

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KULINER JALUR LINGKAR SELATAN (JLS) GUNUNG KIDUL: UPAYA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN

M. Hafidh Nashirudin Al-Bakry ^{1*}, Dwi Yoso Nugroho ^{2*}.

^{1*}Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo, Indonesia

bakrie2689@gmail.com

^{2*}Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo, Indonesia

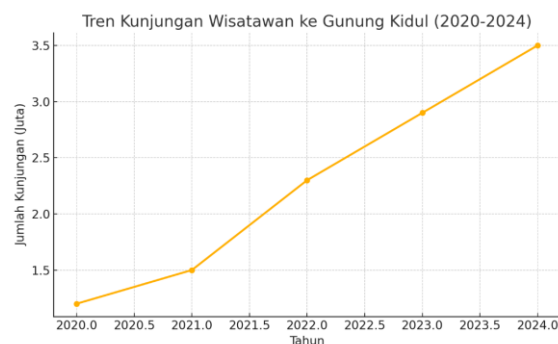
chefyoso@stipram.ac.id

Article Info	Abstrak
Kata Kunci: Wisata Kuliner, Jalur Lintas Selatan, Gunung Kidul. Diterima: 13 Agustus 2025 Disetujui: 18 Agustus 2025 Diterbitkan: 30 Agustus 2025	Pariwisata telah menjadi sektor strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, tak terkecuali bagi Kabupaten Gunung Kidul, Dalam hal ini adanya gap antara potensi dan realisasi. Dengan meningkatnya volume lalu lintas wisatawan yang melewati JLS, penataan kawasan, promosi berbasis digital, serta pemberdayaan masyarakat lokal menjadi pilar utama dalam mewujudkan JLS sebagai destinasi wisata kuliner unggulan di selatan Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode Metode Observasi Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Jalur Lingkar Selatan (JLS) Gunung Kidul memerlukan pendekatan multidimensi yang mencakup penguatan infrastruktur. Proses pengembangan kawasan wisata kuliner JLS Gunung Kidul sebagai destinasi unggulan di Yogyakarta merupakan tantangan sekaligus peluang yang memerlukan pendekatan strategis, terencana, dan kolaboratif.

PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi sektor strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, tak terkecuali bagi Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kawasan ini dikenal luas karena deretan pantainya yang memikat seperti Pantai Baron, Kukup, Krakal, hingga Wediombo. Namun demikian, potensi wisata kuliner lokalnya masih belum tergarap secara optimal, meskipun produk khas seperti tiwul, gatot, dan belalang goreng memiliki daya tarik tersendiri di mata wisatawan (Rahmawati et al., 2023). Dalam konteks pengembangan destinasi, integrasi antara wisata alam dan wisata kuliner merupakan strategi yang dapat memperpanjang lama tinggal wisatawan, sekaligus meningkatkan perputaran ekonomi lokal (Widodo & Sunaryo, 2022).

Seiring dengan pembangunan infrastruktur Jalur Lingkar Selatan (JLS), Gunung Kidul kini memiliki jalur penghubung yang tidak hanya strategis sebagai lintasan logistik, namun juga potensial sebagai koridor wisata yang memadukan pesona alam dengan potensi kuliner khas daerah. JLS membentang di sepanjang pesisir selatan, menghubungkan spot-spot wisata utama yang selama ini cenderung berdiri sendiri. Di tengah jalur ini, terdapat titik-titik strategis yang dapat dikembangkan sebagai kawasan wisata kuliner terpadu, seperti Rest Area Baron, Kawasan Kukup, Sentra Krakal, hingga kawasan kuliner Pantai Wediombo.



Gambar 1. Grafik Statistik Kunjungan Wisatawan Gunung Kidul (2020-2024)

Namun, permasalahan mendasar yang dihadapi saat ini adalah minimnya fasilitas penunjang wisata kuliner di sepanjang JLS. Pedagang

lokal masih banyak yang berjualan di lokasi yang kurang representatif, sehingga kurang mampu menarik minat wisatawan untuk singgah lebih lama. Selain itu, promosi wisata kuliner Gunung Kidul masih kalah masif dibanding kawasan wisata lain di Yogyakarta, seperti Malioboro atau Prawirotan, yang telah lebih dahulu mengintegrasikan unsur kuliner dalam paket wisata mereka (Sari & Nugroho, 2024).

Data statistik menunjukkan bahwa tren kunjungan wisatawan ke Gunung Kidul memang menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020, jumlah kunjungan tercatat sebesar 1,2 juta wisatawan, dan meningkat menjadi 3,5 juta wisatawan di tahun 2024. Namun demikian, kontribusi wisata kuliner terhadap total kunjungan tersebut masih relatif kecil. Wisatawan cenderung menjadikan Gunung Kidul sebagai destinasi "one day trip", sehingga potensi ekonomi dari sektor kuliner belum termanfaatkan secara maksimal.

Fenomena ini menunjukkan adanya gap antara potensi dan realisasi. Dengan meningkatnya volume lalu lintas wisatawan yang melewati JLS, kawasan ini berpeluang besar dikembangkan sebagai destinasi wisata kuliner berbasis lokalitas. Pengembangan tersebut tidak hanya bertujuan untuk menambah ragam atraksi wisata, namun juga sebagai upaya strategis untuk memperpanjang durasi kunjungan dan meningkatkan belanja wisatawan di kawasan tersebut (Setyowati et al., 2025).

Mengingat besarnya dampak ekonomi yang dapat dihasilkan, pengembangan wisata kuliner di JLS membutuhkan strategi yang terintegrasi antara pemerintah daerah, pelaku UMKM, serta stakeholder pariwisata. Penataan kawasan, promosi berbasis digital, serta pemberdayaan masyarakat lokal menjadi pilar utama dalam mewujudkan JLS sebagai destinasi wisata kuliner unggulan di selatan Yogyakarta.

METODE

Metode Observasi Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek

sasaran. Menurut Nana Sudjana observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Teknik observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki. Dalam arti yang luas, observasi sebenarnya tidak hanya terbatas pada pengamatan yang dilaksanakan baik secara langsung maupun tidak langsung. Sedangkan dalam pendapat lain metode observasi diartikan sebagai pengamatan, pencatatan dnega sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki. Pengamatan (observasi) adalah metode pengumpulan data dimana penelitian atau kolaboratornya mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian. Dari pengertian di atas metode observasi dapat dimaksudkan suatu cara pengambilan data melalui pengamatan langsung terhadap berita atau peristiwa yang ada dilapangan.

PEMBAHASAN

1. Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner Di Sepanjang JLS Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan

Dalam dinamika pariwisata modern, wisata kuliner telah bertransformasi dari sekadar pelengkap menjadi daya tarik utama yang menentukan pilihan destinasi wisatawan. Fenomena ini menuntut kawasan-kawasan dengan potensi wisata kuliner khas, seperti Gunung Kidul, untuk menyusun strategi pengembangan yang tidak hanya bersifat parsial, melainkan menyeluruh dan terintegrasi. Jalur Lingkar Selatan (JLS) Gunung Kidul, dengan posisi strategisnya sebagai penghubung antar destinasi pantai dan desa wisata, menyimpan potensi besar untuk dikembangkan sebagai koridor wisata kuliner yang mampu mendorong peningkatan kunjungan wisatawan secara signifikan (Setyowati et al., 2025). Namun, hingga kini, kawasan JLS cenderung masih dimaknai sebatas jalur lalu lintas. Potensi kuliner lokal yang autentik belum terangkat sebagai atraksi wisata yang memiliki daya tarik komersial. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan

yang mampu mengubah paradigma JLS dari "jalur transit" menjadi "destinasi tujuan wisata kuliner" berbasis lokalitas.

a. Penguatan Infrastruktur dan Penataan Kawasan Kuliner

Langkah pertama yang harus dilakukan dalam strategi pengembangan wisata kuliner JLS adalah penguatan infrastruktur fisik. Kawasan kuliner membutuhkan sarana prasarana yang representatif agar wisatawan merasa nyaman untuk singgah dan menikmati hidangan lokal. Hal ini mencakup pembangunan rest area dengan konsep tematik, penataan area parkir yang memadai, ruang makan yang bersih, serta fasilitas pendukung seperti toilet dan mushola yang layak (Rahmawati et al., 2023). Penataan kawasan tidak boleh hanya fokus pada aspek fisik semata, namun harus memperhatikan estetika dan identitas lokal. Konsep arsitektur berbasis *local wisdom*, misalnya penggunaan ornamen kayu atau batu kapur khas Gunung Kidul, dapat memperkuat citra kawasan sebagai pusat kuliner tradisional yang otentik. Selain itu, penting untuk mengatur zonasi pedagang agar tercipta suasana yang tertata dan tidak semrawut, sekaligus memberikan ruang bagi pelaku UMKM untuk tumbuh.

Pemerintah daerah bersama dengan komunitas pelaku usaha kuliner perlu menyusun *master plan* pengembangan kawasan JLS sebagai koridor wisata kuliner. Peta zona kuliner, penentuan titik-titik strategis untuk rest area, hingga perencanaan integrasi dengan jalur wisata lain harus dikaji secara komprehensif agar menciptakan jalur kuliner yang berkelanjutan.

b. Kurasi Produk Kuliner Khas dan Inovasi Menu

Strategi pengembangan berikutnya adalah memperkuat kurasi produk kuliner khas Gunung Kidul yang memiliki keunikan rasa dan cerita budaya di baliknya. Produk-produk seperti tiwul, gatot, belalang goreng, nasi merah organik, hingga olahan hasil laut tradisional perlu dikemas dengan pendekatan *storytelling* yang menarik. Setiap sajian harus mampu "bercerita" tentang tradisi, proses pembuatan, hingga filosofi yang melekat di dalamnya (Widodo & Sunaryo, 2022). Di sisi lain, inovasi dalam penyajian menu juga menjadi kunci agar produk kuliner

tradisional mampu mengikuti selera pasar wisatawan yang semakin dinamis. Misalnya, menciptakan varian *modern fusion* seperti "tiwul cake", "belalang crispy bites", atau "gatot ice cream" dapat memperluas segmentasi pasar tanpa kehilangan identitas lokalnya. Inovasi produk juga bisa dikembangkan melalui kolaborasi dengan chef muda, komunitas kreatif, atau institusi pendidikan kuliner.

Kurasi dan inovasi ini harus disertai dengan standarisasi kualitas produk, baik dari sisi rasa, kebersihan, maupun estetika penyajian. Program pelatihan bagi pelaku UMKM kuliner menjadi langkah penting agar mereka mampu beradaptasi dengan standar pelayanan wisatawan yang semakin tinggi.

c. Digitalisasi Promosi dan Pemasaran Wisata Kuliner

Di era digital, strategi pemasaran wisata kuliner tidak lagi bisa mengandalkan metode konvensional. Pemanfaatan media sosial, platform digital marketplace, serta teknologi berbasis geotagging menjadi keharusan. Pemerintah daerah bersama pelaku industri pariwisata harus menciptakan kampanye digital yang masif dan kreatif untuk mempromosikan kawasan wisata kuliner JLS. Pembuatan konten visual seperti video vlog, virtual tour kawasan kuliner, serta kolaborasi dengan *food influencer* dapat meningkatkan visibilitas kawasan di platform digital. Penggunaan tagar spesifik seperti #KulinerJLS, #MakanDiJLS, atau #WisataKulinerGunungKidul akan membantu menciptakan ekosistem promosi yang organik di media sosial (Sari & Nugroho, 2024).

Selain itu, integrasi dengan aplikasi layanan wisata seperti Traveloka, Google Maps, hingga platform delivery service seperti Gojek atau GrabFood akan mempermudah wisatawan dalam menemukan informasi lokasi, menu, hingga memesan produk kuliner secara praktis.

d. Pemberdayaan Masyarakat Lokal sebagai Pelaku Utama

Pengembangan kawasan wisata kuliner JLS tidak akan berhasil tanpa melibatkan peran aktif masyarakat lokal. Oleh karena itu, pemberdayaan masyarakat menjadi pilar strategis yang harus mendapat

perhatian khusus. Pemerintah dan lembaga terkait perlu menyusun program pendampingan bagi pelaku UMKM kuliner, mulai dari pelatihan pengolahan makanan, manajemen usaha, hingga pemasaran digital. Pendekatan *community-based tourism* (CBT) dapat diterapkan untuk memastikan bahwa pengembangan kawasan kuliner benar-benar membawa dampak kesejahteraan bagi masyarakat lokal. Komunitas pedagang, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), hingga komunitas pemuda kreatif bisa dilibatkan dalam berbagai program pengembangan. Di sisi lain, penciptaan program *incentive-based* seperti penghargaan UMKM terbaik, atau insentif bagi pelaku usaha yang mampu mempromosikan produk lokal dengan baik, akan memotivasi masyarakat untuk terus meningkatkan kualitas layanan mereka.

e. Integrasi dengan Paket Wisata Tematik dan Event Khusus

Strategi berikutnya adalah mengintegrasikan kawasan wisata kuliner JLS ke dalam paket wisata tematik yang lebih luas. Misalnya, pembuatan paket “One Day Culinary Adventure” yang memadukan kunjungan ke pantai, workshop memasak makanan tradisional, serta wisata belanja produk olahan khas. Selain itu, penyelenggaraan event-event khusus seperti “Festival Kuliner JLS”, “Weekend Food Market”, atau “Gowes Sambil Kulineran” dapat menjadi magnet untuk menarik kunjungan wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Event semacam ini tidak hanya akan meningkatkan traffic pengunjung, namun juga menciptakan media promosi yang efektif melalui pemberitaan media massa dan liputan media sosial. Strategi integrasi ini penting untuk menciptakan *experience tourism*, di mana wisatawan tidak hanya datang untuk melihat, tetapi juga terlibat langsung dalam aktivitas yang memberikan pengalaman mendalam dan berkesan.

f. Monitoring dan Evaluasi Berkelanjutan

Pengembangan kawasan wisata kuliner JLS harus disertai dengan sistem monitoring dan evaluasi yang berkelanjutan. Pemerintah daerah bersama dengan stakeholder pariwisata perlu menyusun indikator keberhasilan yang jelas, baik dari sisi peningkatan jumlah kunjungan, kepuasan wisatawan, hingga dampak ekonomi bagi masyarakat lokal.

Pengumpulan data secara periodik, baik melalui survei wisatawan maupun evaluasi performa UMKM, menjadi langkah penting untuk memastikan bahwa setiap strategi yang dijalankan benar-benar berdampak positif. Selain itu, sistem feedback dari wisatawan melalui platform digital juga dapat dimanfaatkan untuk terus memperbaiki kualitas layanan.

2. Kendala Dan Peluang Dalam Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner JLS Sebagai Destinasi Unggulan Gunung Kidul

Pariwisata modern telah berevolusi menjadi industri berbasis pengalaman (*experience-based tourism*), di mana interaksi dengan budaya lokal, khususnya melalui kuliner, menjadi bagian penting dalam perjalanan wisatawan. Dalam konteks ini, kawasan Jalur Lingkar Selatan (JLS) Gunung Kidul memiliki posisi strategis sebagai koridor wisata yang tidak hanya menghubungkan pantai-pantai eksotis, namun juga menyimpan potensi besar sebagai pusat wisata kuliner tradisional yang otentik (Setyowati et al., 2025). Namun, sebagaimana halnya upaya pengembangan kawasan wisata di daerah lain, proses menjadikan JLS sebagai destinasi wisata kuliner unggulan menghadapi berbagai tantangan yang kompleks. Di sisi lain, terbuka pula peluang besar yang dapat dimanfaatkan apabila strategi pengembangan dirancang secara holistik dan kolaboratif. Tulisan ini akan menguraikan secara mendalam berbagai kendala dan peluang yang dihadapi dalam proses tersebut.

a. Kendala Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner JLS

1) Keterbatasan Infrastruktur Pendukung

Kondisi infrastruktur di sepanjang JLS, meskipun telah mengalami peningkatan, masih menyisakan sejumlah permasalahan. Fasilitas rest area yang layak, ruang makan terbuka yang nyaman, hingga fasilitas sanitasi yang memadai masih minim jumlahnya. Banyak pelaku UMKM kuliner yang berjualan di tempat seadanya tanpa dukungan fasilitas yang memadai, sehingga kurang menarik bagi wisatawan untuk singgah lebih lama (Rahmawati et al., 2023). Kurangnya penataan kawasan, baik dari sisi arsitektur maupun landscape, membuat suasana di beberapa titik terasa kurang nyaman dan belum mencerminkan kawasan wisata

yang representatif. Ini menjadi kendala serius karena kenyamanan fisik merupakan prasyarat utama bagi wisatawan dalam menentukan pilihan lokasi bersantap.

2) Rendahnya Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) Pelaku Kuliner

Sebagian besar pelaku usaha kuliner di JLS berasal dari masyarakat lokal yang menjalankan usaha secara tradisional dengan modal terbatas. Minimnya pelatihan tentang standarisasi produk, pelayanan berbasis hospitality, hingga pemasaran digital menyebabkan daya saing produk kuliner di JLS masih tertinggal dibanding kawasan wisata kuliner lain di Yogyakarta (Widodo & Sunaryo, 2022). Ketidakmampuan dalam menyesuaikan diri dengan selera pasar, baik dari segi inovasi menu maupun presentasi produk, menjadi kendala serius. Tanpa pendampingan yang intensif, para pelaku UMKM akan kesulitan bersaing, apalagi dengan gempuran produk kuliner modern yang lebih agresif dalam pemasaran.

3) Kurangnya Promosi dan Branding Kawasan

Salah satu tantangan terbesar dalam pengembangan wisata kuliner JLS adalah lemahnya promosi yang dilakukan secara terkoordinasi. Hingga saat ini, promosi wisata kuliner masih dilakukan secara sporadis oleh masing-masing pelaku usaha tanpa adanya payung branding kawasan yang kuat. Tidak adanya identitas visual yang kuat tentang “Wisata Kuliner JLS” menyebabkan kawasan ini belum menancap dalam benak wisatawan sebagai destinasi kuliner unggulan. Tanpa kampanye promosi yang masif dan terstruktur, kawasan ini sulit bersaing dengan ikon kuliner lain seperti Malioboro atau Prawirotaman (Sari & Nugroho, 2024).

4) Persaingan dengan Pusat Kuliner di Pusat Kota Yogyakarta

Lokasi JLS yang relatif jauh dari pusat kota Yogyakarta menjadi tantangan tersendiri. Wisatawan cenderung lebih memilih pusat kuliner yang mudah dijangkau, apalagi dengan banyaknya alternatif di dalam kota yang sudah dikenal luas. Oleh karena itu, kawasan kuliner JLS perlu memiliki daya tarik unik yang mampu menggerakkan wisatawan untuk “melakukan perjalanan ekstra”. Tanpa adanya diferensiasi produk

dan pengalaman, kawasan JLS akan sulit bersaing dengan destinasi kuliner urban yang lebih mudah diakses oleh wisatawan, khususnya mereka yang memiliki waktu terbatas.

5) Minimnya Sinergi Antar Stakeholder

Pengembangan kawasan wisata kuliner memerlukan sinergi erat antara pemerintah daerah, pelaku usaha, komunitas lokal, hingga akademisi. Namun, realitas di lapangan menunjukkan masih adanya ego sektoral dan koordinasi yang kurang optimal. Tanpa forum komunikasi yang aktif, banyak inisiatif yang berjalan sendiri-sendiri tanpa arah yang sinergis (Setyowati et al., 2025).

b. Peluang Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner JLS

1) Potensi Produk Kuliner Khas yang Unik dan Autentik

Gunung Kidul dikenal sebagai lumbung pangan tradisional yang memiliki kekayaan kuliner berbasis bahan lokal. Produk-produk seperti tiwul, gatot, belalang goreng, hingga berbagai olahan hasil laut tradisional menyimpan potensi besar untuk dikembangkan sebagai daya tarik utama. Keunikan rasa dan filosofi budaya yang melekat menjadi nilai tambah yang tidak dimiliki kawasan kuliner urban (Rahmawati et al., 2023). Dengan pengemasan yang tepat, produk kuliner ini dapat menjadi ikon yang membedakan JLS dari destinasi kuliner lainnya. Potensi ini semakin kuat mengingat tren pariwisata global yang kini mengarah pada pencarian pengalaman autentik dan berbasis lokalitas.

2) Dukungan Infrastruktur Jalan yang Semakin Baik

Pembangunan dan peningkatan kualitas jalur JLS yang terus dilakukan oleh pemerintah membuka peluang besar bagi pengembangan kawasan wisata kuliner. Aksesibilitas yang semakin mudah membuat wisatawan memiliki pilihan alternatif untuk menikmati perjalanan wisata yang berbeda dari rute konvensional (Setyowati et al., 2025). Dengan penambahan titik-titik rest area kuliner yang strategis, JLS berpotensi menjadi jalur wisata kuliner tematik yang mampu mengubah paradigma perjalanan wisata di selatan Yogyakarta.

3) Tren Digitalisasi dan Ekonomi Kreatif

Meningkatnya penetrasi internet dan budaya berbagi di media sosial membuka peluang promosi yang luas bagi kawasan wisata kuliner JLS. Platform-platform seperti Instagram, TikTok, hingga YouTube dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan keunikan kuliner khas JLS secara organik melalui *user-generated content* (Sari & Nugroho, 2024). Selain itu, ekosistem ekonomi kreatif yang tumbuh di kalangan pemuda lokal dapat menjadi katalisator dalam menciptakan inovasi produk kuliner, desain kemasan, hingga aktivasi event yang berbasis digital experience.

4) Dukungan Kebijakan Pemerintah Daerah dan Pusat

Seiring dengan fokus pemerintah pusat terhadap pengembangan desa wisata dan ekonomi kreatif, terdapat peluang besar bagi kawasan JLS untuk mendapatkan dukungan dalam bentuk program pendampingan UMKM, akses permodalan, hingga promosi nasional. Program seperti Dana Desa, pendampingan dari Kementerian Pariwisata, hingga insentif bagi pelaku usaha dapat dimanfaatkan secara optimal (Widodo & Sunaryo, 2022). Selain itu, kolaborasi dengan lembaga pendidikan tinggi dan lembaga riset dapat memperkuat basis pengembangan kawasan yang berbasis data dan kajian akademis, sehingga lebih berkelanjutan.

5) Potensi Pengembangan Event Wisata Kuliner Tematik

Peluang lain yang sangat strategis adalah penyelenggaraan event-event tematik yang dapat menarik perhatian wisatawan dalam skala yang lebih luas. Festival kuliner, kompetisi memasak makanan tradisional, hingga program wisata edukatif seperti *culinary heritage tour* dapat menjadi daya tarik yang mampu mendongkrak citra JLS sebagai destinasi wisata kuliner unggulan. Event semacam ini tidak hanya memberikan dampak langsung berupa peningkatan kunjungan, namun juga menciptakan eksposur media yang sangat efektif untuk membangun brand kawasan.

c. Strategi Memaksimalkan Peluang dan Mengatasi Kendala

Menghadapi berbagai kendala yang ada, langkah strategis yang dapat dilakukan meliputi:

- 1) Penyusunan Master Plan Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner JLS yang melibatkan multi-stakeholder secara partisipatif.
- 2) Peningkatan kapasitas SDM pelaku kuliner melalui program pelatihan yang terintegrasi dengan penguatan soft skill pelayanan pariwisata.
- 3) Penguatan identitas kawasan melalui branding visual dan digital campaign terpadu yang memanfaatkan kekuatan media sosial.
- 4) Pengembangan inovasi produk berbasis lokalitas namun mengikuti trend selera pasar wisatawan.
- 5) Pembentukan forum koordinasi antar stakeholder yang berfungsi sebagai wadah sinergi dan konsolidasi program pengembangan.
- 6) Kolaborasi dengan komunitas kreatif dan lembaga pendidikan untuk menciptakan ekosistem inovasi yang berkelanjutan.

A. KESIMPULAN

1. Strategi pengembangan kawasan wisata kuliner di sepanjang Jalur Lingkar Selatan (JLS) Gunung Kidul memerlukan pendekatan multi-dimensi yang mencakup penguatan infrastruktur, inovasi produk, digitalisasi promosi, pemberdayaan masyarakat, integrasi paket wisata, serta evaluasi berkelanjutan. Dengan strategi yang terintegrasi dan partisipatif, kawasan JLS berpotensi besar menjadi destinasi wisata kuliner unggulan yang mampu meningkatkan kunjungan wisatawan sekaligus mendorong perekonomian lokal. Keberhasilan strategi ini tidak hanya terletak pada aspek fisik dan promosi, namun pada sinergi kolaboratif antara pemerintah, pelaku usaha, komunitas, dan wisatawan itu sendiri. Saat jalur yang selama ini hanya dianggap lintasan, mampu berubah menjadi destinasi kuliner yang hidup dan otentik, maka JLS tidak hanya akan menjadi jalur strategis, melainkan pusat peradaban kuliner selatan Yogyakarta yang membanggakan.
2. Proses pengembangan kawasan wisata kuliner JLS Gunung Kidul sebagai destinasi unggulan di Yogyakarta merupakan tantangan sekaligus peluang yang memerlukan pendekatan strategis, terencana, dan kolaboratif. Kendala yang dihadapi, mulai dari keterbatasan

infrastruktur, rendahnya kualitas SDM, hingga lemahnya promosi, dapat diatasi dengan memanfaatkan peluang besar yang ada, seperti potensi produk kuliner khas, dukungan infrastruktur, tren digitalisasi, dan dukungan kebijakan pemerintah. Keberhasilan pengembangan ini sangat bergantung pada kemampuan semua pihak untuk membangun sinergi dan inovasi yang berkelanjutan. Dengan demikian, JLS tidak hanya akan menjadi jalur penghubung antar destinasi wisata, tetapi juga akan tumbuh menjadi koridor wisata kuliner yang hidup, otentik, dan membanggakan bagi Gunung Kidul dan Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS) DIY. (2024). Statistik Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta 2024. Yogyakarta: BPS.
- Dewi, P., & Hermawan, H. (2022). Inovasi Produk Kuliner Tradisional Berbasis Kearifan Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing Daerah. *Jurnal Inovasi Ekonomi Daerah*, 9(2), 105-120.
- Fitriani, R., & Saputra, T. (2025). Enhancing Tourist Experience Through Culinary Heritage: A Case Study of Yogyakarta's Rural Tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 6(1), 50-64.
- Hakim, L., & Yuliana, S. (2020). Pengembangan Jalur Wisata Kuliner Berbasis Digital di Kawasan Perdesaan. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 4(1), 75-88.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. (2022). Rencana Induk Pengembangan Destinasi Pariwisata Berkelanjutan 2022-2027. Jakarta: Kemenparekraf.
- Lestari, N., & Riyanto, A. (2021). The Impact of Culinary Tourism on Tourist Satisfaction and Loyalty in Rural Destinations. *Tourism Research Journal*, 14(4), 230-245.
- Nugroho, B., & Handayani, D. (2024). Community-Based Culinary Tourism Development in Rural Areas: Challenges and Strategies. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 5(1), 15-30.
- Prasetyo, A., & Mulyani, S. (2021). The Role of Local Food in Strengthening Tourism Destination Competitiveness in Indonesia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47(2), 89-99.
- Rahmawati, I., Pramono, B., & Suharto, T. (2023). Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Tradisional dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 15(2), 120-135.
- Sari, A., & Nugroho, H. (2024). Branding Kawasan Kuliner Yogyakarta di Era Digital: Studi Kasus Malioboro. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 12(1), 45-60.
- Setyowati, L., Santoso, A., & Haryanto, T. (2025). Integrasi Wisata Kuliner dan Alam di Jalur Lingkar Selatan Gunung Kidul: Sebuah Tinjauan Strategis. *Journal of Tourism Development*, 18(1), 80-95.

- Susanti, R., & Wicaksono, D. (2023). Digital Marketing Strategy for Local Culinary SMEs in the New Normal Era. *International Journal of Digital Economy*, 4(3), 150-162.
- Widodo, S., & Sunaryo, H. (2022). Model Pemberdayaan UMKM Wisata Kuliner Berbasis Local Wisdom. *Jurnal Pembangunan Daerah*, 10(3), 210-225.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2023). Culinary Tourism as a Driver for Sustainable Destination Development. Madrid: UNWTO Report Series.