

STRATEGI POTENSI UNGGULAN KAWASAN WISATA MINAPOLITAN DI KABUPATEN SLEMAN

Oleh: Sutriyati Purwanti

ABSTRAK

Potensi unggulan kawasan wisata minapolitan di Kabupaten Sleman pada penelitian difokuskan pada pengembangan potensi wisata kuliner minapolitan di Padukuhan Kaliwaru Kecamatan Kalasan dan bertujuan untuk: 1) mengidentifikasi dan menganalisis potensi kuliner minapolitan, 2) merumuskan strategi untuk mengembangkan wisata kuliner minapolitan di Padukuhan Kaliwaru Kecamatan Kalasan.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif teknik survey dengan kuisioner tertutup, metode kualitatif dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Populasi penelitian penduduk dan pengurus Pusat Pelatihan Mandiri Kelautan dan Perikanan (P2MKP) Padukuhan Kaliwaru, pihak-pihak pemangku kepentingan dan pelaku usaha kuliner. Penentuan sampel dilakukan secara purposive random sampling. Analisis data kuantitatif dan kualitatif dengan SWOT kemudian hasil keduanya dipadukan. Dari analisis SWOT disusun matriks untuk merumuskan strategi.

Hasil penelitian: 1) potensi kuliner minapolitan saat ini masih sebatas warung makan dan tidak menggunakan ikan sebagai bahan utama olahannya, namun P2MKP Mina Raya Padukuhan Kaliwaru secara insidental menerima pesanan nasi box dengan aneka olahan lauk ikan. Dalam waktu dekat usaha restoran berbahan dasar ikan dengan konsep alam akan segera direalisasikan. 2) Ada empat strategi pengembangan wisata kuliner minapolitan yaitu: **Strategi SO (Strength-Opportunity)** dengan: mengembangkan paket desa wisata alam, kuliner, budaya yang mengedepankan *experience* (pengalaman/aktivitas) wisatawan, menggerakkan kelompok muda mengembangkan, mengelola paket desa wisata berkelanjutan dengan basis alam dan kuliner (Paket wisata edukasi), mengembangkan program GEMARI sebagai salah satu peluang bagi P2MKP Kaliwaru dalam penyediaan ikan. **Strategi ST (Strength-Threat)** yaitu: meningkatkan kesadaran masyarakat sekitar untuk bersama mewujudkan sadar wisata berkelanjutan, mengutamakan kepentingan masyarakat lokal dan menghindari dominasi pelaku bisnis dari luar, menetapkan *key person* untuk membuka akses *investor* dan *travel agent* untuk kerjasama agar dampak negative lingkungan dan eksploitasi lahan tidak terjadi, memberdayakan masyarakat dan membentuk kelompok rintisan usaha kuliner (*fish-processed restaurant*) dan mempromosikan. **Strategi WO (Weakness-Opportunity)**, yaitu: bekerjasama dengan *stakeholder*, pemerintah daerah, investor, konsultan perencana restoran dan penduduk sekitar untuk merancang dan mendukung pembangunan konsep restoran olahan ikan, memanfaatkan lahan luas untuk sarana wisata alam dan petualangan disamping restoran olahan ikan, P2MKP dapat menjadi *host event-event* sekaligus mempromosikan destinasi wisata minapolitan, membuat produk unggulan restoran olahan ikan yang unik dan *marketable* sebagai salah satu daya tarik. **Strategi WT (Weakness-Threat)**, dengan: pengadaan *guest house* dari rumah penduduk sekitar sehingga tidak membutuhkan biaya yang sangat besar dan ini diawali kesadaran masyarakat untuk siap menjual produk wisata sehingga fasilitas menyesuaikan dengan kebutuhan wisatawan, bekerjasama dengan pihak terkait misalnya bank untuk pengadaan ATM dan mesin kasir untuk mempermudah dan mendorong transaksi, memberdayakan ibu-ibu rumah tangga, remaja usia produktif dan masyarakat sekitar turut serta mengambil peran dalam pengembangan wisata minapolitan.

Kata Kunci: *Potensi Kuliner, Strategi Pengembangan*