

Pengembangan Model Tata Kelola Pariwisata Berkelanjutan Sebagai Upaya Penyebaran Kunjungan Wisatawan Di Kawasan Borobudur

Fachrul Rozi, Diena M. Lemy
Universitas Pelita Harapan
roziparekraf@gmail.com, diena.lemmy@uph.edu

Abstract

Borobudur as a super priority destination is develop with various problems such as conservation problem in main area of Borobudur Temple . The development of the outer zone including the tourist village has started but not able to unravel the buildup of the main zone and has not received significant tourist visits. It is important to develop a model for disseminating tourists as an effort to protect and conserve the main zone. This research is a qualitative descriptive study with an exploratory study approach by conducting interviews with key stakeholders in the DSP Borobudur area. The research was carried out in the Borobudur area and data validation used the data source triangulation method. The findings in this study are that the management model recommended for the Borobudur area as an effort to spread tourist visits is the single management single destination model. This approach refers to the view that Borobudur is a unified destination managed by an authority body, namely the Borobudur Authority Agency (BPOB) by eliminating territorial and administrative boundaries. The BPOB function needs to be sharpened as a coordinating body for all organizational components in the Borobudur area. Marketing efforts are carried out together with the preparation of regional event calendars and implementing modern business management in the management of tourist destinations and tourist villages to support business continuity.

Keywords: Model Tata Kelola, Pariwisata Berkelanjutan, Kunjungan Wisata, Borobudur

Abstrak

Borobudur sebagai destinasi superprioritas berkembang namun mengalami berbagai permasalahan seperti kerusakan akibat penumpukan wisatawan pada zona inti. Pengembangan zona luar termasuk desa wisata sudah mulai dilakukan namun belum mampu mengurai penumpukan zona inti dan belum mendapatkan kunjungan wisatawan yang signifikan. Pentingnya pengembangan model untuk penyebarluasan wisatawan sebagai upaya perlindungan dan konservasi zona inti. Penelitian ini merupakan penelitian diskriptif kualitatif dengan pendekatan studi eksploratif dengan melakukan wawancara pada pemangku kebijakan inti di kawasan DSP Borobudur. Penelitian dilaksanakan di kawasan DSP Borobudur dan validasi data menggunakan metode triangulasi sumber data. Penemuan pada penelitian ini adalah bahwa model tata kelola yang direkomendasikan bagi kawasan Borobudur sebagai upaya penyebaran kunjungan wisatawan adalah *model single management single destination*. Pendekatan ini mengacu pada pandangan bahwa borobudur adalah satu kesatuan destinasi yang dikelola oleh suatu badan otoritas yaitu Badan Pelaksana Otorita Borobudur dengan menghilangkan batas teritori dan administratif kewilayahan. Fungsi BPOB perlu dipertajam sebagai badan koordinasi dari seluruh komponen organisasi di wilayah Borobudur. Upaya pemasaran dilakukan bersama dengan penyusunan *calendar of event* kawasan serta menerapkan manajemen bisnis modern pada pengelolaan destinasi wisata dan desa wisata untuk menunjang keberlangsungan bisnis.

Kata Kunci: Model Tata Kelola, Pariwisata Berkelanjutan, Kunjungan Wisata, Borobudur

A. PENDAHULUAN

Pariwisata berkelanjutan menjadi salah satu fokus pengembangan wisata yang dilakukan Kemenparekraf selain pengembangan pariwisata yang berkualitas (Kemenparekraf, 2022) Penetapan pengembangan wisata dengan dibentuknya Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN), Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) hingga Destinasi Super Prioritas (DSP) menunjukkan

* Corresponding author

Received: May 05, 2023; Revised: June 09, 2023; Accepted: June 21, 2023

bahwa pariwisata menjadi salah satu fokus pembangunan nasional. Terdapat 112 KSPN, 50 KEK dan 5 DSP yang menjadi fokus pengembangan secara nasional. Berbagai destinasi yang merupakan DSP menjadi kunci percepatan dan fokus utama meliputi Mandalika, Labuan Bajo, Danau Toba, Likupang dan Borobudur.

Borobudur menjadi DSP yang banyak diperbincangkan publik di tahun 2022. Bahkan menjadi *headline* berbagai media dan menjadi pusat perhatian pada pertengahan 2022 akibat rencana kenaikan tarif masuk. Isu ini menjadi ulasan bukan hanya soal tarif namun terkait dengan tata kelola termasuk kesadaran tentang pariwisata berkelanjutan di wilayah Borobudur. Berbagai perilaku wisatawan mendapat banyak sorotan, khususnya yang mengakibatkan berbagai permasalahan. Ditemukan banyak kerusakan yang bersumber pada perilaku wisatawan sehingga mengancam kelestarian Borobudur sebagai objek wisata. Selain hal tersebut, dari presurvey dan wawancara dari pengelola desa wisata lingkaran Borobudur mengeluhkan bahwa tujuan utama masih terpusat pada zona 1 dan 2, sedangkan pengembangan pada zona 3 saat ini sudah dilaksanakan (Sahrodin, 2023)

Penetapan Candi Borobudur sebagai destinasi super prioritas oleh Presiden RI Joko Widodo melalui Perpres No 79 Tahun 2019 menjadikan Borobudur sebagai perhatian utama pariwisata nasional (Perpres RI, 2019). Meskipun Candi Borobudur telah menjadi salah satu *world seven wonder*, keberadaannya masih memerlukan perhatian khusus terlebih mengenai tata kelola sebagai destinasi wisata. Saat ini tata kelola Borobudur sebagai cagar budaya dilaksanakan oleh Balai Konservasi Kemendikbud meliputi kawasan inti atau zona satu. Pada sisi manajemen pariwisata dilaksanakan oleh Taman Wisata Candi (TWC) Borobudur Kementerian Badan Usaha Milik Negara (KemenBUMN) meliputi zona dua. Sebagai destinasi wisata super prioritas Kemenparekraf melalui Badan Otoritas Borobudur (BPOB) memiliki peran dalam marketing serta pengembangan pada zona tiga dengan dukungan Disporapar Provinsi Jawa Tengah dan Kabupaten Magelang.

Jumlah kunjungan wisatawan ke Borobudur hingga tahun 2019, 1 tahun sebelum ditutup karena pandemi covid-19 mencapai 3,75 juta wisatawan (BPS Kab Magelang, 2020) Jumlah ini terus meningkat dari tahun sebelumnya, hingga pasca pandemi tren kenaikan jumlah wisatawan ke Borobudur selalu meningkat. Jumlah wisatawan pada tahun 2022 tidak memenuhi target, jumlah kunjungan tercatat 1,49 juta dari 1,6 juta target (Jawa Pos, 2023). Jumlah wisatawan selalu menjadi perdebatan, dari sisi kunjungan wisata diharapkan sebanyak mungkin wisatawan yang hadir dan memberi dampak ekonomi bagi masyarakat dan industri di Borobudur dan sekitarnya. Sedangkan dari sisi konservasi terdapat berbagai permasalahan dengan banyaknya wisatawan yang datang mengingat Borobudur adalah cagar budaya yang memerlukan upaya perlindungan.

Berbagai upaya muncul dalam menyikapi hal tersebut diantaranya adalah mendorong pengembangan destinasi wisata lingkaran Candi Borobudur seperti pengembangan desa wisata serta pola perjalanan wisata yang mengakomodir wisata lingkaran luar Borobudur. Seiring dengan upaya ini, dilakukan penataan dan perbaikan tata kelola pada wilayah utama Candi Borobudur yang menjadi konsensus pihak yang memiliki kewenangan dan kepentingan. Pariwisata berkelanjutan diyakini menjadi faktor pendorong utama dan jalan tengah antara konsep kunjungan wisata dan upaya konservasi yang ada di Borobudur.

Saat ini terdapat 17 desa wisata di kecamatan Borobudur, 54 desa wisata di Kabupaten Magelang dan 214 desa wisata di Provinsi D.I Yogyakarta yang menjadi wilayah kerja BPOB sekaligus berada pada kawasan pengembangan DSP Borobudur. Kunjungan wisatawan ke desa wisata belum optimal, hanya beberapa desa wisata atau sekitar 10% yang dinilai berhasil dalam melakukan pemasaran (Peranginangin, 2023). Fakta ini cukup menjadi alasan mengapa harus

dilakukan penyebaran wisatawan dan ditemukan pola baru dalam melakukan upaya pemasaran. Pada wawancara pra penelitian yang dilakukan terhadap pelaku wisata ditemukan fakta bahwa belum semua desa wisata berpromosi sehingga informasi masih sangat terbatas dan perlu ditingkatkan (Edward, 2022). Edward menambahkan bahwa belum semuanya mengaplikasikan digital marketing, bahkan jika ditanya paket atau produk unggulan apa yang akan dipasarkan sebagian masih merasa bingung. Sehingga dapat disimpulkan selain pemasaran pengembangan produk wisata di desa wisata masih perlu ditingkatkan dan perlu pembuatan paket wisata yang menarik, berbeda antar desa wisata dan mampu menarik kunjungan wisata.

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan model pemasaran bagi DSP Borobudur untuk mendukung penyebaran wisatawan di wilayah DSP Borobudur. Adapun model yang direkomendasikan sebagai hasil penelitian ini adalah hasil evaluasi dari model yang berjalan sekaligus rekomendasi berdasarkan wawancara, observasi dan telaah teori yang relevan tentang tata kelola destinasi wisata.

Pariwisata menurut UU No.10 tahun 2009, adalah berbagai kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan industri (Pemerintah RI, 2009). Pariwisata merupakan suatu perjalanan terencana, dilakukan secara individu maupun kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan suatu bentuk kepuasan dan kesenangan (Regina & Zakariya, 2021). Pariwisata berkelanjutan didefinisikan oleh UNWTO sebagai kegiatan wisata yang memperhitungkan penuh dampak saat ini dan masa depan ekonomi, sosial serta lingkungan, menyikapi kebutuhan wisatawan, industri pariwisata, lingkungan dan masyarakat lokal. UNWTO menyatakan bahwa pariwisata berkelanjutan merupakan pariwisata yang mengacu pada aspek lingkungan, ekonomi, serta sosial budaya dari pengembangan pariwisata (UNWTO, 2021).

Prinsip utama dalam *sustainable tourism* adalah *environmental sustainability*, *social sustainability* dan *economic sustainability* (Martin Gagnon:2022). Isu lingkungan mencakup *waste management*, *rethinking of travel model* dan *respect the animals*. Sedangkan untuk sosial dan ekonomi sustainability dapat dijalankan melalui *support local business*, *eat locally* dan *respect their local and custom* (Martin Gagnon:2022)

Pada pengembangan *sustainable tourism* diperlukan pendekatan *product development* dan *innovation* (Gardiner & Scott, 2018). Terdapat dua fokus dalam *product development* yaitu entrepreneurship dan *passion* serta *detailed knowledge of customer needs from personal experiens*. Lebih lanjut Noel mengatakan ada 10 elemen penting dalam melakukan inovasi produk wisata berbasis pariwisata berkelanjutan yaitu: *define quality and customer value*, *develop customer orientation*, *focus on company business processed*, *develop customer and supply partners*, *take a preventive approach*, *adopt an error free attitude*, *get the fact first*, *encourage every manager and employe to participate*, *create and atmosfer of total involvement*, *strive for continues improvement* (Gardiner & Scott, 2018)

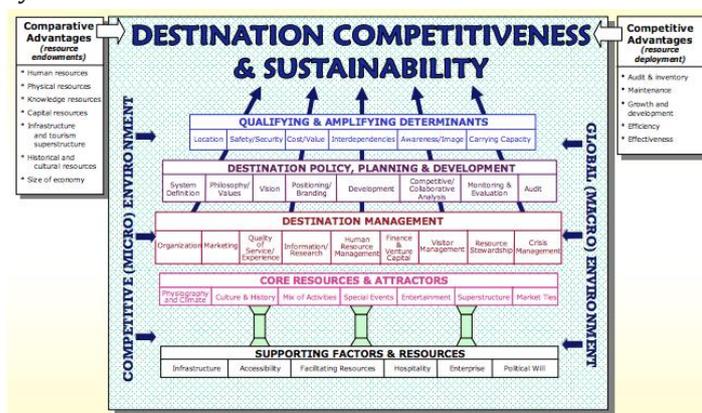
Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Permenparekraf) No 9 Tahun 2021 Maka tata kelola destinasi berkelanjutan terdiri atas: Pengelolaan berkelanjutan. Berisi tentang struktur dan kerangka pengelolaan, keterlibatan pemangku kepentingan dan mengelola tekanan serta perubahan, Keberlanjutan sosial Ekonomi (Permenparekraf RI, 2021). Berisi tentang memberi manfaat secara ekonomi lokal dan kesejahteraan dan dampak sosial, Keberlanjutan budaya. Berisi tentang warisan budaya serta mengunjungi situs budaya, Keberlanjutan lingkungan. Berisi tentang konservasi warisan alam, pengelolaan sumberdaya dan pengolahan limbah emisi.

Tata kelola destinasi wisata merupakan aplikasi konsep manajemen kepariwisataan. Pengelolaan diterjemahkan sebagai sebuah rangkaian pekerjaan dan kegiatan atau usaha yang dijalankan oleh sekelompok orang untuk melakukan rangkaian kerja dalam mencapai tujuan tertentu. Secara teoritis pola manajemen penyelenggaraan pembangunan kepariwisataan yang

keberlanjutan dan berwawasan lingkungan akan dapat dengan mudah di kenali melalui berbagai ciri penyelenggaraannya yang berbasis pada prinsip sebagai berikut: (1) Partisipasi Masyarakat Lokal, (2) Kemitraan Kepemilikan Lokal, (3) Keterlibatan Segenap pemangku kepentingan, (4) Pemanfaatan Sumber Daya Secara Berlanjut, (5) Memberi ruang aspirasi masyarakat lokal, (6) Daya Dukung Lingkungan, (7) Monitor Dan Evaluasi Program, (8) Akuntabilitas Lingkungan ,(9)Pelatihan Pada Masyarakat Terkait, (10) Promosi & Advokasi Nilai Budaya Kelokalan.

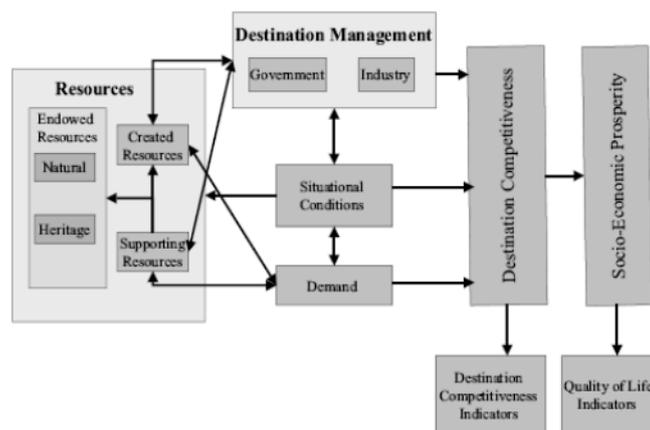
Terkait DMO, beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan implementasi destination manajemen organization, antara lain efisiensi dan produktivitas dalam proses operasional, dan efisiensi dan efektivitas organisasi (Foris et al., 2020); keterlibatan aktif masyarakat dan para pemangku kepentingan dalam penyusunan kebijakan (Mandić & Kennell, 2021); dan kapabilitas dalam membangun jejaring (Volgger & Pechlaner, 2014).

Beberapa model yang akan menjadi referensi pada penelitian ini adalah model Crouch dan Ritchie serta Model Dwyer:



Gambar 1. Model Tata Kelola Destinasi (Crouch & Ritchie, 1999)

Selain model pada gambar 1, sebagai upaya mencari model pada tata kelola Borobudur khususnya dalam penyebaran wisatawan pada berbagai zona akan menggunakan model Dwyer pada gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2. Model Manajemen Destinasi Dwyer (Dwyer & Kim, 2003)

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian diskriptif kualitatif yang menjelaskan dan mendeskripsikan model tata kelola kawasan wisata Borobudur untuk penyebarluasan kunjungan

wisata. Lokasi penelitian berlangsung di kawasan wisata Borobudur meliputi kawasan utama zona 1, 2 dan 3. Penelitian ini memilih pendekatan eksploratif untuk menunjang data, melakukan wawancara mendalam dengan informan kunci dan informan pendukung. Data primer merupakan data wawancara secara mendalam yang dilakukan oleh peneliti dengan metode purposive sampling kepada pengelola Candi Borobudur dengan informan kunci kepala balai konservasi Candi Borobudur dan Kepala TWC Borobudur sebagai penanggungjawab pengelolaan di Zona inti dan Zona 2 serta Direktur Utama BPOB selaku peangungjawab zona 3, dilanjutkan dengan narasumber lainnya berdasarkan informasi narasumber kunci. Selain wawancara peneliti melakukan observasi secara langsung pada penerapan tata kelolapariwisata berkelanjutan di candi Borobudur dengan mengumpulkan data melalui pandangan secara langsung berdasarkan catatan-catatan yang dirumuskan dalam panduan observasi lapangan. Data sekunder berasal dari literatur laporan penelitian terdahulu, media rilis, diskusi komunitas dan data dari triangulator yang akan menjadi validasi data penelitian. Teknik analisis data pada penelitian ini akan menggunakan reduksi data dengan menggunakan pendekatan Miles dan Hubberman dalam mereduksi data sehingga muncul generalisasi data dari berbagai sumber yang didapatkan oleh peneliti. Validitas data pada penelitian ini akan diukur menggunakan teknik triangulasi sumber.

C. HASIL DAN ANALISIS

HASIL PENELITIAN

Terjadi pergerakan wisatawan nusantara di area kawasan Pariwisata Borobur (Jateng dan DIY) sebagai dampak melonggarnya covid pada tahun 2022. Total pergerakan wisatawan pada tahun 2022 sebesar 52 juta naik dari tahun 2021 yang hanya berjumlah 23 juta wisatawan. Jumlah wisatawan mancanegara pada tahun 2022 sebanyak 130.000, naik dari tahun 2021 dengan jumlah 16.000 wisatawan. Data terkait kawasan Borobudur dan sekitarnya jumlah kunjungan naik menjadi 1,8 juta dari 423.000 di tahun 2021. Perkembangan jumlah akomodasi naik 8 hotel berbintang 4 di Jawa Tengah dan 4 di Yogyakarta (Peranganing, 2023)

BPOB telah melakukan penyusunan *travel pattern the trail of java* dan buku panduan penyusunan *travel pattern joglosemar*. Jumlah trafik di Bandara YIA dan Ahmad Yani Semarang dilaporkan meningkat dari 1,5 juta menjadi 3,7jt untuk YIA dan 1,3 menjadi 2,4jt untuk bandara Ahmad Yani Semarang. Sosialisasi telah dilakukan melalui travel experience dan dilakukan ujicoba saat ATF 2022. Berbagai event dilaksanakan di beberapa titik seperti event olah raga dan budaya (Peranganing, 2023)

Revitalisasi 362 homestay dilakukan oleh KemenPUPR terhadap kamar homestay disekitar wilayah borobudur melalui penyediaan furniture dan kelengkapannya. Telah dibentuk paguyuban desa Tuksongo, Karanganyar dan Karangrejo sebagai pengelola homestay. Desa wisata sekitar lahan otorita yang dibina oleh BPOB menunjukkan nilai kunjungan yang signifikan tahun 2022, yaitu Desa Pandanrejo 8.094 kunjungan, dan termasuk salah satu nominasi Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI), Desa Ngargoretno 9.300 kunjungan, Desa Ngargosari 2.626 kunjungan, Desa Pagerharjo 3.894 kunjungan.

Menurut Perpres No. 46 tahun 2017, Badan Pelaksana Otorita Borobudur dibentuk untuk meningkatkan sektor kepariwisataan di Kawasan Pariwisata Borobudur (Perpres RI, 2017) Di dalam Badan Pelaksana Otorita Borobudur terdapat Dewan Pengarah yang terdiri dari Kemenkomarves sebagai Ketua dan Kemenparekraf sebagai Ketua Pelaksana Harian, serta Badan Pelaksana Otorita Borobudur sebagai satuan kerja yang mengeksekusi arahan dari Dewan Pengarah. Fungsi koordinatif yang diemban oleh BPOB meliputi 35 Kabupaten/ Kota di DIY, Jawa Tengah dan Jawa Timur sebagai zona koordinatif Badan Pelaksana Otorita Borobudur.

Pada skala lahan Otorita BPOB proses penguasaan lahan Hak Pengelolaan Lahan (HPL) BPOB seluas 50 Ha telah selesai dan semester I 2023 target penyelesaian PKS antara BPOB dan Perhutani seluas 64 Ha. Pengelolaan dengan format DMO, dilakukan secara terstruktur dan terintegrasi mencakup fungsi koordinasi, perencanaan, implementasi dan pengendalian, yang dilakukan secara inovatif dan sistemik melalui pemanfaatan jejaring dan teknologi, agar memunculkan commercial value terhadap produk dan jasa yang dihasilkan sehingga kehidupan ekonomi, sosial, dan budaya masyarakat meningkat.

Dalam upaya mengembangkan *sustainable tourism*, BPOB memiliki empat pilar fokus yang dikembangkan. Di antaranya pengelolaan berkelanjutan (bisnis pariwisata), ekonomi berkelanjutan (sosio ekonomi) jangka panjang, keberlanjutan budaya (*sustainable culture*) yang harus selalu dikembangkan dan dijaga, serta aspek lingkungan (*environment sustainability*). Berbekal 4 pilar utama tersebut, tren pariwisata berkelanjutan akan menjadi kegiatan berwisata yang banyak diminati wisatawan. Tidak sekadar berlibur, setiap wisatawan juga tetap memerhatikan protokol berwisata yang berkaitan dengan kesehatan, keamanan, kenyamanan, dan kelestarian alam. Sampai dengan saat ini, pelibatan aktif masyarakat dan pengembangan destinasi pariwisata berbasis komunitas di sekitar daya tarik wisata utama terus didorong oleh Pemerintah. Misalnya dengan melakukan perbaikan kamar homestay, pelatihan dasar pengelolaan daya tarik wisata, dan pendampingan kelompok sadar wisata maupun BUMDES untuk menjaga keberlangsungan usaha pariwisata dan menyebarkan manfaat ekonomi dan sosial bagi lingkungan sekitar daya tarik utama.

Permasalahan yang timbul dalam hal tata kelola destinasi, kunjungan wisatawan, kelestarian dan kebijakan adalah jumlah stakeholders yang banyak dengan kepentingan masing-masing dalam pengembangan kepariwisataan. Masih perlunya sinkronisasi program kerja pusat dan daerah terutama dalam meningkatkan infrastruktur pendukung dan kemampuan SDM pengelola destinasi wisata. Adanya paradoks antara pelestarian benda cagar budaya dengan pemanfaatannya yang cenderung menimbulkan dampak negative. Tantangan yang dihadapi dalam penerapan *sustainable tourism* adalah Penyamaan persepsi para stakeholders di sekitar Borobudur dan yang berkepentingan dengan andi Borobudur sehingga sepakat untuk melakukan pilar-pilar keberlanjutan, Dukungan terutama dari pemerintah daerah untuk implementasi program-program yang mendukung ST, Keterlibatan akademisi dan industri yang belum optimal dalam mengembangkan paket wisata, kompetensi SDM pariwisata, dan pemasarannya.

Dalam konteks kawasan Borobudur sendiri, penerapan *sustainable tourism* memberikan dampak pergerakan wisatawan menyebar ke area sekitar Candi Borobudur, misalnya menginap di homestay atau membeli paket wisata yang ditawarkan oleh komunitas tertentu. Saat ini di Candi Borobudur telah diberlakukan pembatasan pengunjung untuk naik ke candi Borobudur sebanyak 1.200 orang/ hari, sebagai upaya pelestarian candi (Peranginangin, 2023). Di beberapa desa wisata pernah dilakukan visitor management dan perhitungan daya dukung lingkungan terutama saat pemberlakuan CHSE akibat adanya Pandemi Covid-19. BPOB, TWC, Pemerintah Provinsi Jateng dan DIY juga Kota kabupaten melaksanakan berbagai event baik event pariwisata budaya maupun olahraga. Masing- masing stakeholder juga melakukan pemasaran serta mendukung berbagai akses kolaborasi yang mungkin untuk dilakukan (Husein, 2023).

ANALISIS

Berbagai data dan paparan diatas menunjukkan bahwa dikawasan DSP Borobudur secara zona koordinatif sebetulnya telah memiliki BPOB yang memegang otorisasi dan kewenangan. Namun pada tataran framework tujuan pada masing- masing lembaga dan program utama yang dijalankan perlu koodinasi dan kesepakatan untuk menentukan fokus pengembangan dalam rangka melindungi zona inti sekaligus melaksanakan penyebarluasan wisatawan. Kepentingan sebagai satu kawasan harus diutamakan dalam menuju *single destination joglosemar* yang dikelola secara single management oleh BPOB sebagai organisasi koordinator lintas kementerian dan berada dibawah pembinaan Kemenkomarves (Yahya, 2023).

Peneliti melihat adanya upaya pemasaran yang cukup massif dari berbagai stakeholder dalam kawasan namun berbagai travel pattern yang dijual masih bersifat spasial. Paket-paket wisata yang dipasarkan banyak yang masih berorientasi pada wiayah administratif belum menempatkan Borobudur sebagai kawasan terpadu. Termasuk dalam pengembangan pola kerjasama jika menggunakan pendekatan *single destination* maka akan memberi manfaat yang lebih luas. Bahkan masih terlihat ego sektoral yang melihatkan bahwa terdapat framework sebagai kompetitor antar kabupaten atau provinsi yang seharusnya menjadi *single destination*.

Pengembangan desa wisata di kawasan Borobudur belum sepenuhnya berangkat dari identitas khusus atau kekhasan produk wisata dari masing-masing desa wisata. Penguatan produk wisata harus ditingkatkan hingga pada zona luar tidak hanya berfokus pada lingkaran utama Borobudur saja. Model Dwyer (Dwyer & Kim, 2003) menyebutkan bahwa *competitiveness index* atau daya saing destinasi menjadi unsur yang sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan melalui peningkatan kunjungan wisata. Analogi ini memberi gambaran dengan peningkatan kualitas destinasi maka meningkatkan daya tarik wisata. Indikator dalam kualitas destinasi diantaranya dapat ditingkatkan melalui perbaikan hospitality, penambahan atraksi, kemudahan akses, penyediaan amenities dan juga pemberian nilai tambah bagi wisatawan yang hadir. Peneliti beranggapan perlu peningkatan kualitas desa wisata, memunculkan wahana baru dan penciptaan daya tarik wisata diberbagai wilayah. Hal ini didukung oleh data lapangan dimana dinas pariwisata dan pelaku wisata termasuk BPOB mendorong munculnya daya tarik baru sebagai upaya menambah dan menyebarkan kunjungan wisatawan.

Pengembangan produk wisata yang melibatkan sektor privat perlu ditingkatkan sebagai bentuk kolaborasi efektif dengan skema *bisnis to bisnis*. Pengenalan manajemen profesional perlu dilakukan dan diterapkan melalui *community base tourism* dengan sistem manajemen bisnis modern untuk menunjang keberlangsungan jangka panjang bisnis yang dijalankan. Pengembangan dapat melibatkan sektor pemerintah dan swasta sebagai bentuk akselerasi. Pelibatan sektor UMKM menjadi kunci dikarenakan saat penelitian ini dilakukan terdapat 4500 UMKM yang menjadi database di lingkaran kawasan Borobudur. Konsep sustainable tourism menitik beratkan pada masyarakat (*people*) dan kesejahteraan (*prosperity*) dan pendekatan ini sesuai untuk konteks Borobudur dimana kelestarian menjadi kunci dari kesejahteraan. Benang merah yang disepakati seharusnya melindungi kawasan inti dengan melakukan pengembangan pada zona luar secara masih untuk menunjang penyebaran wisatawan.

Pola single manajemen disarankan untuk dilaksanakan dalam pelaksanaan even dengan membuat *calendar of event* yang mencakup list wilayah administratif untuk ditingkatkan promosi dan pemasarannya. Fokus pemasaran baik produk dan target market sudah harus bergeser pada quality tourism bukan hanya mengejar entitas jumlah namun kualitas wisatawan dari kaca mata spending dan lama waktu tinggal. Penguatan kebijakan lintas sektoral dan lintas wilayah menjadi kunci utama dalam membangun dan mengelola kawasan wisata Borobudur. Meningkatkan fungsi kelembagaan menjadi kunci selain menciptakan atraksi dan destinasi yang berkualitas diluar zona inti.

Model Dwyer (Dwyer & Kim, 2003) dapat dijadikan pedoman untuk meningkatkan sinergi antara pemerintah sebagai pemegang kebijakan dengan industri dengan melihat permintaan pasar wisatawan yang akan berkunjung. Pemerintah dalam hal ini direkomendasikan satu pintu dan koordinatifnya berada pada wilayah Badan Pelaksana Otorita Borobudur (BPOB). Berbagai Lembaga yang saat ini berjalan dapat dikoordinasi BPOB agar lebih efektif dan efisien. Sebagai mana data yang dipaparkan saat ini tidak kurang dari 4 lembaga pemerintah yang saling bersinggungan dalam tata kelola DSP Borobudur. Zona koordinatif satu pintu akan lebih optimal. Dalam hal promosi destinasi, jika melihat model single destination maka upaya pemasaran terpadu menjadi kunci dan peneliti merekomendasikan kolaborasi antar wilayah. Pandangan kompetisi antar wilayah dalam mendatangkan wisatawan harus dirubah namun disatukan dalam pola perjalanan yang mengakomodir berbagai destinasi tanpa Batasan.

Kawasan BPOB telah menerapkan berbagai indikator dalam model tata kelola versi Crouch dan Ritchie (Crouch & Ritchie, 1999). Namun berbagai indikator ini harus disesuaikan dengan trend pariwisata dan juga permintaan pasar. Peneliti merekomendasikan diadakannya evaluasi berkala sebagai upaya penyesuaian berbagai indikator tata kelola. Penerapan dan implementasi kebijakan menjadi konsensus berbagai pihak, keterlibatan dalam membuat perencanaan dan pengembangan menjadi hal penting sebagai dasar pengembangan atraksi dan faktor pendukung.

D. SIMPULAN

Model tata kelola yang direkomendasikan bagi kawasan Borobudur sebagai upaya penyebaran kunjungan wisatawan adalah *model single management single destination*. Pendekatan ini mengacu pada pandangan bahwa borobudur adalah satu kesatuan destinasi yang dikelola oleh suatu badan otoritas yaitu Badan Pelaksana Otorita Borobudur dengan menghilangkan batas teritori dan administratif kewilayahan. Fungsi BPOB perlu dipertajam sebagai badan koordinasi dari seluruh komponen organisasi di wilayah Borobudur. Perlu dilakukan pengembangan destinasi sebagai *carrying capacity* diluar zona inti yang didukung dengan upaya pemfokusan, pemasaran yang masif, penguatan narasi dan pelibatan masyarakat serta stakeholder dalam pengelolaan sehingga meningkatkan akses dan perekonomian masyarakat lokal. Pengembangan destinasi dapat bertumpu pada desa wisata dan UMKM dengan penguatan kualitas produk dan layanan serta pengembangan daya tarik wisata yang memiliki akses, atraksi dan amanitas yang terstandar. *Travel pattern* yang dibuat melibatkan wilayah Joglosemar dengan menjadikan unsur *sustainable tourism* sebagai pendekatan dalam pengembangan kawasan.

DAFTAR REFERENSI

- BPS Kab Magelang. (2020). Pengunjung Candi Borobudur Tahun 2019. In *Pengunjung Candi Borobudur 2017-2019*. <https://magelangkab.bps.go.id/indicator/16/327/1/pengunjung-candi-borobudur.html>
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137–152. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3)
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369–414. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- Edward, A. (2022). *Personal Interview*.
- Foris, D., Florescu, A., Foris, T., & Barabas, S. (2020). Improving the management of tourist destinations: A new approach to strategic management at the dmo level by integrating lean techniques. *Sustainability (Switzerland)*, 12(23), 1–22. <https://doi.org/10.3390/su122310201>
- Gardiner, S., & Scott, N. (2018). Destination Innovation Matrix: A framework for new tourism experience and market development. *Journal of Destination Marketing and Management*, 10, 122–131. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.07.002>
- Husein. (2023). *Personal Interview*.
- Jawa Pos. (2023, January 2). *Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke Candi Borobudur Tahun 2022 Tak Penuhi Target*. <https://radarsemarang.jawapos.com/mungkid/721404652/jumlah-wisatawan-yang-berkunjung-ke-candi-borobudur-tahun-2022-tak-penuhi-target>
- Kemendparekraf. (2022). *Siaran Pers: Pariwisata Berkualitas dan Berkelanjutan Tetap Jadi Fokus Utama Kemendparekraf pada 2023*.
- Mandić, A., & Kennell, J. (2021). Smart governance for heritage tourism destinations: Contextual factors and destination management organization perspectives. *Tourism Management Perspectives*, 39. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100862>
- Pemerintah RI. (2009). *Undang-undang (UU) Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata*.
- Peranganing, A. (2023). *Capaian Kinerja Tahun Anggaran 2022 dan Rencana Program Kerja 2023 Badan Pelaksana Otorita Borobudur*.
- Permenparekraf RI. (2021). *Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Nomor 9 Tahun 2021 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan*.
- Perpres RI. (2017). *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 46 Tahun 2017 tentang Badan Otorita Pengelola Kawasan Pariwisata Borobudur*.

- Perpres RI. (2019). *Peraturan Presiden (PERPRES) Nomor 79 Tahun 2019 tentang Percepatan Pembangunan Ekonomi Kawasan Kendal - Semarang - Salatiga - Demak - Grobongan, Kawasan Purworejo - Wonosobo - Magelang - Temanggung, dan Kawasan Brebes - Tegal - Pemanang.*
- Regina, M., & Zakariya. (2021). *Strategi Dinas Pariwisata Kota Surabaya dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Studi pada Wisata Monumen Kapal Selam Surabaya.* 1–8.
<https://publik.untag-sby.ac.id/backend/uploads/pdf/40.pdf>
- Sahrodin. (2023). *Personal Interview.*
- UNWTO. (2021). *Sustainable Development.* <https://www.unwto.org/sustainable-development>
- Volgger, M., & Pechlaner, H. (2014). Requirements for destination management organizations in destination governance: Understanding DMO success. *Tourism Management, 41*, 64–75.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.09.001>
- Yahya, A. (2023). *Personal Interview.*