

Strategi Pengembangan Branding Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Grobogan

Seto Sanjoyo¹, Lia Ayuningtyas², Utari Ardiyanti³

^{1,2,3} Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Grobogan

Abstract. *Tourism has been named as a new economic force (Jucan & Jucan, 2013) and is the largest and fastest growing economic sector in the world (Antara & Sumarniasih, 2017; Azizi and Shekari, 2018). Tourism has a very large role in the progress of the Indonesian economy (Kurniawati, 2015). The multiplier effect of tourism can have an impact on various other sectors such as culture, trade, transportation, education, politics, the environment, and realizing a quality social society (Aref, Gill, & Aref, 2010). Tourism contributes significantly to reducing poverty in communities around tourist destinations, improving community welfare, providing employment opportunities, and having a positive impact on the birth of conservation efforts (Graci, 2013; Manwa & Manwa, Mbagwu, Bessong, & Anozie, 2016; 2014; Sakata & Prideaux, 2013; Saayman, Rossouw, & Krugell, 2012).*

Keywords: *Tourism, Economy, Wisdom, Local.*

Abstrak. Pariwisata telah dinobatkan sebagai kekuatan ekonomi baru (Jucan & Jucan, 2013) dan menjadi sektor ekonomi dengan pertumbuhan terbesar dan tercepat di dunia (Antara & Sumarniasih, 2017; Azizi and Shekari, 2018). Pariwisata memiliki peran yang sangat besar bagi kemajuan perekonomian Indonesia (Kurniawati, 2015). Multiplier effect dari pariwisata dapat berdampak pada berbagai sektor lain seperti kebudayaan, perdagangan, transportasi, pendidikan, politik, lingkungan, dan mewujudkan sosial masyarakat yang berkualitas (Aref, Gill, & Aref, 2010). Pariwisata berkontribusi penting dalam mengurangi kemiskinan pada masyarakat di sekitar destinasi wisata, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memberikan kesempatan lapangan pekerjaan, dan berdampak positif pada lahirnya upaya konservasi (Graci, 2013; Manwa & Manwa, Mbagwu, Bessong, & Anozie, 2016; 2014; Sakata & Prideaux, 2013; Saayman, Rossouw, & Krugell, 2012).

Kata kunci: Pariwisata, Ekonomi, Kearifan, Lokal.

LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan sektor industri swasta, sehingga seringkali dikontrol oleh kekuatan pasar. Oleh karena itu, seringkali wisata diarahkan untuk memberikan pelayanan terhadap wisatawan dan investor sehingga tidak selalu dapat menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat ekonomi lemah (Scheyvens, 2009). Hal serupa juga diungkapkan oleh Blake (2008) bahwa pertumbuhan ekonomi wisata belum tentu mengurangi kemiskinan. Kondisi ini semakin pelik disusul oleh fakta bahwa salah satu problematika yang biasanya terjadi di daerah wisata adalah adanya komoditisasi produk wisata untuk memenuhi permintaan dan daya tarik wisata sehingga menyebabkan perubahan pada nilai-nilai budaya dan juga perubahan lingkungan fisik objek wisata (Cohen, 1988; Indrianto, 2005; Kurniawati, 2015).

Pariwisata menjadi media penting dalam merepresentasikan dan menunjukkan budaya dan sejarah untuk konsumsi masyarakat lokal dan wisatawan dan sebagai elemen utama dalam mengkisahkan kembali keunikan cerita nasional (Frew & White, 2011). Weaver, et al. (2017) menyatakan bahwa kegiatan budaya merupakan media efektif untuk mendorong persatuan

nasional dalam studi wisata yang mana akan berpengaruh terhadap konstruksi identitas nasional wisatawan. Hasil penelitian lain menyatakan bahwa destinasi wisata sejarah dan budaya memiliki kekuatan untuk meningkatkan identitas nasional (Butler, Khoo-Lattimore, & Mura, 2014; Park, 2010; Zhang, Ruan, & Yang, 2021). Hasil studi dari Zhang, et al. (2019) juga menunjukkan bahwa festival budaya yang diselenggarakan di berbagai destinasi wisata sejarah dapat meningkatkan identitas nasional para wisatawan.

Grobogan adalah salah satu kabupaten yang terbesar di Jawa Tengah yang mempunyai berbagai image dan stereotipnya. Salah satu ungkapan menarik yang seolah menjadi tagline adalah “Purwodadi Kiuthane sing dadi nyatane”. Ungkapan ini memicu semangat terus berkarya dan menunjukkan eksistensi kota purwodadi Kabupaten Grobogan. Salah satu yang menjadi permasalahan di Kabupaten Grobogan –mungkin juga dihadapi oleh Sebagian besar Kabupaten yang lain—adalah persoalan Self Branding atau Personal Branding. Self branding atau personal branding adalah Kemampuan membentuk persepsi orang tentang diri atau personal persepsi seseorang dan apa yang ditawarkan secara profesional saat ini serta di masa depan. Image Grobogan selama bertahun-tahun selalu adalah “jalan yang rusak”. Image ini tentu merugikan Kabupaten Grobogan.

Sebenarnya Grobogan mempunyai banyak potensi selain image yang merugikan tersebut. Persoalan merubah image memang tidak mudah, akan tetapi bisa dilakukan. Kesadaran masyarakat kabupaten Grobogan untuk mem-branding dirinya sangat diperlukan. Kemaun masyarakat Grobogan untuk mau menciptakan image dan branding positif sangat diperlukan. Grobogan mempunyai banyak potensi unggulan yang selama ini kurang dikenal karena persoalan branding. Persoalan tersebut perlu diatasi, salah satunya adalah dengan “menggugah kemaun masyarakat grobogan untuk mau membranding dirinya”.

Potensi unggulan di Kabupaten Grobogan jika sudah dikelola dan dipasarkan secara baik akan menjadi potensi besar dalam pembangunan pariwisata di Grobogan. Wisata yang unik dan menarik akan menjadi identitas suatu daerah sehingga akan lebih dikenal oleh masyarakat, namun ini perlu dibarengi dengan melakukan branding, promosi, pemetaan potensial pengembangan wisata (Pujiningsih, R dan Muryanto, S, 2021). City branding dalam banyak kajian memberikan dampak signifikan bagi peningkatkan kunjungan wisatawan.

KAJIAN TEORITIS

1. Kajian tentang Self Branding

Mc Nallu & Speak dalam Afrilia (2018) menjelaskan bahwa personal branding merupakan suatu pembentukan persepsi Masyarakat terhadap aspek- aspek yang dimiliki seseorang, antara lain yaitu kepribadian, nilai-nilai, kemampuan, dan stimulus yang dapat menimbulkan persepsi positif dikalangan masyarakat, personal branding pada akhirnya juga digunakan sebagai alat pemasaran. Sementara itu, menurut Gustafian dalam Restusari & Farida (2020) personal branding juga dapat diartikan sebagai cara untuk mengungkap karakter pribadi, membentuk citra diri, dan mengungkap bidang yang menjadi keahlian dengan tujuan untuk membentuk persepsi positif pada setiap orang.

Personal branding adalah cara dimana seseorang membentuk citra dirinya sendiri sehingga persepsi masyarakat akan dirinya terbentuk lewat prestasi, keahlian serta perilaku. Dengan melakukan personal branding, bisa membentuk kepercayaan dan loyalitas dengan orang lain. Personal Branding adalah cara dan kesempatan untuk menampilkan keunikan dan ciri khas yang ada pada diri seseorang.

2. Kajian Tentang Potensi Wisata

Pemerintah Kabupaten Grobogan --termasuk melalui aktivitas kelompok-kelompok pegiat pariwisata dan kebudayaan dan komunitas budaya atau paguyuban-paguyuban-- menjadikan potensi kekuatan wisata itu sebagai kebanggaan yang diorientasikan untuk menjadi acuan pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal. Kegiatan pariwisata yang menjadi perhatian antara lain adalah mengangkat potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Grobogan yang berbasis kearifan lokal, baik sebagai destinasi fisik maupun nonfisik berupa living tourism tradisi dan atau kebiasaan yang dilakukan oleh Masyarakat di Kabupaten Grobogan.

Wisata kabupaten Grobogan yang berbasis kearifan lokal, lewat berbagai situs yang kini mulai dibangkitkan di Grobogan, diarahkan menjadi salah satu elemen unggulan pariwisata di kabupaten tersebut. Destinasi wisata yang melegenda seperti, Bledug Kuwu, Api Abadi Mrapen, Makam Ki ageng Selo dan tradisi lain seperti kesenian Tayub, dan tradisi Boyong Grobog, menjadi ikon Kabupaten Grobogan.

Wisata dipilih sebagai saah satu jalan untuk branding suatu wilayah karena berdasarkan riset yang dilakukan oleh winaryati (2012), muchsin (2013) Mukhlis (2015) menunjukkan bahwa melalui wisata pembelajaran akan lebih mudah untuk dilaksanakan dan siswa akan terlibat aktif untuk menjadi subyek belajar. Dengan alasan itu maka pariwisata

adalah sebagai salah satu jalan untuk menanamkan pendidikan karakter kebhinekaan pada seluruh masyarakat Indonesia. Dengan demikian branding pariwisata di sebuah wilayah dapat dijadikan contoh dalam pembelajaran sehingga akan memudahkan jalan untuk mem-branding pariwisata itu sendiri.

Pemilihan wisata sebagai jalan untuk memecahkan persoalan sebagaimana telah diuraikan diatas, adalah bahwa wisata dengan segala aspeknya sebenarnya mempunyai potensi yang besar khususnya di bidang perekonomian, karena bidang pariwisata dapat menjadi salah satu penyangga untuk mengurangi pengangguran, kemiskinan, meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat (Budiyanto, 2014). Pariwisata juga dapat meningkatkan taraf ekonomi masyarakat disekitar lokasi pariwisata seperti yang diungkap oleh Hiariey (2013). Bahkan Surwiyanto (2003) secara eksplisit telah mengemukakan bahwa pariwisata merupakan industri multi komponen karena bukan hanya mendatangkan uang dari hasil belanja wisatawan, tetapi juga mampu menarik investasi. Sehingga wisata merupakan jalan strategis untuk menjawab dua permasalahan besar yang dihadapi yaitu ekonomi dan pembangunan karakter kebhinekaan. Selain alasan kuat yang telah diuraikan diatas, kemampuan tim peneliti yang terdiri atas multi disiplin ilmu juga merupakan bagian penting untuk dapat menjawab permasalahan penelitian, karena tim peneliti telah memiliki rekam jejak dan reputasi dalam hal penelitian serupa di berbagai tempat.

3. Kajian tentang Kearifan Lokal

Kearifan lokal yang dimiliki tiap masyarakat kini mulai diperhatikan secara lebih baik. Dalam kearifan lokal terdapat potensi yang dapat dikembangkan menjadi keunggulan dan keuntungan bagi masyarakat. Kearifan lokal merupakan tata nilai kehidupan yang terwarisi dari satu generasi ke generasi berikutnya yang berbentuk religi, budaya ataupun adat istiadat yang umumnya dalam bentuk lisan dalam suatu bentuk sistem sosial suatu masyarakat (Kameswari dan Yusup, 2020). Kearifan lokal merupakan adat dan kebiasaan yang telah mentradisi dilakukan oleh sekelompok masyarakat secara turun temurun yang hingga saat ini masih dipertahankan keberadaannya oleh masyarakat (Komariah, dkk., 2018). Kearifan lokal dibentuk dalam proses enkulturasi dalam jangka waktu yang panjang dan dipertahankan oleh pemiliknya karena dianggap baik. Terdapat pandangan yang berbeda mengenai kearifan lokal dulu dan kini. Menurut Njatrijani (2018) kearifan lokal lebih menekankan pada tempat dan lokalitas dari kearifan tersebut sehingga tidak harus merupakan sebuah kearifan yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Kearifan lokal bisa merupakan kearifan yang belum lama

muncul dalam suatu komunitas sebagai hasil dari interaksinya dengan lingkungan alam dan interaksinya dengan masyarakat serta budaya lain (Njatrijani, 2018).

Secara etimologi, kearifan lokal (local wisdom) terdiri dari dua kata, yakni kearifan (wisdom) dan lokal (local). Sebutan lain untuk kearifan lokal diantaranya adalah kebijakan setempat (local wisdom), pengetahuan setempat (local knowledge) dan kecerdasan setempat (local genius) (Njatrijani, 2018). Kearifan lokal atau local wisdom juga dapat diartikan sebagai kebijaksanaan yang bersifat lokal. Local knowledge merupakan pengetahuan yang berifat lokal, yang dapat berupa gagasan-gagasan, nilai-nilai maupun pandangan-pandangan setempat yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, dan adat kebiasaan yang menuntun perilaku yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakat (Anwar, dkk. 2018). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kearifan berarti kebijaksanaan, kecendekiaan sebagai sesuatu yang dibutuhkan dalam berinteraksi, sedangkan kata lokal, berarti tempat atau pada suatu tempat atau pada suatu tempat tumbuh, terdapat, hidup sesuatu yang mungkin berbeda dengan tempat lain atau terdapat di suatu tempat yang bernilai yang mungkin berlaku setempat atau mungkin juga berlaku universal (Njatrijani, 2018). Pengertian kearifan lokal menurut UU No. 32 Tahun 2009 adalah nilai-nilai luhur yang berlaku di dalam tata kehidupan masyarakat yang bertujuan untuk melindungi sekaligus mengelola lingkungan hidup secara Lestari (Njatrijani, 2018).

Kearifan lokal dapat dikategorikan menjadi: (1) kearifan lokal yang berbentuk benda (tangible) seperti berupa tekstual, bangunan arsitektural, karya seni, dll; (2) kearifan lokal yang tak benda (intangible) seperti petuah dan peribahasa yang bersifat verbal. Kearifan lokal termasuk di dalamnya Ekspresi Budaya Tradisional (EBT) meliputi semua warisan budaya tak benda yang dikembangkan oleh masyarakat lokal, secara kolektif atau individual dengan cara yang tidak sistemik dan disisipkan dalam tradisi budaya dan spiritual masyarakat (Njatrijani, 2018). Adapun warisan budaya tak benda seperti tradisi lisan, seni pertunjukkan, praktek-praktek sosial, ritual, perayaan-perayaan, pengetahuan dan praktek mengenai alam dan semesta atau pengetahuan dan ketrampilan untuk menghasilkan kerajinan tradisional (Njatrijani, 2018).

Kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat merupakan kekayaan yang berharga yang dapat menjadi sumber keberlanjutan kehidupan sosial, budaya, ekonomi, alam, dan lainnya. Kearifan lokal dapat pula menjadi inspirasi bagi pembentukan karakter manusia, menjadi inspirasi dalam pengelolaan lingkungan, dan dapat menjadi pedoman dalam menentukan cara berinteraksi manusia dalam berbagai aspek. Kearifan lokal yang terdapat pada beberapa kelompok/masyarakat minoritas di Indonesia banyak mengandung nilai luhur

budaya bangsa, yang masih kuat menjadi identitas karakter warga masyarakatnya serta dapat dipromosikan nilai-nilai luhur yang bisa dijadikan model dalam pengembangan budaya bangsa Indonesia (Hasanah, 2012). Kearifan lokal yang dimiliki masyarakat apabila dikembangkan ketingkat yang lebih lanjut dapat pula menjadi potensi peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Berbagai kearifan lokal seperti pelestarian lingkungan alam, pengetahuan tentang gejala-gejala alam dan lingkungan fisik, pengetahuan tentang jenis-jenis tanaman, jenis-jenis makan, manfaat, dan pembudidayanya, serta pelestarian adat istiadat masyarakat lokal dan bentuk kearifan lokal lainnya merupakan unsur-unsur yang harus dipertahankan dan menjadi daya tarik wisata. Pengembangan wisata berbasis kearifan lokal telah banyak dilakukan di berbagai tempat. Aktivitas ini juga telah memberikan dampak positif bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Wisata alternatif yang banyak dikembangkan saat ini adalah wisata pedesaan (rural tourism) dengan tujuan untuk membangun kawasan pedesaan yang berkelanjutan dengan daya dukung kearifan lokal untuk meningkatkan pekonomian masyarakat setempat (Pattaray, 2021). Selain itu pengelolaan sumberdaya alam dan lingkungan dalam bentuk ekowisata berbasis kearifan lokal dapat juga menunjang aspek konservasi masyarakat terhadap lingkungan (Jubaidah dan Fajarianto, 2021). Dalam pariwisata, gabungan warisan budaya kultural dan natural (combined cultural and natural heritage) akan menghasilkan daya tarik yang eksotik, unik, dan menarik atau dalam istilah lain sebagai cultural landscape (Sedyawati, 2014 dalam Anwar, 2018).

METODE PENELITIAN

Pendekatan Kajian

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, yang dapat menghasilkan deskripsi mengenai permasalahan yang akan dikaji. Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, metode ini digunakan untuk mengkaji obyek yang alamiah atau naturalistik, di mana peneliti sebagai instrument kunci, Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan pada penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Prof. Dr. Sugiyono, 2019). Sementara itu, Bogdan dan Taylor dalam Moloeng (2017) mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan kata deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Dalam pendekatan kualitatif dilakukan proses pengambilan data serta penjelasan berupa uraian kata-kata dan analisis mendalam. Metode penelitian kualitatif menghasilkan data kualitatif. Data kualitatif ini berupa deskripsi secara mendalam serta penjelasan mengenai proses yang terjadi di dalam ruang lingkup setempat. Dengan demikian dalam melakukan kajian dapat mengikuti runtutan peristiwa secara kronologis, mengidentifikasi sebab dan akibat dalam lingkup masyarakat setempat dan memperoleh penjelasan secara rinci.

Lokasi Kegiatan

Kegiatan penyusunan Kajian Pengembangan Branding Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Grobogan dilakukan di Kabupaten Grobogan. Kabupaten Grobogan memiliki berbagai potensi wisata menarik dan layak untuk dikembangkan. Lokasi ada di 19 Kecamatan di Kabupaten Grobogan. Kajian dilakukan di semua kecamatan karena bermaksud mengidentifikasi potensi wisata apa yang ada di setiap kecamatan yang ada di Kabupaten Grobogan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Wisata Alam Berbasis Kearifan Lokal

Kabupaten grobogan merupakan kabupaten yang memiliki kondisi geografis dan lanskap alam yang indah dan menarik untuk dikunjungi wisatawan. Beberapa dari hasil potensi alamnya berupa air terjun, sendang, embung, bendungan, dan danau yang mejadi daya tarik bagi para wisatawan dari daerah setempat maupun dari luar wilayah untuk datang. Hal ini menjadi potensi yang dapat dijadikan sebagai pondasi ataupun kekuatan dalam pembangunan kabupaten grobogan berbasis potensi. Beberapa potensi alam yang ada sebagai berikut.

Api Abadi Mrapen merupakan fenomena alam langka dan memiliki tanah yang kaya sumber daya alamnya berada di Desa Manggarmas Kecamatan Godong, Kabupaten Grobogan, Jateng. Berlokasi di tepi jalan raya Purwodadi - Semarang, berjarak 26 km dari Kota Purwodadi. Api yang tidak kunjung padam diakibatkan suplai gas dari dalam bumi. Masyarakat local menamakan Sendang Dudo. Setiap tahun kawasan Api Abadi Mrapen dijadikan tempat untuk upacara Waisak. Pemanfaatan wisata Api Mrapen sebagai objek wisata dikenal oleh masyarakat umum sebagai tempat wisata edukasi dan laboratorium geologi yang mudah diakses. Namun kini padam, sebagaimana lansiran Dinas Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) Provinsi Jateng menyebut ada beberapa faktor penyebab padamnya Api Abadi Mrapen Di antaranya, kantong gas alam yang mensuplai Api Abadi Mrapen telah habis dan

tertutupnya jalan keluar gas alam (*conduit*) berupa retakan tanah karena deformasi. Serta dugaan akibat efek pengeboran sumur yang berjarak sekitar 150 meter dari Api Abadi Mrapen.



Gambar Api Abadi Mrapen

Sumber: Situs Resmi Kementerian Pemuda dan Olah Raga Republik Indonesia

Gowa Lawa dan Goa Macan. Merupakan tempat wisata di kabupaten grobogan yang berupa goa karst horizontal dengan keunikan bentukan landscape karst yang menarik. Lokasi goa karst ini terletak di Dusun Watusong, Desa Sedayu, Kecamatan Grobogan, Kabupaten Grobogan dengan akses jalan yang dapat ditempuh dengan menggunakan sepeda motor maupun mobil. Arsitektur goa karst yang unik dapat menjadi daya tarik wisatawan untuk mengunjungi kedua ini sebagai tempat untuk berfoto dan menikmati keunikan bentuklahan karst ini. Pengelolaan kedua goa ini dilakukan oleh pemerintah kabupaten.



Gambar Kondisi Goa Karst Lowa dan Macan

Sumber: Google, Indotraveler

Sendang Keongan merupakan sendang yang berlokasi di Desa Penganten, Kecamatan Klambu, Kabupaten Grobogan merupakan sendang yang asri dengan perpohonan disekitarnya. Sendang keongan memiliki keunikan, kepercayaan masyarakat lokal dan menjadi salah satu tempat dilaksanakannya kegiatan masyarakat lokal seperti lebaran ketupat. Sendang keongan juga dipercaya dapat menjadikan orang awet muda. Potensi alam yang eksotis dapat menjadi kekuatan dalam pengembangan sendang keongan dengan dukungan dari pemerintah



Gambar Sendang Keongan Grobogan

Sumber: Google, Groboganmaju.com

Waduk Kedungombo merupakan waduk yang berada di perbatasan tiga wilayah yaitu Kabupaten Boyolali, Grobogan dan Sragen. Waduk yang dibuat untuk tujuan irigasi sawah pada tahun 1991 ini memiliki keadaan yang asri dan indah untuk dijadikan sebagai tempat atraksi wisata yang saat ini telah ada beberapa fasilitas pendukung yang menjadikan waduk ini sebagai tempat wisata yang nyaman dan indah. Keberadaan waduk juga dijadikan penduduk sebagai tempat pemancingan dan kuliner untuk para wisatawan. Pembangunan Fasilitas waduk Kedungombo sudah sangat bagus bekerjasama dengan Perusahaan Daerah Perhutani. Banyak destinasi kuliner dan spot- spot foto yang *Instagramable*.



Gambar Waduk Kedungombo

Sumber: Google, Poplot Adventure

Sendang Coyo memang merupakan salah satu destinasi wisata alam yang menarik. Terkenal dengan mata airnya yang jernih dan suasana yang sejuk, tempat ini menawarkan pengalaman alam yang menenangkan. Pemandangan di sekitar mata air yang indah dengan pohon-pohon besar dan rindang memberikan nuansa alami yang cocok untuk relaksasi dan berfoto-foto. Sendang Coyo terletak di Desa Girirejo, Kecamatan Grobogan.



Gambar Sendang Coyo

Sumber: Google, Grobogannow

Bledug Kuwu merupakan tempat wisata yang berasal dari sebuah fenomena alam yang terletak di Desa Kuwu, Kecamatan Tawangharjo. Fenomena ini dikenal dengan sebutan bledug, yang dalam bahasa Jawa berarti suara dentuman atau ledakan. Keunikan dari bledug kuwu menarik perhatian untuk melihat lanskap yang unik yaitu berupa area berlumpur yang mengeluarkan gas. Pengunjung dapat melihat fenomena gelembung gas dan mendengarkan suara ledakan, sambil menikmati pemandangan sekitar. Sebagai tempat wisata bledug kuwu memiliki keunikan alam, pemandangan yang menarik dan dapat menjadi tempat edukasi.

Bledhug Kuwu adalah gunung api lumpur (mud volcano) yang terletak di Desa Kuwu, Kecamatan Kradenan, Kabupaten Grobogan, Provinsi Jawa Tengah. Tempat ini berjarak kurang lebih 28 km ke arah timur dari kota Purwodadi. Bledug Kuwu merupakan salah satu objek wisata andalan di Kabupaten Grobogan. Hal yang menarik wisatawan untuk datang menyaksikan bledug ini adalah letupan-letupan lumpur yang mengandung garam dan berlangsung terus-menerus secara berkala, kira-kira setiap 2 atau 3 menit. Oleh penduduk setempat lumpur ini dimanfaatkan mineralnya untuk pembuatan konsentrat garam yang disebut bleng dan dipakai dalam pembuatan kerupuk karak. Lumpur dari kawah ini airnya mengandung garam, oleh masyarakat setempat dimanfaatkan untuk dipakai sebagai bahan pembuat garam. Caranya adalah dengan menampung air dari bledug itu ke dalam glagah (batang bambu yang dibelah menjadi dua), lalu dikeringkan.

Salah satu gambar lokasi wisata Bledug Kuwu adalah sebagai berikut:



Gambar Bledug Kuwu

Sumber: Google, Grobogannow

Air Terjun Widuri berlokasi di Kecamatan Pulokulon, air terjun ini menawarkan pemandangan alam yang indah dan suasana yang menenangkan. kolam yang terbentuk di bawah air terjun bisa menjadi tempat yang baik untuk berenang atau berendam. Airnya yang jernih dan alami memberikan kesempatan untuk bersantai sambil menikmati aliran air yang segar. Sehingga keberadaan air terjun ini sangat menarik untuk dijadikan sebagai lokasi wisata alam.



Gambar Air Terjun Widuri

Sumber: Google, Antarafoto

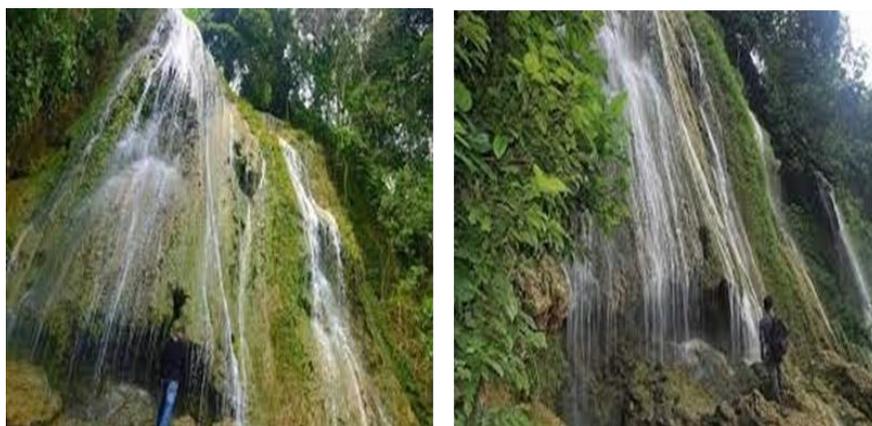
Goa Urang merupakan gua karst yang berada di Tawangharjo memiliki pesona yang menarik terutama jika wisatawan yang ini melakukan kegiatan susur gua dan melihat bentukan hasil karst seperti stalaktit dan stalagmit Selain sebagai tempat wisata alam gua ini juga dapat dijadikan sebagai tempat wisata edukasi.



Gambar Goa Urang

Sumber: Google, Indotraveler

Air Terjun Gulingan. Air Terjun Gulingan adalah wisata alam Grobogan yang masih asri, dan belum mendapatkan sentuhan kreasi tangan manusia, dari mulai jalur trekking, hingga fasilitas di lokasi utamanya. Air Terjun Gulingan sebetulnya bisa menarik perhatian para wisatawan jika dilakukan penataan secara baik, apalagi debit airnya cukup stabil dan bersumber dari mata air langsung. Air terjun Gulingan tidak kalah indah dari air terjun yang sudah mendunia.



Gambar Air terjun Gulingan

Sumber: Informan utama

Keunikan Wisata Religi, dan Budaya

Selain pada wisata alam, keunikan dari wisata religi, dan budaya akan menjadi potensi dan daya tarik tersendiri bagi wisatawan beberapa budaya dan kearifan lokal yang unik dan menjadi salah satu potensi yang dapat difasilitasi dan dikembangkan. Beberapa kegiatan seperti sedekah bumi dan upacara Haul Ki Ageng Selo.

Sedekah Bumi bagi masyarakat Grobogan adalah cara untuk bersyukur atas hasil panen, memakmurkan tanah untuk kegiatan bercocok tanam serta mempererat rasa persaudaraan bagi masing-masing warga Grobogan. Diduga ritual ini berasal dari nenek moyang dan diadakan secara turun-temurun. Namun, dalam pelaksanaannya mengalami banyak perubahan karena harus menyesuaikan dengan norma agama yang dianut oleh warga sekitar. Ritual Sedekah Bumi dimulai dengan berdoa bersama akan hasil panen serta mendoakan tanah panen agar selalu subur untuk kegiatan bercocok tanam. Kemudian, dilanjutkan dengan tarian tayub oleh para warga di tempat hasil panen. Setelah itu, diadakan penyembelihan sapi atau kambing di tempat sesepuh atau saat ini bisa dilakukan di halaman rumah Pak Lurah. Setelah dilakukan penyembelihan, para warga memasak daging tersebut dan dibagikan ke tempat para warga atau bisa dengan makan bersama para warga. Terakhir, diadakan pewayangan di tempat tanah panen atau bisa dilakukan di tempat sesepuh atau saat ini biasa dilakukan di rumah Pak Lurah. Cerita sedekah bumi ini ada di berbagai tempat di Kabupaten Grobogan dan masing-masing tempat mempunyai keunikan tersendiri. Masing-masing mempunyai cerita, fungsi dan makna meskipun berbeda ritual dan “ubo rampe” nya tetapi tujuannya satu :bersyukur atas hasil bumi yang telah dilimpahkan oleh Tuhan Yang Maha Esa.

Masjid K. H. Burhan adalah salah satu masjid penting yang terletak di Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah, Indonesia. Masjid ini memiliki peran yang signifikan dalam kehidupan keagamaan dan sosial masyarakat setempat. masjid K.H. Burhan terletak di lokasi yang strategis di Kabupaten Grobogan, sehingga mudah diakses oleh warga setempat maupun pengunjung dari luar daerah. Seperti masjid-masjid lainnya, Masjid K.H. Burhan memiliki peran yang lebih luas dalam komunitas dan masyarakat lokal. Selain sebagai tempat ibadah, masjid juga menjadi pusat kegiatan sosial, pendidikan, dan budaya yang membentuk karakter masyarakat setempat dan menjadi lokasi yang dapat disinggahi oleh wisatawan religi yang berziarah ke Grobogan.

Makam Ki Ageng Selo adalah tempat pemakaman yang terkait dengan salah satu tokoh atau wali (orang suci) dalam tradisi Islam di Indonesia. Makam Ki Ageng Selo teletak di Desa Selo, Kecamatan Tawangharjo 10 km sebelah timur kota Purwodadi, Kabupaten Grobogan sebagai obyek wisata spiritual, makam Ki Ageng Selo ini sangat ramai dan dengan banyaknya obyek wisata religi dapat dikembangkan sebuah paket wisata menuju kesetiap tempat makam untuk berziarah sebagai bentuk wisata spiritual.

Makam Ki ageng Tarub Lokasi makamnya berada di Desa Tarub, Kecamatan Tawangharjo, Kabupaten Grobogan. Dari Alun-Alun Purwodadi jaraknya sekitar 14 km. keberadaan makam tokoh agama di dalam masyarakat menjadi salah satu potensi wisata yang sangat potensial di Indonesia. Sebagai masyarakat Islam pada waktu-waktu tertentu masyarakat sering mendatangi dan berdoa dengan cara berziarah ke makam tokoh-tokoh penting dalam penyebaran agama Islam di wilayah tersebut.

Makam Lembu Peteng adalah salah satu tempat wisata di Kabupaten Grobogan, Provinsi Jawa Tengah. Terletak di Tarub, Tawangharjo, Beji, Tarub, Kec. Grobogan, Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah 58191, Indonesia sekitar ±12.40 Km dari Kantor Bupati Grobogan. Sama seperti makam para tokoh agama dan tokoh penting masyarakat lainnya keberadaan makam ini menjadi salah satu tempat bagi masyarakat baik secara lokal maupun dari luar untuk datang.

Abdurrahman Ganjur Godho Mustoko atau lebih dikenal dengan nama Simbah Ganjur di Desa Ngroto, Gubug, Grobogan sebagai tempat dimakamkannya salah satu tokoh agama Islam di masa Walisongo tersebut, Desa Ngroto juga merupakan tempat dimakamkannya Simbah Gareng yang menurut tokoh masyarakat setempat merupakan kakek dari pendiri Nahdlatul Ulama (NU) KH Hasyim Asy'ari.

Adat/Tradisi yang Periodik Dilakukan. Asrah Batin merupakan kegiatan yang dilaksanakan untuk mengenang dan melestarikan pertemuan dua saudara yang telah lama berpisah. Dalam pertemuan tersebut, masing-masing telah menjadi Kepala Desa Karanglangu (Saudara tua) dan Kepala Desa Ngombak (saudara muda). Mereka pun sepakat untuk memperingati pertemuan ini dalam bentuk perayaan/upacara dan oleh keturunannya dilestarikan dalam kegiatan tradisi Asrah Batin tiap 2 tahun sekali pada tahun genap di bulan September. Kegiatan berlangsung selama 15 hari dan puncak acara dilaksanakan pada hari Minggu Kliwon. Kegiatan ini dapat dikatakan sebagai wujud dari upaya masyarakat untuk mengingat dan mengenang sejarah yang terjadi dengan adanya kegiatan ini dapat dilakukan upaya untuk menjadikan momentum pelaksanaan sebagai rangkaian acara festival.

Kesenian Tayub Larasati Larasati biasanya merupakan bagian dari upacara atau acara sosial, seperti pernikahan atau khitanan, dan memiliki unsur tarian, musik, dan nyanyian. Kesenian tayub larasati adalah gabungan antara alat musik gamelan Jawa dan penari wanita (Ledhek) yang menjadi simbol penting dalam pertunjukan ini. Ada pula penari pria (penayub) yang ikut serta. Tayub melibatkan pengrawit, kelompok yang memainkan gamelan. Inti dari Tayub adalah tarian pasangan antara penari wanita dan pria, dengan diiringi Gendhing khusus.

Pelaksanaan kesenian tayub larasati ini dapat dijadikan sebagai wisata kesenian dan budaya dengan membuat event khusus untuk mempromosikan kesenian dan berbagai potensi wisata lokalnya.



Gambar Kesenian Tayub Larasati

Sumber: Google, DPRD Jateng

Tradisi Boyong Grobog. Tradisi boyong grobog yang sudah menjadi tradisi di Grobogan ratusan tahun lalu kembali digelar. Kegiatan boyong grobog ini merupakan salah satu rangkaian peringatan Hari Jadi Kabupaten Grobogan.

Wisata Kuliner

Garang Asem memiliki akar dalam tradisi kuliner Jawa, terutama di daerah grobogan yang merupakan makanan dari ayam dengan rasa segar dan asam dan menggunakan bumbu lokal. Rasa unik asam dan pedas dari Garang Asem membuatnya menonjol dan menarik bagi para pecinta kuliner. Wisatawan lokal dan mancanegara yang mencari pengalaman kuliner autentik pasti tertarik mencicipi hidangan yang kaya rasa ini. Promosi kuliner Garang Asem sebagai hidangan khas setempat dapat mendukung perekonomian lokal dan membantu melestarikan tradisi kuliner. Restoran atau pedagang makanan lokal bisa menjadi pusat wisata kuliner yang menawarkan Garang Asem sebagai menu khas.

Nasi Goreng Jagung memiliki bahan utama yang sama dengan nasi goreng pada umumnya, yaitu nasi yang sudah matang dan dingin. Namun, perbedaannya terletak pada penambahan jagung manis yang memberikan tekstur dan rasa yang berbeda. Nasi goreng jagung dapat dijadikan sebagai wisata kuliner lokal karena merupakan makanan yang unik dan merupakan pangan yang berasal dari lokal masyarakat setempat.

Pecel Gambringan hidangan khas Jawa Tengah terdiri dari berbagai jenis sayuran segar yang disajikan dengan bumbu kacang sebagai saus. Adanya kuliner ini dapat memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk merasakan kuliner dan budaya setempat dengan lebih mendalam. Wisata kuliner sering kali menjadi pendukung bagi bentuk pariwisata lain, seperti wisata budaya atau wisata alam. Pecel Gambringan bisa menjadi bagian dari pengalaman wisata yang lebih luas di kabupaten ini.



Gambar Garang Asem



Gambar Segha Pecel Gambringan

Potensi Hasil Kerajinan

Batik Khas Grobogan, batik merupakan seni tekstil tradisional Indonesia yang menghasilkan kain dengan pola dan motif yang indah dan unik. Setiap daerah di Indonesia memiliki ciri khasnya sendiri dalam seni batik, termasuk Grobogan di Jawa Tengah. Batik khas Grobogan memiliki motif dan pola yang mencerminkan budaya dan keindahan alam daerah tersebut. Motif yang mungkin terinspirasi oleh flora, fauna, atau simbol-simbol lokal sering diaplikasikan dalam batik. Batik khas Grobogan adalah contoh dari kekayaan seni dan budaya Indonesia yang diwujudkan dalam bentuk tekstil kreativitas dan perhatian terhadap tradisi. Keberadaan batik khas ini dapat dijadikan sebagai buah tangan bagi wisatawan sebagai sesuatu yang dapat dibeli sebagai kenang kenangan, serta sebagai salah satu sumber ekonomi potensial bagi pengerajin.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kearifan lokal merupakan tata nilai kehidupan yang terwarisi dari satu generasi ke generasi berikutnya yang berbentuk religi, budaya ataupun adat istiadat yang umumnya dalam bentuk lisan dalam suatu bentuk sistem sosial suatu masyarakat. Kearifan lokal merupakan adat dan kebiasaan yang telah mentradisi dilakukan oleh sekelompok masyarakat secara turun temurun yang hingga saat ini masih dipertahankan keberadaannya oleh masyarakat. Potensi Wisata berbasis kearifan lokal di berbagai wilayah sangat menarik untuk dikaji dan sangat layak dijadikan branding untuk wilayah tersebut. Branding wisata berbasis kearifan lokal mempunyai fungsi edukasi, literasi, dan ekonomi. Fungsi edukasi dapat dijadikan sebagai sumber belajar bagi siswa sehingga siswa dapat mengenal nilai-nilai kearifan lokal yang ada di wilayah masing-masing. Fungsi Literasi adalah fungsi menyadarkan kebiasaan membaca dan memahami pengetahuan tentang wisata kearifan lokal di wilayah. Literasi ini bisa untuk masyarakat umum dan untuk siswa. Fungsi ekonomi sudah barang tentu dampak wisata berbasis kearifan lokal akan membawa pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut. Membuka lapangan kerja dan memberikan kesempatan pada masyarakat untuk berkontribusi pada pengembangan wisata berbasis kearifan lokal.

Rekomendasi

- a. Hasil kajian ini akan sangat membantu pemangku kebijakan di Kabupaten Grobogan untuk membuat kebijakan branding pariwisata berdasarkan kearifan lokal.
- b. Point pentingnya dalam kajian ini adalah membuat branding wisata kearifan lokal tidak bisa top down tetapi harus bottom up.
- c. Wisata berbasis kearifan lokal sangat erat kaitannya dengan nilai-nilai masyarakat pendukungnya sehingga wisata kearifan lokal yang harus dikembangkan adalah wisata yang di dukung oleh masyarakat setempat, diyakini nilainya dan dipercaya oleh masyarakat bahwa itu menjadi filosofi hidup masyarakat setempat. Oleh karena itu menjadikan wisata milik masyarakat setempat sangat penting bukan wisata yang dipaksakan dari pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A.M., 2018. Personal Branding Remaja di Era Digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), pp.20-30.
- Antara, M. and Sumarniasih, M.S., 2017. Role Of Tourism In Economy Of Bali And Indonesia. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 5(2), pp.34-44.
- Aref, F. and Gill, S.S., 2010. Barriers Of Community Capacity Building In Types Of Tourism Activities. *Journal of American Science*, 6(2), pp.136-142.
- Azizi, F. and Shekari, F., 2018. Modeling The Relationship Between Sense Of Place, Social Capital And Tourism Support. *Social Capital and Tourism Support*, pp.547-572.
- Blake, A., Arbache, J.S., Sinclair, M.T. and Teles, V., 2008. Tourism And Poverty Relief. *Annals of Tourism Research*, 35(1), pp.107-126.
- Budianto, A. and Prabowo, F.H.E., 2022. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Ulang (Interest Of-Revisit) Wisatawan Pada Wisata Pantai Pangandaran.
- Butler, G., Khoo-Lattimore, C. and Mura, P., 2014. Heritage Tourism In Malaysia: Fostering A Collective National Identity In An Ethnically Diverse Country. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(2), pp.199-218.
- Cohen, E., 1988. Traditions In The Qualitative Sociology Of Tourism. *Annals of tourism Research*, 15(1), pp.29-46.
- Frew, E. and White, L. eds., 2011. *Tourism And National Identity: An International Perspective* (Vol. 24). Taylor & Francis.
- Indrianto, a.t., 2005. The Commodification Of Culture In Bali In The Frame Of Cultural Tourism. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 4(2), pp.151-165.
- Jucan, C.N. and Jucan, M.S., 2013. Travel And Tourism As A Driver Of Economic Recovery. *Procedia Economics and Finance*, 6, pp.81-88.
- Kameswari, D., & Yusup, M. (2020, July). Kearifan Lokal Bercocok Tanam Pada Masyarakat Pedalaman Suku Baduy. In *SINASIS (Seminar Nasional Sains)* (Vol. 1, No. 1).Mustomi,
- O. (2017). Perubahan Tatanan Budaya Hukum Pada Masyarakat Adat Suku Baduy Provinsi Banten. *Jurnal Penelitian Hukum e-ISSN*, 2579, 8561.
- Kurniawati, A., 2015. Strategi Komunikasi Promosi Pemasaran Pariwisata Ranu Klakah Menggunakan Model Kawat Bergulung di kabupaten Lumajang Jawa Timur (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Manwa, F. and Wijeweera, A., 2016. Trade Liberalisation And Economic Growth Link: The Case Of Southern African Custom Union Countries. *Economic Analysis and Policy*, 51, pp.12-21.

- Pujiningsih, R. and Muryanto, S., 2021. Peran Media Sosial Sebagai Media Pemasaran dan Branding Bisnis UMKM di Era Pandemi Covid-19 di Dusun Ngloran RT 01 RW 02, Desa Pilangpayung, Kecamatan Toroh, Kabupaten Grobogan. *Senyum Boyolali*, 2(1), pp.21-25.
- Restusari, F.N. and Farida, N., 2020. Instagram Sebagai Alat Personal Branding Dalam Membentuk Citra Diri (Studi Pada Akun Bara Pattiradjawane). *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), pp.176-186.
- Scheyvens, R., 2009. Pro-Poor Tourism: Is There Value Beyond The Rhetoric?. *Tourism recreation research*, 34(2), pp.191-196.
- Weaver, D.B., Kwek, A. and Wang, Y., 2017. Cultural Connectedness And Visitor Segmentation In Diaspora Chinese Tourism. *Tourism Management*, 63, pp.302-314.
- Winaryati, E., Fathurohman, A., Iriyanto, S. and Haryani, S., 2016. Implementation Of Learning Model" Local Tourism" Based Potential Of District Rembang. In *Prosiding Seminar Nasional & Internasional* (No. 1).
- Zhang, C.X., Fong, L.H.N., Li, S. and Ly, T.P., 2019. National Identity And Cultural Festivals In Postcolonial Destinations. *Tourism Management*, 73, pp.94-104.