandiri maupun tim disetiap bagian-bagiannya. Pada saat dimana pencatatan memang harus dilakukan kelompok dan juga kegiatan yang bisa dilakukan sendiri karena sudah terdapat standar kompetensinya. Panduan melayani pasien juga disusun untuk ditaati oleh setiap karyawannya, sehingga pasien tidak salah ketika dilayani. Rumah Sakit yang juga sudah terakreditasi dua dan lolos dengan paripurna secara kompetensi dan kualitas diakui oleh pemerintah.

Pengembangan SDM juga perlu melakukan orientasi layanan pelanggan karena karyawan harus dilatih untuk menghadapi masalah dan situasi yang muncul selain memiliki karyawan yang tepat untuk pekerjaan itu. Menurut (A. Aryani Hardiyanti, 2023) bahwa orientasi layanan merupakan langkah manajerial untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dimana pengintegrasian antara departemen, fokus pada layanan dan dukungan manajemen untuk suatu orientasi layanan adalah penting sebagai bahan untuk pengembangan karyawan. Orientasi layanan tersebut karyawan memiliki peran penting dalam memuaskan pelanggan terutama para karyawan yang berada pada lini depan. Aburayya et al., (2020) menitikberatkan bahwa karyawan yang mempunyai orientasi pelayanan pada pelanggan akan membentuk loyalitas pada perusahaan dalam kata lain terbentuknya komitmen organisasi dapat dilihat dan dipengaruhi oleh orientasi pada pelanggan. Namun Lombardi & Cavaliere (2019) berkata lain bahwa orientasi pada karyawan akan terbentuk jika komitmen pada organisasi sudah melekat. Rumah Sakit di Kebumen pada umumnya orientasi layanan pelanggannya ditujukan pada kepuasan pelanggannya. Karena pada prinsipnya, pemerintah mengharapkan kepada semua rumah sakit untuk mengedukasi kepada pasien bagaimana supaya pasien tertata dengan baik sesuai SOP rumah sakit dengan kode etik sehingga pasien diharapkan dapat terpenuhi K3 yaitu keselamatan, kesembuhan dan kesehatan.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka dapat disimpulkan permasalahan inti dari pengelolaan Rumah Sakit adalah pada unsur SDM dan komitmen kualitas pelayanan yang diharapkan dapat memperkuat komitmen organisasi dalam pemberian pelayanan. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian pengaruh komitmen kualitas pelayanan (*employee reward*, pemberdayaan, pelatihan dan orientasi karyawan) terhadap komitmen organisasi pada rumah sakit di Kebumen. Adapun penelitian ini mengambil sampel perusahaan pelayanan murni yaitu rumah sakit. Banyak penelitian sebelumnya menggunakan komitmen pelayanan sebagai *antesenden* dari kinerja karyawan dan kepuasan karyawan. Namun peneliti merasa perlu mengetahui bagaimana komitmen organisasi pada perusahaan terbentuk dari usaha perusahaan mengelola dan memberikan nilai tambah pada karyawannya. Karena khusus pada karyawan *frontline* merupakan wajah yang menampilkan nilai-nilai perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Organizational Commitment

Menurut (Ametepe & Otuaga, 2023), *Organizational Commitment* (OC) adalah kesiapan aktor sosial untuk berdedikasi dan menanamkan kesetiaan dalam organisasi. OC diklasifikasikan menjadi komitmen sikap dan komitmen perilaku menurut (Rawashdeh, Elayan, Shamout, & Hamouche, 2022). Komitmen sikap menunjukkan identifikasi seseorang dengan tujuan organisasi dan kesiapannya untuk bekerja menuju pencapaian tujuan tersebut. Namun, untuk komitmen perilaku, karyawan dianggap lebih setia pada praktik organisasi tertentu daripada keseluruhan organisasi (Hayes, Oltman, Kaylor, & Belgudri, 2020)

Pendapat Yusuf et al (2018) ini sering digunakan oleh para peneliti di bidang Ilmu Perilaku Organisasi dan Ilmu Psikologi. Bahwa komitmen organisasional sebagai sebuah keadaan psikologi yang mengkarakteristikan hubungan karyawan dengan organisasi atau implikasinya yang mempengaruhi apakah karyawan akan tetap bertahan dalam organisasi atau tidak, yang teridentifikasi dalam tiga komponen yaitu:

Komitmen afektif (*affective commitment*), mengarah pada *the employee's emotional attachment to, identification with, and involvement in the organization*. Ini berarti, komitmen afektif berkaitan dengan keterikatan emosional karyawan, identifikasi karyawan, dan keterlibatan karyawan pada organisasi. Dengan demikian, karyawan yang memiliki komitmen afektif yang kuat akan terus bekerja dalam organisasi karena mereka memang ingin melakukan hal tersebut. Dengan kata lain, keterlibatan emosional seseorang pada organisasinya berupa perasaan cinta pada organisasi. Komitmen afektif merupakan ikatan secara emosional yang melekat pada seorang karyawan untuk mengidentifikasi dan melibatkan dirinya dengan organisasi. Komitmen afektif ini juga dapat dikatakan sebagai penentu yang penting atas dedikasi dan loyalitas seorang karyawan. Kecenderungan seorang karyawan yang memiliki komitmen afektif yang tinggi, dapat menunjukkan rasa memiliki atas perusahaan, meningkatnya keterlibatan dalam aktivitas organisasi, keinginan untuk mencapai tujuan organisasi, dan keinginan untuk dapat tetap bertahan dalam organisasi (Rhoades, Eisenberger & Armeli, 2001)

Komitmen kontinyu (*continuance commitment*), berkaitan dengan *an awareness of the costs associated with leaving the organization*. Komitmen kontinyu berkaitan dengan persepsi seseorang atas biaya dan resiko dengan meninggalkan organisasi saat ini. Artinya, terdapat dua aspek pada komitmen kontinyu, yaitu melibatkan pengorbanan pribadi apabila meninggalkan organisasi dan ketiadaan alternatif yang tersedia bagi orang tersebut. Hal ini menunjukkan adanya pertimbangan untung rugi dalam diri karyawan berkaitan dengan keinginan untuk tetap bekerja atau justru meninggalkan organisasi. Komitmen kontinuans sejalan dengan pendapat Becker yaitu bahwa komitmen kontinuans adalah kesadaran akan ketidakmungkinan memilih identitas sosial lain ataupun alternatif tingkah laku lain karena adanya ancaman akan kerugian besar. Karyawan yang terutama bekerja berdasarkan komitmen kontinuans ini bertahan dalam organisasi karena mereka butuh (*need to*) melakukan hal tersebut karena tidak adanya pilihan lain.

Komitmen normatif (*normative commitment*), merefleksikan *a feeling of obligation to continue employment*. Komitmen normatif merupakan sebuah dimensi moral yang didasarkan pada perasaan wajib dan tanggung jawab pada organisasi yang mempekerjakannya. Dengan kata lain, komitmen normatif berkaitan dengan perasaan wajib untuk tetap bekerja dalam organisasi. Ini berarti, karyawan yang memiliki komitmen normatif yang tinggi merasa bahwa mereka wajib (*ought to*) bertahan dalam organisasi. Meyer dan Allen (1990) mendefinisikan komponen komitmen ini sebagai tekanan normatif yang terinternalisasi secara keseluruhan untuk bertingkah laku tertentu sehingga memenuhi tujuan dan minat organisasi. Oleh karena itu, tingkah laku karyawan didasari pada adanya keyakinan tentang "apa yang benar" serta berkaitan dengan masalah moral.

Employee Rewards

Salah satu yang membuat karyawan lebih semangat dalam bekerjanya adalah *reward*. Dengan program *reward* yang baik, yang dapat memberikan rasa adil, ketentraman dalam bekerja dan kompetitif, perusahaan dapat memotivasi karyawan agar lebih meningkatkan kinerjanya menurut Muljani dalam (Indriani, 2009). Penghargaan yang diberikan oleh perusahaan sebagai imbalan atas upaya karyawan seperti pengakuan, gaji, peluang peningkatan promosi dan pertumbuhan pribadi harus dapat memenuhi kebutuhan karyawan atau tingkat harapan mereka untuk mendapatkan kinerja yang lebih baik (Mihardjo et al., 2021). Penghargaan dianggap sangat penting dalam industri jasa untuk mendorong karyawan memberikan pelayanan prima untuk aspek motivasi dan penanganan keluhan (Mihardjo et al., 2021).

Customer Service Training

Menurut Dessler dalam (Indriani, 2009) pelatihan adalah proses mengajarkan keterampilan yang diburuhkan karyawan baru atau lama untuk melakukan pekerjaannya. Keberhasilan bisnis tidak dijamin dengan memiliki karyawan potensial. Karyawan harus menyadari tanggung jawab dan apa yang perlu dihindari. Jika tidak, mereka akan melakukan pekerjaan dengan cara mereka, bukan dengan cara yang sesuai dengan peraturan perusahaan.

Penelitian menunjukkan bahwa pelatihan layanan pelanggan berdampak positif pada kepuasan kerja karena membantu karyawan mengembangkan keterampilan untuk menangani kegagalan layanan secara efektif (Babakus et al., 2003; Benoy, 1996; Schneider dan Bowen, 1995) dan (Rod & Ashill, 2010). Penelitian juga menunjukkan bahwa karyawan yang dapat memperoleh manfaat dari program pelatihan layanan pelanggan lebih berkomitmen pada organisasi (Rod & Ashill, 2010). Kehadiran program pelatihan karyawan mengirimkan sinyal yang jelas kepada *frontline hospital employees* (FHE) bahwa manajemen berkomitmen untuk melayani kualitas (Rod & Ashill, 2010).

Empowerment

Salah satu unsur yang harus ada dalam suatu organisasi adalah sumber daya manusia, bahkan sumber daya manusia memegang peranan penting dalam operasional organisasi. Manusia harus dilihat lebih sebagai mitra dari setiap orang dalam organisasi sebagai faktor dalam organisasi bukan hanya sebagai faktor produksi lainnya seperti peralatan, modal, teknologi, dan sebagainya.

Menurut (Sumartini, 2018) pemberdayaan adalah sebuah proses dimana orang menjadi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam berbagai pengontrolan atas kejadian-kejadian serta lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupannya. Lebih lanjut menurut (Sumartini, 2018) pemberdayaan merupakan antar personal untuk membangun kepercayaan antara karyawan dan manajemen.

Pemberdayaan adalah ketika karyawan diberi kesempatan dan motivasi untuk mengembangkan dan memanfaatkan bakat mereka dengan sebaik-baiknya (Rod & Ashill, 2010). Jika manajemen memberdayakan karyawan, maka karyawan mendapatkan kendali atas penyampaian layanan dan dapat memberikan pemulihan yang cepat dan tepat untuk pelanggan yang tidak puas (Rod & Ashill, 2010).

Customer Service Orientation

Menurut (Rod & Ashill, 2010) orientasi layanan pelanggan adalah budaya dalam organisasi yang berasal dari kebijakan dan prosedur yang mendukung perilaku karyawan yang diarahkan untuk memberikan keunggulan layanan. Secara teoritis, Jaworski dan Kohli

(1993) berpendapat bahwa karyawan yang bekerja dalam organisasi yang berorientasi pasar akan mengembangkan rasa bangga karena organisasi bekerja menuju tujuan memuaskan pelanggan dan akan merasa bahwa mereka memberikan kontribusi untuk sesuatu yang berharga, akan muncul rasa memiliki dan, oleh karena itu, komitmen terhadap organisasi. Secara empiris, persepsi karyawan garis depan tentang orientasi pelanggan organisasi layanan telah terbukti secara positif memengaruhi komitmen organisasi afektif mereka (Karatepe et al., 2007). Dengan begitu ketika karyawan didukung oleh kebiasaan tersebut maka karyawan akan lebih berkomitmen pada perusahaan dan akan lebih maksimal dalam pekerjaannya.

Menurut Hardiyanti (2023) berorientasi layanan pelanggan atau bisa disebut *customer service oriented* yaitu aktivitas yang dilakukan oleh calon pelanggan dengan melakukan kontak terhadap perusahaan sebelum, sesaat, dan setelah mengonsumsi sesuatu dari jasa yang telah diberikan oleh perusahaan.

Hipotesis

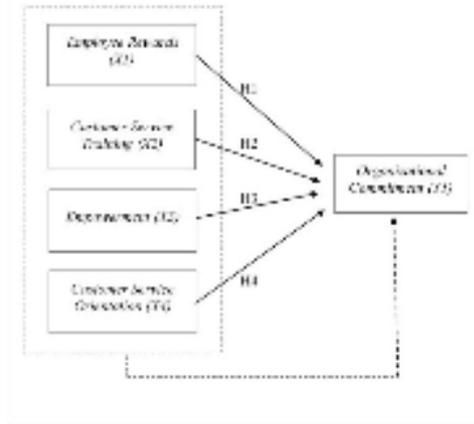
- H1: *Employee Rewards* berpengaruh terhadap *Organizational Commitment*.
- H2: *Customer Service Training* berpengaruh terhadap *Organizational Commitment*.
- H3: *Empowerment* berpengaruh terhadap *Organizational Commitment*.
- H4: *Customer Service Orientation* berpengaruh terhadap *Organizational Commitment*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di salah satu Rumah Sakit Swasta di Kebumen. Pada bulan maret – mei 2023. Data primer diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada karyawan *frontline* yang berjumlah 108 orang. Metode pemilihan sampel berdasarkan *nonprobability sampling* dimana pengumpulan informasi dan karakter responden berdasarkan *purposive sampling*. Jumlah kuesioner yang kembali adalah 88 dan yang dapat diolah 77 kuesioner.

Pengolahan dan analisis data menggunakan alat SPSS dengan melakukan uji instrument, uji asumsi klasik untuk melakukan analisis regresi berganda dan uji t untuk menjawab hipotesis yang sudah dibuat. Pada penelitian ini terdapat variabel dependen yaitu

komitmen organisasi dan antesende atau variabel bebas *employee reward (X1)*, *customer service training*, *empowerment*, dan *customer service orientation*.



Gambar 1. Model Empiris

No	Variabel	r _{kritis}	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	<i>Organization commitment</i>	0,60	0,866	Reliabel
2	<i>Employee reward</i>	0,60	0,861	Reliabel
3	<i>Customer service training</i>	0,60	0,917	Reliabel
4	<i>Empowerment</i>	0,60	0,672	Reliabel
5	<i>Customer Service Orientation</i>	0,60	0,830	Reliabel

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini menggunakan karyawan *frontline* sebagai responden. Khususnya non adminstratif yaitu pada perawat dan bidan yang mempunyai intesitas berhadapan dengan pasien cukup tinggi. Dari 77 kuesioner yang kembali terdapat bebarapa karakteristik menonjol. Jenis kelamin laki-laki cukup mendominasi dengan nilai 69%. Untuk usia didominasi dengan rentang 26-41 tahun total 83%. Latar belakang pendidikan di dominasi oleh sarjana strata S1 dengan total 80%. Adapun lama bekerja merata dari 1 tahun sampai lebih dari 11 tahun.

Adapun hasil dari pengujian instrument menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisioner yang dilakukan terhadap semua instrument variabel, baik variabel bebas, terikat, maupun intervening. Setiap instrumen variabel, dinyatakan valid apabila r hitung lebih dari r

tabel dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Sebaliknya, instrument dinyatakan tidak valid apabila r hitung kurang dari r tabel dengan tingkat signifikansi lebih dari 0,05. Tingkat signifikansi dalam penelitian ini adalah ($\alpha=0,05$), dengan jumlah sampel (n) sebanyak 77 responden sehingga sedangkan untuk menentukan r_{tabel} yaitu dengan rumus $df = n-4$ (ghozali, 2018). r tabel diperoleh nilai 0,142. Adapun nilai r hitung pada semua variabel dengan range nilai 0,708 - 0,949 sehingga dapat disimpulkan instrument pada penelitian ini valid.

Adapun Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan pada semua variabel penelitian yaitu variabel *employee reward*, *customer service training*, *empowerment* dan *customer service orientation*.

Instrumen pada penelitian dikatakan reliabel, jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 (Gozali, 2018). Berikut hasil uji reliabilitas semua variabel dalam penelitian ini, yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 24 for windows.

Tabel 1.
Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 5 instrumen yang digunakan dalam penelitian ini, memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari > r kritis (0,60) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian dinyatakan reliabel.

Uji selanjutnya uang digunakan adalah uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian yang diperoleh dari responden telah mampu menyatakan kondisi dilapangan sebenarnya. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

Uji pertama adalah multikolonieritas, Uji multikolonieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Ada tidaknya multikolonieritas dalam model regresi dapat diidentifikasi dengan melihat besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance* pada kolom *collinearity statistics*. Model regresi dikatakan bebas dari multikolonieritas apabila

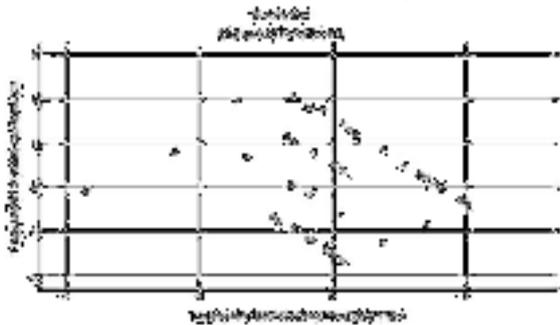
memiliki nilai VIF kurang dari atau sama dengan ≤ 10 dan mempunyai angka tolerance lebih dari atau samadengan $\geq 0,1$. (Ghozali, 2009). Berikut hasil dari uji multikolonieritas.

Tabel 2
Hasil Uji Multikolonieritas

Berdasarkan tabel, menunjukkan bahwa hasil uji multikolonieritas, dengan variabel bebas yaitu *employee reward, customer service training, empowerment, customer service orientation* mempunyai nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolonieritas antar variabel bebas.

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varians dari residu satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka, disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

Jika terdapat pola yang tidak jelas atau tidak teratur, serta titik-titik menyebar di atas dan juga di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y maka model regresinya dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas Ghozali (2018).



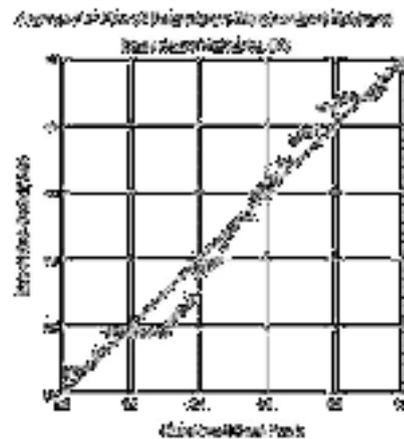
Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas, titik - titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada data yang diperoleh dari responden dalam penelitian ini.

Uji normalitas merupakan uji ketiga yang bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pada prinsipnya

normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram residualnya. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Employee Reward	0,515	1,940
Customer Service Training	0,461	2,168
Empowerment	0,527	1,898
Customer Service Orientation	0,529	1,889



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar IV-3, menunjukkan bahwa hasil uji normalitas, terjadi titik-titik yang menyebar mengikuti garis diagonal dan berada tidak jauh dari garis diagonalnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian ini dinyatakan memiliki distribusi normal dan model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	3,625		3,292	,002
Employee Reward	-,287	,104	-2,752	,007
Customer Service Training	,627	,122	5,120	,000
Empowerment	,074	,222	0,334	,740
Customer Service Orientation	,234	,102	2,289	,025

a. Dependent Variable: Organization Commitment

Setelah uji asumsi klasik lolos maka data dapat diolah lebih lanjut untuk mendapat jawaban dari hipotesis yang telah dibuat. Analisis pertama adalah analisis regresi berganda.

Berdasarkan tabel 3 maka dapat didapat nilai *unstandardized coefficients* untuk variabel *employee reward* -0, 287, *customer service training* 0, 627, *empowerment* 0, 074, *customer service orientation* 0, 234 sebagai berikut:

$$Y = 3,625 - 0,287X_1 + 0,627X_2 + 0,074X_3 + 0,234X_4$$

Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan hasil analisis regresi berganda pada penelitian ini. Masing-masing variabel bebas memberikan pengaruh terhadap *commitment organization*, yaitu; *employee reward* mempunyai pengaruh negative sebesar 0,287, *Customer service training* mempunyai pengaruh positif sebesar 0,627, *empowerment* mempunyai pengaruh positif sebesar 0,074, dan *customer service orientation* mempunyai pengaruh positif sebesar 0,234.

Uji parsial atau lebih sering disebut dengan uji t dalam penelitian ini digunakan untuk menunjukkan sejauh mana satu variabel bebas (independen) secara individual dalam menerangkan variabel terikat (dependen). Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 5% ($\alpha = 0,05$), dengan tingkat keyakinan sebesar 95% (0,95), jumlah sampel (n) sebanyak 192 responden dan jumlah variabel bebas (k). Kriteria pengujian uji t dalam penelitian ini adalah jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.683 ^a	.467	.437	1,023

signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan atau hipotesis (H_a) ditolak dan sebaliknya jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka terdapat pengaruh yang signifikan atau hipotesis (H_a) diterima. Adapun nilai t_{tabel} sebesar 1,666.

Tabel 4
Hasil Uji T

No	H	Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Kesimpulan
1.	H1	ER - OC	2,752	1,666	Diterima
2.	H2	CST - OC	5,120	1,666	Diterima
3.	H3	E - OC	0,334	1,666	Ditolak
4.	H4	CSO - OC	2,289	1,666	Diterima

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, maka dapat diketahui hipotesis 1,2 dan 4 diterima yaitu *employee reward*, *Customer service training* dan *customer service orientation*

berpengaruh terhadap *commitment organization*. Sedangkan variabel *empowerment* tidak terbukti berpengaruh terhadap *commitment organization* atau H3 ditolak.

Adapun koefisien determinasi dalam penelitian ini, digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen dengan variabel dependen sehingga dapat diketahui variabel yang paling mempengaruhi variabel dependen. Besarnya pengaruh/kontribusi variabel bebas dengan variabel terikat, dapat dilihat dari nilai *Adjusted R2*.

Tabel 5

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian ini menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,467 artinya sebesar 46,7% variabel *Organization Commitment* dapat dijelaskan oleh variabel *Employee Reward*, *Customer Service Training*, *Empowerment* dan *Customer Service Orientation*, sedangkan sebesar 53,3% (100% - 46,7%) dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam model penelitian ini.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas *employee reward*, *customer service training*, *empowerment* dan *customer service orientation*, terhadap variabel terikat *organization commitment*.

Hasil penelitian ini secara empiris membuktikan bahwa *Employee Reward* berpengaruh negatif terhadap *Organization Commitment*. Hal ini menunjukkan bahwa *Employee Reward* dapat menurunkan komitmen karyawan organisasi. Hal ini berdasarkan bahwa penghargaan yang diberikan kepada karyawan selama ini masih dirasa tidak sesuai dengan kebutuhan. *Reward* yang diberikan masih kolektif kepada seluruh karyawan tanpa melihat kinerja karyawan. Peningkatan *reward* yang tidak sesuai dianggap sebagai hal yang *negative* bagi karyawan sehingga mengurangi komitmen organisasi. Hasil penelitian ini mendukung temuan Mihardjo et al., (2020) dan Ametep et al., (2023).

Hasil penelitian ini secara empiris membuktikan bahwa *customer service training* berpengaruh signifikan terhadap *organization commitment*. Hal ini menunjukkan program

training yang dilakukan dapat menstimuli komitmen organisasi para karyawan. Pelatihan yang dilakukan oleh perusahaan khususnya terkait pada pelayanan yang terus dilakukan dan sesuai dengan tupoksi mampu meningkatkan komitmen organisasi. Hasil penelitian ini mendukung temuan Mihadjo et al., (2020).

Hasil penelitian ini secara empiris membuktikan bahwa empowerment tidak berpengaruh terhadap organization commitment. Hal ini dikarenakan bagi karyawan teknis pelayanan diberikan keleluasaan untuk mengerjakan pekerjaan tidak sesuai dengan standar kerja. Dalam operasional pelaksanaan pelayanan pada rumah sakit harus ada petunjuk teknis dari manajemen dan selalu ada pengawasan agar dapat memberikan pelayanan yang baik. Dan lebih jauh hal tersebut memberikan rasa aman bagi karyawan. Sehingga diberdayakan atau tidaknya karyawan tidak akan mempengaruhi komitmen organisasi. Hasil penelitian ini mendukung temuan sebelumnya Allen et al., (2018) dan Zaraket & Malek (2018).

Hasil penelitian ini secara empiris membuktikan bahwa *customer service orientation* berpengaruh terhadap *organization commitment*. Hal ini dikarenakan orientasi pada pelayanan kepada pasien sejalan dengan tujuan dan nilai-nilai dari karyawan sehingga meningkatkan komitmen pada organisasi. Hasil ini mendukung penelitian dari Aburayya et al., (2020).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Simpulan dari penelitian ini adalah; 1) *employee reward* memiliki pengaruh negatif terhadap *organization commitment*. Sehingga apabila program *employee reward* ditingkatkan dengan metode saat ini akan menurunkan komitmen organisasi. 2) *Customer service training* memiliki pengaruh terhadap *organization commitment*. Hal ini berarti jika pelatihan pelayanan konsumen ditingkatkan akan meningkat pula komitmen organisasi pada karyawan. 3) *Empowerment* tidak memiliki pengaruh terhadap *organization commitment*. Hal ini berarti jika pemberdayaan karyawan dilakukan, komitmen organisasi pada karyawan tidak akan berubah. 4) *Customer service orientation* memiliki pengaruh terhadap *organization commitment*. Hal ini berarti jika

orientasi pelayanan konsumen ditingkatkan akan meningkat pula komitmen organisasi pada karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Aryani Hardiyanti. (2023). PENGARUH CUSTOMER CAPITAL DAN ORIENTASI PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar). *Customer Capital*. <https://doi.org/10.3790/978-3-89644-910-8>
- Aburayya, A., Marzouqi, A., Alawadhi, D., Abdouli, F., & Taryam, M. (2020). An empirical investigation of the effect of employees' customer orientation on customer loyalty through the mediating role of customer satisfaction and service quality. *Management Science Letters*, 10(10), 2147-2158
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). Organizational socialization tactics: A longitudinal analysis of links to newcomers' commitment and role orientation. *Academy of management journal*, 33(4), 847-858.
- Ametepe, P. K., & Otuaga, E. U. (2023). The moderating role of workplace ostracism between employee training , employee participation and organizational commitment among bank employees. <https://doi.org/10.1108/AGJSR-11-2022-0249>
- Babakus, E., Yavas, U., Karatepe, O.M. and Avci, T. (2003), "The effect of management commitment to service quality on employees' affective and performance outcomes", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 31 No. 3, pp. 272-86.
- Benoy, J.W. (1996), "Internal marketing builds service quality", *Journal of Health Care Marketing*, Vol. 16 No. 1, pp. 54-9.

- Elizar, E., & Tanjung, H. (2018). Pengaruh Pelatihan, Kompetensi, Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Pegawai. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1), 46-58. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v1i1.2239>
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hayes, T. L., Oltman, K. A., Kaylor, L. E., & Belgudri, A. (2020). How leaders can become more committed to diversity management. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 72(4), 247.
- Indriani, F. (2009). Strategi pemulihan layanan perbankan. 6.
- Jaworski, B.J. and Kohli, A.K. (1993), "Market orientation: antecedents and consequences", *Journal of Marketing*, Vol. 57 No. 3, pp. 53-70.
- Karatepe, O.M., Yavas, U. and Babakus, E. (2007), "The effects of customer orientation and job resources on frontline employees' job outcomes", *Services Marketing Quarterly*, Vol. 29 No. 1, pp. 61-79.
- Liana, Y., & Irawati, R. (2014). Peran Motivasi, Disiplin Kerja Terhadap Komitmen Karyawan Dan Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Air Minum Di Malang Raya. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 17-34.
- Mihardjo, L. W. W., Jermstiparsert, K., Ahmed, U., Chankoson, T., & Iqbal Hussain, H. (2021). Impact of key HR practices (human capital, training and rewards) on service recovery performance with mediating role of employee commitment of the Takaful industry of the Southeast Asian region. *Education and Training*, 63(1), 1-21. <https://doi.org/10.1108/ET-08-2019-0188>
- Poerwatiningsih, I. H. (2022). PENGARUH PENDIDIKAN DAN PELATIHAN, MOTIVASI, KEPEMIMPINAN, KOMPENSASI DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI RUMAH SAKIT TAHUN 2020. *Journal of Management*, 53(9), 1689-1699.
- Purnami, P. R. (2017). Pengaruh Kompensasi Dan Persepsi Dukungan Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi Dan Kinerja Karyawan rumah Sakit Balimed Karangasem. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 95-107. <https://doi.org/10.22225/JJ.4.1.226.95-107>
- Rawashdeh, A. M., Elayan, M. B., Shamout, M. D., & Hamouche, S. (2022). Human resource development and turnover intention: organizational commitment's role as a mediating variable. *European Journal of Management and Business Economics*, 31(4), 469-484.
- Rhoades, L., Eisenberger, R., & Armeli, S. (2001). Affective commitment to the organization: the contribution of perceived organizational support. *Journal of applied psychology*, 86(5), 825.
- Rod, M., & Ashill, N. J. (2010). Management commitment to service quality and service recovery performance: A study of frontline employees in public and private hospitals. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 4(1), 84-103. <https://doi.org/10.1108/17506121011036042>
- Sandiata, S. (2013). Perlindungan Hukum Hak Mendapatkan Pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit Pemerintah. *Lex Administratum*, 1(2).
- Saputri, I. A. (2016). Pengaruh Imbalan Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan Bpr Syariah Amanah Ummah Kecamatan Leuwiliang Kabupaten Bogor. *Manajemen Dakwah*, 152(3), 28.
- Schneider, B. and Bowen, D.E. (1995), *Winning the Service Game is Crucial*, Harvard Business School Press, Boston, MA.
- Sumartini, T. (2018). Pengaruh Pemberdayaan Pegawai Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai.
- Yusuf, R. M., & Syarif, D. (2018). Komitmen organisasi. *Nas Media Pustaka*.

Zaraket, W., Garios, R., & Malek, L. A. (2018). The impact of employee empowerment on the organizational commitment. *International Journal of Human Resource Studies*, 8(3), 284

BIODATA PENULIS

Kabul Trifiyanto, Lahir 7 November 1986 di Kabupaten Kebumen. Magister Manajemen dari UGM. Bekerja di Universitas Putra Bangsa.

Geopark Kebumen: Budaya dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Menuju Kancah Dunia

Geopark Kebumen: Culture and Community Economic Empowerment to the World Stage

Siti Ngatikoh^{1)*}, Hartatik²⁾, Mukhsinun³⁾, Nurul Fatimah⁴⁾, Dela Salaisya Hikmah⁵⁾

¹⁾ Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen
Jl Tentara Pelajar no 55B 54312 Kebumen

²⁾ Peneliti Badan Riset dan Inovasi Nasional
Jl. Raya Condet Pejatan No. 4, Jakarta Selatan

³⁾ Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen

⁴⁾ Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah FEBI
Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen

⁵⁾ Mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah FEBI
Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen

*Email: siti.ngatikoh100@gmail.com

Naskah Masuk: 23 Oktober 2023

Naskah Revisi: 11 Desember 2023

Naskah Diterima: 15 Desember 2023

ABSTRACT

Geopark Kebumen covers a wide area, from Karangbolong beach in the south to Karangsambung karst hills in the north. This research aims to describe the environment, socio-cultural, and economic phenomena of the community clearly, actually, and systematically in an effort to empower the community's economy by utilizing the existence of Geopark Kebumen. The research method used is descriptive with a qualitative approach. The data in this study were obtained through observation, interviews, and a literature review. The data that has been collected is presented in the form of narratives and tables, and then qualitative analysis and interpretation are carried out, followed by a conclusion. The results of this study show that the Kebumen Geopark area has natural and socio-cultural potential that can be developed and utilized to improve community welfare through community empowerment programs in the tourism sector. It needs a long stage and cooperation between stakeholders to manage natural and cultural tourism objects in the Kebumen Geopark area.

Keywords: community economy, geopark, geology, tourism, empowerment

ABSTRAK

Geopark Kebumen meliputi kawasan yang luas, dari pantai Karangbolong di sisi selatan hingga pegunungan karst Karangsambung di sisi utara. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan lingkungan, fenomena sosial budaya dan ekonomi masyarakat secara jelas, aktual, dan sistematis dalam upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat dengan memanfaatkan keberadaan Geopark Kebumen. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi, wawancara, dan kajian pustaka. Data yang telah terkumpul disajikan dalam bentuk narasi dan tabel kemudian dilakukan analisis kualitatif dan interpretasi yang dilanjutkan dengan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kawasan Geopark Kebumen mempunyai potensi alam dan sosial budaya yang dapat dikembangkan dan dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui program pemberdayaan masyarakat di sektor pariwisata. Perlu tahapan yang cukup panjang dan kerjasama antar pemangku kepentingan untuk mengelola objek wisata alam dan budaya di kawasan Geopark Kebumen.

Kata kunci : ekonomi masyarakat, geopark, geologi, wisata, pemberdayaan

PENDAHULUAN

Geopark didefinisikan sebagai wilayah dengan warisan geologi tertentu yang memiliki signifikansi internasional, langka dan mempunyai daya tarik estetis yang penting

untuk dikembangkan sebagai bagian dari konsep terpadu konservasi, pendidikan, dan ekonomi (UNESCO 2006). Geopark digambarkan sebagai “entitas baru dan berbeda” yang mampu membawa pemikiran dan rasa pada suatu ruang dimensi masa kini dalam kontinum masa lalu

untuk masa depan” (Briggs et al. 2021; Hawkins 2022). Selain itu, geopark dipandang sebagai sarana inovatif untuk mencapai tujuan pembangunan daerah yang berkelanjutan. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh Yeoman (2020), bahwa adanya “*micro tren*” kekuatan kecil di balik perubahan besar yang akan terjadi pada masa depan. Oleh sebab itu, geopark merupakan sebuah potensi (keajaiban) luar biasa yang harus dijaga dan dilindungi oleh berbagai pemangku kepentingan (Santoso et al. 2020).

Kabupaten Kebumen yang terletak di Jawa Tengah bagian selatan mempunyai geopark yaitu Geopark Karangsembung-Karangbolong yang menjadi geopark Nasional pada tahun 2018, yang kemudian pada tahun 2023 menjadi geopark Kebumen dengan luasan 1.138,70 km² dan lautan 21,98 km² yang terdiri dari 22 kecamatan dan sebanyak 374 desa. Penelitian tentang geopark Kebumen ini penting dan menarik dilakukan karena adanya tuntutan masyarakat agar pemerintah membantu masyarakat dalam pengentasan kemiskinan. Meskipun kemiskinan merupakan tantangan bangsa yang harus dicarikan solusi dan mendapatkan penyelesaian, namun pemerintah tidak bisa melakukannya sendiri tanpa peran serta dan partisipasi masyarakat untuk bersama-sama ikut meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Alpiana et al. 2020; Widiyanto et al. 2021). Oleh sebab itu, dalam membuat kebijakan dan program, harus berdasar pada kepentingan yang berpihak pada orang miskin (Rukin 2020), bersifat *people-centered*, *participatory* (Ferdiansyah et al. 2021).

Untuk itu, saat ini pemerintah tengah mencari jalan yang dianggap mampu menjadi solusi pengentasan kemiskinan yaitu dengan melakukan pengembangan Geopark yang merupakan yang telah dijadikan sebagai salah satu program prioritas nasional. Terdapat tiga pilar penting yang ada pada pengembangan geopark yaitu konservasi, ekonomi (pariwisata), dan edukasi. Hal ini dituangkan dalam Peraturan Presiden nomor 9 tahun 2019 tentang Pengembangan Taman Bumi (*Geopark*) dan telah diundangkan melalui undang-undang nomor 22 tahun 2019 tentang Sistem Budi Daya Pertanian Berkelanjutan. Undang-undang tersebut pada prinsipnya mengatur tentang paradigma pengolahan pertanian yang

mencakup empat elemen dasar yaitu aspek lingkungan, sosial, budaya, dan ekonomi dalam jangka waktu yang lama. Selain itu sistem budi daya pertanian berkelanjutan memperhatikan juga ekosistem, mitigasi dan adaptasi perubahan iklim serta kelestarian lingkungan.

Kawasan geopark harus dilihat dan dicermati secara keseluruhan mencakup aspek geologi dan keragaman budaya yang mampu menarik wisatawan dan sekaligus membuka peluang usaha untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Lapangan pekerjaan, kegiatan ekonomi, dan sumber pendapatan masyarakat setempat bertambah karena adanya usaha produk dan kerajinan lokal yang mendukung geowisata dan geoproduk (Farsani et al. 2011; Santoso et al. 2020).

Pentingnya pemberdayaan masyarakat (*empowerment*) di sekitar geopark Kebumen tidak hanya *essensial* dalam mendukung program pemerintah, namun lebih dari itu agar masyarakat mampu mandiri dan berdiri sendiri serta meningkatkan harkat dan martabatnya khususnya masyarakat pada lapisan bawah (*gross root*) (Munawar 2011; W 2021; Hikmawati et al. 2022) dengan segala keterbatasannya. Pemberdayaan masyarakat merupakan konsep pembangunan ekonomi yang mencerminkan nilai sosial. Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya meningkatkan kesadaran, kemauan, dan kapasitas agar masyarakat mampu mengenali, menangani, memelihara, melindungi dan meningkatkan mampu mengenali, menangani, memelihara, kesejahteraan masyarakat sendiri melalui potensi yang dimiliki. Sebagaimana yang ada pada undang-undang nomor 25 Tahun 2000 tentang Program Pembangunan Nasional tahun 2000-2004 yang juga merupakan Program Pembangunan Daerah (BAPPEDA) bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk mengikatkan kesejahteraan masyarakat pada bidang ekonomi, sosial dan politik melalui penguatan lembaga dan orhganisasi yang ada dalam masyarakat setempat guna ikut berperan dan berpartisipasi pada program pengentasan kemiskinan dan perlindungan serta meningkatkan kemandirian masyarakat.

Dalam upaya tercapainya pemberdayaan masyarakat mandiri diperlukan strategi dan konsep yang dapat memberikan gambaran untuk memudahkan pelaksanaan kegiatan di

masyarakat. Hal ini perlu adanya pembinaan dari pemerintah dengan mengadakan fasilitator atau pendamping kepada masyarakat sebagai subyek dalam kegiatan pemberdayaan (Alim et al. 2022). Fasilitator atau pendamping merupakan agen pemberdayaan (Hikmawati et al. 2022) yang dapat membantu menentukan skala prioritas yang dianggap sangat diperlukan dan dapat dikembangkan oleh masyarakat setempat.

Pemberdayaan masyarakat didasarkan pada prinsip bagaimana suatu masyarakat bisa menjadi mandiri sepenuhnya dengan melihat potensi yang dapat dikembangkan dan diberdayakan baik secara sosial, ekonomi, pemikiran, maupun di segala aspek kehidupan. Pada dasarnya setiap manusia dan masyarakat mempunyai potensi yang dapat dikembangkan. Sedangkan Pemberdayaan merupakan upaya membangun potensi, memberikan motivasi, membangkitkan kesadaran atas apa yang dimiliki dan berupaya untuk mengembangkannya.

Program kegiatan pemberdayaan masyarakat dilaksanakan secara bertahap dan berkelanjutan. Program pemberdayaan diharapkan mampu untuk mengangkat taraf hidup masyarakat binaan sebagai objek sasaran menjadi lebih sejahtera, berdaya saing, mampu memenuhi kebutuhan dasar hidup dan dapat menciptakan suatu kemandirian secara berkelanjutan. Dengan kata lain, kemandirian tidak hanya berorientasi pada aspek ekonomi saja, namun juga pada aspek sosial, budaya, dan politik (Alim et al. 2022).

Penanaman nilai-nilai budaya modern seperti kerja keras, hemat, keterbukaan, tanggung jawab adalah bagian penting dalam upaya pemberdayaan (Hikmawati et al. 2022) Oleh sebab itu, keberadaan Sumber Daya Manusia (SDM) memegang peranan yang sangat penting dalam menunjang dan mensukseskan kegiatan. Potensi yang ada pada setiap SDM harus dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya, sehingga dapat memberikan hasil yang maksimal. Keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan tidak hanya tergantung pada sarana dan prasarana yang tersedia namun juga bergantung pada kinerja SDM (Lawu et al. 2019).

Pemberdayaan masyarakat dapat dilihat dari tiga aspek, yaitu pengembangan (*enabling*), penguatan potensi (*empowering*), dan

kemandirian (Hikmawati et al. 2022; Kures et al. 2013). Dalam konteks pembangunan, masyarakat yang tidak berdaya dapat mengembangkan keterampilannya sesuai dengan budaya dan potensi masyarakat setempat yang dimilikinya melalui program pembinaan dan pendampingan oleh pemerintah.

Geopark Global UNESCO

Geopark merupakan inovasi perlindungan alam, geologi, warisan budaya (Farsani et al. 2011) yang berperan penting dalam pengembangan geowisata (Xu et al. 2022). Ada banyak wilayah di seluruh dunia yang berpotensi besar dalam pengembangan ekonomi dengan mengangkat fenomena geologi dengan menawarkan struktur, mineral dan fosil dan keragaman budaya (Lee et al. 2021; Santoso et al. 2020). Geopark akan terus berkembang pesat di seluruh dunia seiring meningkatnya pengembangan geopark nasional dan global. Diperkirakan pada dekade mendatang jumlah Geopark Global UNESCO yang semula berjumlah 169 geopark di 44 negara menjadi lebih dari 300 geopark di 90 negara di dunia (Briggs et al. 2021).

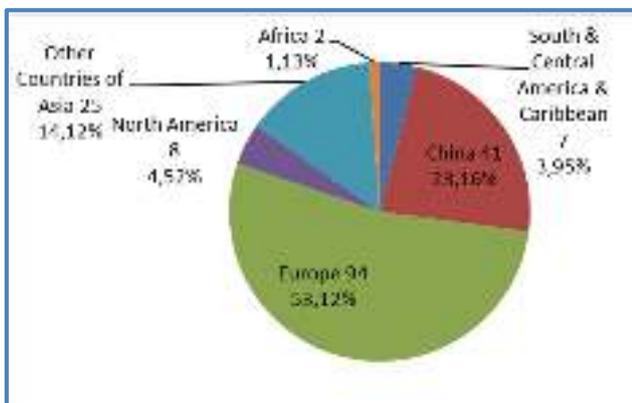
Pentingnya geologi dalam sebuah geopark, diperlukan pengelolaan yang baik untuk memastikan pengembangan wilayah dapat terintegrasi dengan baik sebagaimana harapan. Pemilihan tenaga ahli dan struktur manajemen yang tepat disertai dukungan komunitas dan pemangku kepentingan mutlak diperlukan (Canesin et al. 2020) agar geopark dapat menuju Geopark Global UNESCO. Apabila geopark ditetapkan sebagai kawasan Geopark Global UNESCO, dampak pertama adalah menariknya wisatawan dari berbagai belahan dunia yang akan berkunjung ke destinasi wisata berkelas dunia (Putri 2019).

Sebelum adanya UNESCO, di wilayah eropa telah ada European Geoparks Network (EGN) suatu organisasi non-pemerintah yang didirikan tahun 2000 dengan tujuan yang hampir sama dengan UNESCO, sehingga adanya EGN sangat membantu UNESCO sebagai organisasi pemerintah dalam turut serta melanjutkan konsep geopark ke seluruh dunia khususnya di negara berkembang (Zouros et al. 2008). Adapun Negara eropa yang telah berhasil masuk UNESCO Global Geopark (UGGps) terbanyak yaitu Spanyol namun begitu masih menempati

urutan kedua di dunia setelah China (Canesin et al. 2020).

Geopark Global UNESCO didirikan tahun 2015 dan memegang peranan penting dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Lee et al. 2021; UNESCO 2017). Oleh sebab itu pemerintah mendukung penuh dengan mengeluarkan kebijakan melalui Peraturan Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional /Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Nasional Nomor 15 Tahun 2020 tentang rencana Aksi Nasional Pengembangan Taman Bumi (Geopark) Indonesia tahun 2021-2025).

Geopark sebagai inovasi bagi konservasi geohéritage yang berperan penting dalam pengembangan geowisata yang merupakan wilayah dengan warisan internasional tertentu secara geologis yang mempunyai peranan dari berbagai bidang di antaranya untuk alasan arkeologi, ekologi, ekonomi, sejarah dan budaya. Geohéritage diartikan sebagai geosite/situs geologi unik yang berbeda dan menonjol yang dimiliki dan mewakili keadaan sekitar geopark(Xu et al. 2022). Gambar 1 merupakan sebaran geopark yang telah ditetapkan menjadi Geopark Global UNESCO



Gambar 1.

Distribusi jumlah UNESCO Global Geoparks menurut benua
Sumber: Xu et al. (2022)

Pada bulan September 2023, UNESCO telah menetapkan 16 fokus area global geopark (<https://www.unesco.org/en/articles/unesco-global-geoparks-council-proposes-16-new-geoparks-endorsement>). Penetapan tersebut tentunya memastikan keutuhan konsep dan sasaran global geopark yang terus berkembang dari waktu ke waktu dari fokus area sebelumnya

yang berarti bahwa pengembangan geopark berkelanjutan selaras dengan harapan SDGs. Dewan Geopark Global UNESCO senantiasa berperan dalam mengevaluasi nominasi Geopark Global UNESCO yang baru dan yang diperbarui setiap tahunnya.

Pariwisata

Pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah setempat. Pariwisata berperan penting dalam pembangunan karena dapat menghasilkan devisa negara (Mukhsin 2015) meningkatnya pendapatan daerah, pengembangan wilayah, maupun dalam penyerapan investasi dan tenaga kerja (Elistia 2020). Dengan demikian pariwisata merupakan kegiatan yang melibatkan banyak sektor dan lembaga serta menyangkut keterkaitan beberapa aspek yang saling berperan antara lain aspek ekonomi, sosial, budaya, politik, lingkungan (Febriandika et al. 2020).

Sampai dengan saat ini sektor pariwisata merupakan sektor prioritas pemerintah karena dinilai mampu sebagai lokomotif pergerakan perekonomian bangsa. Hal ini diatur dalam kebijakan pemerintah melalui undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan. Untuk pengembangan kawasan wisata dilakukan melelaui peran serta dan partisipasi masyarakat setempat guna pemberdayaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Anandhyta et al. 2020). Dengan makin majunya pariwisata Indonesia maka Indonesia akan lebih dikenal di mata dunia (Elistia 2020)

Dari wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata, biasanya akan menciptakan nilai dan pengalaman tersendiri yang dapat menjadi sumber informasi dan berbagi pengalaman tentang kawasan yang di kunjunginya. Hal itu saat ini telah menjadi tren masa kini (Juliana et al. 2023). Oleh sebab itu penting sekali upaya yang dilakukan bersama-sama oleh para stakeholder dalam penciptaan nilai dan pengalaman positif para wisatawan setelah berkunjung menikmati kawasan agar gairah berkunjung kembali dan membawa keluarga atau komunitasnya dapat terbersit pada dirinya.

Sebagaimana fungsi pariwisata yang terkandung dalam undang-undang RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yaitu untuk memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara demi mewujudkan kesejahteraan rakyat. Maka pembangunan kepariwisataan diarahkan demi terwujudnya tujuan kepariwisataan, yaitu: untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi; untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat; guna menghapus kemiskinan; untuk mengatasi pengangguran; untuk melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya; memajukan kebudayaan; mengangkat citra bangsa; memupuk rasa cinta tanah air; memperkokoh jati diri dan kesatuan bangsa; dan mempererat persahabatan antar bangsa

Namun demikian, kebijakan dalam rangka pengembangan pariwisata di Indonesia memerlukan dukungan dan berpartisipasi aktif atas suksesnya sektor pariwisata yang ada di daerah setempat. Kelima pihak (*Phantelix*) yang mutlak ada yaitu pemerintah, akademisi, badan atau pelaku usaha, masyarakat atau komunitas, dan media (Nurul et al. 2021)

Konservasi

Kekayaan sumber daya alam Indonesia merupakan pinjaman anak cucu. Hal ini mengutip pada topik judul tema yang ada di laman https://www.kompasiana.com_bumi_bukan_warisan_tetapi_pinjaman_dari_anak_dan_cucu. Oleh sebab kekayaan alam merupakan pinjaman anak cucu maka kekayaan alam Indonesia yang beraneka ragam beserta komponennya harus dijaga dan dilestarikan agar kelak di masa yang akan datang anak cucu dapat menikmati keanekaragaman kekayaan dengan kondisi baik.

Dengan demikian, upaya pelestarian dan pencegahan dari kerusakan perlu senantiasa dilakukan. Hal ini untuk memastikan kondisi terjaga dari kepunahan dengan melakukan upaya konservasi disertai dengan legalitas yang efektif guna mengatasi laju kehilangan yang telah mencapai tingkat sangat mengkhawatirkan (Samedi 2021). Tujuan utama konservasi adalah mencegah kepunahan dan kehilangan anakeragam dan berbagai macam hayati secara

keseluruhan baik ekosistem, spesies maupun genetik.

Keberadaan masyarakat di dalam atau di sekitar kawasan konservasi kerap kali dipandang dan dianggap sebagai penyebab utama terjadinya kerusakan alam. Meskipun pemerintah telah mengeluarkan kebijakan undang-undang Nomor 5 Tahun 1990 tentang Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya, namun undang-undang tersebut belum mengatur secara komprehensif tentang peran dan partisipasi masyarakat beserta pengelolaan kawasan konservasi (Qodriyatun 2019)

Dengan demikian untuk menjaga kelestarian sumber daya alam beserta komponennya khususnya geopark dipelukan edukasi atau pendidikan. Pendidikan mempunyai peranan penting dalam upaya konservasi. Dengan pendidikan akan dapat meningkatkan dan mengembangkan sumber daya manusia karena di nilai mampu merubah tingkah laku, sikap dan cara berpikir (Purmadi et al. 2020). Dengan demikian diharapkan dengan adanya pendidikan yang diperoleh masyarakat mengenai konservasi maka akan dapat mengelola sumber daya alam beserta ekosistem yang ada dengan baik.

Dengan edukasi, memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang pentingnya konservasi biodiversitas atau keberagaman makhluk hidup yang menunjukkan keseluruhan variasi gen, spesies, dan ekosistem di suatu wilayah untuk dijaga dan dikelola agar mendapat manfaat dengan tanpa merusak sumber daya alam sebagai tujuan wisata. Hal ini berarti memadukan unsur lingkungan dan wisata menjadi tren baru dalam bidang konservasi (Al Hakim et al. 2022).

Berbagai kegiatan biasa dilakukan oleh masyarakat sekitar kawasan konservasi karena ketergantungan yang tinggi secara turun temurun yang dimiliki oleh masyarakat sekitar. Umumnya masyarakat bergantung pada sumber daya lahan dan mata pencaharian yang diperoleh dari alam yang ada di kawasan konservasi. Oleh sebab itu perlu adanya edukasi untuk memberi pencerahan kepada masyarakat agar dapat berperan dan ikut aktif berpartisipasi menjaga kelestarian dengan memberdayakan mereka (Qodriyatun 2019)

Kesejahteraan Masyarakat

Kesejahteraan merupakan dambaan setiap individu. Ketika seseorang dikatakan sejahtera, maka biasanya kondisi seseorang tersebut dalam kondisi kesehatan baik, ekonomi yang meningkat, tingkat pendidikan yang tinggi serta kualitas hidup yang layak. Kesejahteraan masyarakat merupakan salah satu tujuan dari *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang merupakan gambaran keberhasilan pemerintah dalam membangun perekonomian sebuah negara (Al Hakim et al. 2022).

Kesejahteraan rakyat merupakan salah satu tujuan negara. Oleh sebab itu, di dalam mewujudkan suatu produk kebijakan publik yang bernuansa kesejahteraan rakyat, pemerintah tidak hanya melihat masalah dari satu aspek saja, namun melihat permasalahan dari berbagai aspek. Dalam membuat produk kebijakan publik, pemerintah tidak hanya melihat kemauan politik nasional (*political will*), namun juga pada pelaksanaan bertindak dari kemauan politik nasional (*political action*). Hal ini penting, mengingat bangsa Indonesia mempunyai masyarakat yang majemuk/plural. Pembuatan kebijakan publik yang berkaitan dengan kesejahteraan rakyat merupakan suatu sistem kebijakan pemerintah yang terorganisir. Kebijakan tersebut tentunya membutuhkan dari pelayanan dan lembaga terkait. Kebijakan pemerintah tentunya dirancang untuk membantu dan mendorong individu dan kelompok dalam masyarakat agar dapat mencapai tingkat hidup dan kesehatan maksimal (Suryono 2018)

Sayangnya, kesejahteraan masyarakat Indonesia belum merata dan fluktuatif dari tahun ke tahun dari segi ekonomi serta pertumbuhan ekonominya (Faturahman 2018) bahkan mengalami penurunan yang drastis di tahun tertentu (Indrayanti 2020; Sultan et al. 2023). Pada umumnya masyarakat cenderung menganggap bahwa kesejahteraan adalah ketika pemerintah memberi bantuan barang atau uang kepada masyarakat miskin atau rehabilitasi. Padahal sejatinya pembangunan kesejahteraan masyarakat adalah kegiatan pemberdayaan dengan memberikan fasilitas pemberian modal usaha, penyediaan kredit mikro, pelatihan usaha ekonomi produktif dan lain-lain (Rahman 2018)

Adanya desentralisasi yang memberi kewenangan lebih luas kepada daerah dijadikan

momentum untuk memangkas anggaran dan institusi sosial menjadi berkurang atau malahan tidak ada. Hal ini dilakukan dengan alasan bahwa membangun kesejahteraan sosial dianggap boros dan baru perlu dilakukan apabila pertumbuhan ekonomi atau Pendapatan Asli daerah (PAD) telah tinggi (Rahman 2018).

Kesejahteraan masyarakat merupakan tujuan yang diharapkan bagi setiap daerah. Berbagai upaya dirancang dan dilaksanakan oleh pemerintah daerah guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang diharapkan mampu mempunyai dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat. Pertumbuhan ekonomi tercermin dari usaha yang dilakukan pemerintah daerah dalam upaya mendongkrak PAD yang tinggi dan mengelolanya dengan baik. Hal ini tentu memerlukan sumber daya yang dapat diberdayakan yaitu upaya meningkatkan kualitas sumber daya alam (SDA) dan kualitas sumber daya manusia (SDM) (Indrayanti 2020). Namun begitu, meningkatnya angka pertumbuhan ekonomi (*economic growth*) Indonesia belum tentu berbanding lurus dengan tingkat kesejahteraan rakyat (Sultan et al. 2023)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif dilakukan untuk memahami fenomena empiris, khususnya mencari gambaran sebanyak-banyaknya tentang fenomena sosial tanpa memerincinya dalam hubungan antarvariabel yang saling terkait (Zaluchu 2020). Namun demikian, penelitian ini mendeskripsikan fenomena sosial budaya dan ekonomi masyarakat secara jelas, aktual, dan sistematis dalam upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat dengan memanfaatkan keberadaan Geopark Kebumen (Sugiyono 2015). Data dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi dan kajian pustaka (*literatur review*). Data yang telah terkumpul disajikan dalam bentuk narasi dan tabel kemudian dilakukan analisis isi (*content analysis*) serta interpretasi sebelum menarik kesimpulan (Bungin 2008; Winarsunu 2017). Kredibilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan triangulasi atau pengecekan data dari berbagai sumber. Hasil analisis dikonfirmasi silang dengan penelusuran pustaka berupa buku, artikel, dokumen, arsip, dan laporan penelitian yang relevan sebagai

penguatan interpretasi dan penarikan kesimpulan (Moleong 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

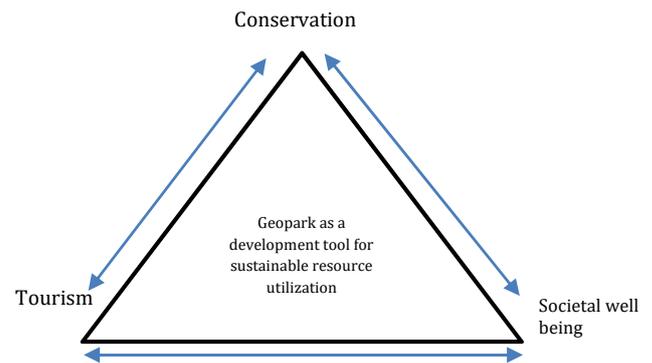
Masa Depan Geopark Indonesia

Indonesia memiliki potensi yang sangat luar biasa dan besar dalam pengembangan geopark, namun Indonesia masih tertinggal dari sisi jumlah dibandingkan negara lain (Lestari et al. 2022). "Taman Bumi Batur" merupakan geopark pertama di Indonesia dengan destinasi yang sangat terkenal yaitu danau kawahnya. Geopark Batur pada tanggal 20 September 2012 telah resmi masuk dalam jaringan Taman Bumi Global UNESCO (Sapta et al. 2018). Hal ini berarti bahwa geopark Batur masuk destinasi pariwisata tingkat dunia yang menjadikan Indonesia merasa bangga. Oleh karenanya ketertarikan Indonesia pada pengembangan geopark menghasilkan rencana aksi nasional geopark Indonesia berdasarkan pilar konservasi, edukasi dan pembangunan berkelanjutan (Hawkins 2022).

Penting dan perlunya kolaborasi dari para *stakeholder* terkait, khususnya para pemangku kepentingan untuk ikut berperan serta bersama-sama dalam rangka pengembangan pariwisata geopark dalam mewujudkan destinasi pariwisata berkelas dunia (Putri 2019). Hal itu disebabkan karena saat ini pengembangan geopark di Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang mengakibatkan terkendalanya percepatan pengembangan geopark di Indonesia (Lestari et al. 2022)

Kendala tersebut menjadi suatu tantangan yang harus dicarikan solusi dan jalan keluar guna mempercepat geopark masuk ke tataran geopark dunia. Beberapa kendala tersebut antara lain yaitu pada umumnya masyarakat setempat di kawasan geopark dan sekitarnya masih minim pemahaman (Azman et al. 2010) mengenai konsep geopark, bentuk struktur badan pengelola yang sesuai karakteristik geopark, regulasi daerah, dukungan masyarakat. Selain itu diperlukannya penguatan peran Komite Nasional Geopark Indonesia (KNGI) untuk menjadi pintu gerbang kerja sama internasional (Lestari et al. 2022) guna menarik peluang pendanaan dan memastikan mekanisme kerja sama lintas sektor dapat berjalan optimal dan saling menguntungkan.

Badan Pengelola Geopark didorong agar mampu mengelola kawasan geopark dengan profesional, mandiri dan berkelanjutan dengan fokus memegang teguh tiga pilar utama yaitu edukasi, konservasi dan pemberdayaan ekonomi masyarakat (Wang et al. 2019; Lestari et al. 2022; Ibrahim Komono, 2010; Halim et al. 2017). Tiga pilar komponen geopark dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2:

Geopark dan komponen utamanya.

Sumber: Ibrahim Komono (2010); Halim et al. (2017)

Pentingnya pembiayaan yang di lakukan secara kolaborasi dengan mengedepankan tata kelola yang mandiri, profesional, dan berkelanjutan akan memberikan dampak positif dan menguntungkan antar pihak yang saling bekerja sama dalam pengembangan geopark demi terwujudnya kesejahteraan masyarakat (Kurniawan 2016). Dengan demikian pengelola geopark harus berperan aktif dan proaktif dalam menjalin kerjasama untuk meningkatkan pembiayaan dengan berbagai inovasi pembiayaan yang bisa dijalin antar pihak (Lestari et al. 2022).

Upaya keras dalam mempromosikan keanekaragaman hayati, geokonservasi, dan geowisata merupakan cara yang tepat untuk merumuskan pembangunan berkelanjutan, yang tentunya akan berdampak meningkatnya kualitas hidup dan pengalaman warga serta wisatawan di daerah kawasan geopark (Wang et al. 2019). Keranekaragaman sumber daya alam yang ada di Indonesia, yang mempunyai histori unik sebagai warisan cagar budaya yang diakui secara ilmiah secara nasional maupun di dunia internasional, maka Indonesia mempunyai peluang besar untuk menambah kawasannya menuju geopark dunia. Berikut ini merupakan

Untuk memperlancar kegiatan dan pencapaian tujuan, geopark Kebumen senantiasa berupaya dan menjaga hubungan baik dengan para mitra baik dalam maupun luar negeri, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Perusahaan Swasta, Masyarakat dan Komunitas, juga dengan para peneliti yang berasal dari dari akademisi.



Gambar 5.

Geological Map Kebumen Geopark (sumber : www.brin.go.id)

Geopark Kebumen mempunyai tiga *geo trail*. *Trail* warna hijau merupakan *trail* ke arah Karangsambung, yang menjelaskan *The Mother of Java*, warna kuning (ke arah barat) mengandung makna *earth and human live*. Selanjutnya *geo trail* berwarna ungu di bagian selatan yang mengandung arti mengenai kehangatan wisata Kebumen (*the warm of paradise*). Tiga *trail* tersebut merupakan kombinasi keragaman geologi, biologi, dan budaya, di mana *trail* ke arah Karangsambung menyimpan sejarah tentang *The Mother Earth*. (<https://www.brin.go.id/>).

Terdapat 2 (dua) kawasan lindung geologi yang berada pada Geopark Kebumen yaitu Karangsambung geohéritage dan lanskap karst Karangbolong. Dua kawasan tersebut mempunyai potensi mineral yang luar biasa yaitu pasir sedimen, diabas, serpentinit, asbes, marmer, kaolin, tanah liat, batu kapur, feldspar, batu mulia, andesit, fosfat, bentonit, trass, mangan, emas, dan serpih bitumen (Ansori et al. 2022). Malahan pada geopark Kebumen bagian utara mempunyai keunikan geologi dengan adanya bermacam batuan beku, sedimen, dan metamorf yang terbentuk pada dasar samudra hingga tepi benua yang telah berumur jutaan tahun (Nur 2012). Sayangnya, masyarakat sekitar menggali dan memanfaatkan batuan tersebut untuk diperjualbelikan. Oleh sebab itu,

perlu adanya kepedulian bersama dari berbagai pihak agar geopark dapat terjaga dari kerusakan yang disebabkan oleh penambangan atau lainnya. Perlu adanya kesadaran bersama untuk menjaga warisan yang harus di lindungi sebagaimana yang dilakukan oleh Persatuan Rakyat Penyelamat Karst Gombong yang mendesak pemerintah untuk tidak memperpanjang HGB PT. Semen Gombong (<https://www.kebumenupdate.com/news/>)

Pengemasan Geopark Kebumen Menuju Kancha Dunia

Dengan diresmikannya Geopark Karangsambung-Karangbolong di Kebumen menjadi geopark nasional pada 30 November 2018, maka artinya perlu selangkah lagi geopark Kebumen menuju geopark ke global UNESCO dan berarti geopark Kebumen mendunia. Untuk itu perlu adanya kolaborasi dari berbagai pemangku kepentingan dalam pengemasan dalam upaya mewujudkan dan mensukseskan tujuan bersama. Geopark Kebumen dapat belajar pada daerah lain agar dapat memenuhi kriteria dan kategori yang telah ditetapkan UNESCO.

Banyak keuntungan yang diperoleh apabila geopark Kebumen masuk dalam tataran dunia. Strategi pemerintah kebumen dengan membuat skenario pemerintah daerah untuk pengembangan geopark (Kurniawan 2022b) secara sistematis dan berkelanjutan. Skenario tersebut termasuk dalam menyusun kerangka pembiayaan dan pengembangan, jalinan kemitraan *stakeholder* yang ada di pusat dan daerah serta menyusun peraturan yang dapat dijadikan pedoman dalam melaksanakan pengembangan geopark kebumen menuju dunia.

Dari pemetaan yang ada di Indonesia tentang taman bumi pada level lokal sampai pada tataran global UNESCO, dapat dilihat posisi keberadaan kebumen geopark pada tabel berikut:

Tabel 1
Kategori: Taman bumi di Indonesia

L.B.S	Taman Bumi di Indonesia
Global UNESCO	Gunung Batur (2012), Pegunungan Sewu (2015), Gunung Rinjani (2018), Ciletuh-Palabuhanratu (2018), Kaldera Toba (2020), Belitong (2021), Maros-Pangkep (2022), Ijen (2023) Merangin (2020), Raja Ampat (2023)
Nasional	Bojonegoro (2017), Gunung Tambora (2017), Karangsambung-karangbolong (2018), Meratus (2018), Natuna (2018), Ngarai Sianok-Maninjau (2018), Pongkor (2018) Ranah Minang Stokkek (2018), Sawahlunto (2018)
Lokal	Bayah Dome, Bayat, Biora, Boki Maruru, Bone, Bromo tengger Semeru, Danau Poso, Danau Tarusan Kamang, Dieng, DIY, Gayo-Alas, Gorontalo, Gunung Batu Benau Bulungan-Baru, Gunung Penanggungan, Gunung Sunda, Halmahera Barat, Kelimutu-Ende, Krakatau, Lembah Harau, Mandala Galunggung, Matano, Pangandaran, Prasejarah Tritik, Rajamandala, Ranau Suoh, Rawa Dano, Sangkuriang-Mangkalihat, Sesar Palu-Koro, Singkarak-Danau Kembar, Solok Selatan, Talamau, Ternate, Tondano, Toraja, Trenggalek, Tsunami Purba Aceh, Tulungagung, Ujung Kulon, Walaanae Soppeng

Sumber: <https://id.wikipedia.org/>

Dengan demikian, untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, perlunya pengemasan agar Geopark Kebumen sampai pada tataran dunia (global UNESCO). Adanya konsep pembuatan road map kebijakan berupa skenario pemerintah daerah yang terdiri dari *Wonderful Future, Floating Future, Refraction Future, dan Downfall Future* (Kurniawan 2022b) diperlukan guna membantu sejauhmana ketercapaian realisasi yang telah dilakukan oleh pemerintah dalam kegiatannya dalam upaya mewujudkan tujuan.

Dengan masih terkendalanya pengembangan geopark Kebumen yang disebabkan minimnya anggaran maka perlu adanya strategi yang dilakukan dalam kerangka pembiayaan dengan meningkatkan keterlibatan pada aspek pembiayaan dari pemerintah pusat, para pemangku kepentingan baik dunia usaha, masyarakat, komunitas sosial dan organisasi internasional sesuai dengan porsi dan ketertarikan para pihak (Kurniawan 2022b).

Hal lain yang juga perlu adalah adanya sinergi antara pemerintah, *stakeholders* serta masyarakat untuk bersama-sama seia sekata, bahu membahu menjaga, melestarikan geopark Kebumen dari kerusakan. Salah satunya perlu upaya untuk menghentikan penambangan dengan cara mencari alternatif lokasi penambangan (Nur 2012) yang tidak ada kaitan hubungan dengan geopark Kebumen, atau memberikan keterampilan dan pekerjaan lain yang tidak mengeksploitasi lingkungan.

Perlu adanya pemahaman dan kesadaran bersama bahwa keberadaan status global geopark merupakan alat branding yang sangat potensial bagi produk-produk lokal. Manajemen geopark perlu menetapkan standar yang jelas serta melakukan kurasi sebelum sebuah produk

bisa mendapatkan label geoproduk. Standarisasi ini akan menjaga nilai dari sebuah status geoproduk yang berkualitas dengan menjamin mutu produk yang ada disekitar geopark. Manajemen geopark berperan dan memberi 'jaminan mutu' atas produk geopark guna mendorong para pelaku usaha berlomba dan berupaya untuk memunculkan produk berkualitas.

Budaya dan Dampak Ekonomi Masyarakat

Edukasi

Geopark Kebumen memiliki keanekaragaman geologi yang unik dan menarik bertaraf internasional. Oleh sebab itu pemerintah melalui kementerian telah menetapkan sebanyak 21.150 hektar kawasan di Karangsambung Kebumen sebagai lokasi geologi pertama yang dapat digunakan untuk laboratorium alam, konservasi, pendidikan, dan penelitian. Hal itu dituangkan dalam Keputusan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Nomor 2817 K/40/MEM/2006 tentang Penetapan Kawasan Cagar Alam geologi Karangsambung.

Perlunya tenaga penyuluh dan pembina selain untuk memberi edukasi yang bermanfaat bagi masyarakat juga untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan, juga untuk memberikan pemahaman dan kesadaran mengenai konsep geopark menuju kancah dunia. Hal ini penting di lakukan mengingat umumnya masyarakat mempunyai pengetahuan yang relatif rendah tentang pentingnya geopark (Azman et al. 2010). Peran penting adanya penyuluh tersebut adalah untuk memberi pesan dan berbagai informasi terkait geopark termasuk mengenai pengembangan dan konservasi secara berkelanjutan.

Melalui mekanisme pendidikan lingkungan menuju pelestarian dan pembangunan lingkungan (Bakti et al. 2018) untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia (Purmadi et al. 2020) dan tercapainya visi pengembangan geopark Kebumen yaitu menjadi geopark berkelas dunia yang sustainable, unggul dalam pelestarian geologi, hayati dan budaya untuk kesejahteraan masyarakat(Kurniawan 2022a).

Dengan adanya visi tersebut, maka seyogyanya upaya pemerintah dalam mendorong geopark Kebumen diakui dan ditetapkan UNESCO global geopark senantiasa

mendapatkan dukungan secara maksimal oleh segenap masyarakat dari berbagai elemen baik dari pusat maupun daerah. Kawasan geologi di Karangsembung (dulu bernama LIPI, sekarang menjadi BRIN) mempunyai ruang edukasi sebagai wahana pendidikan, penelitian, dan wisata geologi bagi para akademisi maupun wisatawan yang berkunjung untuk dapat menikmati sejarah geologi dan budaya yang ada di geopark Kebumen (Gambar 6).



Gambar 6.

Ruang edukasi di LIPI Karangsembung (sumber: Dok. Penulis)

Pengembangan Pariwisata - Goewisata

Pariwisata adalah bagaimana wisatawan dapat melihat suatu kawasan yang menarik dan mudah mengakses destinasi wisata tersebut. Untuk itu diperlukan sarana dan promosi yang memadai agar wisatawan mengetahui dan dapat sampai di lokasi tujuan wisata secara nyaman. Di Kabupaten Kebumen kawasan lindung geologi yaitu Karangsembung geohéritage dan lanskap karst Karangbolong yang termasuk dalam kebumen geopark yang banyak memiliki potensi mineral seperti pasir sedimen, diabas, serpentin, asbestos, marmer, kaolin, tanah liat, batu kapur, feldspar, batu mulia, andesit, fosfat, bentonit, trass, mangan, emas, dan serpih bitumen (Ansori et al. 2022). Beberapa geosite dan area lainnya yang termasuk dalam geopark Kebumen telah berkembang menjadi desa wisata yang dikelola oleh masyarakat sehingga memunculkan desa wisata lokal yang memuat kearifan dan mempekerjakan masyarakat lokal dengan keunikan masing-masing. Dengan bertumbuhnya geowisata maka berarti kegiatan ekonomi dan alih profesi masyarakat menjadi berkembang dan maju. Pengelolaan kawasan geopark kebumen selain mensejahterakan masyarakat juga melindungi geologi dan

melestrikan alam dari kerusakan dan ancaman oknum yang tidak bertanggungjawab.

Beberapa destinasi yang di kelola oleh masyarakat lokal dengan berbagai sajian yang menarik wisatawan antara lain objek wisata Brujul Adventure di Peniron dan objek wisata alam Pentulu Indah di Desa Karangsembung yang keduanya terletak di daerah pegunungan (Gambar 7 & 8), dan Pantai Manganti di sisi selatan Geopark Kebumen (Gambar 9). Pengembangan berbagai wisata yang dilakukan oleh pengelola wisata dapat membantu pemerintah dalam pementasan kemiskinan sekaligus mempromosikan kegiatan budaya penduduk lokal yang ada di kawasan Geopark Kebumen (Lee et al. 2021)

Untuk memudahkan pengelolaan di sekitar kawasan yang melibatkan berbagai elemen masyarakat dapat dibuat penetapan zonasi atau blok pemanfaatan untuk memperjelas dalam melakukan rehabilitasi pelesatrian lingkungan kawasan konservasi. Untuk menguatkan peran dan partisipasi masyarakat tersebut dapat dituangkan dalam RUU Konservasi Sumber Daya Hayati dan Ekosistem (Qodriyatun 2019)



Gambar 7.

Objek wisata Brujul Adventure di Peniron (Sumber: Dok Penulis)

**Gambar 8.**

Objek Wisata Alam Pentulu Indah di Desa Karangsembung (sumber: Dok. Penulis)

**Gambar 9.**

Objek wisata pantai Menganti desa Karangduwur kec. Ayah (Sumber: Dok Penulis)

Pembinaan UMKM

Sektor UMKM mempunyai peranan yang penting dan strategis bagi perekonomian bangsa Indonesia dan merupakan salah satu alternatif solusi permasalahan bangsa seperti pengentasan kemiskinan dan mengurangi pengangguran (Permana 2017; Kurniawan et al. 2014). Kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan kegiatan yang dapat berkembang secara konsisten dalam perekonomian nasional (Halim 2020) karena sektor UMKM dapat menyerap tenaga kerja, pemerataan pendapatan dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi pedesaan, meningkatkan ekspor nonmigas (Fidela et al. 2020). Hal ini memang berarti bahwa UMKM mempunyai kontribusi, andil dan peranan yang harus diperhatikan karena termasuk dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB).

Melihat pentingnya UMKM, pemerintah memberi landasan dan support kepada pelaku

UMKM agar dapat terus berkembang dan diberdayakan melalui undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. Telah terbukti beberapa tahun silam bahwa UMKM merupakan salah satu usaha yang mampu bertahan pada saat situasi guncangan krisis ekonomi yang melanda (Permana 2017). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa UMKM merupakan usaha yang tangguh ditengah badai krisis ekonomi.

Kelemahan yang seringkali dihadapi oleh UMKM sampai saat ini antara lain mengenai akses permodalan, kemampuan manajerial baik internal maupun eksternal (Ariani & Utomo, 2017), serta pemasaran (Rahman et al. 2013). Oleh sebab itu pemerintah memberikan solusi dan peluang bagi para UMKM dengan memberikan perhatian khusus kepada UMKM (Marlinah 2020) untuk memperlancar usahanya. Selain itu pemerintah melakukan pembinaan dengan memberikan pelatihan, Fokus Group discussion dan bimbingan teknis (Fuadi et al. 2021) termasuk upaya meningkatkan sarana dan prasana infrastruktur desa yang dapat menunjang sektor ekonomi, pendidikan, kesehatan, olahraga, dan kebudayaan (Ngatikoh et al. 2023)

Demikian pula dengan UMKM yang berada di sekitar kawasan geopark Kebumen. Dengan mayoritas masyarakat sekitar geopark yang tingkat pendidikannya SLTP (Ngatikoh et al. 2023), maka peranan pemerintah diperlukan untuk melakukan pembinaan dan pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan UMKM menjadi naik kelas (Sutandi et al. 2020) dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia yang terlatih. Oleh sebab itu, apabila kapasitas sumber daya manusianya rendah ditambah minim dan kurangnya apenguasaan dan keahlian ilmu pengetahuan dan teknologi masa kini yang dimiliki, secara umum biasanya akan mempengaruhi prospek usaha dan berdampak buruk (Fidela et al. 2020) yang kemudian pada akhirnya menemukan kegagalan dalam bisnis.

Pada konsep geopark, pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu pilar yang ada pada sektor pariwisata untuk dapat terus dikembangkan secara berkelanjutan. (Febriandika et al. 2020), dengan demikian perlunya pembinaan dari pemerintah untuk

terus memberdayakan dan memberi edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya konsep geopark masuk UNESCO global geopark.

Pemerintah desa sebagai pintu gerbang dan ujung tombak pemerintah harus mempunyai visi yang sama dengan pemerintah pusat dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dengan mewujudkan dan meningkatkan usaha kecil dan menengah melalui badan usaha milik desa dan program lain yang dapat membuka lapangan kerja bagi masyarakat desa (Ngatikoh et al. 2023). Dengan memberikan akses UMKM terhadap sumber-sumber permodalan, mengadakan pembinaan dan pelatihan, kegiatan promosi produk, memperluas pemasaran produk, serta menyediakan sarana dan prasarana (Anggraeni et al. 2013). Hal ini telah dilakukan oleh pemerintah melalui penyaluran dana berupa alokasi dana desa dan dana desa yang diatur dalam APBDes yang dibuat bersama dengan masyarakat melalui musyawarah yang peruntukannya terdiri dua macam yaitu untuk pembangunan dan untuk pemberdayaan masyarakat desa (Widiyanto et al. 2021; Ngatikoh et al. 2023).

Kepala desa sebagai lokomotif dan pemimpin tertinggi tingkat desa harus mempunyai semangat dan optimisme membawa cita-cita demi kemajuan desa. Pemimpin harus mempunyai cita-cita tersebut yang tergambar dalam visi terwujudnya desa yang sehat, aman, nyaman, serta pemerintahan yang terbuka transparan dan akuntabel, pelayanan yang maksimal, sarana dan prasarana yang memadai, kehidupan masyarakat yang layak, sejahtera, berdaulat dan bermartabat. Sama halnya dengan desa lainnya, dalam rangka memperlancar tugas dan kegiatan organisasi dilakukan melalui musyawarah yang dilakukan bersama dengan badan permusyawaratan desa (BPD) (Ngatikoh et al. 2023). Selanjutnya, realisasi anggaran tersebut disampaikan kepada publik secara umum sesuai peruntukannya sebagai bentuk pertanggung jawaban atas kinerja yang dilakukan selama periode tertentu dan telah disampaikan ke masyarakat luas dengan menggunakan media berupa baliho yang dipasang di tempat-tempat strategis di wilayahnya, terutama dipasang di balai desa secara transparan dan terperinci kepada masyarakat (Ngatikoh et al. 2023) hal ini dilakukan agar masyarakat ikut mengawasi dan

berpartisipasi aktif dalam pembangunan desa agar tercapai kesejahteraan dan kemandirian masyarakat.

Kesejahteraan masyarakat (*Community welfare*) harus dapat dipahami tidak hanya sebatas pada ranah kesejahteraan fisik atau finansial semata. Namun pada konteks geopark Kebumen, salah satu aspek penting yang menjadi perhatian adalah ketangguhan bencana (geologi). Geopark Kebumen yang berada dalam jalur subduksi lempeng tektonik di satu sisi memberi khasanah pembelajaran ilmu kebumian dan di sisi lain menempatkan wilayah ini dalam posisi rawan bencana geologi.

PENUTUP

Kesimpulan

Masyarakat Kebumen tidak semuanya memahami keberadaan Kawasan Geopark Kebumen. Oleh karena itu sosialisasi secara masif melalui berbagai cara perlu digencarkan guna memberi edukasi bagi masyarakat, meningkatkan pengetahuan, wawasan, pemahaman, dan kesadaran mengenai konsep geopark, pengembangan, dan konservasinya secara berkelanjutan.

Sosialisasi masif ini seyogyanya dapat disampaikan kepada masyarakat sesuai dengan tingkat pemahaman dan bahasa yang mudah di pahami dan di mengerti oleh semua kalangan masyarakat khususnya masyarakat awam. Sosialisasi masif penting di lakukan dengan tujuan untuk memberi pengetahuan tentang keberadaan geopark agar supaya tidak dipandang hanya sebagai batu belaka yang tidak mempunyai arti dan nilai.

Pemberdayaan masyarakat di sekitar Geopark Kebumen mempunyai tujuan agar masyarakat mampu mandiri serta meningkatkan harkat dan martabatnya. Pada konsep geopark, pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu pilar yang termasuk dalam sektor pariwisata. Ada puluhan objek di Kawasan Geopark Kebumen yang telah dan sedang dikembangkan sebagai objek wisata, terutama wisata alam berupa pantai, perbukitan, singkapan geologi, maupun objek tinggalan budaya. Pengembangan objek wisata dapat membantu ekonomi masyarakat sekaligus mempromosikan kegiatan budaya penduduk lokal yang ada di kawasan Geopark Kebumen. Di objek wisata masyarakat terlibat dalam berbagai

kegiatan ekonomi, misalnya penyediaan tempat parkir, penyedia jasa transportasi, penginapan, warung makan, maupun souvenir. Dapat dikatakan bahwa masyarakat lokal adalah aktor utama dalam perencanaan dan pelaksanaan pariwisata bukan sekedar penyedia jasa dan fasilitas pelengkap (parkir, cinderamata dll).

Pariwisata yang dikembangkan di kawasan geopark adalah *Community Based Tourism* yang menerapkan prinsip-prinsip ekowisata. Oleh karena itu wisata berbasis kapitalis yang hanya mengejar keuntungan mesti diatur dan dibatasi agar tidak mengurangi ruang bagi munculnya wisata berbasis desa dan komunitas. Dengan demikian wisata berbasis desa dan komunitas dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan.

Permodalan dalam rangka pemberdayaan masyarakat dapat didorong atau difasilitasi dengan usaha kecil dan menengah UMKM melalui badan usaha milik desa. Masyarakat berhak mendapatkan akses UMKM, sumber-sumber permodalan, pembinaan, pelatihan, kegiatan promosi produk, memperluas pemasaran produk, serta menyediakan sarana dan prasarana melalui alokasi dana desa yang diatur dalam APBDes yang dibuat bersama masyarakat melalui musyawarah.

DAFTAR PUSTAKA

Alim, Wahab Syakhirul, Sardjana Orba Manullang, Firman Aziz, Sukron Romadhon, Anna Marganingsih, Mansur, Endah Marendah Ratnaningtyas, Kuswarini Sulandjari, Hanifah, Renny, Wulandari, and Yusuf Efendi. 2022. *Pemberdayaan Masyarakat: Konsep Dan Strategi*.

Alpiana, Alpiana, Diah Rahmawati, and Joni Safaat Adiansyah. 2020. "Pengembangan Geoproduk Geopark Tambora Untuk Pemberdayaan Masyarakat Lokal Berbasis Interpretasi Geologi." *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 3(2):170. doi: 10.31764/jpmb.v3i2.2194.

Anggraeni, Feni Dwi, Imam Hardjanto, and Ainul Hayat. 2013. "Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha 'Emping Jagung' Di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing, Kota

Malang)." *Administrasi Publik (JAP)* 1(6):1286-95.

Ansori, Chusni, Nugroho Imam Setiawan, I. Wayan Warmada, and Herry Yogaswara. 2022. "Identification of Geodiversity and Evaluation of Geosites to Determine Geopark Themes of the Karangsambung-Karangbolong National Geopark, Kebumen, Indonesia." *International Journal of Geoheritage and Parks* 10(1):1-15. doi: 10.1016/j.ijgeop.2022.01.001.

Azman, Norzaini, Sharina Abdul Halim, Ong Puay Liu, Salsela Saidin, and Ibrahim Komoo. 2010. "Public Education in Heritage Conservation for Geopark Community." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 7(2):504-11. doi: 10.1016/j.sbspro.2010.10.068.

Briggs, Alan, Ross Dowling, and David Newsome. 2021. "Geoparks - Learnings from Australia." *Journal of Tourism Futures* 9(3):351-65. doi: 10.1108/JTF-11-2020-0204.

Bungin, Burhan. 2008. *Analisis Data Kualitatif*. cetakan ke. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Farsani, Neda Torabi, Celeste Coelho, and Carlos Costa. 2011. "Geotourism and Geoparks as Novel Strategies for Socio-Economic Development in Rural Areas." *International Journal of Tourism Research* 13(1):68-81. doi: 10.1002/jtr.800.

Febriandika, Ikke, and Teguh Kurniawan. 2020. "Pengembangan Pariwisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat Dilihat Dari Perspektif Implementasi Kebijakan." *Jurnal Pariwisata Pesona* 05(1):1-11.

Ferdiansyah, Dendi, Syaufika Nadhifah, Vini Alfitriyani Ramadhani, and R. Edi Komarudin. 2021. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Rutinitas Sosial Di Desa Sukarapih Dalam Program Kuliah Kerja Nyata (KKN)." *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung* 1(November):81-92.

Fidela, Alifah, Aprinaldi Pratama, and Tita Nursyamsiah. 2020. "Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya Di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang Development Of Micro Small and Medium

- Enterprises (Smes) With The Marketing Program Of Guava Village In Jambu Village , Sume." 2(3):493-98.
- Fuadi, Debi, Ade Sadikin Akhyadi, and Iip Saripah. 2021. "Systematic Review : Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Digital Melalui Aksi Sosial." *DIKLUS: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah* 5(1):1-15.
- Al Hakim, Rosyid Ridlo, Siti Rukayah, and Erie Kolya Nasution. 2022. "Peluang Dan Tantangan Konservasi Berbasis Ekowisata." *Proceeding Seminar Nasional IPA XII "PISA Melalui Sains Masa Depan Untuk Generasi Berwawasan Lingkungan"* (August):12-16.
- Halim, Abdul. 2020. "Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju." 1(2).
- Hasri, Bin, Sigit Santoso, and Djokontos TH Sa. n.d. "Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Dan Pengangguran Daerah Di Kabupaten Ngawi."
- Hawkins, Diemas Sukma. 2022. "Global Youth Engagement in Promoting Community Empowerment in Indonesian Geoparks Development: Prospects and Challenges for Indonesia Geopark Youth Forum." *Journal of Social Development Studies* 3(1):29-40. doi: 10.22146/jdsd.3737.
- Hikmawati, Nur Kholifatul, and Muhammad Nu'man. 2022. "Community Empowerment Efforts." *Journal Intellectual Sufism Research (JISR)* 4(2):96-103. doi: 10.52032/jisr.v4i2.110.
- Indrayanti, Wiwin. 2020. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesejahteraan Masyarakat Di Kota Samarinda." *Jurnal Ecodemica* 4(2):3.
- Kures, Nafisy Nevaria Indonasa, masje Silija Pangkey, and Rully mambo. 2013. "Pemberdayaan Kelompok Tani Sayur Di Kelurahan Kakaskasen II Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon E." 04(048).
- Kurniawan, Ferry Duwi, and Luluk Fauziah. 2014. "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Penanggulangan Kemiskinan." *JKMP* 2(2):103-220.
- Kurniawan, Murtiadi Hajar. 2022a. "Skenario Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Geopark Nasional." *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (JIAP)* 8(2):158-69.
- Kurniawan, Murtiadi Hajar. 2022b. "Skenario Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Geopark Nasional." *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (JIAP)* 8(2):158-69.
- Lawu, Suparman Hi, Agus Suhaila, and Riris Lestiowati. 2019. "Pengaruh Etos Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Pos Indonesia Cabang Pemuda Jakarta Timur." *Penelitian Ilmu Manajemen* 2(1):2614-3747.
- Lee, Yu Jin, and Ramasamy Jayakumar. 2021. "Economic Impact of UNESCO Global Geoparks on Local Communities: Comparative Analysis of Three UNESCO Global Geoparks in Asia." *International Journal of Geoheritage and Parks* 9(2):189-98. doi: 10.1016/j.ijgeop.2021.02.002.
- Lestari, Forina, and Ira Indrayati. 2022. "Pengembangan Kelembagaan Dan Pembiayaan Geopark Di Indonesia: Tantangan Dan Strategi." *Journal of Regional and Rural Development Planning* 6(2):102-22. doi: 10.29244/jp2wd.2022.6.2.102-122.
- Moleong, Lexy J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi revi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Munawar, Noor. 2011. "Pemberdayaan Masyarakat." *Jurnal Ilmiah CIVIS* 1(2):87-99.
- Ngatikoh, Siti, Wahyudi Kumorotomo, and Nur Rachmat Yuliantoro. 2023. "Kepemimpinan Kepala Desa Untuk Transparansi Dalam Upaya Mencegah Korupsi (Studi Kasus Pada Lima Desa Di Kabupaten Kebumen Dan Kabupaten Wonosobo)." Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Nur, Mostafa, Alif. 2012. "Kajian Geologi Lingkungan Pada Lokasi Penambangan Batuan Diabas Gunung Parang Dalam Rangka Konservasi Batuan Di Cagar Alam

- Geologi Karangsambung." *Teknik* 32(2):171–75.
- Nurul, Mutiara, Lita Azizah, Desi Wulandari, Aditya Marianti, Info Artikel Abstrak, and Kata Kunci. 2021. "Indonesian Journal of Conservation i j Tantangan Mewujudkan Ekowisata Sungai Berkelanjutan Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Manusia Dan Melindungi Keanekaragaman Hayati Di Indonesia." *Indonesian Journal of Conservation* 10(2):72–77. doi: 10.15294/ijc.v10i2.31072.
- Permana, Sony Hendra. 2017. "Strategy Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM Di Indonesia." *Aspirasi* 8(1):93–103.
- Purmadi, Rifqie Mardiansyah, Dewa Made Juli Santika, and Arum Sekar Wulandari. 2020. "Pentingnya Pendidikan Konservasi Untuk Menjaga Lingkungan Hidup (Studi Kasus Di Desa Cidahu , Kabupaten Kuningan)." *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat* 2(4):602–6.
- Putri, Shafira Mediana. 2019. "Kolaborasi Pengembangan Kawasan Geopark Dalam Mewujudkan Destinasi Pariwisata Berkelas Dunia Di Provinsi Jawa Barat." 2(2):33–39.
- Qodriyatun, Sri Nurhayanti. 2019. "Peran Dan Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Kawasan Konservasi Secara Kolaboratif." *Jurnal Kajian* 24(1):43–56.
- Rahman, Abdul. 2018. "Identifikasi Strategi Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Sungaiambawang Kabupaten Kuburaya Provinsi Kalimantan Barat." *Jurnal Manajemen Pembangunan* 5(1):17–36.
- Rukin. 2020. "Pembangunan Perekonomian Masyarakat Desa Pesisir Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Economic Development of Coastal Village Communities As Increase Welfare Efforts." *Jurnal Sosial Humainora* 11(April):1–14.
- Santoso, M. B., N. C. Apsari, and S. T. Raharjo. 2020. "Ciletuh Geopark: Toward the Tourism Industry." (January). doi: 10.2991/aebmr.k.200131.015.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryono, Agus. 2018. "Kebijakan Publik Untuk Kesejahteraan Rakyat." *Transparansi Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi* 6(2):98–102. doi: 10.31334/trans.v6i2.33.
- Sutandi, Sutandi, Resista Vikaliana, Yusup Rachmat Hidayat, and Yuli Evitha. 2020. "Strategi Peningkatan Kinerja UMKM Melalui 'UMKM Naik Kelas' Pada UMKM Di Kecamatan Cempaka Putih Jakarta Pusa." *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2(2):159–63. doi: 10.31334/jks.v2i2.740.
- UNESCO. 2006. *Global Geoparks Network*. UNESCO, Southern France.
- UNESCO. 2017. "UNESCO Global Geoparks Contributing to the Sustainable Development Goals: Celebrating Earth Heritage, Sustaining Local Communities." 6.
- W, R. Willya Achmad. 2021. "Monitoring Dan Evaluasi Program Corporate Social Responsibility Berbasis Pemberdayaan Masyarakat." *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen* 2(1):29–37. doi: 10.15575/jim.v2i1.12476.
- Wang, Yanjie, Fadong Wu, Xiuming Li, and Lihong Chen. 2019. "Geotourism, Geoconservation, and Geodiversity along the Belt and Road: A Case Study of Dunhuang UNESCO Global Geopark in China." *Proceedings of the Geologists' Association* 130(2):232–41. doi: 10.1016/j.pgeola.2019.01.004.
- Widiyanto, Delfiyan, Annisa Istiqomah, and Yasnanto Yasnanto. 2021. "Upaya Pemberdayaan Masyarakat Desa Dalam Perspektif Kesejahteraan Ekonomi." *Jurnal Kalacakra: Ilmu Sosial Dan Pendidikan* 2(1):26. doi: 10.31002/kalacakra.v2i1.3621.
- Winarsunu, Tulus. 2017. *Statistik Dalam Penelitian Psikologi Pendidikan*. Cet. ke-8. Malang: UMM Press.
- Xu, Kejian, and Wenhui Wu. 2022. "Geoparks and Geotourism in China: A Sustainable Approach to Geoheritage Conservation and Local Development—A Review." *Land* 11(9). doi: 10.3390/land11091493.
- Zaluchu, Sonny Eli. 2020. "Strategi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Di Dalam Penelitian Agama." *Evangelikal: Jurnal*

Teologi Injili Dan Pembinaan Warga Jemaat
4(1):28-38.

Peraturan Presiden Nomor 9 Tahun 2019
tentang Pengembangan Taman Bumi
(Geopark)

Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 2009
tentang Kepariwisataaan

Undang-undang Nomor 22 Tahun 2019 tentang
Sistem Budi Daya Pertanian Berkelanjutan

Undang-undang Nomor 25 Tahun 2000 tentang
Program Pembangunan Nasional
(PROPENAS) Tahun 2000-2004

Keputusan Menteri Energi dan Sumber Daya
Mineral Nomor 2817 K/40/MEM/2006
tentang Penetapan Kawasan Cagar Alam
geologi Karangsembung.

Peraturan Menteri Perencanaan Pembangunan
Nasional/Kepala Badan Perencanaan
Pembangunan Nasional Nomor 15 Tahun
2020 tentang rencana Aksi Nasional
Pengembangan Taman Bumi (Geopark)
Indonesia tahun 2021-2025).

Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya
Mineral RI nomor 31 tahun 2021 tentang
Penetapan Taman Bumi (Geopark)
Nasional

Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang
usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Mukhsinun, lahir di Kebumen. Menempuh Pendidikan S1 Hukum Islam di IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan menempuh S1 (program magister) bidang Ekonomi Islam pada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Bekerja sebagai Dosen di IAINU Kebumen dan juga Badan Pengelola Geopark Kebumen sebagai Manajer Pemberdayaan Masyarakat dan Peningkatan Perempuan.

Nurul Fatimah, Mahasiswi Semester 5 Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen.

Dela Salaisya Hikmah, Mahasiswi Semester 5 Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen.

BIODATA PENULIS

Siti Ngatikoh, lahir di Kebumen. Menempuh Pendidikan Ekonomi (Akuntansi) hingga Master (Manajemen Keuangan) di Univesitas Trisakti, Jakarta. Doktor di bidang Manajemen Kebijakan Publik dari Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Bekerja sebagai Dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen. Telp. 082149743807.

Hartatik, lahir di Klaten, menempuh Pendidikan S1 Arkeologi di Universitas Gadjah Mada, dan S2 Pengelolaan Sumber Daya Alam dan Lingkungan di Universitas Lambung Mangkurat. Peneliti di Pusat Riset Arkeologi Lingkungan, Maritim dan Budaya Berkelanjutan, Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN).

Geo Muslim Friendly Tourism for Generation Z

Geo Muslim Friendly Tourism pada Generasi Z

Harini Abrilia Setyawati^{1) a)} Rennanti Lunnandiyah Aprilia^{2) b)}

¹⁾ Universitas Putra Bangsa

^{a)} Jl. Ronggowarsito No.18, Kec. Pejagoan, Kebumen 54362

²⁾ Universitas Ma'arif Nahdatul Ulama

^{b)} Jl. Kutoarjo, Jatisari, Kebumen 54318

*Email: harini.abrilia.setyawati@gmail.com

Naskah Masuk: 23 Oktober 2023

Naskah Revisi: 1 Desember 2023

Naskah Diterima: 5 Desember 2023

ABSTRACT

Tourism is something that has been developed by various countries in the world because it is supported by various activities and businesses that are interconnected with each other. The Indonesian government has designated tourism as a priority sector apart from infrastructure, food, energy and maritime affairs. Therefore, it cannot be denied that the development of Indonesian tourism is currently very rapid, one of the Indonesian tourism sectors that is developing rapidly is Muslim Friendly Tourism. Kebumen Regency has a huge natural tourist attraction, especially with the promotion of Kebumen Regency in the Geopark area. It will be something new when Kebumen district develops a Muslim-friendly Geosite, a geosite equipped with worship facilities and also a halal culinary industry. Based on the research results, there are still very few Generation Z who know the concept of geopark tourism and also the concept of Muslim-friendly tourism. Synergy from various parties is needed to socialize and develop tourism in Kebumen Regency.

Keywords: muslim friendly tourism, geo muslim friendly tourism

ABSTRAK

Pariwisata merupakan sektor yang telah dikembangkan oleh berbagai negara di belahan dunia karena didukung oleh berbagai kegiatan dan usaha yang saling berkaitan satu sama lain. Pemerintah Indonesia telah menetapkan pariwisata sebagai sektor prioritas selain infrastruktur, pangan, energi, dan kelautan. Oleh karena itu tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan pariwisata Indonesia saat ini sangat pesat, salah satu sektor pariwisata Indonesia yang berkembang pesat adalah Wisata Ramah Muslim. Kabupaten Kebumen memiliki daya tarik wisata alam yang begitu besar, apalagi dengan didorongnya Kabupaten Kebumen dalam wilayah Geopark. Akan menjadi sesuatu hal yang baru ketika kabupaten Kebumen mengembangkan Geosite yang ramah muslim, geosite yang dilengkapi dengan fasilitas ibadah dan juga industri kuliner yang halal. Berdasarkan hasil penelitian masih sedikit Generasi Z yang mengetahui konsep wisata geopark dan juga konsep wisata ramah muslim. Perlu sinergi dan strategi dari berbagai pihak untuk mensosialisasikan dan mengembangkan pariwisata di Kabupaten Kebumen.

Kata kunci : wisata ramah muslim, geo wisata ramah muslim

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan berbagai kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (Undang - Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata). Sektor pariwisata merupakan salah satu penopang perekonomian Indonesia dan menjadi penyumbang devisa utama. Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD) dalam laporan Tourism Trends and Policies 2022 menyebutkan pada 2019, sektor pariwisata menyumbang 5,0% dari pendapatan domestik bruto (PDB) Indonesia. Namun,

hantaman pandemi Covid-19 di 2020 mengakibatkan turunnya kontribusi pariwisata terhadap PDB sebesar 56% yaitu menjadi hanya 2,2% dari total ekonomi. Jadi bahwa pengembangan pariwisata di Indonesia menjadi fokus nasional pengembangan dan pengembangan ke menumbuhkan tingkat perekonomian Indonesia (Basrowi et al., 2020).

Sementara di wilayah Kabupaten Kebumen pada tahun 2022 ini terlihat geliat pariwisata, hal ini dapat dilihat berdasarkan data BPS bahwa pada tahun 2018 jumlah wisatawan sebanyak 1.079.169 kemudian turun pada tahun 2019 menjadi sebanyak 947.260. Akibat dari virus Covid-19 yang melanda, jumlah wisatawan pada tahun 2020 turun

drastis menjadi hanya sebesar 383.120 demikian pula pada tahun 2021 menjadi sebesar 334.724. Setelah pandemi wisata di Kebumen kembali pulih menjadi 1.623.856.

Kabupaten Kebumen merupakan salah satu daerah di Jawa Tengah yang memiliki keunggulan dari sektor pariwisata, salah satunya adalah Pantai Menganti. Dengan ditetapkannya Menganti sebagai Kawasan perdesaan yang akan dikembangkan berdasarkan Keputusan Bupati Nomor 410/178/KEP/2016 Tentang Lokasi Pembangunan Kawasan Perdesaan. Kawasan Wisata Pesisir Menganti berada di Kecamatan Ayah dan Buayan. Kawasan Wisata Pesisir Menganti yang terdiri dari tujuh desa yaitu Desa Argopeni, Desa Karangduwur, Desa Sрати, Desa Pasir, Desa Ayah dan Desa Candirenggo.

Pariwisata di desa-desa di Kawasan Wisata Pesisir Menganti saat ini tengah menjadi primadona wisata di Kabupaten Kebumen. Pariwisata pun menjadi sektor yang berkontribusi besar terhadap perkembangan ekonomi masyarakat di kawasan yang sebagian besar merupakan perbukitan karst. Berbagai obyek wisata telah dikembangkan di setiap desa dengan memiliki karakteristik utama pada pantai dan spot pemandangan pantai. Selain itu, terdapat juga obyek wisata berupa goa, air terjun, dan cagar budaya.

Sebagai kawasan wisata, Pemerintah Kabupaten Kebumen telah menetapkan sebagai Destinasi Pariwisata Kabupaten (DPK) dalam Rencana Induk Pengembangan Kepariwisata Kebumen. Pengembangan obyek wisata desa ini sebagian besar dilakukan mandiri masyarakat, kecuali Pantai Logending, Goa Petruk dan Pantai Karangbolong yang dikembangkan oleh Pemerintah Kabupaten Kebumen. Pantai Menganti di Desa Karangduwur adalah pantai yang paling awal dikembangkan oleh masyarakat dan sekarang menjadi pantai paling ramai dikunjungi oleh wisatawan. Popularitas Pantai Menganti dikenal sampai tingkat internasional sehingga mendorong desa-desa tetangganya untuk mengembangkan wisata desa. Bisa dikatakan pengembangan wisata di kawasan ini dipengaruhi oleh upaya pengembangan Pantai Menganti di Desa Karangduwur.

Sebagai bagian dari pariwisata berkelanjutan, peran geowisata dipandang

sebagai penghubung antara cagar alam geologi dan warisan budaya masyarakat lokal (Bujdosó et al., 2015). Geowisata menurut National Geographic (2021) adalah jenis pariwisata yang melestarikan atau mempromosikan karakter geografis tertentu suatu wilayah, termasuk warisan, estetika, budaya, lingkungan, dan kesejahteraan warganya. Oleh karena itu, penting untuk memperoleh pengetahuan baru tentang komponen geowisata yang tertanam melalui perspektif Islam.

Kebumen memiliki geosite yang bervariasi mulai dari geodiversity, budaya dan biodiversity. Kawasan Wisata Pesisir Menganti merupakan Geosite dengan keanekaragaman hayati yang sangat baik meliputi Gua Barat dan Petruk sedangkan keanekaragaman hayati yang baik meliputi Gua Petruk, Hud Bukit, Pantai Lampon dan Karangpamuran. Keanekaragaman budaya menjadi unggulan di Gua Petruk, Gua Jatijajar, Bukit Hud, Pantai Menganti, Pantai Karangbolong dan Pantai Karangpamuran. Geosite utama meliputi Gua Petruk, Bukit Hud, Gua Barat, Bukit Wanalela, Pantai Menganti dan Pantai Lampon Geosite terletak di kawasan Karangbolong sangat baik untuk mendukung pengembangan geopark Kebumen agar saling melengkapi dan menjadi satu kesatuan, keanekaragaman geologi, keanekaragaman budaya, dan keanekaragaman hayati. (Ansori, 2018)

Keunikan pengalaman perjalanan merupakan indikator yang paling banyak berperan penting dalam membentuk kebaruan pengalaman perjalanan.

Syariah telah menjadi tren di dunia perekonomian global, dan juga daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak untuk dijual kepada turis pasar. Mulai dari makanan dan minuman, keuangan, hingga produk gaya hidup. Sebagai tren gaya hidup baru, banyak negara-negara mulai memperkenalkannya produk wisata dengan konsep ramah muslim. Bahkan Negara seperti Jepang, Australia, Thailand, Selandia Baru, dan seterusnya yang bukan negara yang bukan mayoritas penduduknya Umat Islam juga menjadikan pariwisata produk syariah (Santoso, Widyanty, et al., 2021).

Wisata telah menjadi bagian integral dalam kehidupan masyarakat global, menghadirkan peluang untuk menjelajahi budaya, alam, dan pengalaman baru. Di tengah

perkembangan industri pariwisata yang pesat, salah satu aspek yang semakin mendapatkan perhatian adalah "wisata ramah Muslim." Dalam dunia yang semakin terhubung dan beragam ini, wisata ramah Muslim muncul sebagai tanggapan terhadap kebutuhan yang berkembang dari jutaan wisatawan Muslim di seluruh dunia.

Pada dasarnya, wisata ramah Muslim adalah konsep yang merangkul upaya untuk membuat pengalaman wisata menjadi lebih sesuai dengan nilai-nilai, kepercayaan, dan praktik keagamaan Islam. Ini mencakup berbagai aspek, mulai dari akomodasi yang memfasilitasi salat hingga makanan yang memenuhi persyaratan halal dan fasilitas ibadah yang mudah diakses.

Pada tahun-tahun terakhir, tren wisata ramah Muslim telah berkembang pesat, menciptakan peluang bisnis baru bagi industri pariwisata, serta membantu dalam mempromosikan dialog antar budaya. Namun, untuk memahami dan mengembangkan lebih lanjut konsep ini, kita perlu menggali lebih dalam mengenai bagaimana wisatawan Muslim mengalami destinasi mereka, bagaimana destinasi tersebut dapat lebih memahami dan melayani kebutuhan mereka, serta dampaknya terhadap komunitas lokal dan industri pariwisata secara keseluruhan.

Total populasi Muslim secara global pada 2022 mencapai 2 miliar orang atau 25 persen dari total populasi penduduk dunia. Pada tahun 2030, total populasi muslim global diperkirakan naik menjadi 2,7 miliar orang atau 27 persen dari keseluruhan penduduk dunia.

Ke depan, pasar perjalanan Muslim diperkirakan akan berkembang secara signifikan dengan proyeksi 230 juta kedatangan wisatawan Muslim dan pengeluaran sebesar 225 miliar dollar AS pada 2028. Asia memimpin dalam kedatangan wisatawan Muslim, diikuti oleh Eropa, Afrika, Amerika, dan Oseania.

Melansir dari data World Population Review tahun 2021, Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk Muslim terbanyak di dunia. Total ada sekitar 231 juta penduduk di Indonesia yang memeluk agama Islam. Berikut data lengkapnya.

Negara Dengan Jumlah Penduduk Muslim Terbanyak

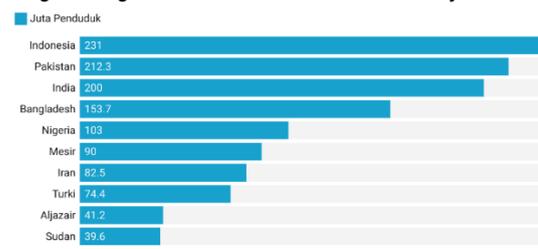


Chart: Aulia Mutiara Hatia Putri • Source: World Population Review 2021 • Created with Datawrapper

Indonesia menduduki peringkat teratas destinasi ramah muslim di dunia menurut Indeks Perjalanan Muslim Global (Global Muslim Travel Index/GMTI) 2023 yang dikeluarkan oleh Mastercard dan CrescentRating. Tak hanya Indonesia, Malaysia juga menempati peringkat yang sama dengan raihan skor indeks masing-masing 73 poin.

Adapun GMTI mengukur indeks terhadap 138 negara tujuan wisata ramah muslim. Indeks ini menilai destinasi berdasarkan empat kriteria utama, yaitu akses, komunikasi, lingkungan, dan layanan.

Pemerintah Provinsi Jawa Tengah mendukung wisata ramah muslim hal ini dapat kita buktikan dengan adanya Peraturan Gubernur Jawa Tengah Nomor 40 Tahun 2023 tentang Pariwisata Ramah Muslim dalam Rangka Pengembangan Ekonomi. Bahwa pembangunan pariwisata di Jawa Tengah perlu dilakukan dengan menggali potensi budaya, keluhuran adat, memperhatikan mutu dan kelestarian lingkungan, keamanan dan kenyamanan wisatawan, dalam bentuk penyelenggaraan pariwisata yang dilakukan secara terencana, terarah dan terpadu. Pengembangan pariwisata ramah muslim bertujuan untuk merespon kebutuhan pasar, melindungi konsumen dan memberikan pelayanan tambahan untuk wisatawan muslim yang berdampak positif terhadap pengembangan ekonomi Jawa Tengah.

Banyak penelitian yang mengkaji mengenai Muslim Friendly tourism (Hanafiah, 2020; Iskandar et al., 2023; Santoso, Fatmawati, et al., 2021), namun belum banyak yang mengaitkan wisata ramah muslim dengan keberlanjutan. Muslim-Friendly Sustainable Geo-Tourism (MFS-GT) menjadi jawaban, yaitu dengan menjaga nilai-nilai Islam namun juga memiliki komponen keberlanjutan seperti aspek lingkungan, partisipasi masyarakat, dan sosial ekonomi. Kajian tersebut memberikan

nilai tambah bagi industri MFT, khususnya destinasi wisata alam. Temuan ini signifikan dalam membentuk atmosfer Islami di kawasan geowisata (Saffinee, 2022).

TINJAUAN PUSTAKA

Wisata Ramah Muslim

Wisata ramah muslim merupakan konsep wisata dengan nilai-nilai Islam. Beberapa penelitian mendefinisikan sebagai wisata halal (Battour, 2016). Halal merupakan sesuatu yang diperbolehkan atau dilarang (Al-Qaradawi, 2013). Pariwisata halal mengacu pada pengelolaan pariwisata yang mengikuti nilai-nilai Islam (Battour, 2018).

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, pariwisata halal atau ramah Muslim memiliki beberapa dimensi, seperti fasilitas Islami, makanan halal, budaya halal dan bebas alkohol/judi (Carboni dan Idrissi Janati, 2016; Battour dan Ismail, 2016; Wardi et al., 2018). Pariwisata ramah Muslim memiliki empat atribut, antara lain fasilitas Islami, moralitas Islam secara umum, kehalalan dan larangan perjudian dan alkohol (Battour et al., 2014). Pertama, Fasilitas Islami adalah fasilitas ibadah untuk usaha pariwisata, seperti musala dan arah kiblat untuk salat di kamar hotel. Kedua, persoalan konsep halal berkaitan dengan ketersediaan makanan halal, dapur halal dan fasilitas halal di akomodasi wisata (Battour, 2018). Ketiga, budaya Islam atau moralitas umum mengacu pada ketaatan wisatawan terhadap nilai-nilai umum Islam, seperti larangan prostitusi di lokasi pariwisata. Terakhir, larangan perjudian dan alkohol berarti bebas alkohol dan perjudian di lokasi pariwisata. Selain itu, wisata halal juga berkaitan dengan faktor lain, seperti religiusitas dan kepuasan.

"Wisata Ramah Muslim" dan "Wisata Halal" adalah dua konsep yang sering digunakan dalam industri pariwisata untuk mengakomodasi kebutuhan wisatawan Muslim, tetapi mereka memiliki perbedaan yang penting. Berikut adalah penjelasan singkat tentang perbedaan antara keduanya:

Wisata Ramah Muslim adalah konsep yang lebih luas dan mencakup berbagai aspek dalam perjalanan wisata yang mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi

wisatawan Muslim. Ini mencakup berbagai aspek, termasuk akomodasi, makanan, fasilitas ibadah, dan aktivitas yang sesuai dengan ajaran Islam dan nilai-nilai Muslim. Wisata Ramah Muslim tidak hanya terbatas pada makanan halal dan fasilitas ibadah, tetapi juga mempertimbangkan aspek-aspek seperti pemisahan jenis kelamin, baju renang yang sesuai, serta menjaga lingkungan yang bebas dari hal-hal yang diharamkan oleh Islam. Tujuan dari Wisata Ramah Muslim adalah untuk menciptakan pengalaman wisata yang nyaman dan sesuai dengan kepercayaan agama bagi wisatawan Muslim, menjadikan mereka merasa diterima dan dihormati di destinasi tersebut.

Wisata Halal adalah bagian dari konsep Wisata Ramah Muslim yang lebih spesifik. Ini berfokus secara khusus pada makanan dan minuman yang sesuai dengan prinsip-prinsip makanan halal dalam Islam. Wisata Halal menjamin bahwa makanan dan minuman yang disajikan di restoran, hotel, atau tempat wisata adalah halal, yang berarti mereka telah memenuhi persyaratan Islam dan diperbolehkan untuk dikonsumsi oleh umat Islam. Ini sangat penting bagi wisatawan Muslim yang sangat memperhatikan konsumsi makanan halal selama perjalanan mereka dan ingin memastikan bahwa mereka tidak melanggar prinsip-prinsip agama mereka dalam hal makanan. Jadi, intinya adalah bahwa "Wisata Ramah Muslim" mencakup berbagai aspek pengalaman wisata yang mempertimbangkan kebutuhan dan nilai-nilai wisatawan Muslim, sementara "Wisata Halal" adalah komponen khusus dari Wisata Ramah Muslim yang berkaitan dengan makanan dan minuman yang sesuai dengan ajaran Islam. Pemahaman tentang kedua konsep ini penting bagi industri pariwisata dan destinasi yang ingin menarik wisatawan Muslim ke dalam lingkup mereka.

Daya Tarik Wisata

Menurut (Basiya & Rozak, 2012) menyatakan bahwa daya tarik tempat wisata merupakan motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata. Lebih lanjut Song & Witt mengelompokkan destinasi wisata menjadi 5 daya tarik (Song & Witt, 2012), yaitu: daya tarik wisata alam, daya tarik wisata berupa arsitektur bangunan, daya tarik

wisata yang dikelola khusus, daya tarik wisata budaya dan daya tarik wisata sosial.

Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu (Yoeti, 2002). Menurut (Yoeti, 2002) menyatakan bahwa daya tarik wisata harus memiliki tiga unsur yaitu: 1) *Something to see* (sesuatu yang dapat dilihat), seperti keindahan/keunikan alam, bangunan sejarah, kesenian/budaya setempat; 2) *Something to do* (sesuatu yang dapat dilakukan), seperti naik sampan, mencoba makanan tradisional, menari dengan penari local dan lain-lain; dan 3) *Something to buy* (sesuatu yang dapat dibeli), untuk memenuhi kebutuhan wisatawan untuk belanja.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan rancangan penelitian deskriptif observasional. Penelitian digunakan untuk melihat gambaran dari fenomena, deskripsi kegiatan dilakukan secara sistematis dan lebih menekankan pada data faktual dari pada penyimpulan (Nursalam, 2013).

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Menganti. Jumlah pengunjung pantai Menganti pada tahun 2021 sebanyak 484. 455 pengunjung. Sedangkan untuk penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, kriteria responden dalam hal ini adalah yang berkunjung ke pantai Menganti dalam satu tahun terakhir. Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui *google form*. Artinya siapa saja yang memenuhi syarat dan mengisi kuesioner penelitian ini, maka mereka adalah sampel pada penelitian ini.

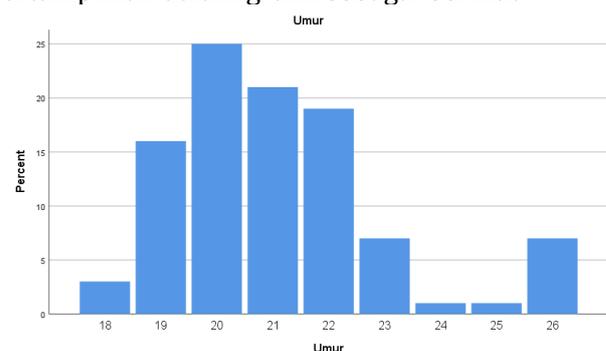
HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil responden dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 3 jenis, pertama berdasarkan jenis kelamin, kedua berdasarkan tingkat pendidikan dan terakhir berdasarkan umur. Responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan sebanyak 70% dan laki-laki berjumlah 30%. Dari sisi pendidikan lulusan SMA sebanyak 81% dan Diploma/Sarjana sebanyak 19%.

Dalam Teori Generasi yang dikemukakan oleh Codrington dan Marshall (2004), generasi

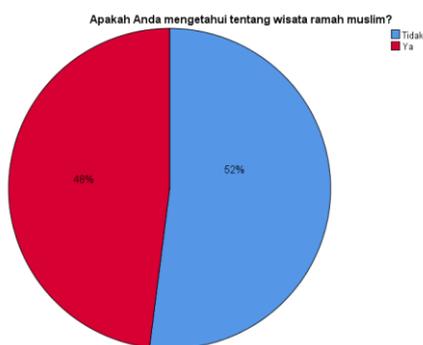
manusia dibagi menjadi 5 berdasarkan tahun lahirnya, yaitu: 1. Generasi Baby Boomer, lahir antara tahun 1946 hingga 1964 2. Generasi X, lahir antara tahun 1965 hingga 1980 3. Generasi Y, lahir antara tahun 1981 hingga 1994, sering disebut dengan generasi milenial. 4. Generasi Z, lahir antara tahun 1995 hingga 2010 (disebut juga iGeneration atau Generasi iNet) 5. Generasi Alpha, lahir antara tahun 2011 hingga 2025.

Penelitian ini hanya meneliti Generasi Z yang berarti di tahun ini usia mereka antara 18-26 tahun. Responden berdasarkan usia ditampilkan dalam grafik sebagai berikut:



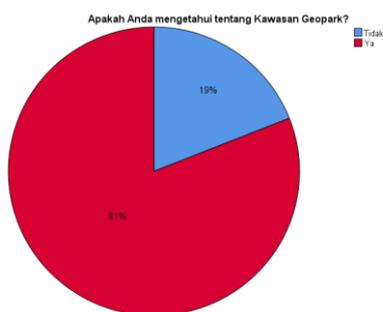
Gambar 3
Responden Berdasarkan Usia

Wisata halal atau wisata ramah muslim merupakan salah satu tren pariwisata yang berkembang pesat di dunia, termasuk di Indonesia. Hal ini tidak terlepas dari meningkatnya jumlah wisatawan muslim di dunia (Battour, 2016). Wisatawan muslim tersebut termasuk generasi Z. Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1995-2010, yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Generasi Z lebih kritis, mandiri, dan dinamis (Rumangkit & Aditiya, 2018). Penelitian dilakukan di kabupaten kebumen dengan 100 responden generasi Z. indikator yang disajikan peneliti tentang pengetahuan Generasi Z mengenai wisata ramah muslim dan geopark. 100 responden terdiri dari 70 laki-laki dan 30 perempuan yang mempunyai usia antara 18 hingga 26 tahun. Responden terbanyak usia 20 tahun yaitu sebanyak 25 orang. Adapun pendidikan terakhir responden 1 orang lulusan diploma, 19 orang lulusan sarjana, dan sisanya sebanyak 20 orang lulusan SMA. Asal responden berasal dari kabupaten Kebumen dan sekitarnya.



Gambar 1
Wisata Ramah Muslim

Hasil penelitian menunjukkan 48% generasi Z mengetahui tentang wisata ramah muslim sedangkan 52% tidak mengetahui. Hal tersebut menunjukkan perlu adanya sosialisasi tentang urgensi dan manfaat wisata ramah muslim. Banyak penelitian wisata ramah muslim di negara-negara non-muslim misalnya Jepang dan Korea. Wisata halal banyak diterima secara global seiring dengan meningkatnya pemeluk agama islam karena dianggap memberikan keamana dan kenyamanan bagi muslim (Amelia & Prasetyo, 2023). Oleh karena itu sebaiknya perlu ditingkatkan sosialisasi pentingnya memilih wisata ramah muslim sebagai pilihan destinasi wisata Selain itu wisata ramah muslim juga harus di konsep sesuai dengan keinginan atau trend generasi Z. trend generasi Z adalah literasi digital pada dasarnya berperan untuk memberikan kecakapan pada individu dalam memanfaatkan media digital, jaringan internet dan sebagainya (Amelia & Prasetyo, 2023).



Gambar 2
Wisata Geopark

Hasil penelitian menunjukkan 81% generazi Z mengetahui tentang kawasan geopark. Hal tersebut memungkinkan kawasan geopark dikembangkan menjadi eduwisata yang menarik bagi generasi Z. Geopark

merupakan destinasi wisata yang ramah lingkungan dan berkelanjutan, selain menjadi tempat wisata juga dapat menjadi sarana untuk meningkatkan pemahaman tentang geologi, sejarah, dan budaya. Pengembangan pariwisata geopark tergantung pada komunikasi dan keunikan wisata. Pengembangan geopark akan menarik jika dipadukan antara wisata ramah muslim dan berbasis kearifan lokal hal ini merupakan kreativitas masyarakat yang memiliki daya tarik tersendiri, dan dapat menunjang pengembangan ekonomi kreatif bagi masyarakat lokal (Bakti et al., 2018). Dilihat dari potensinya maka sangat memungkinkan untuk dikembangkan lebih lanjut.

Hasil penelitian dengan menggunakan *crosstabulation* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Pengetahuan Geopark

Apakah Anda mengetahui tentang wisata ramah muslim?	Apakah Anda mengetahui tentang Kawasan Geopark?		Total
	Tidak	Ya	
Tidak	14	38	53
Ya	5	43	48
Jumlah	19	81	100

Dapat disimpulkan bahwa sebanyak 14 tidak mengetahui wisata geopark dan juga wisata ramah muslim, sebanyak 5 pengunjung mengetahui wisata ramah muslim namun tidak mengetahui wisata Geopark, 38 orang mengetahui wisata Geopark namun tidak mengetahui wisata ramah muslim dan 43 orang mengetahui keduanya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa masih rendahnya pemahaman masyarakat Kebumen khususnya Generasi Z terhadap Wisata Ramah Muslim pada wilayah geosite. Sehingga perlu sinergi dan strategi dari berbagai pihak untuk mensosialisasikan dan mengembangkan pariwisata di Kabupaten Kebumen terutama mengenalkan kawasan wisata ramah muslim serta wisata halal. hal tersebut juga tidak lepas dari peran Masyarakat Ekonomi Syariah agar pariwisata halal lebih banyak dikenal masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, V., & Prasetyo, D. (2023). Manfaat Literasi Digital Generasi Z sebagai Preferensi Tujuan Wisata dan Promosi Pariwisata. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(2), 377. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1282>
- Ansori, C. (2018). Geosite identification in Karangbolong High to support the development of Karangsambung-Karangbolong Geopark candidate, Central Java. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 118(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/118/1/012014>
- Bakti, I., Sumartias, S., Damayanti, T., & Nugraha, A. R. (2018). Development of a Tourism Communication Model Based on Local Wisdom in the Pangandaran Geopark Area. *Journal of Communication Studies*, 6(2), 217. <http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/18459>
- Basrowi, B., Fauzi, F., & Utami, P. (2020). Impact of Sharia Tourism Development in Pringsewu Regency Lampung. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 91. <https://doi.org/10.36835/iqtishoduna.v9i1.473>
- Battour, M. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. In *Tourism Management Perspectives* (Vol. 19, pp. 150–154). <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- Battour, M. (2018). The perception of non-Muslim tourists towards halal tourism: Evidence from Turkey and Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), 823–840. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2017-0072>
- Battour, M., Battor, M., & Bhatti, M. A. (2014). Islamic attributes of destination: Construct development and measurement validation, and their impact on tourist satisfaction. *International Journal of Tourism Research*, 16(6), 556–564. <https://doi.org/10.1002/jtr.1947>
- Bujdosó, Z., Dávid, L., Wéber, Z., & Tenk, A. (2015). Utilization of Geoh heritage in Tourism Development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188(August), 316–324. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.400>
- Hanafiah, M. H. (2020). Determinants of Muslim travellers Halal food consumption attitude and behavioural intentions. *Journal of Islamic Marketing*, 12(6), 1197–1218. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2019-0195>
- <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/kian-melesat-di-2023-pariwisata-indonesia-bersiap-menuju-level-prapandemi>
- Iskandar, I., Waridin, W., & ... (2023). The potential of Muslim Friendly Hospitality in the tourism industry in Central Java. ... of *Islam and Muslim* <https://ijims.iainsalatiga.ac.id/index.php/ijims/article/view/7212>
- National Geographic. (2021). About Geotourism. National Geographic.com. <https://www.nationalgeographic.com/maps/geotourism/about-geotourism/>
- Rumangkit, S., & Aditiya, M. D. (2018). Minat Generasi Z pada Penggunaan E-Rekrutmen. *Seminar Nasional Teknologi Dan Bisnis. IIB DARMAJAYA Bandar Lampung*, 46–50.
- Saffinee, S. S. (2022). Muslim-Friendly Sustainable Geo-Tourism (MFS-GT): A Qualitative Study Using the Grounded Theory. *Revelation and Science*. <https://journals.iium.edu.my/revival/index.php/revival/article/view/299>
- Santoso, S., Fatmawati, A. A., & ... (2021). Analysis of Muslim Friendly Tourism Development in Indonesia. *IQTISHODUNA* <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/iqtishoduna/article/view/975>
- Santoso, S., Widyanty, W., Fatmawati, A. A., Ubaidillah, R., & Isa, S. M. (2021). Analysis of Muslim Friendly Tourism Development in Indonesia COVID-19. *Iqtishoduna*, 10(2), 17–32. <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/iqtishoduna/article/view/975>
- Biodata Penulis: Harini Abrilia Setyawati, Lahir pada tanggal 5 Oktober 1983 di Kebumen, Bekrja sebagai Kepala LP3M di Universitas Putra Bangsa

Pengembangan Kawasan Geopark Kebumen Berbasis Karakteristik Topografi dan Potensi Ekonomi Lokal

Development of the Kebumen Geopark Based on Topographic Characteristics and Local Economic Potential

Fajrin Fauzan Affandi^{1) a)}*, Dwi Agus Styawan^{1) a)}, Suharto^{1) a)}

¹⁾ Badan Pusat Statistik Kabupaten Kebumen

^{a)} Jl. Arungbinang No 17 A, Kec. Kebumen, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah 54311

*Email: fajrin@bps.go.id, dwi.agus@bps.go.id, suharto5@bps.go.id

Naskah Masuk: 25 Oktober 2023 Naskah Revisi: 1 Desember 2023 Naskah Diterima: 15 Desember 2023

ABSTRACT

Geopark Kebumen has a unique and diverse natural resources rarely found in any other place. Therefore, the development concept of the Geopark Kebumen area must consider the topographic characteristics and local potentials. This study aims to assess the classification of geopark areas based on topography, the presence of tourism potential and featured products, determine the epicenter of each group, and formulate a sustainable geopark development program based on best practices from other geopark areas. The clustering method used in this research is K-Mode Clustering. Meanwhile, the determination of the center of each area group uses the Guttman Scalogram method. The research results indicate that the Geopark Kebumen area is divided into three groups as subregion: the northern, western/southern, and eastern. Additionally, it also finds that the epicenter development of the Northern subregion could be in Karangambung and Alian subdistricts. The alternative epicenter for the development of the western/southern subregion is Karanganyar, Petanahan, and Ayah subdistricts. Meanwhile, the Kebumen and Kutowinangun subdistrict serve as alternatives for the development epicenter of the eastern suregion. Furthermore, this research recommends the development concept of the Gunungsewu Geopark Area for the Northern subregion and the development concept of the Cileteuh Geopark Area for the Western/Southern subregion. As for the Eastern subregion, it is recommended to serve as an amenity or support for the Geopark Kebumen area.

Keywords: *Geopark Kebumen, Cluster, Sustainable Development, K-modes, Local Economic Potential*

ABSTRAK

Geopark Kebumen memiliki potensi alam yang unik dan beragam yang jarang ditemukan di tempat lain. Oleh karena itu, konsep pengembangan Kawasan Geopark Kebumen harus memperhatikan karakteristik topografi dan potensi lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengelompokkan kawasan geopark berdasarkan topografi wilayah, keberadaan potensi wisata dan produk unggulan, menentukan pusat kawasan pada setiap kelompok, serta merumuskan program pembangunan kawasan geopark berkelanjutan berdasarkan best practice dari kawasan geopark lain. Metode pengelompokkan yang digunakan dalam penelitian ini adalah K-Mode Clustering. Adapun penentuan pusat kawasan masing-masing kelompok menggunakan metode Skalogram Guttman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kawasan Geopark Kebumen terbagi menjadi tiga kelompok, yaitu sub kawasan utara, barat/selatan, dan timur. Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa pusat pengembangan sub kawasan Kelompok Utara adalah Kecamatan Karangambung dan Alian. Alternatif episentrum pengembangan sub kawasan barat/selatan adalah Kecamatan Karanganyar, Petanahan, dan Ayah. Adapun Kecamatan Kebumen dan Kutowinangun menjadi alternatif untuk episentrum pengembangan sub kawasan timur. Penelitian ini juga merekomendasikan konsep pembangunan Kawasan Geopark Gunungsewu untuk sub kawasan Utara, dan konsep pembangunan Kawasan Geopark Cileteuh untuk sub kawasan Barat/Selatan. Adapun sub kawasan Timur direkomendasikan sebagai amenitas atau penunjang Kawasan Geopark Kebumen.

Kata kunci: *Geopark Kebumen, Cluster, Pembangunan Berkelanjutan, K-modes, Potensi Ekonomi Lokal*

PENDAHULUAN

Taman Bumi (*Geopark*) adalah salah satu warisan alam dunia. Pada dasarnya *Geopark* merupakan suatu konsep manajemen pengembangan kawasan situs warisan geologi dengan memadukan tiga keragaman alam (Henriques & Brilha, 2017). Ketiga keragaman alam tersebut meliputi keragaman geologi (*geodiversity*), keragaman hayati (*biodiversity*), dan keragaman budaya (*cultural diversity*). Pengembangan kawasan ini bertujuan untuk membangun dan mengembangkan ekonomi kerakyatan yang berbasis pada asas perlindungan (konservasi) terhadap ketiga keragaman tersebut.

Geopark Kebumen merupakan salah satu *Geopark* yang telah ditetapkan sebagai Geopark Nasional. Kawasan Geopark Kebumen memiliki potensi alam yang sangat unik dengan keragaman yang tidak banyak dimiliki daerah lain (Unindra PGRI, 2020). Potensi ini memadukan bentang alam pantai, perbukitan, air terjun, dan keunikan batuan geologi serta flora dan fauna. Perpaduan ini membentuk keindahan alam yang sulit ditemukan di kawasan lainnya.

Keberadaan kawasan Geopark Kebumen mendorong Pemerintah Daerah Kabupaten Kebumen untuk terus berupaya mengembangkan potensi kawasan melalui berbagai program. Dahulu, program pengembangan kawasan fokus pada pelestarian situs warisan geologi. Akan tetapi, paradigma program pengembangan kawasan ini telah bergeser. Kini, program pengembangan kawasan juga bertujuan untuk memperoleh nilai tambah sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Briggs, Newsome, & Dowling, 2021; UNESCO, 2017).

Pergeseran paradigma pengembangan kawasan geopark ini tentu membutuhkan sistem pengelolaan yang berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan konsep pengembangan *geopark* yang diperkenalkan oleh Bappenas, yaitu Pembangunan Berkelanjutan *Geopark*. Konsep ini dikembangkan melalui tiga pilar, yaitu edukasi, konservasi, dan peningkatan kesejahteraan ekonomi (Han, Wu, Tian, & Li, 2018; Kementerian Sekretariat Negara RI, 2019). Konsep Pembangunan Berkelanjutan

Geopark juga searah dengan upaya mencapai tujuan-tujuan dalam *Sustainable Development Goals* (SDG's). Bappenas mencatat, *Geopark* dapat berkontribusi melaksanakan 11 dari 17 tujuan dalam SDG's (Pardede, 2023).

Perumusan program Pembangunan Berkelanjutan *Geopark* ini tentu harus memperhatikan aspek kewilayahan. Hal ini disebabkan setiap wilayah memiliki karakteristik dan potensi berbeda, walaupun masih dalam satu kawasan *geopark* yang sama. Hal itu selaras dengan yang tertera dalam UU No. 32 Tahun 2004, bahwa pembangunan harus memperhatikan potensi dan keanekaragaman daerah, karena setiap daerah memiliki karakter baik itu sosial, budaya, bahkan geografis yang berbeda sehingga perlu kebijakan yang berbeda pula. Karakteristik wilayah dapat ditinjau dari aspek topologi wilayah, sedangkan potensi wilayah dapat dilihat berdasarkan potensi wisata dan keberadaan produk unggulan.

Secara umum, topologi wilayah meliputi topologi fisik, topologi sosial, topologi kultural, dan topologi ekonomi. Topologi fisik mencakup aspek geografis seperti bentuk dan ukuran wilayah, topografi, iklim, dan kondisi geologi. Topologi sosial melibatkan aspek sosial seperti struktur keluarga, hubungan antar kelompok, kelas sosial, dan aktivitas masyarakat. Topologi kultural mencakup aspek budaya seperti kebiasaan, adat istiadat, dan nilai-nilai budaya. Topologi ekonomi melibatkan aspek ekonomi seperti akses ke sumber daya, tingkat pengangguran, dan tingkat pendapatan.

Sementara itu potensi wisata dan keberadaan produk unggulan juga dapat menjadi pembeda atau penciri masing-masing wilayah. Setiap wilayah bisa jadi memiliki potensi wisata dan produk unggulan, salah satu dari keduanya, atau tidak memiliki keduanya. Potensi wisata ini erat kaitannya dengan alam yang terbentang di sepanjang Kawasan Geopark Kebumen, baik berupa pantai, air terjun, gua, hingga jajaran perbukitan. Adapun produk unggulan mewakili keunikan atau keahlian khusus suatu wilayah, sehingga menjadi identitas atau simbol dari wilayah tersebut. Produk unggulan ini dapat berupa produk makanan/minuman, kesenian, ataupun kerajinan tangan.

Keberadaan karakteristik wilayah, potensi wisata dan produk unggulan membawa konsekuensi tersendiri dalam aspek perumusan program Pembangunan Geopark Berkelanjutan. Konsekuensi tersebut adalah program Pembangunan Geopark Berkelanjutan harus berbeda untuk masing-masing wilayah. Program ini harus sesuai dengan karakteristik, potensi wisata, dan produk unggulan masing-masing wilayah di Kawasan Geopark Kebumen. Perumusan program ini dapat mengambil dari *best practice* program pengembangan kawasan geopark lain, baik di Indonesia atau negara lain.

Selama ini kajian mengenai program pengembangan kawasan geopark cenderung belum menyentuh aspek perbedaan karakteristik dan potensi wilayah. Oleh karena itu penelitian ini akan mengisi kekosongan tersebut dengan memasukkan aspek wilayah dalam mengkaji program Pembangunan Geopark Kebumen Berkelanjutan. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam merumuskan Program Pembangunan Geopark Kebumen Berkelanjutan. Secara umum, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut.

1. Mengkaji pengelompokkan (*clustering*) wilayah Kawasan Geopark Kebumen berdasarkan topografi wilayah.
2. Mengkaji pengelompokkan (*clustering*) wilayah Kawasan Geopark Kebumen berdasarkan keberadaan potensi wisata dan produk unggulan.
3. Menentukan episentrum (pusat kawasan) pada setiap kelompok atau *cluster*.
4. Merumuskan program Pembangunan Kawasan Geopark Kebumen Berkelanjutan untuk masing-masing kelompok berdasarkan *best practice* pengembangan *geopark* lain.

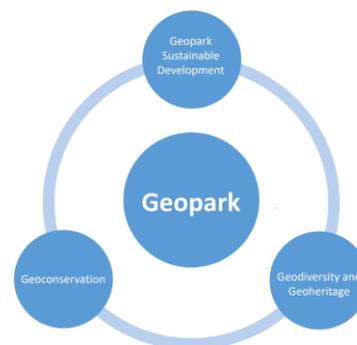
TINJAUAN PUSTAKA

Pembangunan Geopark Berkelanjutan

Geopark adalah taman bumi yang termasuk dalam kawasan konservasi, yang memiliki unsur geodiversity (keragaman geologi), biodiversity (keragaman hayati, dan cultural diversity (keragaman budaya) yang di dalamnya memiliki aspek pengetahuan ilmu kebumihan dan keragaman warisan bumi dan aspek ekonomi, dan peran masyarakat dalam

pengelolaan kawasan sebagai geowisata (Darsiharjo, 2019).

Berdasarkan Global Geopark Network (GGN) dan European Geopark Network (EGN) bahwa definisi Geopark adalah wilayah dengan batas yang didefinisikan dengan baik yang terdiri dari wilayah luas yang memungkinkan pembangunan lokal berkelanjutan, baik pada aspek sosial, ekonomi, budaya, dan lingkungan. Selanjutnya, menurut UNESCO (2017), Geopark adalah wilayah yang dapat didefinisikan sebagai kawasan lindung berskala nasional yang mengandung sejumlah situs warisan geologi penting yang memiliki daya tarik keindahan dan kelangkaan tertentu yang dapat dikembangkan sebagai bagian dari konsep integrasi konservasi, pendidikan, dan pengembangan ekonomi lokal.



Gambar 1.

Konsep Pembangunan Geopark Berkelanjutan

Dengan demikian, Geopark merupakan suatu konsep pengembangan warisan/situs geologi yang mengintegrasikan konservasi, edukasi, dan pengembangan ekonomi secara berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan konsep pengembangan kawasan geopark dari Bappenas (Gambar 1) bahwa dalam mengelola geopark, bukan sekedar melakukan ekstraksi atau eksplorasi, tetapi juga edukasi dan konservasi kawasan. Konsep ini bertujuan agar program-program pengembangan tersebut dapat menciptakan nilai tambah yang bermanfaat dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan. Artinya kebermanfaatannya nilai tambah tersebut bukan hanya dinikmati oleh masyarakat saat ini, tetapi juga generasi berikutnya pada masa mendatang (Pardede, 2023).

Karakteristik dan Potensi Wilayah dalam Pengembangan Geopark

Karakteristik dan potensi wilayah merupakan faktor penting dalam perumusan berbagai kebijakan, termasuk pembangunan atau pengembangan kawasan geopark. Smith, J. et al (2018) mengemukakan Penyusunan kebijakan yang efektif memerlukan pemahaman yang mendalam tentang karakteristik wilayah, seperti sumber daya alam, topografi, dan pola cuaca. Karakteristik ini memengaruhi kemampuan wilayah untuk mengatasi perubahan iklim dan menerapkan kebijakan pelestarian lingkungan. Selain itu karakteristik wilayah juga berperan penting dalam menentukan peluang ekonomi dan program pengembangan wilayah (Smith, L. et al., 2016). Kedua pendapat ini sejalan dengan pernyataan Garcia, R (2020) bahwa karakteristik wilayah yang memperhitungkan faktor keberagaman budaya dan identitas wilayah akan menjadi elemen penting dalam menciptakan kebijakan inklusif dan berkelanjutan.

Sementara itu, keberadaan potensi wisata dan produk unggulan di suatu wilayah juga merupakan aspek penting yang harus dipertimbangkan dalam penyusunan kebijakan pembangunan. Hal ini sebagaimana yang dikemukakan oleh Hall, C.M. & Lew, A.A (2018) bahwa sektor pariwisata dan produk lokal dapat diintegrasikan sebagai upaya pembangunan ekonomi dan kebijakan pengembangan wilayah. Lebih jauh lagi, keberadaan pariwisata dan produk unggulan di suatu daerah juga memiliki peran yang besar dalam pengembangan wilayah, khususnya wilayah terpencil (Brouder, P., & Teixeira, R., 2012).

Berbagai uraian di atas menunjukkan bahwa karakteristik dan potensi wilayah memiliki peran penting dalam pengembangan wilayah dan penyusunan kebijakan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan. Hal ini menjadi dasar yang kuat bahwa dalam perumusan kebijakan pembangunan Kawasan Geopark Kebumen perlu mempertimbangkan aspek karakteristik dan potensi wilayah, agar seluruh kebijakan tersebut efektif khususnya untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Best Practice Program Pembangunan Geopark Berkelanjutan

Pada dasarnya praktek baik atau *best practice* pembangunan kawasan geopark merupakan serangkaian metode terbaik yang efektif dalam mengelola dan melestarikan warisan geologi, alam, budaya, dan sumber daya alam dalam satu wilayah (Brilha & Henriques, 2017). Serangkaian metode ini secara rinci berupa pendekatan, metodologi, dan strategi yang efektif digunakan dalam mengelola dan mempromosikan Geopark (Butolo, 2022).

Beberapa kawasan geopark, baik di dalam maupun luar negeri telah berhasil menerapkan konsep pengembangan pengelolaan dan pemanfaatan geopark untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Beberapa kawasan geopark tersebut antara lain Geopark Gunung Sewu dan Geopark Ciletuh di Indonesia, serta *The Copper Coast Geopark* di Irlandia.

Kawasan Geopark Gunung Sewu

Gunung Sewu merupakan salah satu kawasan geopark di Indonesia, tepatnya terletak di Kabupaten Gunung Kidul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Secara topografi, Kawasan Geopark Gunung Sewu merupakan wilayah perbukitan dan masuk dalam jajaran pegunungan seribu. Dengan bekal topografi ini, Kawasan Geopark Gunung Sewu memiliki potensi wisata dan produk unggulan relatif banyak. Hasil penelitian (Junarto R. & Salim, Nazir M., 2022) menunjukkan bahwa ekowisata dan eko-kreatif yang berpijak pada kemampuan local mampu memenuhi kebutuhan mendasar masyarakat, yaitu: pangan, papan, dan sandang di Gunung Sewu Geopark.

Berbagai potensi tersebut telah melahirkan desa-desa wisata, salah satunya adalah Desa Nglanggeran. Desa ini memiliki beberapa potensi wisata antara lain Gunung Api Purba Nglanggeran dan Kebun Buah Nglanggeran. Pada tahun 2015, Nglanggeran menjadi satu-satunya desa wisata di Yogyakarta yang meraih penghargaan UNESCO sebagai kawasan *Global Geopark Network*.

Desa wisata Nglanggeran tidak hanya memiliki sumber daya alam yang menarik namun juga memiliki produk olahan dan sumber daya manusia yang berkualitas. Pengembangan kawasan geopark di Nglanggeran telah berjalan efektif dan sesuai prinsip pembangunan geopark

berkelanjutan (Rofiq & Prananta, 2021). Konsep pembangunan yang dikembangkan di Nglanggeran berbasis komunitas masyarakat atau disebut dengan *Community Based Tourism*.

Kawasan Geopark Ciletuh Pelabuhan Ratu

Kawasan Geopark Ciletuh Pelabuhan Ratu terletak di Kabupaten Sukabumi, Provinsi Jawa Barat. Geopark Ciletuh memiliki keunikan geologi yang telah berhasil dikembangkan sebagai destinasi wisata yang lengkap, dengan keunggulan komparatif dan kompetitif. Keunggulan tersebut terletak pada keindahan alamnya yang luar biasa, perpaduan antara bentang alam pantai dan perbukitan, air terjun, dan keunikan batuan geologi, serta keanekaragaman flora dan fauna (Yanuar et al., 2018).

Keunikan geologi dan keunggulan tersebut mengantarkan Kawasan Geopark Ciletuh sebagai UNESCO Global Geopark pada tahun 2018 (Periyadi, et al., 2019). Berbagai program pengembangan Geopark Ciletuh Pelabuhan Ratu telah berhasil memanfaatkan kekayaan alam dan keragaman budaya, serta konsisten dalam menjaga dan melindungi lingkungan. Program-program tersebut juga efektif dalam menumbuhkan ekonomi dan memberdayakan sosial masyarakat (Munawar, 2023). Program-program pembangunan Kawasan Geopark Ciletuh-Pelabuhan Ratu juga berbasis partisipasi masyarakat, melalui pembentukan Kelompok-kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis).

Penelitian (Rahmi, Asri N & Fikri, Muhammad, 2018) menemukan bahwa penemuan tempat pariwisata baru dapat membantu kesejahteraan ekonomi masyarakat warga. Hal ini ditunjukkan dengan adanya pengurangan pengangguran, dan yang terpenting meningkatkan pendapatan. Misalnya, warga yang berjualan mendapat keuntungan per hari Rp. 400.000 rupiah sama dengan 27 USD dalam seminggu tetapi untuk akhir pekan mereka mendapatkan keuntungan sekitar Rp. 1.000.000 rupiah sekitar 69 USD.

The Copper Coast Geopark

The Copper Coast Geopark adalah kawasan khusus yang terletak di sepanjang pantai selatan Irlandia di County Waterford, membentang sekitar 17 km dari Kilfarrasy di timur hingga Stradbally di barat. Kawasan ini menjadi salah satu UNESCO *Gobal Geopark* yang

dikembangkan untuk meningkatkan kesadaran pentingnya warisan geologi agar memberikan rasa bangga kepada masyarakat setempat terhadap wilayah mereka dan memperkuat identifikasi mereka terhadap daerah tersebut. Penciptaan perusahaan lokal yang inovatif, lapangan kerja baru dan kursus pelatihan berkualitas tinggi didorong oleh sumber pendapatan baru yang dihasilkan melalui geowisata berkelanjutan, sekaligus melindungi sumber daya geologi di wilayah tersebut.

Pollard (2020) menekankan pentingnya memahami interaksi antara lingkungan alam dan aktivitas manusia dalam konteks sejarah, serta dampak erosi pantai pada situs arkeologi bersejarah di wilayah pesisir *County Waterford*, Irlandia.

Pengelola *The Copper Coast Geopark* tumbuh dari Kelompok Pariwisata Pantai Tembaga dan saat ini berkembang menjadi organisasi komunitas sukarela yang melakukan berbagai kegiatan pengembangan masyarakat melalui promosi pariwisata berkelanjutan dan pengembangan kemitraan produktif. Beberapa program *geotour* dikembangkan sebagai panduan agar seluruh *Copper Coast* dapat dijelajahi, sesuai kebutuhan pengunjung. Pemanfaatan *information and communication technology* dioptimalkan melalui laman <https://coppercoastgeopark.com/>

METODE PENELITIAN

Ruang lingkup dan Sumber Data

Ruang lingkup penelitian ini adalah wilayah Geopark Kebumen. Penelitian ini menggunakan data sekunder hasil pendataan Potensi Desa (Podes) Kabupaten Kebumen Tahun 2021 yang diselenggarakan oleh Badan Pusat Statistik dan data Indeks Desa Membangun (IDM) oleh Kementerian Desa dan pembangunan Daerah Tertinggal.

Data Podes digunakan karena memuat beragam informasi, baik yang bersifat potensi yang dimiliki desa/kelurahan maupun informasi terkait kerawanan atau tantangan yang dihadapi desa/kelurahan. Informasi terkait potensi desa/kelurahan meliputi; ketenagakerjaan, pendidikan, kesehatan, sosial budaya, olahraga dan hiburan, angkutan, komunikasi dan informasi, ekonomi, keamanan, pembangunan dan pemberdayaan masyarakat desa/kelurahan.

Informasi terkait kerawanan atau tantangan meliputi bencana alam, pencemaran lingkungan, permasalahan sosial dan kesehatan di masyarakat, dan gangguan keamanan yang terjadi di desa/kelurahan. Sementara data IDM digunakan karena Indeks ini dikembangkan berdasarkan konsepsi bahwa untuk menuju Desa maju dan mandiri perlu kerangka kerja pembangunan berkelanjutan di mana aspek sosial, ekonomi, dan ekologi menjadi kekuatan yang saling mengisi dan menjaga potensi serta kemampuan Desa untuk mensejahterakan kehidupan Desa.

Teknik Analisis

Analisis K-mode Clustering

K-mode *clustering* digunakan untuk mengklusterkan data berupa kategorik. Algoritma K-Mode merupakan pengembangan dari K-means *clustering* dengan menghilangkan batasan data numerik dengan tetap mempertahankan efektivitas. Modifikasi dalam K-Mode untuk data kategorik dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- a. Menggunakan *Simple Match Dissimilar Evaluate* atau *Hamming Distance* untuk data kategorik
- b. Mengubah rata-rata dari *cluster* dengan modus

Indeks Desa Membangun

Indeks Desa Membangun (IDM) merupakan Indeks Komposit yang dibentuk berdasarkan tiga indeks, yaitu:

- a. Indeks Ketahanan Sosial terdiri dari Dimensi Modal Sosial (indikator solidaritas sosial, memiliki toleransi, rasa aman penduduk, kesejahteraan Sosial); Dimensi Kesehatan (indikator pelayanan kesehatan, keberdayaan masyarakat, dan jaminan kesehatan); Dimensi Pendidikan (indikator akses ke pendidikan dasar dan menengah, akses ke pendidikan non formal dan akses ke pengetahuan); dan Dimensi Permukiman (indikator akses ke air bersih, akses ke sanitasi, akses ke listrik, dan akses ke informasi dan komunikasi).
- b. Indeks Ketahanan Ekonomi terdiri dari Dimensi Ekonomi (indikator keragaman produksi masyarakat desa, tersedia pusat pelayanan perdagangan, akses distribusi/logistic, akses ke Lembaga keuangan dan

perkreditan, Lembaga ekonomi, dan keterbukaan wilayah).

- c. Indeks Ketahanan Lingkungan/ Ekologi terdiri dari Dimensi Ekologi (indikator kualitas lingkungan dan potensi rawan bencana dan tanggap bencana).

Tujuan dari IDM yaitu menetapkan status kemajuan dan kemandirian desa dan menyediakan data dan informasi dasar bagi pembangunan desa. Status kemajuan dan kemandirian desa merupakan ukuran pengklasifikasian desa dalam rangka menentukan intervensi baik anggaran maupun kebijakan pembangunan desa. Status desa dibagi menjadi 5, yaitu Desa Mandiri, Desa Maju, Desa Berkembang, Desa Tertinggal, dan Desa Sangat Tertinggal. IDM adalah ukuran yang komprehensif menggambarkan keadaan sosial dan ekonomi tiap desa.

Pengelompokkan (*clustering*) wilayah Kawasan Geopark Kebumen berdasarkan topografi fisik dan budaya dilakukan untuk mendapatkan sub kawasan Geopark Kebumen. Sementara metode K-modes Clustering berdasarkan potensi wisata dan keberadaan produk unggulan di desa dilakukan untuk mendapatkan pengelompokkan wilayah Kawasan Geopark Kebumen berdasarkan keberadaan potensi wisata dan produk unggulan.

Pendekatan metode skalogram Guttman dilakukan untuk mendapatkan pusat pengembangan sub kawasan dalam Geopark Kebumen. Skala Guttman digunakan karena bersifat unidimensional, memiliki pernyataan dalam urutan kesulitan – dari yang paling sulit hingga yang paling mudah dan dengan demikian, sifatnya searah. Penentuan hierarki dalam analisis skalogram menggunakan data Indeks Desa Membangun (IDM) serta keberadaan potensi wisata dan keberadaan produk unggulan. Adapun tahapan analisis yang dilakukan adalah,

1. Memilih variabel yang digunakan, yakni keberadaan potensi wisata dan produk unggulan
2. Menambahkan bobot nilai IDM
3. Menjumlahkan skor setiap desa
4. Menentukan desa dengan skor tertinggi untuk masing-masing sub kawasan

Penelitian ini juga menggunakan studi literatur dengan cara mencari *best practice* pengelolaan kawasan Geopark Nasional maupun Internasional dengan karakteristik fisik yang relevan dengan kawasan Geopark Kebumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 2.

Pembagian sub kawasan Geopark Kebumen

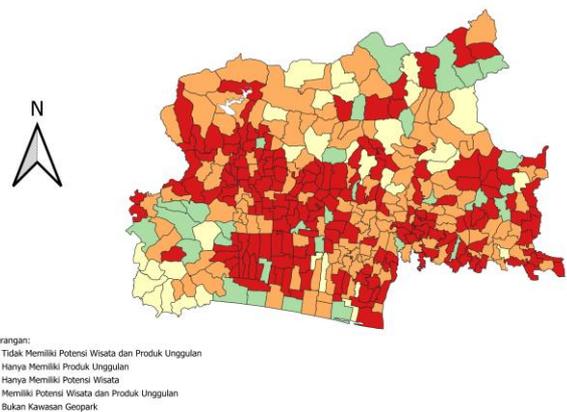
Gambar di atas menunjukkan pembagian sub kawasan Geopark Kebumen berdasarkan topografi wilayah, yakni Sungai Lukulo untuk membagi wilayah sub kawasan Barat/Selatan dengan sub kawasan Timur dan topografi pegunungan untuk membagi sub kawasan Utara. Sub kawasan dibagi berdasarkan topologi wilayah fisik dan budaya. Berdasarkan keadaan topologinya, sub kawasan Geopark Kebumen terbagi menjadi tiga sub kawasan, yaitu sub kawasan Timur berupa dataran rendah, sub kawasan Barat/Selatan berupa pesisir, dan sub kawasan Utara merupakan pegunungan.

Subkawasan Timur meliputi 72 desa/kelurahan yang didominasi oleh desa/kelurahan dengan topografi wilayah dataran (78 persen). Keseluruhan desa/kelurahan pada kawasan ini berada di luar kawasan hutan dan tidak ada desa/kelurahan yang berbatasan langsung dengan laut. Sub kawasan ini mempunyai infrastruktur, fasilitas umum dan sarana prasana ekonomi, pendidikan, maupun kesehatan yang lebih baik dibandingkan subkawasan lainnya. Dalam tiap 7 desa pada subkawasan Timur, tersedia satu bank umum swasta, dan dalam tiap 4 desa tersedia satu bank umum pemerintah. Dari sisi fasilitas ekonomi pertokoan, dalam setiap 2 desa ada satu

kelompok pertokoan. Hal ini memungkinkan subkawasan timur menjadi subkawasan pendukung yang menyokong dua subkawasan lain.

Subkawasan Utara terdiri dari 103 desa/kelurahan yang didominasi oleh desa/kelurahan dengan topografi wilayah lereng pegunungan (86 persen). Di sub kawasan ini tercatat sejumlah 46 persen desa/kelurahan yang berlokasi di tepi kawasan hutan, termasuk hutan konservasi, hutan lindung, maupun hutan produksi. Subkawasan ini mempunyai karakteristik topografi yang relative mirip dengan kawasan Geopark Gunungsewu .

Berbeda dari kedua subkawasan sebelumnya, subkawasan Barat/Selatan yang terdiri dari 210 desa/kelurahan yang terdiri dari desa/kelurahan dengan topografi wilayah dataran (73 persen) dan desa/kelurahan dengan topografi wilayah lereng pegunungan (25 persen). Di sub kawasan Barat/Selatan 7 persen desa/kelurahan merupakan desa/kelurahan yang berbatasan dengan laut. Pemanfaatan laut pada sub kawasan ini adalah untuk perikanan tangkap dan budidaya, tambak garam, transportasi umum maupun tempat wisata di pesisir. Pemanfaatan pesisir untuk tempat wisata lebih banyak dikelola oleh kelompok masyarakat lokal yang turut berperan serta dalam pengelolaan tempat wisata. Dari sisi topografi kawasan pantai dan pemanfaatan laut, subkawasan ini memiliki kesamaan dengan Kawasan Geopark Ciletuh Pelabuhan Ratu, sementara dari sisi pelibatan komunitas pengelolaan wisata relatif mirip dengan The Copper Coast Geopark.



Gambar 3.

Cluster wilayah dalam sub kawasan level Desa

Berdasarkan keberadaan produk unggulan dan potensi wisata serta dengan menggunakan metode k-modes *clustering* diperoleh empat *cluster* yang mengelompokkan desa-desa di Kawasan Geopark Kebumen. *Cluster 1* yang terbentuk berisi desa-desa yang tidak memiliki produk unggulan maupun potensi wisata. *Cluster 2* dan *3* masing-masing hanya memiliki produk unggulan dan potensi wisata, sedangkan *cluster 4* merupakan desa-desa yang memiliki produk unggulan dan tempat wisata.

Tabel 1. Hasil Penilaian IDM

Kec	Desa	Status IDM	IDM	Skalogram	Sub Kawasan
Karanganyar	Grenggeng	MANDIRI	0.7995	2.8543	1
Petanahan	Karangduwur	MANDIRI	0.8568	2.8343	1
Ayah	Karangduwur	MANDIRI	0.8316	2.8316	1
Karangsambung	Karangsambung	MANDIRI	0.8224	2.8925	2
Alian	Krakal	MANDIRI	0.8259	2.8259	2
Karangsambung	Wadasmalang	MAJU	0.7165	2.7633	2
Kebumen	Jemur	MAJU	0.8511	2.7668	3
Kutowinangun	Pejagatan	MAJU	0.7471	2.7317	3

Dengan menggunakan data Indeks Desa Membangun (IDM) dan metode skalogram, diperoleh kecamatan yang menjadi episentrum dalam setiap *cluster*. Nilai skalogram adalah penjumlahan dari keberadaan potensi wisata, produk unggulan, dan nilai IDM. Daerah yang menjadi episentrum wilayah merupakan desa yang memiliki nilai skalogram tertinggi pada setiap *cluster*. Sub kawasan 1 adalah sub kawasan Barat/Selatan, sub kawasan 2 adalah sub kawasan Utara, sementara sub kawasan 3 adalah sub kawasan Timur.

Dengan melihat nilai skalogram desa pada tabel di atas diperoleh pilihan/opsi alternatif episentrum masing-masing sub kawasan. Pada sub kawasan Barat/Selatan, salah satu desa di antara desa Grenggeng kecamatan Karanganyar, desa Karangduwur Petanahan, dan desa Karangduwur kecamatan Ayah dapat dipilih sebagai episentrum pengembangan wilayah. Sementara pada sub kawasan Utara, pilihan episentrum pengembangan kawasan dapat berada di Desa Karangsambung kecamatan Karangsambung, desa Krakal kecamatan Alian atau desa Wadasmalang kecamatan Karangsambung. Sedangkan sub kawasan Timur, episentrum pengembangan wilayah dapat berada di desa Jemur Kecamatan Kebumen atau desa Pejagatan kecamatan Kutowinangun.

Rekomendasi Program Pembangunan Geopark Berkelanjutan

Subkawasan Utara

Subkawasan utara Kawasan Geopark Kebumen secara topografi merupakan wilayah pegunungan. Pada subkawasan ini, episentrum pengembangan kawasan berada di Kecamatan Karangsambung dan Alian. Wilayah desa yang menjadi episentrum adalah Desa Karangsambung, Krakal, dan Wadasmalang. Berdasarkan potensi, wilayah-wilayah tersebut memiliki potensi wisata dan produk unggulan.

Beberapa potensi wisata tersebut antara lain Curug Sindaro, Curug Silancur, dan Bukit Banda yang terletak di Desa Wadasmalang, serta Bukit Pentulu Indah dan Tubing Sungai Lukulo di Desa Karangsambung. Sementara itu, di Desa Krakal terdapat potensi wisata Pemandian Air Panas dan Taman Jaten Krakal. Adapun produk-produk unggulan yang terdapat di wilayah-wilayah tersebut antara lain Nasi Bucu, kerajinan tangan dari batu dan batok kelapa, Olahan jahe merah, kesenian menoreng dan kuda lumping, serta tahu krakal.



Gambar Pengembangan Geopark Gunung Sewu

Berdasarkan karakteristik dan potensi wilayah, maka konsep pengembangan Kawasan Geopark Kebumen subkawasan utara dapat mengadopsi konsep pengembangan Kawasan Geopark Gunung Sewu. Konsep pengembangan ini berbasis masyarakat, atau disebut *Community Based Tourism*. Konsep ini dimulai dengan pembentukan Badan Pengelola Geopark. Badan ini melibatkan beberapa komunitas seperti Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), koperasi perempuan, kelompok tani, dan kelompok-kelompok masyarakat lain.

Sebagaimana yang disajikan pada Gambar, seluruh potensi, baik alam atau produk unggulan, dikelola oleh sumber daya manusia

wilayah setempat melalui Badan Pengelola Geopark atau komunitas masyarakat. Secara bersama-sama, mereka menggerakkan Desa Wisata dengan memperhatikan tiga aspek, yaitu Penyediaan *Homestay*, Optimalisasi Produk Unggulan (*Geoproduct*), dan Penawaran Paket Wisata. Pengembangan ketiga aspek ini pada akhirnya mampu meningkatkan ekonomi masyarakat.

Secara rinci, beberapa hal yang telah dilakukan di Kawasan Geopark Gunung Sewu dan dapat menjadi *best practice* dalam pembangunan Kawasan Geopark Kebumen subkawasan utara adalah sebagai berikut.

1. Penguatan kelembagaan

Pembangunan kawasan geopark berkelanjutan harus melibatkan seluruh stakeholder terkait, yaitu Badan Pengelola Geopark, Dinas Pariwisata, dan Kelompok Masyarakat. Pemerintah daerah, dalam hal ini Dinas Pariwisata, berperan dalam melakukan pembinaan kegiatan pariwisata. Upaya ini antara lain melalui peningkatan kapasitas SDM, penyediaan infrastruktur, sarana, dan prasarana. Demikian pula dengan Badan Pengelola Geopark yang bertugas melakukan pembinaan atau edukasi terkait geopark. Adapun kelompok masyarakat, seperti Pokdarwis, Kelompok Tani, atau Kelompok UMKM, berperan dalam melakukan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan.

2. Penyediaan akomodasi dan transportasi.
3. Pembangunan pusat informasi dan museum geologi.
4. Pembangunan amphitheater.
5. Pengembangan paket wisata.
6. Penyelenggaraan geopark festival.

Subkawasan Barat/Selatan

Secara topografi, cluster barat/selatan Kawasan Geopark Kebumen merupakan wilayah pesisir. Berdasarkan IDM, Kecamatan Karanganyar, Petanahan, dan Ayah menjadi episentrum atau pusat pengembangan subkawasan ini. Wilayah-wilayah tersebut memiliki potensi wisata dan produk unggulan.

Beberapa potensi wisata yang terdapat pada cluster ini antara lain Pantai Menganti di Kecamatan Ayah, Pantai Karangbolong di Kecamatan Buayan, Pantai Suwuk di Kecamatan Puring, Pantai Pandan Kuning di Kecamatan Petanahan, Bukit Pranji di Kecamatan Pejagoan,

Bukit Langit di Kecamatan Karanganyar, dan Condong Park View di Kecamatan Sruweng. Selain itu, cluster barat/selatan juga menyimpan beberapa produk unggulan, antara lain gula kelapa, gula semut, tudung bambu, dan produk anyaman pandan.

Berdasarkan topografi dan potensi wilayah, maka konsep pengembangan Kawasan Geopark Kebumen subkawasan barat/selatan dapat mengadaptasi konsep pembangunan Kawasan Geopark Ciletuh Pelabuhan Ratu.

Secara rinci, beberapa hal yang telah dilakukan di Kawasan Geopark Ciletuh Pelabuhan Ratu dan dapat menjadi *best practice* dalam pembangunan Kawasan Geopark Kebumen cluster barat/selatan adalah sebagai berikut.

1. Pembangunan pusat informasi
2. Pembangunan galeri UMKM
3. Penyediaan ruang pameran kecil dalam homestay
4. Pengembangan modul pelatihan untuk guide lokal
5. Pengembangan paket wisata
6. Penyelenggaraan festival budaya

Adaptasi masyarakat lokal terhadap perubahan lingkungan dan lingkungan sosial perlu dibangun dalam pengembangan Geopark. Pendekatan komunitas dalam pengelolaan eksplorasi *geosite* pada *The Copper Coast Geopark* dapat diterapkan pada cluster Barat/Selatan. Pemanfaatan ICT (*Information and Communication Technology*) dan peningkatan jejaring pada komunitas *geopark* secara signifikan berdampak pada peningkatan pengunjung. Hal tersebut tentunya didukung dengan program-program

Subkawasan Timur

Topografi wilayah cluster timur Kawasan Geopark Kebumen merupakan dataran rendah. Pada subkawasan ini, episentrum pengembangan berada di Desa Jemur, Kecamatan Kebumen dan Desa Pejagan, Kecamatan Kutowinangun. Kedua wilayah kecamatan ini, khususnya Kecamatan Kebumen, yang memiliki berbagai fasilitas. Fasilitas-fasilitas ini terdiri dari akomodasi, tempat penyediaan makan-minum, sanitasi, aksesibilitas, dan fasilitas lain.

Berbagai fasilitas ini sebagai amenitas atau sarana penunjang keberadaan Kawasan Geopark

Kebumen, baik kawasan subkawasan utara ataupun subkawasan barat/selatan. Artinya, subkawasan timur ini menjadi wilayah pendukung pembangunan Kawasan Geopark Kebumen. Beberapa aspek yang dapat dikembangkan sebagai wilayah pendukung adalah sebagai berikut.

1. Penyediaan akomodasi
2. Penyediaan tempat makan-minum
3. Penyediaan biro perjalanan wisata
4. Integrasi/kerjasama akomodasi dan paket wisata

KESIMPULAN DAN SARAN

Pembangunan Kawasan Geopark Kebumen secara berkelanjutan hendaknya disesuaikan dengan karakteristik dan potensi wilayah. Secara umum, Kawasan Geopark Kebumen terbagi menjadi tiga cluster, yaitu cluster utara, barat/selatan, dan timur. Alternatif pengembangan cluster Utara dapat dilakukan di Kecamatan Karangsembung dan Alian sebagai episentrum pengembangan kawasan. Adapun alternatif episentrum pengembangan kawasan cluster barat/selatan adalah Kecamatan Karanganyar, Petanahan, dan Ayah. Sementara itu, Kecamatan Kebumen dan Kutowinangun menjadi alternatif untuk episentrum pengembangan kawasan cluster timur.

Penelitian ini hanya menggunakan pendekatan topografi wilayah saja untuk menentukan kelompok subkawasan *Geopark* Kebumen. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan secara holistik aspek sosial, ekonomi, maupun budaya dan memahami interaksi aspek-aspek tersebut dalam mempengaruhi pengembangan wilayah *Geopark* Kebumen secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

Arsovska M. 2017. Analysis of the Policy of Balanced Regional Development of Republic of Macedonia. *Vizione* 28:453-467

Briggs, A., Dowling, R., & Newsome, D. (2021) Geoparks – learnings from Australia. *Journal of Tourism Futures*, 1-15. <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2020-0204>.

Brouder, P., & Teixeira, R. (2012). "Tourism product development in peripheral areas: evidence from Portugal.

Darsiharjo. (2019). Pengembangan Geopark Berbasis Partisipasi Masyarakat Sebagai Kawasan Geowisata. *Jurnal Manajemen Resort & Leisure*.13(1).20-36.

Fathoni, R., & Syarifudin, D. (2014). Analisis Tipologi Wilayah Sebagai Arahan Untuk Kebijakan Penyerasian Pengembangan Wilayah. *Jurnal Planologi Unpas*, 1(1), 59-74.

Hall, C.M. & Lew, A. (2018). *Understanding and Managing Tourism Impacts: An Integrated Approach*, Routledge, London

Han, J., Wu, F., Tian, M., & Li, W. (2018). From geopark to sustainable development: Heritage Conservation and geotourism promotion in the Huangshan UNESCO Global Geopark (China). *Geoheritage*, 10(1), 79–91.

Henriques, M. H., & Brilha, J. B. (2017). UNESCO Global Geoparks: A strategy towards global understanding and sustainability. *Episodes: Journal of International Geoscience*, 40(4), 349-355. <https://doi.org/10.18814/epiiugs/2017/v40i4/017036>

Junarto, R., & Salim, M. N. (2022). Strategi Membangun Kemandirian dan Kesejahteraan Masyarakat Desa: Bukti Dari Gunung Sewu Geopark, Indonesia. *Tunas Agraria*, 5(2), 142-164. <https://doi.org/10.31292/jta.v5i2.181>

Garcia, R. (2020). "Cultural Diversity and Regional Identity: Implications for Inclusive Social Policies." *Journal of Cultural Studies*, 18(1), 56-70.

Kementerian Sekretariat Negara RI. (2019). Peraturan Presiden RI Nomor 9 Tahun 2019 Tentang Pengembangan Taman Bumi (Geopark). Kementerian Sekretariat Negara RI.

Monica, Clara Ayu, Marwa, Taufiq, Yulianita, Ana (2017). Analisis potensi daerah sebagai upaya meningkatkan perekonomian daerah di Sumatera Bagian Selatan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 15 (1): 60-68, Juni 2017

- Munawar, R. (2023). Pengelolaan Geopark Untuk Mewujudkan pariwisata Berkelanjutan (Studi Kasus di Geopark Ciletuh-Pelabuhan Ratu). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Ekonomi UGM*. 21(1), 865-873.
- Pardede, Togu Santoso. (2023). Geopark Sebagai Instrumen Pengembangan Pariwisata dan Ekonomi Berkelanjutan. Kementerian PPN/Bappenas.
- Periyadi, et al. (2019). Impelementasi Dan Pemanfaatan Teknologi Untuk Promosi Unesco Global Geopark Ciletuh Pelabuhan Ratu Sukabumi. *Charity Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 2(1), 1-14.
- Pollard, Edward, Anthony Corns, Sandra Henry, and Robert Shaw. (2020). "Coastal Erosion and the Promontory Fort: Appearance and Use during Late Iron Age and Early Medieval County Waterford, Ireland" *Sustainability* 12, no. 14: 5794. <https://doi.org/10.3390/su12145794>
- Rahayu, E., & Santoso, E. B. (2014). Penentuan Pusat-Pusat Pertumbuhan Dalam Pengembangan Wilayah di Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Teknik Pomits*, 3(2), 290-295.
- Rahmi, Asri Noer, & Fikri, Muhammad (2018) Pariwisata Karang Para, Geopark Ciletuh dan Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)*, Vol. V No. 2 , 126-138
- Rofiq, M. R. & Prananta, R. (2021). Jenis-Jenis Objek Ekowisata Dan Peran Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Nglanggeran Dalam Pengelolaan Ekowisata Di Desa Wisata Nglanggeran Kabupaten Gunungkidul. *Journal of Tourism and Creativity*. 5(1), 14-27.
- Rustiadi, E. (2018). Perencanaan dan pengembangan wilayah. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Setyani, W., Sitorus, S. R. P., & Panuju, D. R. (2017). Analsis Ruang Terbuka Hijau dan Kecukupannya di kota Depok. *Buletin Tanah dan Lahan*, 1(1), 121-127.
- Sharma, N., & Gaud, N. (2015). K-modes clustering algorithm for categorical data. *International Journal of Computer Applications*, 127(1), 46.
- Smith, J. et al. (2018). "The Role of Regional Characteristics in Environmental Policy: Understanding the Impact of Geography and Climate Change." *Environmental Policy and Planning*, 20(3), 345-362.
- Smith, L. et al. (2016). "Regional Economic Development: The Influence of Infrastructure and Accessibility." *Economic Policy Research*, 30(4), 451-467.
- UNESCO. (2017). UNESCO Global Geoparks contributing to the Sustainable Development Goals: Celebrating Earth heritage, sustaining local communities. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000247741>
- Unindra PGRI. (2020). Rencana Induk Pengembangan Geopark Kebumen. Universitas Indraprasta PGRI.
- Yanuar, Y. et al. (2018). Keberlanjutan Pengembangan Geopark Nasional Ciletuh Pelabuhan Ratu Dalam Perspektif Infrastruktur. *Jurnal Sosek pekerjaan Umum*. 10(1), 64-76.