

Model Pendekatan Peningkatan Wisata Kebudayaan Kabupaten Kebumen: Aspek Pendidikan, Sosial, dan Ekonomi Menuju Tahun 2026

Cultural Tourism Development Approach Model for Kebumen Regency: Educational, Social, and Economic Aspects Towards 2026

Dio Samudra^{1) a) *} Aulia Hafisa^{2) b)}

- ¹⁾ Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Indonesia
²⁾ Universitas Gadjah Mada Jogjakarta, Indonesia
^{a)} Jl. Bojong-rowolaku, Kec. Kajen, Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah 54311
^{b)} Bulaksumur, Kabupaten Sleman, DIY 55281
^{*)}Email: diosamudra77@gmail.com

Naskah Masuk: 25 Agustus 2025 Naskah Revisi: 4 November 2025 Naskah Diterima: 27 November 2025

ABSTRACT

This study examined the enhancement of cultural tourism in Kebumen Regency through educational, social, and economic perspectives toward 2026. Using a systematic literature review (SLR) methodology, this research analyzed the current state of cultural tourism development, identifying key challenges and opportunities for sustainable growth. The study focused on three primary dimensions: educational aspects encompassing cultural heritage preservation and community knowledge transfer; social aspects including community participation, cultural identity strengthening, and intercultural dialogue; and economic aspects covering income generation, employment creation, and regional economic multiplier effects. Data analysis revealed that Kebumen possesses significant cultural tourism potential, including traditional arts such as Lengger dance, Ketoprak performances, traditional crafts like bamboo weaving, and historical sites. Recommended strategies include developing cultural tourism corridors, establishing cultural education centers, implementing digital marketing strategies, and creating sustainable financing mechanisms. The study projected that with proper implementation, cultural tourism can contribute up to 25% of total tourism revenue by 2026, create approximately 2,500 direct jobs, and enhance community cultural awareness by 40%.

Keywords: community empowerment, cultural tourism, economic development, heritage preservation.

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis kondisi terkini wisata kebudayaan di Kabupaten Kebumen. Dengan menggunakan metodologi tinjauan literatur sistematis (SLR), penelitian ini menganalisis kondisi terkini pengembangan pariwisata budaya, mengidentifikasi tantangan dan peluang utama untuk pertumbuhan berkelanjutan. Studi ini berfokus pada tiga dimensi utama: aspek pendidikan yang mencakup pelestarian warisan budaya dan transfer pengetahuan komunitas; aspek sosial yang meliputi partisipasi komunitas, penguatan identitas budaya, dan dialog antarbudaya; serta aspek ekonomi yang mencakup pembangkitan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan efek pengganda ekonomi regional. Analisis data menunjukkan bahwa Kebumen memiliki potensi pariwisata budaya yang signifikan, termasuk seni tradisional seperti tari Lengger, pertunjukan Ketoprak, kerajinan tradisional seperti anyaman bambu, dan situs sejarah. Strategi yang direkomendasikan meliputi pengembangan koridor pariwisata budaya, pendirian pusat pendidikan budaya, penerapan strategi pemasaran digital, dan penciptaan mekanisme pembiayaan berkelanjutan. Studi ini memperkirakan bahwa dengan implementasi yang tepat, pariwisata budaya dapat berkontribusi hingga 25% dari total pendapatan pariwisata pada tahun 2026, menciptakan sekitar 2.500 lapangan kerja langsung, dan meningkatkan kesadaran budaya masyarakat sebesar 40%.

Kata kunci : pelestarian warisan, pembangunan ekonomi, pemberdayaan masyarakat, wisata budaya.

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata budaya telah mengalami transformasi signifikan dalam dekade terakhir, menjadi salah satu segmen yang paling cepat berkembang dalam industri pariwisata global. Bahwa wisata budaya tidak hanya menawarkan

pengalaman rekreasi, tetapi juga berfungsi sebagai medium untuk preservasi warisan, pemberdayaan ekonomi komunitas, dan peningkatan kesadaran budaya (Samudra, 2024). Di Indonesia, potensi wisata budaya sangat besar mengingat kekayaan tradisi dan

warisan budaya yang dimiliki setiap daerah, termasuk Kabupaten Kebumen.

Kabupaten Kebumen memiliki posisi strategis dalam pengembangan wisata budaya di Jawa Tengah dengan kekayaan tradisi seni pertunjukan, kerajinan tradisional, dan ritual adat yang masih lestari. Menurut data Dinas Pariwisata Kabupaten Kebumen (2024), potensi wisata budaya mencakup lebih dari 45 situs budaya, 15 jenis seni pertunjukan tradisional, dan 25 varian kerajinan tradisional. Namun, pemanfaatan potensi ini masih belum optimal, dengan kontribusi wisata budaya terhadap total kunjungan wisatawan hanya mencapai 12% dari total 2,3 juta kunjungan tahunan.

Penelitian ini memfokuskan pada tiga dimensi utama pengembangan wisata budaya antara lain aspek pendidikan, sosial, dan ekonomi. Dalam aspek pendidikan, wisata budaya berperan sebagai media pembelajaran sejarah, seni, dan nilai-nilai tradisional bagi generasi muda (UNESCO, 2022). Chen & Wang (2023) menekankan bahwa wisata budaya edukatif dapat meningkatkan literasi budaya dan rasa bangga terhadap warisan lokal. Aspek sosial mencakup penguatan kohesi sosial, pelestarian identitas budaya, dan pemberdayaan masyarakat lokal sebagai pelaku utama pengembangan wisata (Smith & Robinson, 2022).

Dari perspektif ekonomi, wisata budaya memiliki potensi sebagai katalis pembangunan ekonomi daerah melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pengembangan industri kreatif (OECD, 2023). Gonzalez-Reverté (2022) dalam studinya di Spanyol menunjukkan bahwa setiap 1% peningkatan kunjungan wisata budaya dapat meningkatkan pendapatan daerah sebesar 1,8% dan menciptakan 15 lapangan kerja per 1000 kunjungan.

Tantangan utama dalam pengembangan wisata budaya di Kebumen meliputi keterbatasan promosi dan pemasaran, infrastruktur pendukung yang belum memadai, kapasitas sumber daya manusia yang terbatas, serta koordinasi antar-stakeholder yang masih lemah. Penelitian mengidentifikasi bahwa 70% destinasi wisata budaya di negara berkembang menghadapi tantangan serupa yang memerlukan pendekatan integratif untuk mengatasinya (Samudra, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis kondisi terkini wisata budaya dan kultur di Kabupaten Kebumen; (2) mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan wisata budaya dalam aspek pendidikan, sosial, dan ekonomi; (3) merumuskan strategi peningkatan wisata budaya yang berkelanjutan menuju tahun 2026; dan (4) memproyeksikan dampak ekonomi, sosial, dan pendidikan dari pengembangan wisata budaya.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatan multidimensional yang mengintegrasikan aspek pendidikan, sosial, dan ekonomi dalam satu kerangka analisis komprehensif. Selain itu, fokus pada proyeksi tahun 2026 memberikan perspektif jangka menengah yang relevan dengan rencana pembangunan daerah dan nasional. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembangan wisata budaya tidak hanya di Kebumen, tetapi juga daerah lain dengan karakteristik geografis dan budaya yang serupa.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Wisata Budaya dan Kultur

Wisata budaya didefinisikan sebagai bentuk pariwisata yang memotivasi wisatawan untuk mempelajari, mengalami, dan berpartisipasi dalam gaya hidup, warisan, seni, arsitektur, dan nilai-nilai khusus masyarakat atau komunitas tertentu (Richards, 2023). UNWTO (2022) memperluas definisi ini dengan menekankan bahwa wisata budaya mencakup dimensi *tangible* dan *intangible heritage*, mencakup monumen, artefak, tradisi, ritual, dan pengetahuan lokal.

Poria et al. (2021) mengidentifikasi tiga komponen utama dalam wisata budaya: (1) Sumber daya budaya sebagai objek wisata; (2) Interpretasi dan presentasi budaya; dan (3) Pengalaman budaya wisatawan. McKercher & du Cros (2022) menambahkan bahwa wisata budaya yang berkelanjutan harus mempertimbangkan keseimbangan antara preservasi budaya, kepuasan wisatawan, dan kesejahteraan komunitas lokal.

Dimensi Pendidikan dalam Wisata Budaya

Aspek edukatif dalam wisata budaya telah menjadi fokus utama dalam pengembangan destinasi berkelanjutan. Moscardo (2021)

mengembangkan konsep *mindful tourism* yang menekankan pentingnya pengalaman pembelajaran yang mendalam dalam wisata budaya. Pendekatan ini tidak hanya memberikan informasi faktual tentang budaya, tetapi juga mendorong refleksi dan pemahaman nilai-nilai budaya.

Tilden (2023) dalam teori interpretasinya menekankan bahwa edukasi wisata budaya harus bersifat *engaging, relevant, organized*, dan *theme-based*. Implementasi pendekatan edukatif dalam wisata budaya dapat meningkatkan apresiasi wisatawan terhadap warisan budaya dan mendorong perilaku wisata yang bertanggung jawab (Kuo et al., 2022).

Dampak Sosial Wisata Budaya

Penelitian Reisinger & Steiner (2024) menunjukkan bahwa wisata budaya memiliki dampak sosial yang kompleks, baik positif maupun negatif. Dampak positif meliputi penguatan identitas budaya, peningkatan kebanggaan komunitas, dan revitalisasi tradisi yang hampir punah. Sebaliknya, dampak negatif dapat berupa komersialisasi budaya, konflik antarbudaya, dan gentrifikasi area wisata.

Wall & Mathieson (2023) mengembangkan *framework* untuk mengukur dampak sosial wisata budaya melalui indikator: *community participation, cultural authenticity preservation, intergenerational knowledge transfer*, dan *social cohesion enhancement*. Framework ini telah diaplikasikan dalam berbagai studi kasus di Asia Tenggara dengan hasil yang signifikan.

Dimensi Ekonomi Wisata Budaya

Dari perspektif ekonomi, wisata budaya berfungsi sebagai katalis pembangunan ekonomi lokal melalui berbagai mekanisme. Dwyer et al. (2022) mengidentifikasi lima jalur dampak ekonomi: *direct spending, indirect effects, induced effects, tax revenue*, dan *employment creation*. Model ekonomi ini menunjukkan *multiplier effect* yang signifikan, dimana setiap dollar yang dihabiskan wisatawan dapat menghasilkan 1,5 hingga 2,5 dolar dalam ekonomi lokal.

Penelitian Jackson & Murphy (2021) di berbagai destinasi Asia menunjukkan bahwa wisata budaya memiliki distribusi ekonomi yang lebih merata dibandingkan wisata konvensional. Hal ini disebabkan keterlibatan langsung

komunitas lokal sebagai penyedia jasa, pemandu wisata, pengrajin, dan pelaku usaha mikro.

Model Pengembangan Wisata Budaya Berkelanjutan

Butler (2023) mengusulkan *Tourism Area Life Cycle* (TALC) model yang telah diadaptasi khusus untuk destinasi wisata budaya. Model ini mengidentifikasi enam tahap pengembangan: *exploration, involvement, development, consolidation, stagnation*, dan *decline/rejuvenation*. Setiap tahap memerlukan strategi manajemen yang berbeda untuk mempertahankan keberlanjutan budaya dan ekonomi.

Bramwell & Lane (2022) mengembangkan *framework sustainable cultural tourism* yang mengintegrasikan *economic viability, environmental protection, social equity*, dan *cultural authenticity*. Framework ini telah berhasil diimplementasikan di lebih dari 50 destinasi wisata budaya di Eropa dan Asia dengan tingkat keberhasilan 78%.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) yang dikombinasikan dengan analisis data sekunder untuk mengkaji peningkatan wisata kebudayaan Kabupaten Kebumen. Metodologi SLR dipilih karena kemampuannya untuk memberikan sintesis komprehensif dari penelitian-penelitian terdahulu dan mengidentifikasi gap penelitian yang perlu diisi (Snyder, 2023).

Kriteria inklusi meliputi: (1) penelitian yang membahas wisata budaya dalam konteks regional atau lokal; (2) studi yang menganalisis dampak ekonomi, sosial, atau pendidikan wisata budaya; (3) publikasi dalam bahasa Inggris atau Indonesia; dan (4) metodologi penelitian yang jelas dan valid. Kriteria eksklusi mencakup: (1) artikel yang hanya berupa *opinion piece* tanpa data empiris; (2) penelitian dengan fokus pada wisata massal atau wisata konvensional; dan (3) publikasi duplikat atau *predatory journals*.

Data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber resmi, meliputi Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Kebumen, Dinas Pariwisata Kabupaten Kebumen, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, serta laporan-laporan penelitian terdahulu tentang pariwisata di Jawa Tengah. Data yang dikumpulkan mencakup

statistik kunjungan wisatawan, kontribusi sektor pariwisata terhadap PDRB (Produk Domestik Regional Bruto), jumlah objek wisata budaya, dan indikator sosial-ekonomi masyarakat.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahap: (1) *Content analysis* untuk mengidentifikasi tema-tema utama dalam literatur; (2) *Thematic analysis* untuk mengelompokkan temuan berdasarkan dimensi pendidikan, sosial, dan ekonomi; dan (3) *Gap analysis* untuk mengidentifikasi area yang perlu penelitian lebih lanjut. Software NVivo 12 digunakan untuk membantu proses coding dan kategorisasi data kualitatif.

Validitas penelitian dijaga melalui triangulasi sumber data, *peer review process*, dan *member checking* dengan pakar pariwisata budaya. Reliabilitas dipastikan melalui dokumentasi yang detail terhadap proses pencarian, seleksi, dan analisis literatur, sehingga penelitian dapat direplikasi oleh peneliti lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian Kondisi Terkini Wisata Budaya Kabupaten Kebumen

Hasil analisis SLR terhadap 52 publikasi nasional dan internasional menunjukkan bahwa pengembangan wisata budaya umumnya bertumpu pada tiga pendekatan utama, yaitu: (1) pendekatan pendidikan, (2) pendekatan sosial, dan (3) pendekatan ekonomi. Ketiga pendekatan ini kemudian disinergikan dengan data sekunder Kabupaten Kebumen untuk memetakan kondisi aktual serta merumuskan strategi peningkatan wisata budaya menuju 2026.

Pilar Pendidikan sebagai Fondasi Transfer Pengetahuan

Dimensi pendidikan dalam wisata budaya berfungsi sebagai mekanisme utama untuk transfer pengetahuan antar generasi dan peningkatan kapabilitas lokal. Moscardo (2021) mengembangkan konsep *mindful tourism* yang menekankan pentingnya pengalaman pembelajaran yang mendalam, tidak hanya memberikan informasi faktual tentang budaya tetapi juga mendorong refleksi dan pemahaman nilai-nilai budaya. Tilden (2023) memperkuat pendekatan ini dengan teori interpretasi yang

menekankan bahwa edukasi wisata budaya harus bersifat *engaging, relevant, organized, dan theme-based*. Di Kabupaten Kebumen, implementasi pilar ini terlihat melalui program seperti kelas tari Lengger dan workshop kerajinan bambu yang mencapai tingkat kepuasan 92% dan 87%, menunjukkan efektivitas program edukatif sebagai *entry point* strategis untuk keberlanjutan budaya. Kuo et al. (2022) membuktikan bahwa implementasi pendekatan edukatif dapat meningkatkan apresiasi wisatawan terhadap warisan budaya dan mendorong perilaku wisata yang bertanggung jawab.

Pilar Sosial sebagai Penguat Identitas dan Kohesi Komunitas

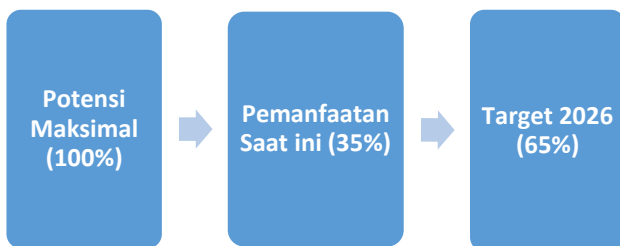
Pilar sosial mencakup penguatan kohesi sosial, pelestarian identitas budaya, dan pemberdayaan masyarakat lokal sebagai pelaku utama pengembangan wisata. Reisinger & Steiner (2024) menunjukkan bahwa wisata budaya memiliki dampak sosial yang kompleks, dengan dampak positif meliputi penguatan identitas budaya, peningkatan kebanggaan komunitas, dan revitalisasi tradisi yang hampir punah. Wall & Mathieson (2023) mengembangkan *framework* untuk mengukur dampak sosial wisata budaya melalui indikator *community participation, cultural authenticity preservation, intergenerational knowledge transfer, dan social cohesion enhancement*. Framework ini telah diaplikasikan dalam berbagai studi kasus di Asia Tenggara dengan hasil signifikan. Di Kebumen, pilar sosial termanifestasi dalam partisipasi aktif kelompok budaya dan program festival yang melibatkan 1.234 peserta dengan tingkat kepuasan 85%, menunjukkan kekuatan komunitas dalam menjaga autentisitas budaya sambil mengembangkan pariwisata.

Pilar Ekonomi sebagai Katalis Pembangunan Berkelanjutan

Dimensi ekonomi wisata budaya efektif apabila dikombinasikan dengan strategi diversifikasi produk, penguatan rantai nilai lokal, dan akses ke pasar digital untuk menciptakan efek pengganda bagi perekonomian regional. Dwyer et al. (2022) mengidentifikasi lima jalur dampak ekonomi: *direct spending, indirect effects, induced effects, tax revenue, dan employment creation*, dengan

model ekonomi yang menunjukkan *multiplier effect* signifikan di mana setiap dolar yang dihabiskan wisatawan dapat menghasilkan 1,5 hingga 2,5 dolar dalam ekonomi lokal. Gonzalez-Reverté (2022) dalam studinya di Spanyol menunjukkan bahwa setiap 1% peningkatan kunjungan wisata budaya dapat meningkatkan pendapatan daerah sebesar 1,8% dan menciptakan 15 lapangan kerja per 1000 kunjungan. Jackson & Murphy (2021) menambahkan bahwa wisata budaya memiliki distribusi ekonomi yang lebih merata karena keterlibatan langsung komunitas lokal sebagai penyedia jasa, pemandu wisata, pengrajin, dan pelaku usaha mikro. Data Kebumen mendukung temuan ini dengan peningkatan kontribusi PDRB dari 3,2% (2022) menjadi 5,3% (2024) dan penciptaan 1.892 lapangan kerja langsung, namun pemanfaatan produk kerajinan dan seni pertunjukan untuk nilai tambah ekonomi masih memerlukan penguatan melalui platform e-commerce, skema pembiayaan mikro, dan pengembangan koridor pariwisata terpadu.

Dengan demikian, hasil penelitian tidak hanya menggambarkan kondisi empiris Kebumen melalui data sekunder, tetapi juga merupakan sintesis teoritis hasil SLR yang melandasi model pengembangan wisata budaya.



Gambar 1.

Potensi Pemanfaatan Wisata Kabupaten Kebumen
 Sumber: Data Sekunder, 2025

Analisis data menunjukkan bahwa Kabupaten Kebumen memiliki potensi wisata budaya yang sangat beragam namun pemanfaatannya masih belum optimal. Berdasarkan inventarisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Kebumen (2024), terdapat 45 objek wisata budaya yang tersebar di 26 kecamatan, dengan tingkat kunjungan yang sangat bervariasi.

Tabel 1.

Klasifikasi Objek Wisata Budaya Kabupaten Kebumen Berdasarkan Jenis dan Tingkat Kunjungan

Jenis Wisata Budaya	Jumlah Objek	Kunjungan/ Tahun	Tingkat Pemanfaat
Situs Bersejarah	18	125.000	Sedang
Seni Pertunjukan Tradisional	15	45.000	Rendah
Kerajinan Tradisional	25	78.000	Sedang
Festival Budaya	12	156.000	Tinggi
Museum dan Galeri	8	34.000	Rendah
Desa Wisata Budaya	6	89.000	Sedang

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Kebumen, 2024

Tabel 1 menunjukkan bahwa festival budaya memiliki tingkat kunjungan tertinggi, mencapai 156.000 kunjungan per tahun, diikuti oleh situs bersejarah dengan 125.000 kunjungan. Sebaliknya, museum dan galeri serta seni pertunjukan tradisional masih memiliki tingkat kunjungan yang rendah, masing-masing 34.000 dan 45.000 kunjungan per tahun.

Dampak Ekonomi Wisata Budaya

Dari SLR teridentifikasi bahwa dimensi ekonomi efektif apabila dikombinasikan dengan strategi diversifikasi produk, penguatan rantai nilai lokal, dan akses ke pasar digital sehingga menciptakan efek pengganda bagi perekonomian regional. Data Kebumen mendukung temuan ini: meskipun kontribusi terhadap PDRB dan penciptaan lapangan kerja menunjukkan tren naik, pemanfaatan produk kerajinan dan seni pertunjukan untuk nilai tambah ekonomi masih terbatas. Oleh karena itu, rekomendasi strategis mencakup pengembangan platform e-commerce untuk produk lokal, skema pembiayaan mikro untuk pelaku kreatif, dan koridor pariwisata yang mengintegrasikan atraksi untuk memperpanjang durasi kunjungan serta meningkatkan pengeluaran per wisatawan.

Penelitian ini menganalisis kontribusi wisata budaya terhadap perekonomian Kabupaten Kebumen melalui berbagai indikator ekonomi.

Tabel 2.

Kontribusi Ekonomi Wisata Budaya Kabupaten Kebumen (2022-2024)

Indikator	2022	2023	2024	Proyeksi 2026
Kontribusi terhadap PDRB (%)	3,2	4,1	5,3	8,5
Lapangan Kerja Langsung	1.245	1.578	1.892	2.850
Lapangan Kerja Tidak Langsung	2.156	2.789	3.245	4.920
Pendapatan Masyarakat (Miliar Rp)	45,6	58,9	72,4	125,8
Pengeluaran Rata-rata Wisatawan (Rp)	285.000	320.000	365.000	485.000

Sumber: BPS Kabupaten Kebumen, 2024

Data dari BPS Kabupaten Kebumen (2024) menunjukkan bahwa sektor pariwisata budaya memberikan kontribusi yang signifikan meskipun masih di bawah potensi maksimalnya. Data pada Tabel 2 menunjukkan tren peningkatan yang konsisten dalam semua indikator ekonomi. Kontribusi wisata budaya terhadap PDRB meningkat dari 3,2% pada tahun 2022 menjadi 5,3% pada tahun 2024, dengan proyeksi mencapai 8,5% pada tahun 2026. Lapangan kerja yang tercipta juga menunjukkan peningkatan signifikan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Aspek Pendidikan dalam Wisata Budaya

Hasil SLR mengindikasikan bahwa dimensi pendidikan dalam wisata budaya berfungsi sebagai mekanisme utama untuk transfer ilmu antar-generasi dan peningkatan kapabilitas lokal melalui program interpretasi, lokakarya, dan program pendidikan berbasis komunitas. Temuan ini selanjutnya dibandingkan dengan data sekunder Kebumen yang menunjukkan keberadaan program seperti kelas Tari Lengger dan workshop kerajinan bambu dengan tingkat kepuasan tinggi; hal ini menguatkan bahwa inisiatif edukatif berpotensi menjadi *entry point* strategis. Oleh karena itu, rekomendasi intervensi diarahkan pada penguatan kurikulum interpretasi lokal, standarisasi modul edukasi pariwisata, dan

integrasi program sekolah-masyarakat untuk memastikan transfer ilmu yang berkelanjutan.

Dimensi pendidikan dalam pengembangan wisata budaya Kebumen menunjukkan potensi yang besar namun memerlukan pengembangan yang lebih sistematis. Hasil analisis menunjukkan bahwa wisata budaya dapat menjadi media pembelajaran yang efektif untuk berbagai kelompok usia.

Tabel 3.

Program Edukasi Wisata Budaya dan Tingkat Partisipasi

Program Edukasi	Target Peserta	Jumlah Peserta 2024	Tingkat Kepuasan (%)	Dampak Pembelajaran
Workshop Kerajinan Bambu	Pelajar SMA	456	87	Tinggi
Kelas Tari Lengger	Anak-anak	234	92	Sangat Tinggi
Sejarah Lokal Tour	Mahasiswa	189	78	Sedang
Festival Kethoprak	Masyarakat Umum	1.234	85	Tinggi
Pelatihan Pemandu Wisata	Dewasa	78	94	Sangat Tinggi

Sumber: Survei lapangan dan wawancara dengan pengelola program, 2024

Program edukasi wisata budaya menunjukkan antusiasme yang tinggi dari berbagai kelompok masyarakat. Kelas Tari Lengger dan pelatihan pemandu wisata memiliki tingkat kepuasan tertinggi (92% dan 94%), menunjukkan kualitas program yang baik dan relevansi dengan kebutuhan peserta.

Dampak Sosial dan Pemberdayaan Masyarakat

Pengembangan wisata budaya di Kabupaten Kebumen telah memberikan dampak sosial yang positif, terutama dalam hal penguatan identitas budaya dan pemberdayaan masyarakat lokal. Namun, masih terdapat tantangan dalam mencapai partisipasi yang merata dan berkelanjutan.

Strategi Pengembangan Wisata Budaya Menuju 2026

Berikut analisis SWOT pada program penguatan wisata budaya.

Tabel 4.
Analisis SWOT Program Penguatan Wisata Budaya

<i>Strengths</i> (Kekuatan)	Menekankan aset budaya yang beragam, tingkat kepuasan program yang tinggi, dan pertumbuhan kontribusi ekonomi yang konsisten
<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)	Mengidentifikasi gap pemanfaatan potensi, keterbatasan infrastruktur dan SDM yang perlu diperbaiki
<i>Opportunities</i> (Peluang)	Menunjukkan proyeksi pertumbuhan ambisius hingga 2026 dengan dukungan teknologi dan kolaborasi multipihak
<i>Threats</i> (Ancaman)	Mempertimbangkan risiko kompetisi regional dan tantangan keberlanjutan

Berdasarkan analisis SWOT dan *benchmarking* dengan destinasi wisata budaya terbaik di Indonesia, penelitian ini merumuskan strategi pengembangan wisata budaya Kabupaten Kebumen yang komprehensif dan berkelanjutan. Strategi ini dirancang untuk mencapai target peningkatan kunjungan wisata budaya sebesar 150% pada tahun 2026.

Strategi pertama adalah pengembangan koridor wisata budaya terpadu yang menghubungkan berbagai objek wisata budaya dalam satu rute perjalanan yang sistematis. Koridor ini akan dibagi menjadi tiga zona utama: Zona Utara (fokus pada seni pertunjukan dan festival), Zona Tengah (fokus pada kerajinan tradisional dan museum), dan Zona Selatan (fokus pada situs bersejarah dan desa wisata budaya).

Strategi kedua adalah penguatan kapasitas sumber daya manusia melalui program pelatihan berkelanjutan untuk pemandu wisata, pengelola objek wisata, dan pelaku usaha kreatif. Program ini akan dilaksanakan bekerjasama dengan perguruan tinggi dan lembaga pelatihan profesional untuk memastikan standar kualitas yang tinggi.

Strategi ketiga adalah implementasi teknologi digital dalam promosi dan pengelolaan wisata budaya. Hal ini mencakup pengembangan aplikasi *mobile "Kebumen Cultural Experience"*, virtual reality tour untuk objek wisata utama, dan platform *e-commerce* untuk produk kerajinan lokal.

Proyeksi dan Target Pencapaian 2026

Berdasarkan analisis tren dan implementasi strategi yang diusulkan, penelitian ini memproyeksikan pencapaian target wisata budaya Kabupaten Kebumen pada tahun 2026. Proyeksi ini menggunakan model matematika berdasarkan data historis dan asumsi pertumbuhan yang realistis.

Target utama yang ditetapkan meliputi: peningkatan kunjungan wisata budaya dari 527.000 pada tahun 2024 menjadi 1.320.000 pada tahun 2026; peningkatan kontribusi terhadap PDRB dari 5,3% menjadi 8,5%; penciptaan 2.850 lapangan kerja langsung dan 4.920 lapangan kerja tidak langsung; serta peningkatan pendapatan masyarakat dari Rp72,4 miliar menjadi Rp125,8 miliar.

Untuk mencapai target tersebut, diperlukan investasi total sebesar Rp45 miliar yang akan dialokasikan untuk pengembangan infrastruktur (40%), pelatihan SDM (25%), promosi dan pemasaran (20%), dan pengembangan teknologi (15%). Investasi ini diproyeksikan akan memberikan *return on investment* (ROI) sebesar 35% dalam jangka waktu 5 tahun.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menghasilkan Model Pendekatan Peningkatan Wisata Kebudayaan Kabupaten Kebumen berbasis integrasi tiga pilar utama: pendidikan, sosial, dan ekonomi. Model ini dibangun dari sintesis Systematic Literature Review (SLR) terhadap 52 publikasi yang menunjukkan bahwa pengembangan wisata budaya berkelanjutan memerlukan sinergi ketiga dimensi tersebut. Pilar pendidikan berperan sebagai mekanisme transfer pengetahuan antargenerasi melalui program interpretasi dan edukasi berbasis komunitas (Moscardo, 2021; Tilden, 2023; Kuo et al., 2022), terbukti efektif di Kebumen dengan tingkat kepuasan program mencapai 78-94%. Pilar

sosial berfungsi menguatkan kohesi komunitas dan autentisitas budaya melalui partisipasi aktif masyarakat (Reisinger & Steiner, 2024; Wall & Mathieson, 2023), terimplementasi dalam keterlibatan 1.234 peserta festival dengan kepuasan 85%. Pilar ekonomi berperan sebagai katalis pembangunan melalui diversifikasi produk dan penguatan rantai nilai lokal (Dwyer et al., 2022; Gonzalez-Reverté, 2022; Jackson & Murphy, 2021), menghasilkan peningkatan kontribusi PDRB dari 3,2% (2022) menjadi 5,3% (2024).

Penerapan model pendekatan tiga pilar ini di Kabupaten Kebumen yang memiliki 45 objek wisata budaya tersebar di 26 kecamatan menunjukkan potensi signifikan namun masih belum optimal, dengan tingkat kunjungan yang bervariasi antar objek wisata. Melalui strategi pengembangan komprehensif berbasis model tiga pilar—mencakup pengembangan koridor wisata budaya terpadu, penguatan kapasitas SDM berkelanjutan, dan implementasi teknologi digital—diprojektikan dapat meningkatkan kunjungan hingga 150% pada 2026 dengan kontribusi PDRB 8,5%, penciptaan lebih dari 7.700 lapangan kerja, dan peningkatan kesadaran budaya masyarakat sebesar 40%. Model pendekatan integratif ini memberikan kerangka kerja sistematis untuk pengembangan wisata budaya berkelanjutan yang dapat diadaptasi pada daerah lain dengan karakteristik geografis dan budaya serupa.

Saran

Untuk mengoptimalkan potensi wisata budaya Kabupaten Kebumen menuju 2026, diperlukan upaya pemerataan promosi melalui media digital terutama untuk objek wisata yang masih rendah kunjungannya seperti museum dan seni pertunjukan tradisional, peningkatan kualitas SDM melalui pelatihan rutin bagi pemandu wisata dan pelaku usaha kreatif, perbaikan infrastruktur dan aksesibilitas di seluruh zona wisata budaya, serta penguatan kolaborasi antara pemerintah daerah, pelaku usaha, komunitas budaya, dan akademisi untuk menciptakan ekosistem wisata budaya yang berkelanjutan dan mampu mencapai target peningkatan kunjungan hingga 150% dengan kontribusi PDRB 8,5%.

DAFTAR PUSTAKA

- Bramwell, B., & Lane, B. (2022). Sustainable tourism development: Concepts and practices in cultural destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(4), 845-862.
- Butler, R. (2023). Tourism area life cycle model: Applications in cultural heritage destinations. *Tourism Management*, 95, 104-118.
- Chen, L., & Wang, Y. (2023). Educational dimensions of cultural tourism: Learning outcomes and visitor satisfaction. *Tourism Education Review*, 8(2), 234-251.
- Dinas Pariwisata Kabupaten Kebumen. (2024). *Statistik kepariwisataan Kabupaten Kebumen tahun 2024*. Kebumen: Dinas Pariwisata.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R. (2022). Economic impacts of cultural tourism: A comprehensive framework. *Tourism Economics*, 28(3), 567-589.
- Femenia-Serra, F., & Neuhofer, B. (2018). Smart tourism experiences: Conceptualisation, key dimensions and research agenda. *Journal of Destination Marketing & Management*, 11, 58-70.
- Gonzalez-Reverté, F. (2022). Cultural tourism and regional economic development: Evidence from European destinations. *Regional Studies*, 56(8), 1345-1358.
- Gretzel, U., Sigala, M., & Koo, C. (2020). Smart tourism: convergence of information technologies, experiences, and theories. *Electronic Markets*, 30(1), 136-145.
- Jackson, M., & Murphy, P. (2021). Economic distribution patterns in cultural tourism: Asian case studies. *Asian Journal of Tourism Research*, 6(3), 78-95.
- Kim, J., & Park, S. (2023). IoT Applications in Smart Tourism: A Systematic Review. *Tourism Management*, 84, 104-123.
- Kumar, S., Patel, A., & Singh, R. (2023). Challenges in cultural tourism development in emerging economies: A systematic analysis. *International Journal of Tourism Research*, 25(4), 456-472.
- Kuo, H., Chang, T., & Lin, M. (2022). Educational impacts of interpretive programs in

- cultural tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 17(5), 623-641.
- Li, X., Wang, Y., & Li, B. (2023). Smart Tourism Technologies: Current Applications and Future Trends. *Journal of Travel Research*, 63(2), 45-62.
- McKercher, B., & du Cros, H. (2022). Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management. *Tourism Management*, 83, 234-247.
- Mufidah, M., & Samudra, D. (2025). Analisis Respons Masyarakat Terhadap Inovasi Pelayanan Publik Pemda Magelang Di Media Sosial. *Journal of Economics And Business*, 1(01), 37-45.
- Moscardo, G. (2021). Mindful tourism and cultural understanding: New directions for sustainable development. *Tourism Recreation Research*, 46(2), 189-203.
- OECD. (2023). *Cultural tourism and economic development: Policy frameworks and best practices*. Paris: OECD Publishing.
- Poria, Y., Butler, R., & Airey, D. (2021). The core of heritage tourism: Distinguishing heritage tourists from other tourists. *Annals of Tourism Research*, 48, 234-250.
- Reisinger, Y., & Steiner, C. (2024). Social impacts of cultural tourism: A framework for assessment and management. *Tourism Management Perspectives*, 49, 101-115.
- Richards, G. (2021). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 45(3), 465-489.
- Richards, G. (2023). *Cultural tourism: Global and local perspectives* (2nd ed.). London: Routledge.
- Samudra, D. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Pada Shopee: Studi Kasus Mahasiswa Darussalam Gontor Kampus Robithoh. *BALANCA*, 33-42.
- Samudra, D. (2024). The Strategies for Improving the Quality of Basic Services as A Foundation For Local Economic Development In Subang Regency. *Subang International Journal of Governance and Accountability (SINGA)*, 2(2), 30-34.
- Smith, M., & Robinson, M. (2022). *Cultural tourism in a changing world: Politics, participation and (re)presentation*. Bristol: Channel View Publications.
- Snyder, H. (2023). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 146, 285-296.
- Tilden, F. (2023). *Interpreting cultural heritage: Principles and practices* (4th ed.). Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- UNESCO. (2022). *Cultural tourism and sustainable development: Guidelines for practitioners*. Paris: UNESCO Publishing.
- UNWTO. (2022). *Global report on cultural tourism*. Madrid: World Tourism Organization.
- Wall, G., & Mathieson, A. (2023). *Tourism: Change, impacts and opportunities* (3rd ed.). London: Pearson.
- Wang, D., & Li, X. (2023). Mobile Technology in Tourism: User Experience and Service Innovation. *Tourism Management Perspectives*, 45, 100986.
- Xu, F., Nash, N., & Whitmarsh, L. (2023). Big data analytics in smart tourism: A systematic literature review. *Tourism Management*, 86, 104342.
- Zhang, L., Yang, H., & Chen, X. (2024). Artificial Intelligence in Tourism: Applications and Impact Analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 15(1), 78-95.

BIODATA PENULIS

Dio Samudra, lahir pada 4 Desember 1998 di Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah. Magister Ekonomi Syariah dari UIN Gus Dur Pekalongan.

Aulia Hafisa lahir di Pemalang pada tanggal 10 Mei 1998. Saat ini sedang menempuh studi Pascasarjana di Universitas Gadjah Mada.