

ABSTRAK

Indonesia memiliki sumber daya yang melimpah yang dapat dimanfaatkan, mulai dari sumber daya alam, budaya, dan kuliner. Keragaman sumber daya inilah yang kemudian dimanfaatkan sebagai daya tarik pariwisata di Indonesia, tidak terkecuali di Yogyakarta. Salah satu destinasi wisata di Yogyakarta yang memanfaatkan sumber daya alam tersebut ialah Ledok Sambu Ecopark. Ledok Sambu Ecopark merupakan wisata alam yang berbasis pemberdayaan masyarakat yang sudah berdiri sejak tahun 2003, terletak di Jalan Kaliurang KM 19.2, Dusun Sambu, Desa Pakembinangun, Kecamatan Pakem, Kabupaten Sleman, D.I. Yogyakarta. Paska pandemi *Covid-19*, manajemen Ledok Sambu Ecopark mulai mengusung strategi *sustainable tourism*. Selain bertujuan untuk menjaga sumber daya yang ada, strategi ini juga bertujuan untuk meraih keunggulan kompetitif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi *sustainable tourism* yang telah dijalankan oleh manajemen Ledok Sambu Ecopark dengan cara mengidentifikasi strategi yang telah dijalankan oleh masing-masing unit bisnis, melakukan penilaian terhadap strategi tersebut, dan kemudian merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Metode pengumpulan data diperoleh dengan cara observasi dan wawancara mendalam baik dengan manajemen dan juga dengan pelanggan Ledok Sambu Ecopark.

Hasil temuan yang didapatkan menunjukkan bahwa strategi *sustainable tourism* yang telah dijalankan oleh manajemen Ledok Sambu Ecopark belum maksimal. Hal ini dikarenakan beberapa strategi yang dijalankan secara tidak konsisten, adanya 4 unit bisnis yang mempunyai target pasar dan kompetitor yang berbeda-beda namun memiliki strategi pemasaran yang sama, sumber daya manusia yang kurang mendapatkan pelatihan, dan beberapa inisiatif yang masih kurang adaptif terhadap pasar. Berdasarkan hasil temuan dan evaluasi strategi, peneliti telah mengusung strategi *sustainable tourism* yang lebih efektif, dengan membuat visi dan misi yang lebih tepat, merencanakan alokasi sumber daya ke unit bisnis yang lebih efektif, dan memberikan penilaian terhadap *opportunity* berkembang Ledok Sambu Ecopark.

ABSTRACT

Indonesia possesses abundant resources that can be utilized, ranging from natural resources, culture, to cuisine. It is the diversity of these resources that is subsequently utilized as the attraction for tourism in Indonesia, including in Yogyakarta. One of the tourist destinations in Yogyakarta that harnesses these natural resources is Ledok Sambu Ecopark. Ledok Sambu Ecopark is a community-based nature tourism site that has been established since 2003, located at Jalan Kaliurang KM 19.2, Dusun Sambu, Desa Pakembinangun, Kecamatan Pakem, Kabupaten Sleman, D.I. Yogyakarta. Post-Covid-19 pandemic, the management of Ledok Sambu Ecopark has begun to adopt a sustainable tourism strategy. This strategy aims not only to preserve the existing resources but also to achieve a competitive advantage.

This study aims to evaluate the sustainable tourism strategy implemented by the management of Ledok Sambu Ecopark by identifying the strategies implemented by each business unit, assessing these strategies, and subsequently designing more effective marketing strategies. Data collection methods were conducted through observations and in-depth interviews with both the management and customers of Ledok Sambu Ecopark.

The findings indicate that the sustainable tourism strategy implemented by the management of Ledok Sambu Ecopark has not been fully optimized. This is due to several inconsistent strategies, four business units targeting different markets and competitors yet utilizing the same marketing strategy, insufficient training for human resources, and some initiatives that are not sufficiently adaptive to the market. Based on the findings and strategy evaluation, the researchers have proposed a more effective sustainable tourism strategy, including establishing a more appropriate vision and mission, planning more effective resource allocation to business units, and assessing opportunities for the growth of Ledok Sambu Ecopark.