

PENGEMBANGAN WISATA BUDAYA BERBASIS WISATA ZIARAH SEBAGAI WISATA MINAT KHUSUS DI KABUPATEN KARANGANYAR

Zajma Thalia, Wardo, dan Rara Sugiyarti

Program Studi Kajian Budaya, Fakultas Sastra dan Seni Rupa
Universitas Sebelas Maret
Jl. Ir. Sutami No. 36 A Surakarta
e-mail bintang terbit @yahoo.co id

ABSTRAK

Penelitian ini termasuk studi kasus yang mengambil lokasi di Astana Mangadeg, Astana Girilayu, dan Astana Giribangun. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam (in-depth-interview), observasi, serta content analysis. Pengambilan sampel dilakukan dengan purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan analisis interaktif dan analisis 4A (atraksi, aksesibilitas, amenities, dan aktivitas). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kabupaten Karanganyar memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi daerah tujuan wisata ziarah, karena banyak makam orang suci yang kharismatis serta tokoh pemerintah. Potensi ini sudah mulai mendapat perhatian dari pemerintah setempat dan stakeholder pariwisata sehingga prospek perkembangannya makin menjanjikan.

Kata Kunci : *wisata budaya, wisata ziarah, wisata minat khusus.*

ABSTRACT

This research is a descriptive study which took place at Astana Mangadeg, Girilayu Astana, and Astana Giribangun. The method used in this research is descriptive qualitative method. Data was collected through in-depth interviews (in-depth-interviews), observation, and content analysis. Sampling was done by purposive sampling. Data analysis was performed using an interactive process of analysis and analysis of 4A (attractions, accessibility, amenity, and activity). The results showed that the District Karanganyar has the potential to be developed into a tourist destination of pilgrimage, as many tombs of saints and charismatic, and government figures. This potential has begun to receive attention from local government and tourism stakeholders, so that the development of more promising prospects.

Key words : *cultural tourism, pilgrim tourism, dan special interest tourism.*

PENDAHULUAN

Pada masyarakat Jawa tradisi yang berkaitan dengan peristiwa kelahiran, kematian, perkawinan, dan berbagai peristiwa lainnya ternyata banyak ragamnya. Menurut Soerjono Soekanto (1989: 162), tradisi itu muncul dari kebiasaan-kebiasaan yang sifatnya tidak tertulis dan dipelihara secara turun-temurun. Dari berbagai tradisi yang masih hidup dan berkembang

di masyarakat melahirkan kelompok sosial pendukungnya. Salah satu bentuk tradisi yang masih berlangsung dalam masyarakat Jawa adalah pemujaan atau penghormatan terhadap para leluhur. Bagi masyarakat Jawa yang dimaksud “leluhur” adalah sesuatu atau *person* yang diluhurkan atau mempunyai tempat yang tinggi. Oleh karena itu, roh leluhur atau keluarga yang telah meninggal dunia mempunyai kedudukan tinggi dan mempunyai makna spiritual dalam pandangan hidup orang Jawa.

Penghormatan tinggi terhadap leluhur melahirkan tradisi ziarah ke tempat-tempat yang dikeramatkan. Hal ini tidak lepas dari pandangan hidup masyarakat Jawa pada umumnya yang sangat menekankan ketentraman batin, keselarasan dan keseimbangan, serta sikap menerima terhadap segala peristiwa yang terjadi sambil menempatkan individu di bawah masyarakat serta masyarakat di bawah alam (Mulders, 1981: 30).

Dalam perkembangan selanjutnya, sikap hormat terhadap leluhur, khususnya terhadap keberadaan suatu makam, yang pada mulanya lekat dengan nuansa spiritual, telah mengalami perkembangan yang cukup berarti. Oleh karena banyaknya pengunjung yang datang untuk berziarah, lambat-laun makam tersebut menjadi suatu daerah tujuan wisata. Hal ini mungkin disebabkan oleh ketenaran tokoh yang dimakamkan di sana. Berdasarkan fenomena ini, makam dapat dikatakan sebagai suatu daerah tujuan wisata spiritual.

Wisata agama (religi) atau yang lebih dikenal sebagai *pilgrimage tourism* bukanlah hal baru dalam industri pariwisata. Tren pariwisata internasional telah mengindikasikan semakin berkembangnya jenis wisata psikis-spiritual (*psychic-spiritual travel*), yaitu munculnya kelompok-kelompok wisatawan yang berminat terhadap pengayaan mental dan spiritual (Vukonic, 1996). Salah satu jenis wisata semacam ini adalah wisata religi atau wisata ziarah.

Kecenderungan melakukan perjalanan ziarah (*pilgrim tourism*) semakin berkembang sehingga perlu mendapat perhatian khusus dalam dunia pariwisata. Dalam hal ini wisata ziarah dapat dikategorikan sebagai wisata budaya, namun juga dapat dikategorikan dalam wisata alternatif atau wisata minat khusus (*special interest tourism*).

Pengembangan wisata ziarah yang berbasis kepercayaan dan tradisi perlu memperhatikan kemungkinan timbulnya dampak negatif dari kegiatan tersebut. Dunia wisata selalu mempertemukan berbagai kelompok masyarakat dan bahkan bangsa dengan berbagai sikap dan kebiasaannya masing-masing. Pertemuan berbagai adat dan budaya yang dibawa para wisatawan (lebih-lebih wisatawan mancanegara) ke daerah tujuan wisata sedikit banyak akan mempengaruhi kehidupan masyarakat sekitar objek wisata. Hal ini memerlukan kecermatan dan kecendekiaan pandang, baik dalam pemikiran, perencanaan, maupun pelaksanaan kepariwisataan sehingga dapat menghindari atau setidaknya mengurangi akibat dan pengaruh negatif tersebut (Supriadi, 2008).

Terkait dengan hal di atas, perkembangan pariwisata Indonesia, khususnya wisata religi, secara tidak langsung tentu juga akan terpengaruh oleh kondisi agama di Indonesia. Sebagai negara yang menganut lima agama (Islam, Kristen, Katolik, Hindu, dan Budha), semestinya Indonesia mampu menyikapi tren wisata ziarah ini sebagai peluang sekaligus tantangan bagi pengembangan kepariwisataan nasional pada umumnya, dan pariwisata minat khusus yang menyangkut kegiatan agama, kepercayaan, dan spiritual.

METODE PENELITIAN

Penelitian deskriptif kualitatif ini mengambil lokasi di Astana Mangadeg, Astana Girilayu, dan Astana Giribangun. Lokasi ini dipilih dengan pertimbangan ketiganya merupakan objek wisata ziarah yang saat ini ramai dikunjungi peziarah yang benar-benar ingin berziarah guna memenuhi kebutuhan spiritual maupun yang hanya berziarah yang lebih mengarah pada kesenangan (*fun*).

Penelitian kualitatif ini bersifat studi kasus ganda karena lokasi yang dipilih memiliki perbedaan karakteristik (Sutopo, 2002: 113). Penelitian ini dilakukan di Astana Mangadeg dan Astana Girilayu yang memiliki persamaan karakteristik, yaitu sama-sama sebagai tempat (makam) yang digunakan untuk *ngalap berkah*; sedangkan Astana Giribangun merupakan tempat (makam) yang digunakan hanya untuk mendoakan serta memohonkan ampun bagi arwah yang bersemayam di sana.

Dalam penelitian kualitatif cuplikan yang diambil lebih bersifat selektif. Cuplikan yang diambil didasarkan keterkaitan masalah dengan teori yang digunakan, keingintahuan pribadi, karakteristik empiris yang dihadapi, dan sebagainya. Teknik cuplikan yang dipakai dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan kecenderungan pemilihan informan yang dianggap mengetahui informasi dan masalahnya secara mendalam dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang mantap.

Data dianalisis dengan teknik analisis model interaktif yang meliputi komponen: (1) pengumpulan data, (2) reduksi data, (3) sajian data, dan (4) penarikan simpulan (verifikasi). Dalam teknik analisis ini, analisis dilakukan secara terus-menerus dari awal pengumpulan data hingga proses verifikasi yang berlangsung mulai awal penelitian hingga penelitian selesai. Dengan demikian, proses analisis terjadi secara interaktif dan menguji antar komponen secara siklus yang berlangsung terus-menerus. Dengan teknik analisis tersebut hasil simpulan akan teruji secara selektif dan akurat.

Menurut Picard (2006), yang dimaksud pariwisata budaya adalah jenis pariwisata yang dalam pengembangan dan perkembangannya menggunakan kekayaan budaya. Tujuan pembangunan pariwisata budaya adalah terwujudnya kemajuan yang serasi, selaras, dan seimbang antara pariwisata dan budaya. Konsep pariwisata budaya yang dirumuskan dalam Undang-undang no. 9 tahun 1990 tentang Kepariwisataan menjelaskan bahwa pariwisata budaya merupakan satu jenis kepariwisataan yang bertumpu pada kebudayaan, yaitu kebudayaan Indonesia yang berdasarkan Pancasila. Setiap gerak dan langkah dalam kerangka pengembangan pariwisata secara normatif diharapkan tetap bertumpu pada kebudayaan bangsa. Artinya, segala aspek yang terkait dengan pariwisata, seperti promosi, atraksi, cenderamata, etika, dan sebagainya diharapkan sedapat mungkin menggunakan potensi kebudayaan. Dengan demikian, kedudukan seni dan budaya dalam pengembangan dan pembangunan pariwisata Indonesia bukan hanya sebagai media pendukung, melainkan juga sebagai pemberi identitas kepada pariwisata itu sendiri.

Pariwisata budaya merupakan jenis wisata minat khusus (*special interest tourism*) karena wisatawan yang melakukan kegiatan wisata tersebut didorong oleh motivasi khusus, yaitu untuk mengunjungi tempat atau sesuatu yang memiliki keunikan budaya, seperti tata upacara tradisional, bangunan bersejarah, peninggalan zaman dahulu yang sakral, seni pertunjukan, seni kerajinan, dan sebagainya. Wisata budaya (*cultural tourism*) juga termasuk kegiatan yang dilakukan wisatawan dalam mengunjungi berbagai peristiwa atau kegiatan khusus (*special events*), seperti upacara keagamaan, upacara penobatan raja, upacara pemakaman raja maupun tokoh yang mempunyai kharisma, pertunjukan rombongan kesenian, dan sebagainya (Avi Marlina, 2008).

Inskeep (1991) menyebut wisata ziarah dengan istilah wisata religius (*religious tourism*), yaitu perjalanan/wisata dengan maksud berziarah ke suatu tempat yang suci untuk keperluan religius, seperti perjalanan haji ke Mekah, kunjungan ke Vatikan di Roma, dan sebagainya.

Terminologi wisata ziarah dalam *Studi Rencana Pengembangan Wisata Borobudur* (1999) adalah bentuk kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi daya tarik wisata budaya, khususnya bangunan keramat seperti makam, candi, dan budaya kehidupan masyarakat lokal, sebagai daya tarik utama kunjungan. Secara garis besar dapat disebutkan bahwa wisata ziarah adalah perpaduan secara sinkron antara wisata peninggalan sejarah (yang mempunyai nilai keramat dan suci) dengan wisata budaya kehidupan masyarakat (*living culture*).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa wisata ziarah adalah perjalanan yang dilakukan secara sukarela yang bersifat sementara, dengan cara mengunjungi tempat-tempat suci atau keramat untuk berdoa atau dengan motivasi mendapatkan pengalaman, pendalaman, dan penghayatan nilai-nilai religi/spiritual.

Perkembangan pariwisata dewasa ini menyebabkan penumpukan wisatawan di suatu objek sehingga mengakibatkan kecenderungan untuk beralih ke objek wisata relatif yang belum berkembang pesat. Pergeseran inilah yang mengakibatkan timbulnya pariwisata minat khusus karena adanya motivasi khusus yang dimiliki wisatawan untuk mengadakan perjalanan alternatif. Jenis wisata yang di dalamnya wisatawan cenderung memiliki motivasi khusus dalam perjalanannya ini disebut pariwisata minat khusus (*special interest tourism*) (Rara Sugiarti, 2004).

Wisata minat khusus adalah suatu perjalanan wisata yang dilakukan atas dasar minat dan motivasi khusus wisatawan untuk melakukan kunjungan dan terlibat dalam suatu kegiatan wisata yang spesifik dengan menekankan unsur kegiatan yang unik dan pengalaman yang berkualitas (Weiller dan Hall, 1992). Atas dasar motivasi khusus ini pula, wisatawan minat khusus (*special interest tourist*) memiliki kecenderungan melakukan kegiatan wisata yang berbeda dengan wisatawan konvensional pada umumnya (biasa disebut *mass tourism*). *Special interest tourism* diidentikkan dengan kegiatan-kegiatan wisata berkualitas yang memiliki unsur pengembangan diri (*enriching*) melalui bentuk kegiatan petualangan dan pengenalan terhadap alam dan budaya lokal.

Meningkatnya kompleksitas hidup dan perkembangan tingkah laku ke arah materialistik menyebabkan timbulnya kejenuhan dalam kehidupan manusia. Mereka berusaha mencari sesuatu yang baru sebagai sarana untuk mencari ketenangan batin, yang dalam pencapaiannya memerlukan sesuatu yang praktis, plural, dan mudah dikonsumsi. Seiring dengan timbulnya kejenuhan tersebut, dalam masyarakat timbul aktivitas yang dapat menjawab kebutuhan manusia modern saat ini yaitu dengan aktivitas wisata religi.

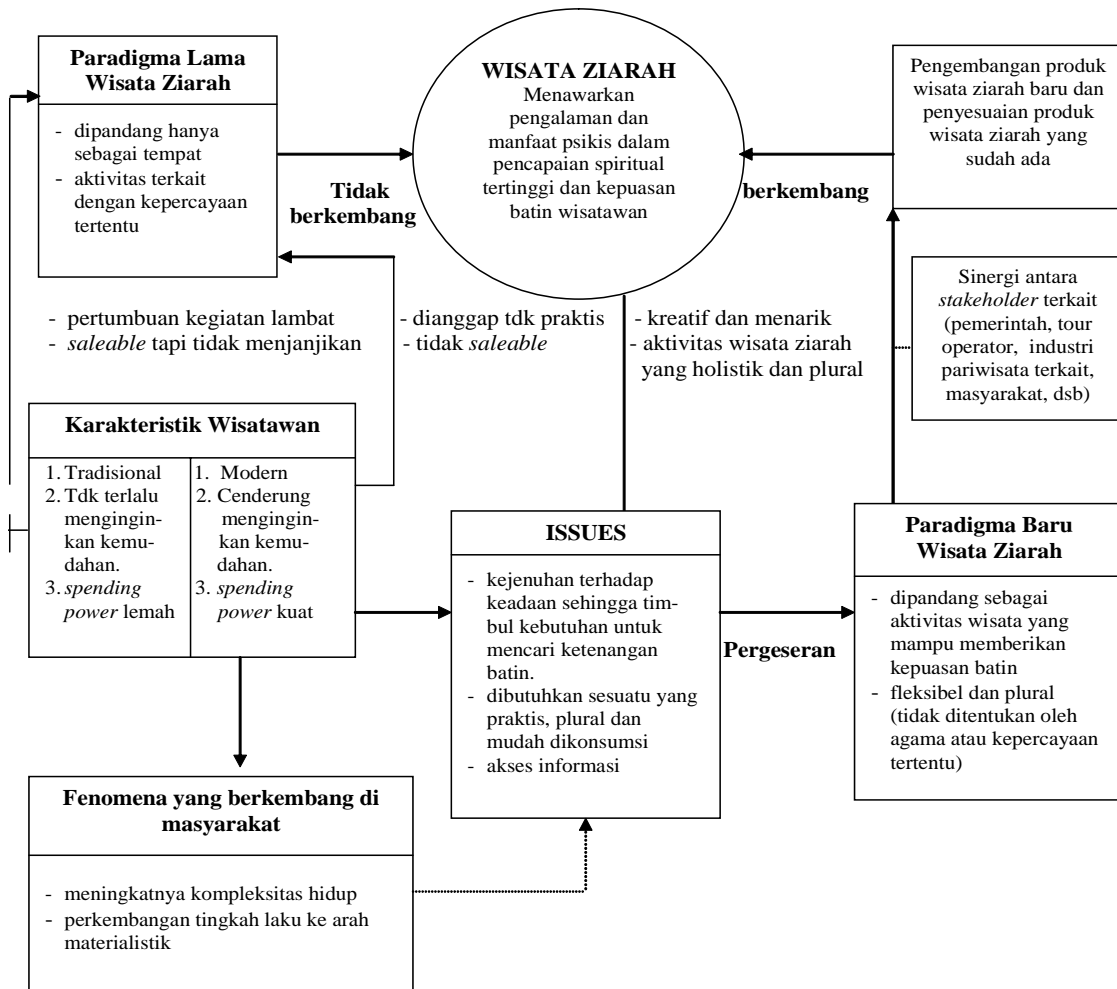
Pada umumnya kegiatan wisata ziarah sering kali hanya dipandang sebagai aktivitas yang mengarah pada suatu agama atau kepercayaan tertentu tanpa memperhatikan kepuasan dan ketenangan batin yang diperoleh dari kegiatan tersebut. Aktivitas yang ada umumnya hanya diperuntukkan bagi golongan tertentu. Hal ini menyebabkan kekakuan dalam pengembangan wisata ziarah pada saat itu (Pusat Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata – Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2006).

Seiring dengan meningkatnya kompleksitas kehidupan dan pola pikir manusia, manusia tidak hanya membutuhkan sesuatu yang sifatnya sesaat atau sebatas aktivitas. Mereka cenderung mencari sesuatu yang lebih dalam yang dapat memberikan kepuasan dan ketenangan batin. Oleh sebab itu, sudah selayaknya wisata ziarah tidak hanya dipandang sebagai aktivitas yang

bersifat kaku yang mengacu pada agama atau kepercayaan tertentu, tetapi merupakan aktivitas yang peruntukannya tidak terbatas (dapat dilakukan oleh siapa pun tanpa memandang agama atau kepercayaan tertentu) dan bersifat praktis.

Paradigma di atas didukung pula oleh fakta bahwa agen-agen pariwisata mulai menawarkan paket wisata ziarah yang menarik. Aktivitas yang ditawarkan dipandang mampu memberikan kepuasan batin bagi konsumen dan bersifat fleksibel. Hal ini menyebabkan secara perlahan namun pasti, wisata ziarah mulai dilirik dan dikonsumsi oleh masyarakat luas.

Pergeseran paradigma pengembangan wisata ziarah tersebut dapat dilihat pada diagram 1 berikut. Dari diagram ini tampak bahwa fenomena ziarah yang terjadi saat ini termasuk dalam kategori paradigma baru. Hal ini diperkuat dengan peningkatan kunjungan ke berbagai tempat yang dijadikan objek wisata ziarah, seperti bangunan-bangunan bersejarah, peninggalan masjid zaman dahulu, makam, petilasan, bukit atau gunung yang dianggap keramat, dan sebagainya (Pusat Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata – Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2006).



Sumber: Pusat Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata – Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2006.

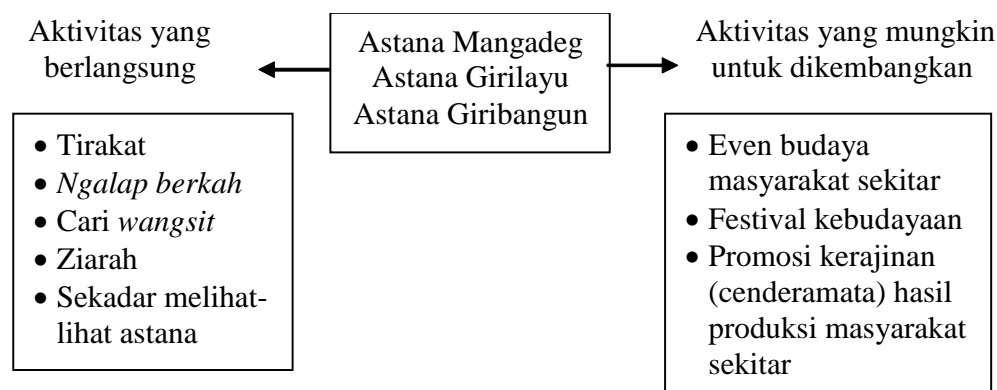
Gambar 1. Diagram Pergeseran Paradigma Pengembangan Wisata Ziarah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan visi dan misi pengembangan pariwisata Kabupaten Karanganyar yang terdapat dalam *Rencana Induk Pengembangan Pariwisata (RIPP) Kabupaten Karanganyar*, ada beberapa langkah yang dapat dilakukan *stakeholder* dalam rangka upaya pengembangan wisata ziarah sebagai wisata minat khusus khususnya di Kabupaten Karanganyar. Menurut Thalia (2009), langkah-langkah tersebut adalah pengembangan produk, pengembangan pemasaran wisata ziarah, pengembangan potensi budaya kabupaten Karanganyar, dan pengendalian dampak.

Bertolak dari potensi, kondisi kepariwisataan, pengalaman pengoperasian berbagai kegiatan bernuansa religi dan dikaitkan dengan keinginan untuk mengembangkan kegiatan religi, maka perlu dilakukan upaya mengembangkan beberapa unsur yang berhubungan dengan kegiatan wisata ziarah. Berikut pengembangan unsur-unsur tersebut. Pengembangan aktivitas atau atraksi wisata ziarah tergantung pada karakteristik dan potensi yang dimiliki objek wisata, karakteristik wisatawan, kebutuhan pasar, serta karakteristik lingkungan dan masyarakat di sekitar objek. Pengembangan ini harus disesuaikan dengan ketersediaan fasilitas penunjang agar wisatawan mendapatkan pengalaman berwisata yang utuh. Karakter wisatawan yang berkunjung ke objek wisata ziarah dapat dikategorikan menjadi dua kelompok. *Pertama*, wisatawan minat khusus, yaitu wisatawan yang datang dengan tujuan untuk melakukan kegiatan ziarah berdasarkan tingkat kesadaran dan kepercayaan yang dimiliki, untuk memperoleh pengalaman-pengalaman maupun pengayaan spiritual. Aktivitas yang umumnya dilakukan antara lain meditasi, berdoa, *nyekar*, dan memperdalam pengetahuan spiritual. *Kedua*, wisatawan umum, yaitu wisatawan yang datang dengan tujuan untuk rekreasi atau penelitian dan dilakukan berdasar pada persepsi bahwa tempat tersebut hanyalah suatu objek yang mempunyai nilai sejarah tertentu. Aktivitas yang biasa dilakukan adalah fotografi, pembelajaran, penelitian, dan sebagainya.

Pengembangan yang dapat diterapkan di objek wisata ziarah yang ada di Kabupaten Karanganyar adalah sebagai berikut:



Sumber: diadaptasikan dari Direktorat Jenderal Pengembangan Produk Pariwisata – Departemen Kebudayaan dan Pariwisata. 2001.

Gambar 2. Diagram Pengembangan Objek Wisata Ziarah

Penyediaan fasilitas perlu disesuaikan dengan lingkungan kehidupan religius atau spiritual yang kemudian diperluas dengan kebutuhan yang dapat melayani wisatawan. Fasilitas ini antara lain adalah *toilet*, tempat penyediaan konsumsi (kantin), penginapan secukupnya (*homestay*), tempat penjualan cenderamata, tempat ibadah, dan sebagainya. Berikut pengembangan fasilitas dan sarana pendukung di lingkungan objek wisata. Fasilitas penginapan yang memadai. Penyediaan fasilitas ini dapat bekerja sama dengan masyarakat sekitar dalam bentuk *homestay*. Fasilitas makan/minum (kantin) dengan menu sehari-hari yang terjangkau oleh wisatawan. Fasilitas kios cenderamata yang menyediakan *souvenir* khas dan bernuansa lingkungan objek wisata yang bersangkutan. Fasilitas lain, antara lain MCK, parkir, tempat ibadah, tempat pembuangan sampah, dan sebagainya. Fasilitas interpretasi untuk memberikan informasi mengenai objek wisata yang bersangkutan. Fasilitas ini antara lain berupa pusat informasi, papan penunjuk arah, pemandu wisata, *leaflet*, dan sebagainya.

Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) dilakukan untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan dan pelayanan di lingkungan objek wisata ziarah. Kualitas SDM yang tersedia berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada wisatawan. Pelayanan yang baik merupakan komponen kunci untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama berkunjung ke suatu objek.

SDM dalam hal ini bukan hanya pengelola, melainkan juga masyarakat sekitar objek sebagai pihak yang turut memberikan kontribusi dalam penyelenggaraan kegiatan wisata yang ada. Kualitas pengelola dapat ditingkatkan dengan upaya memberikan pelatihan mengenai cara berkomunikasi dan melayani wisatawan yang baik, peningkatan keterampilan sesuai bidangnya masing-masing, serta memberikan pengetahuan tentang produk wisata yang ada (*product knowledge*).

Hasil yang diharapkan dari pengembangan SDM adalah pengelola yang terlatih, terampil, memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, memiliki pengetahuan tentang aktivitas wisata yang ditawarkan, dan mampu memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan.

Pengembangan kepariwisataan harus mengacu pada konsep pembangunan berwawasan lingkungan yang memberikan kesempatan luas kepada masyarakat setempat untuk ikut andil di dalamnya. Masyarakat sekitar merupakan salah satu pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam pengembangan objek wisata yang ada di sekitarnya, sehingga setiap tanggapan dan perilaku masyarakat sekitar berpengaruh pada kelangsungan kegiatan wisata yang ada.

Masyarakat harus diperlakukan bukan hanya sebagai objek, melainkan sebagai subjek yang ikut dilibatkan dalam setiap perencanaan maupun implementasi program kegiatan yang dilakukan di lingkungan objek wisata. Keterlibatan aktif masyarakat dalam pengembangan pariwisata diharapkan memberikan dampak positif bagi masyarakat maupun objek wisata itu sendiri, baik yang bersifat lingkungan fisik, sosial budaya, maupun ekonomi.

Peluang keterlibatan masyarakat sekitar dalam usaha pengembangan objek wisata antara lain adalah sebagai pemandu wisata lokal, pengelola usaha makanan dan minuman, pengelola usaha *souvenir* atau cenderamata, pengelola usaha akomodasi lokal (*homestay*), dan sebagai pengelola atraksi pendukung, seperti kelompok kesenian dan kelompok usaha cenderamata sebagai atraksi tambahan di lingkungan objek wisata.

Perluasan pasar sasaran (domestik dan internasional) sangat diperlukan guna mengubah *image* wisata ziarah yang hanya diperuntukkan bagi kalangan tertentu saja. Kegiatan promosi

sebaiknya tidak hanya tergantung pada informasi *word of mouth* (dari mulut ke mulut), mengingat jangkauan dan keefektifannya sangat terbatas.

Kegiatan promosi hendaknya dilakukan secara tepat dan proaktif, baik di tingkat daerah, nasional, bahkan internasional. Salah satu cara yang dapat dilakukan antara lain dengan memanfaatkan fasilitas internet (*website*), CD interaktif, iklan, *leaflet*, dan sebagainya. Selain itu, promosi dapat dilakukan dengan cara menjalin kerjasama dengan berbagai agen perjalanan wisata agar menawarkan objek wisata terkait sebagai objek wisata andalan.

Pengembangan pariwisata Kabupaten Karanganyar yang berwawasan lingkungan harus dilandasi oleh upaya untuk memperkuat dan meningkatkan kualitas aset yang ada, termasuk aset yang berupa potensi budaya. Upaya yang telah dilakukan *stakeholder* dalam rangka pengembangan potensi budaya antara lain: (a) mengembangkan kesenian tradisional yang bernuansa keaslian dan kelokalan, (b) meningkatkan upaya pembinaan nilai-nilai budaya daerah, (c) menginventarisasi jenis-jenis kebudayaan daerah, dan (d) mengembangkan objek wisata sejarah dan budaya (misalnya dengan mengembangkan wisata ziarah sebagai wisata minat khusus).

Pengendalian dampak sebagai implikasi pengembangan kegiatan pariwisata perlu mempertimbangkan hal-hal berikut: (a) penjagaan kebersihan lokasi (memberikan peringatan kepada pengunjung agar tidak membuang sampah sembarangan), (b) mengantisipasi munculnya dampak negatif kegiatan pariwisata, seperti tindakan amoral, asusila, dan sebagainya, (c) memberikan himbauan kepada pengunjung agar tidak melakukan hal-hal yang dapat merusak lingkungan, seperti membuang sampah sembarangan, memahat (menggrafir) batang pohon, mencorat-coret dinding, dan sebagainya, dan (d) perlu mengontrol jumlah dan intensitas kunjungan wisatawan pada satu waktu agar dapat mengantisipasi kepadatan yang berlebih yang dapat merusak *site* yang ada.

SIMPULAN

Berdasarkan pemahaman tersebut masing-masing pemangku kepentingan (*stakeholder*) mengambil bagian sesuai peranannya. Dinas Pariwisata Kabupaten Karanganyar bekerjasama dengan Yayasan Mangadeg selaku pengelola ketiga astana melakukan analisis 4A (a(traksi), a(ksesibilitas), a(menitas), dan a(ktivitas)). Di lain pihak masyarakat sekitar berperan sebagai pelaku dalam memenuhi kebutuhan wisatawan dengan cara menjual makanan dan minuman dalam kemasan, menjual berbagai *souvenir* tentang ketiga astana, menjadi tukang ojek, dan sebagainya. Berbagai upaya yang dapat dilakukan *stakeholder* dalam rangka pengembangan wisata ziarah sebagai wisata minat khusus antara lain adalah pengembangan produk wisata ziarah, pengembangan pemasaran wisata ziarah, pengembangan potensi budaya, serta mengadakan analisis tentang pengendalian dampak sebagai akibat pengembangan wisata ziarah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Bappeda Kabupaten Karanganyar dan Pusat Penelitian dan Pengembangan Pariwisata (Puspari). 2003. "Pembuatan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata (RIPP) Kabupaten Karanganyar". *Laporan Akhir*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Cousineau, Phil. 1998. *The Art of Pilgrimage: The Seeker's Guide to Making Travel Sacred*. California: Cobari Press.
- Departemen Pariwisata, Seni, dan Budaya. 1999. *Studi Rencana Pengembangan Wisata Borobudur*. Jakarta.
- Direktorat Jenderal Pengembangan Produk Pariwisata – Departemen Kebudayaan dan Pariwisata. 2001. *Panduan Wisata Ziarah*. Jakarta.
- Inskip, Edward. 1991. *Tourism Planning an Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reihold.
- Marlina. Avi. 2008. "Strategi Pemberdayaan Pasar Tradisional sebagai Objek Wisata Budaya di Kota Surakarta" (*Laporan Penelitian*). Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Mulder, Neils. 1981. *Kepribadian Jawa dan Pembangunan Nasional*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Picard, Michel. 2006. *Bali : Pariwisata Budaya dan Budaya Pariwisata*. Jakarta : Kepustakaan Populer Gramedia.
- Pusat Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata – Departemen Kebudayaan dan Pariwisata. 2006. "Penelitian Pengembangan Wisata Religi". *Laporan Akhir*. Jakarta.
- Soekanto, Soerjono. 1989. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali.
- Sugiarti, Rara. 2004. "Pengembangan Interpretasi Folklor Objek Wisata untuk Meningkatkan Kualitas Sadar Wisata di Kabupaten Grobogan". *Laporan Penelitian Hibah Bersaing XII/1 Perguruan Tinggi Tahun 2004*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Supriadi. 2008. "Pengembangan Wisata Budaya Berbasis Wisata Ziarah di Kabupaten Klaten". *Cakra Wisata vol. 9 jilid 2*. Surakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Pariwisata LPPM UNS.
- Sutopo. H.B. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Thalia, Najma. 2009. "Pengembangan Wisata Ziarah sebagai Wisata Minat Khusus: Studi Kasus di Astana Mangadeg, Astana Girilayu, dan Astana Giribangun". *Tesis*. Surakarta: Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret.
- Vukonic, Boris. 1996. *Tourism and Religion*. British: Pergamon.
- Weiler, Betty and Hall, Colin Michael. 1992. *Special Interest Tourism*. London: Bellhaven Press.