



BUKU PEDOMAN

Desa Wisata



BUKU PEDOMAN DESA WISATA

Kementerian Pariwisata

Edisi I, September 2019

Pengarah

Puan Maharani	Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan
Arief Yahya	Menteri Pariwisata
Tjahjo Kumolo	Menteri Dalam Negeri
Eko Putro S	Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi

Penanggung Jawab

Ni Wayan Giri Adnyani	Kementerian Pariwisata
Sonny Harry B. Harmadi	Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan
Taufik Madjid	Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi
Samsul Widodo	Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi
Nata Irawan	Kementerian Dalam Negeri
Dadang Rizki Ratman	Kementerian Pariwisata

Koordinator Pelaksana

Oneng Setya Harini	Kementerian Pariwisata
Mustikorini Indrijatiningrum	Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan
Awal Subandar	Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan
H. Muklis	Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi
Gifarini	Kementerian Dalam Negeri

Tim Penyusun

Vitria Aryani
Dani Rahadian M
Aranyaka Dananjaya Axioma
Torang Nasution
Doto Yoganoro
M Husen Hutagalung
Saulina Marbun

Tim Design

Bondan Basuki
M Faishal Faiz

Deputi Bidang Pengembangan Industri dan Kelembagaan Kementerian Pariwisata

Gedung Sapta Pesona

Jl. Medan Merdeka Barat No 17 Jakarta Pusat 10110

Telp. (021) 3938383

Laman : www.kemenpar.go.id dan www.indonesia.travel



SAMBUTAN

MENTERI KOORDINATOR BIDANG PEMBANGUNAN MANUSIA DAN KEBUDAYAAN

Assalamu'alaikum warohmatullahi wabarokatuh,

Salam Sejahtera bagi Kita semua

Membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah dan desa dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia tetap terus menjadi pendekatan pembangunan nasional. Desa dengan berbagai kekayaan alam, kearifan lokal, dan keberagaman budayanya diyakini mampu berperan sentral dalam rangka memperkuat jatidiri bangsa, membangun ketahanan pangan dan konservasi lingkungan, sekaligus menancapkan pondasi kesejahteraan dan pembangunan berkelanjutan.

Selama lima tahun sejak 2015, Pemerintah telah menggelirkan dana desa sebesar Rp 257 triliun. Jika dirata-ratakan, setiap desa mengelola dana desa di tahun 2019 sebesar Rp 934 juta. Setelah berfokus pada infrastruktur desa, ke depan, dana desa didorong untuk fokus pada pemberdayaan masyarakat dan mendukung terciptanya sumber daya manusia unggul dari desa. Upaya ini dilakukan dengan menggerakkan simpul-simpul kekuatan desa dalam pengelolaan sumber daya alam dan menciptakan usaha masyarakat lokal yang memberi nilai tambah ekonomi.

Seiring berlakunya era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 ini, kerja kita didukung kemajuan teknologi informasi. Kesempatan ini harus dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk meningkatkan produktifitas dan daya saing, termasuk di desa.

Dengan strategi inovasi, semua potensi dan tradisi budaya di desa menjadi sangat eksotik dan memiliki daya tarik bagi wisatawan. Aktifitas membajak sawah, menanam hingga memanen padi menjadi pengalaman tersendiri bagi wisatawan. Semua aktifitas di desa dan pesona alamnya dapat dikemas dalam paket wisata yang terintegrasi. Mulai dari bandara, wisatawan seyogyanya sudah dipandu untuk menjelajah pariwisata di desa dan kawasan perdesaan.

Kerjasama multipihak diperlukan baik dalam pembiayaan, pengembangan destinasi, penerapan standar layanan, penguatan rantai pasok industri pariwisata desa wisata.

Pembangunan desa memiliki peran strategis untuk menjaga keutuhan wilayah NKRI di satu sisi dan di sisi lainnya untuk membangun manusia Indonesia yang tangguh, mandiri dan kreatif. Pembangunan dan pemberdayaan desa akan mampu mempercepat pengentasan kemiskinan dan menahan laju urbanisasi dalam rangka pemanfaatan bonus demografi secara optimal.

Saya yakin sektor pariwisata dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di desa sehingga dapat menjamin keberlanjutan kegiatan ekonomi lokal dan daerah baik untuk generasi masyarakat desa sekarang maupun yang akan datang. Pengembangan potensi pariwisata desa juga dapat mempercepat kemajuan desa dari desa tertinggal menjadi berkembang yang pada akhirnya mampu menjadi desa mandiri.

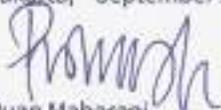
Pemerintah melalui koordinasi oleh Kemenko PMK terus mendorong pengembangan desa wisata. Berbagai spot dan pengalaman di desa dapat menjadi objek wisata yang menarik. Bagaimana cara membangun Desa Wisata? Jawabannya tentu ada pada Buku "Pedoman Desa Wisata" ini.

Akhir kata, saya mengapresiasi terbitnya Buku Pedoman Desa Wisata ini dengan harapan dapat memberikan manfaat dan kemudahan bagi para pemangku kepentingan di desa dan daerah dalam pengembangan Desa Wisata.

Selamat membaca dan mengembangkan Desa Wisata.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wa barakatuh

Jakarta, September 2019


Puan Maharani



SAMBUTAN

MENTERI PARIWISATA REPUBLIK INDONESIA

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Presiden Republik Indonesia Joko Widodo telah menetapkan Nawacita sebagai program prioritas pembangunan Kabinet kerja 2015 – 2019. Sektor kepariwisataan tumbuh menjadi sektor unggulan dengan pertumbuhan yang cepat dan menjadi lokomotif untuk penerimaan devisa negara, pengembangan usaha, pembangunan infrastruktur serta penyerapan tenaga kerja.

Indonesia mempunyai beraneka ragam budaya, sejarah dan tradisi yang terdapat pada desa-desa yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Panorama keindahan yang dimiliki perdesaan di Indonesia, memiliki keunikan daya tarik tersendiri bagi masyarakat global, ini merupakan potensi yang harus kita tumbuh kembangkan dan berdayakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa sekaligus menjaga kelestarian alam dan kearifan lokal setempat, semakin dilestarikan semakin mensejahterakan.

Saat ini Pariwisata diakui sebagai sektor strategis perekonomian Indonesia. Sebelumnya paradigma pembangunan desa lebih fokus pada "Membangun Desa" namun kini menjadi "Desa Membangun". Perubahan ini tentunya mengubah pola lama dalam pembangunan desa, dimana jika dahulu desa hanya menjadi objek pembangunan kini desa menjadi subjek pembangunan itu sendiri. Hal ini membuat masyarakat desa pun menjadi memiliki peluang untuk membangun sendiri desanya sesuai keunggulan yang dimiliki, salah satunya adalah sektor pariwisata.

Sebagaimana amanat Presiden Republik Indonesia untuk mensinergikan desa dengan pariwisata sebagai fokus pengembangan perlu mempunyai strategi 3C, yaitu CEO Commitment yang berarti membangun komitmen bagi pemerintah daerah dimulai dari desa sampai provinsi; Competence yang berarti desa mempunyai masyarakat

yang berkompeten untuk membangun desanya sebagai desa wisata; Champion yang berarti menciptakan agen perubahan melalui masyarakat unggul yang berkontribusi tidak hanya bagi desanya, namun juga desa lainnya dengan mengikuti perkembangan teknologi dan digitalisasi.

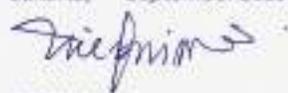
Terbitnya Buku Pedoman Desa Wisata ini diharapkan akan memberikan semangat dan pembelajaran dalam membangun desa wisata di seluruh Indonesia. Buku pedoman ini merupakan komitmen bersama Kementerian Pariwisata dengan kementerian terkait agar dapat dimanfaatkan oleh para pemangku kepentingan di desa.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada Menteri Koordinator Pembangunan Manusia dan Kebudayaan, Menteri Dalam Negeri, dan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal & Transmigrasi atas kerjasamanya mendukung dan memperkuat Buku Pedoman Desa Wisata ini, semoga dengan semangat Indonesia Incorporated, desa menjadi sejahtera.

Salam Pesona Indonesia!

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Jakarta, September 2019



Arief Yahya



SAMBUTAN

MENTERI DALAM NEGERI REPUBLIK INDONESIA

Assalamu'alaikum warohmatullahi wabarokatuh,
Salam sejahtera bagi kita semua

Segenap puji dan syukur kita panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya dengan sefesainya penyusunan Buku Pedoman Desa Wisata.

Desa merupakan aset yang penting dan mendapat perhatian khusus dari Pemerintah dengan dikeluarkannya UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa yang memberikan kewenangan yang lebih besar kepada masyarakat desa untuk membangun wilayahnya. Hal ini dikarenakan pembangunan dan pengembangan desa merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perwujudan dan pelaksanaan pembangunan nasional yang bertujuan untuk meningkatkan dan pemeratakan pendapatan masyarakat, kesempatan kerja lapangan, berusaha meningkatkan akses dan kualitas pelayanan publik dan daya saing daerah. Oleh karenanya, saya menyampaikan apresiasi dan mengucapkan selamat dengan tersusunnya Buku Pedoman Desa Wisata ini.

Kebijakan nasional yang menjadikan sektor pariwisata sebagai masa depan Indonesia tidak terlepas dari potensi alam Indonesia sebagai negara kepulauan yang kaya akan pantai, laut, pegunungan, suku, dan bahasa serta budaya. Salah satu potensi pariwisata yang patut dikembangkan adalah Desa Wisata yang merupakan perpaduan dari Desa dan Pariwisata. Namun pembangunan dan pengembangan Desa Wisata ini selayaknya ditunjang dengan data dan informasi dalam perencanaan yang terstandardisasi.

Desa Wisata merupakan suatu bentuk penyesuaian antara akomodasi, atraksi dan fasilitas pendukung lainnya yang disajikan pada suatu struktur yang menyatu dengan kehidupan masyarakat setempat. Oleh karenanya, Desa Wisata harus memiliki konsep yang matang agar menarik untuk dikunjungi wisatawan.

Walaupun hanya sebagai salah satu produk wisata alternatif, pembangunan dan pengembangan Desa Wisata harus direncanakan secara komprehensif dan holistik agar tujuan dari konsep pembangunan dan pengembangan Desa Wisata yang berkesinambungan tercapai yakni keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya masyarakat lokal.

Buku Pedoman Desa Wisata ini merupakan panduan bagi seluruh stakeholders terkait didalam membangun dan mengembangkan Desa Wisata melalui perencanaan dan penataan desa wisata yang terstandardisasi.

Akhir kata, dengan tersusunnya Buku Pedoman Desa Wisata dapat memberikan panduan dan manfaat bagi semua pihak yang terlibat khususnya Pemerintah Daerah di dalam membangun dan mengembangkan Desa Wisata di Indonesia.

Sekian,

Wassalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh.

Jakarta, September 2019



Tjahjo Kumolo



SAMBUTAN

MENTERI DESA, PEMBANGUNAN DAERAH TERTINGGAL
DAN TRANSMIGRASI

Sejak Tahun 2015, pemerintah telah menyalurkan Dana Desa sebanyak Rp 257,65 Triliun kepada 74.957 desa seluruh Indonesia dengan rata-rata Rp 900 Juta setiap desa. Bahkan Presiden Jokowi berkomitmen 5 tahun ke depan akan menggelontorkan Dana Desa hingga mencapai Rp 400 Triliun. Kini desa tidak lagi menghadapi masalah kekurangan anggaran, persoalannya lebih kepada bagaimana meningkatkan kualitas penggunaan Dana Desa. Pada konteks ini, desa-desa membutuhkan panduan dan contoh praktik-praktik baik dalam pembangunan desa sebagai referensi, sehingga pemanfaatan Dana Desa akan semakin baik.

Wisata desa memiliki peran penting dalam pengembangan pariwisata nasional. Berdasarkan data Potensi Desa 2018 dan Pusat Data dan Informasi Kementerian Desa PDTT, terdapat 7.275 Desa Wisata. Data tersebut belum termasuk pariwisata buatan. Ada banyak desa yang telah sukses mengembangkan desa wisata melalui BUM Desa seperti Desa Ponggok di Klaten, Desa Pujon Kidul di Malang yang pendapatannya jauh lebih besar dibandingkan Dana Desa yang diperoleh.

Saya sangat senang karena Buku Pedoman Desa Wisata ini tidak hanya menjelaskan tahapan dan strategi implementasi pengembangan Desa Wisata. Namun, banyak mengulas praktik-praktik baik pengelolaan Desa Wisata. Harapannya akan menjadi referensi dan juga inspirasi bagi masyarakat desa bagaimana mengembangkan pariwisata khususnya dari Dana Desa.

Sebagai penutup, saya menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan dan penerbitan Buku Pedoman Desa Wisata. Semoga buku ini bermanfaat dan menjadi referensi bagi Kepala Desa, BUM Desa dan masyarakat yang mau mengembangkan Desa Wisata, serta berkontribusi dalam upaya percepatan pembangunan desa. Membangun Desa, Membangun Indonesia!

Jakarta, September 2019



Eko Putro Sandjojo



DAFTAR ISI

Sambutan Menteri Koordinator Pembangunan Manusia dan Kebudayaan	i
Sambutan Menteri Pariwisata	ii
Sambutan Menteri Dalam Negeri	iii
Sambutan Menteri Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi	iv
Daftar Isi	v
A. LATAR BELAKANG	1
1. Tren dan Motivasi Wisatawan	1
2. Pengertian Desa Wisata	1
3. Pendekatan Pengembangan Desa Wisata	2
4. Landasan Hukum	5
B. PENGEMBANGAN DESA WISATA.....	7
1. Tahapan Pengembangan Desa Wisata	7
2. Strategi Pengembangan Desa Wisata	7
2.1 Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas (3A)	8
2.1.1 Atraksi	8
2.1.2 Aksesibilitas	8
2.1.3 Amenitas	8
2.2 SDM, Masyarakat dan Industri (SMI)	8
2.2.1 Sumber Daya Manusia	8
2.2.2 Masyarakat	9
2.2.3 Industri	9
2.3 Branding, Advertising and Selling (BAS)	9
2.3.1 Branding	9
2.3.2 Advertising	9
2.3.3 Selling	9
3. Implementasi Program	10
C. PENYELENGGARAAN DESA WISATA	14
1. Penetapan Desa Wisata	14
2. Kelembagaan Desa Wisata	14
3. Pendanaan Desa Wisata	16
D. MONITORING DAN EVALUASI	19
E. KESIMPULAN DAN PENUTUP	22
1. Kesimpulan	22
2. Penutup	23
F. CERITA SUKSES	24
1. Desa Wisata Berbasis Budaya (Blimbingsari)	25
2. Desa Wisata Berbasis Alam (Pandansari)	30
3. Desa Wisata Berbasis Kreatif (Pujon Kidul)	35
4. Desa Wisata Berbasis Digital (Nglangeran)	40

A. LATAR BELAKANG

1. Tren dan Motivasi Wisatawan

Tren perjalanan wisatawan saat ini mengalami perubahan yaitu dari wisata massal (*mass tourism*) ke arah wisata alternatif (*alternative tourism*). Perubahan ini mengarah pada jenis kegiatan wisata yang berorientasi pada wisata alam atau budaya lokal dengan tujuan untuk meningkatkan wawasan, petualangan, dan belajar, seperti wisata petualangan (*adventure tourism*) – mendaki gunung (*hiking*), berjalan (*trekking*), dan juga wisata yang menawarkan pengalaman langsung kepada wisatawan seperti wisata perdesaan (*village tourism*), dan sebagainya.



Perubahan dari wisata massal menjadi wisata alternatif ini memberikan keuntungan bagi desa wisata untuk bisa menjadi pilihan dalam pengembangan pariwisata. Karena pada desa wisata umumnya memiliki keragaman produk yang dapat ditawarkan kepada wisatawan dengan produk utama yaitu kehidupan sehari-hari masyarakat di desa. Pengalaman yang diberikan kepada wisatawan berupa keragaman budaya, keunikan alam, dan karya kreatif di desa.

2. Pengertian Desa Wisata

Desa wisata adalah wilayah administratif desa yang memiliki potensi dan keunikan daya tarik wisata yang khas yaitu merasakan pengalaman keunikan kehidupan dan tradisi masyarakat di perdesaan dengan segala potensinya. Desa wisata dapat dilihat berdasarkan kriteria :

- a. Memiliki potensi daya tarik wisata (Daya tarik wisata alam, budaya, dan buatan/karya kreatif)
- b. Memiliki komunitas masyarakat;
- c. Memiliki potensi sumber daya manusia lokal yang dapat terlibat dalam aktivitas pengembangan desa wisata
- d. Memiliki kelembagaan pengelolaan;
- e. Memiliki peluang dan dukungan ketersediaan fasilitas dan sarana prasarana dasar untuk mendukung kegiatan wisata;
- f. Memiliki potensi dan peluang pengembangan pasar wisatawan

Dalam pengembangan desa wisata, prinsip pengembangan produk desa wisata:

- a. Keaslian : atraksi yang ditawarkan adalah aktivitas asli yang terjadi pada masyarakat di desa tersebut
- b. Masyarakat setempat : merupakan tradisi yang dilakukan oleh masyarakat dan menjadi keseharian yang dilakukan oleh masyarakat.
- c. Keterlibatan masyarakat : masyarakat terlibat secara aktif dalam aktivitas di desa wisata.
- d. Sikap dan nilai : tetap menjaga nilai-nilai yang dianut masyarakat dan sesuai dengan nilai dan norma sehari-hari yang ada.
- e. Konservasi dan daya dukung : tidak bersifat merusak baik dari segi fisik maupun sosial masyarakat dan sesuai dengan daya dukung desa dalam menampung wisatawan.

Desa wisata mampu mengurangi urbanisasi masyarakat dari desa ke kota karena banyak aktivitas ekonomi di desa yang dapat diciptakan. Selain itu juga, desa wisata dapat menjadi upaya untuk melestarikan dan memberdayakan potensi budaya lokal dan nilai-nilai kearifan lokal (*local wisdom*) yang ada di masyarakat. Terdapat jenis-jenis desa wisata yang dapat menjadi acuan, antara lain:

- a. Desa wisata berbasis keunikan sumber daya alam yaitu desa wisata yang menjadikan kondisi alam sebagai daya tarik utama seperti pegunungan, lembah, pantai, sungai, danau dan berbagai bentuk bentang alam yang unik lainnya.
- b. Desa wisata berbasis keunikan sumber daya budaya lokal yaitu desa wisata yang menjadikan keunikan adat tradisi dan kehidupan keseharian masyarakat menjadi daya tarik utama seperti aktivitas mata pencaharian, religi maupun bentuk aktifitas lainnya.
- c. Desa wisata kreatif yaitu desa wisata yang menjadikan keunikan aktifitas ekonomi kreatif dari kegiatan industri rumah tangga masyarakat lokal, baik berupa kerajinan, maupun aktivitas kesenian yang khas menjadi daya tarik utama
- d. Desa wisata berbasis kombinasi merupakan desa wisata yang mengkombinasikan antara satu atau lebih daya tarik wisata yang dimiliki seperti alam, budaya dan kreatif

3. Pendekatan Pengembangan Desa Wisata

Pada pengembangan desa wisata, terdapat 2 (dua) pendekatan yang perlu diperhatikan, yaitu Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan.

3.1. Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat

Yaitu pengembangan pariwisata yang menitikberatkan pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan pariwisata ini dimiliki, dioperasikan, dikelola dan dikoordinasikan oleh komunitas, yaitu masyarakat. Pemberdayaan masyarakat perlu didasarkan pada hal-hal sebagai berikut:

- a. Memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas

- b. Meningkatkan tingkat pendapatan secara ekonomis sekaligus mendistribusikan merata pada penduduk lokal.
- c. Berorientasi pada pengembangan usaha berskala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga besar dan berorientasi pada teknologi tepat guna.
- d. Mengembangkan semangat kompetisi sekaligus kooperatif.
- e. Memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai agen penyumbang tradisi budaya dengan dampak seminimal mungkin.

Terdapat 8 kriteria Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat:

NO	KRITERIA	NO	SUB-KRITERIA
1.	Kepemilikan dan kpengurusan oleh masyarakat.	1.1	Terdapat pengelolaan yang efektif dan transparan.
		1.2	Legalitas lembaga/kelompok desa wisata.
		1.3	Memiliki pengelolaan yang efektif dan transparan.
		1.4	Memiliki kemitraan yang efektif.
2.	Kontribusi terhadap kesejahteraan sosial	2.1	Menjaga martabat manusia.
		2.2	Pembagian biaya dan keuntungan yang adil.
		2.3	Memiliki jaringan ke ekonomi lokal dan regional.
		2.4	Melestarikan sumber daya alam.
3.	Kontribusi untuk menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan	3.1	Melestarikan sumber daya alam.
		3.2	Aktivitas konservasi untuk meningkatkan kualitas lingkungan.
4.	Mendorong terjadinya partisipasi interaktif antara masyarakat lokal dengan pengunjung (wisatawan)	4.1	Terdapat interaksi antara tamu dan masyarakat lokal.
		4.2	Keberlanjutan produk - produk pariwisata berbasis masyarakat.

NO	KRITERIA	NO	SUB-KRITERIA
5.	Jasa perjalanan wisata dan pramuwisata yang berkualitas	5.1	Kualitas dan keahlian pramuwisata desa wisata
		5.2	Memastikan kualitas perjalanan wisata
6.	Kualitas makanan dan minuman	6.1	Kualitas pelayanan makanan dan minuman
		6.2	Memastikan makanan dan minuman yang berkualitas
7.	Kualitas akomodasi	7.1	Kualitas pelayanan akomodasi
		7.2	Memastikan pengelolaan akomodasi yang berkualitas
8.	Kinerja <i>Friendly Tour Operation</i> (FTO)	8.1	Komitmen kepada nilai-nilai idel desa wisata
		8.2	Kontribusi terhadap perlindungan masyarakat dan alam
		8.3	Dukungan terhadap ekonomi lokal
		8.4	Mempromosikan indahnya penemuan, pengetahuan dan penghargaan
		8.5	Mempromosikan pengalaman yang memuaskan dan aman bagi wisatawan dan masyarakat

3.2. Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan

Yaitu pembangunan pariwisata yang menyeimbangkan 3 (tiga) aspek, yaitu ekonomi, lingkungan, masyarakat. Pembangunan pariwisata berkelanjutan ini memiliki tujuan utama yaitu peningkatan kualitas hidup, memperkuat nilai budaya dan masyarakat dan memberikan nilai tambah perekonomian masyarakat.

Oleh karena itu, setidaknya pembangunan pariwisata berkelanjutan harus memenuhi syarat:



4. Landasan Hukum Tentang Desa dan Turunannya.

- Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa; Spirit Otonomi Daerah melalui konsep desentralisasinya, membawa sebuah terobosan baru dengan mengubah paradigma pembangunan desa, mengingat sebelum UU ini diterbitkan desa tidak lebih hanya sebagai obyek pembangunan, kini dengan hadirnya regulasi baru yang banyak mengatur desa, menjadikan desa sebagai subyek pembangunan dan dari membangun desa menjadi desa membangun.

- Peraturan Pemerintah RI Nomor 43 Tahun 2014 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa;
- Peraturan Pemerintah RI Nomor 47 Tahun 2015 tentang perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun 2014 tentang Peraturan pelaksanaan UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa;
- Peraturan Pemerintah RI Nomor 60 Tahun 2014 tentang dana Desa yang bersumber dari APBN;
- Peraturan Pemerintah RI Nomor 8 Tahun 2016 tentang perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 2014 tentang dana Desa yang bersumber dari APBN;
- Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi RI Nomor 11 Tahun 2019 tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2020;
- Peraturan Menteri Dalam Negeri RI Nomor 111 Tahun 2014 tentang Pedoman Teknis Peraturan Desa;
- Peraturan Menteri Keuangan RI Nomor 49/PMK.07/2016 Tentang Tata Cara Pengalokasian, Penyaluran, Penggunaan , Pemantauan dan Evaluasi Dana Desa;
- Nota Kesepahaman Antara Kementerian Pariwisata RI dengan Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Nomor: NK.13 /KS.001/MP/2016, Nomor : 10/M-DPDT/KB/XII/2016 Tentang Pengembangan Desa Wisata.



B. PENGEMBANGAN DESA WISATA

1. Tahapan Pengembangan Desa Wisata

Pengembangan Desa Wisata dapat dijabarkan dalam 3 tahapan, yaitu Rintisan, Berkembang, Maju dan Mandiri. Tahapan ini menggambarkan posisi desa wisata untuk dapat dilihat program yang dapat dilaksanakan sesuai tahapannya.

01 RINTISAN

- Masih berupa potensi yang dapat dikembangkan untuk menjadi destinasi wisata.
- Pengembangan sarana prasarana wisata masih terbatas.
- Belum ada/masih sedikit sekali wisatawan yang berkunjung dan berasal dari masyarakat sekitar.
- Kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata belum tumbuh.
- Sangat diperlukan pendampingan dari pihak terkait (pemerintah, swasta).

02 BERKEMBANG

- Sudah mulai dikenal dan dikunjungi, masyarakat sekitar dan pengunjung dari luar daerah.
- Sudah terdapat pengembangan sarana prasarana dan fasilitas pariwisata.
- Sudah mulai tercipta lapangan pekerjaan dan aktivitas ekonomi bagi masyarakat.
- Kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata sudah mulai tumbuh.
- Masih memerlukan pendampingan dari pihak terkait (pemerintah, swasta).

03 MAJU

- Masyarakat sudah sepenuhnya sadar akan potensi wisata termasuk pengembangannya.
- Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal dan banyak dikunjungi oleh wisatawan, termasuk wisatawan mancanegara.
- Sarana prasarana dan fasilitas pariwisata sudah memadai.
- Masyarakat sudah berkemampuan untuk mengelola usaha pariwisata melalui pokdarwis /kelompok kerja lokal.
- Masyarakat sudah berkemampuan memanfaatkan dana desa untuk pengembangan desa wisata.

04 MANDIRI

- Masyarakat sudah memberikan inovasi dalam pengembangan potensi wisata desa (diversifikasi produk) menjadi unit kewirausahaan yang mandiri.
- Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal oleh mancanegara dan sudah menerapkan konsep keberlanjutan yang diakui oleh dunia.
- Sarana dan prasarana sudah mengikuti standar internasional minimal ASEAN.
- Pengelolaan desa wisata sudah dilakukan secara kolaboratif antar sektor dan pentahelix sudah berjalan baik.
- Dana desa menjadi bagian penting dalam pengembangan inovasi diversifikasi produk wisata di desa wisata.
- Desa sudah mampu memanfaatkan digitalisasi sebagai bentuk promosi mandiri (mampu membuat bahan promosi dan menjual secara mandiri melalui digitalisasi dan teknologi).

2. Strategi Pengembangan Desa Wisata

Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan (Undang-Undang Kepariwisata Nomor 10 tahun 2009).

2.1 Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas (3A)

2.1.1 Atraksi

Atraksi atau yang biasa disebut Daya Tarik adalah aset-aset yang dapat menarik wisatawan domestik maupun internasional. Daya Tarik memberikan motivasi awal bagi para wisatawan untuk mengunjungi sebuah destinasi. Daya tarik dibagi menjadi 3 kategori yaitu:

Alam (*Nature*)

Keindahan bentang alam dan pemandangan, fauna dan flora, cuaca, aktivitas seperti menjelajah alam, bersepeda gunung, menunggang kuda, memanjat tebing, menyelam dan *snorkeling*, dan safari, melakukan pendakian, berkemah, *diving*, *snorkeling*, geopark, berkunjung ke taman Nasional, wisata pesisir pantai. Dll

Budaya (*Culture*)

Sejarah, seni dan kerajinan, acara dan pertunjukkan, masyarakat lokal, masakan, dan aktivitas seperti misalnya menghadiri festival, Heritage, upacara adat, belajar tarian, Sejarah dan warisan budaya, mempelajari keadaan masyarakat, kebiasaan, adat istiadat, cara hidup, kebudayaan dan seni mereka, serta keunikan lainnya.

Buatan Manusia (*Built*)

Monumen sejarah, situs warisan budaya, bangunan keagamaan, fasilitas konferensi dan olahraga, aktivitas seperti misalnya kunjungan ke museum, tur kota yang dipandu, kunjungan bisnis, mengikuti kegiatan pertanian, menanam padi, membajak sawah/peternakan dan daya tarik buatan manusia lainnya.

2.1.2 Aksesibilitas

Desa wisata harus dapat dijangkau, tersedianya sarana, prasarana dan sistem transportasi yang memudahkan wisatawan dari dan menuju ke destinasi desa wisata, baik jalur laut, darat dan udara. Wisatawan juga harus dapat bepergian dengan mudah di sekitar destinasi pariwisata.

2.1.3 Amenitas

Kelengkapan sarana, prasarana, peralatan, dan amenities yang mendukung aktivitas dan layanan wisatawan. Hal ini meliputi infrastruktur dasar seperti layanan umum, transportasi publik dan jalan, di samping layanan langsung bagi wisatawan seperti informasi, rekreasi, pemandu wisata, operator wisata, catering (jasa boga) dan fasilitas belanja.

2.2 SDM, Masyarakat dan Industri (SMI)

2.2.1 SDM

Sumber Daya Manusia yang bekerja dan terlibat langsung dalam

pengembangan desa wisata yang menyediakan barang atau jasa bagi wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Pariwisata bersifat padat karya, tenaga kerja sektor pariwisata yang terlatih sesuai dengan kapasitas yang diharapkan.

2.2.2 Masyarakat

Masyarakat di dalam dan di sekitar desa wisata terlibat dan mendukung penyelenggaraan pariwisata. Masyarakat terlibat aktif seluas-luasnya bersama pemangku kepentingan seperti pemerintah pusat, daerah dan pelaku usaha pariwisata. Setidaknya masyarakat memahami gerakan sadar wisata dan sapta pesona.

2.2.3 Industri

Berbagai usaha, terkait dengan fasilitas pariwisata yang menyediakan barang atau jasa bagi wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Pada desa wisata diharapkan industri dikelola langsung oleh masyarakat, antara lain penyediaan usaha rumah makan, penyedia jasa transportasi wisata, penyedia perjalanan wisata, penerjemah, pemandu, dan lain lain.

2.3 Branding, Advertising and Selling (BAS)

2.3.1 Branding

Pembuatan slogan/tagline desa wisata sesuai dengan karakteristik dan konsep desa wisata yang ingin dibentuk sebagai ciri khas dari desa wisata yang dapat mudah diingat oleh wisatawan

2.3.2 Advertising

Promosi desa wisata kepada wisatawan, baik dari menggunakan media cetak maupun online untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke desa wisata.

2.3.3 Selling (Misi Penjualan)

Dapat dilakukan dengan mengikuti event seperti travel fair, bazar, pameran dengan menawarkan atraksi dan produk wisata yang ada di desa wisata

Selain itu, pada era digital saat ini, desa wisata dapat memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi desa wisata melalui:

1. Penggunaan Media Sosial sebagai media promosi misalnya Facebook, Instagram dan Youtube
2. Menentukan segmentasi wisatawan yang ingin dituju, umumnya berdasarkan umur, dan asal wisatawan. Segmentasi ini akan menentukan cara berpromosi, sebagai contoh:
 - a. **Facebook:** ditujukan bagi keluarga dan wisatawan secara general, umumnya atraksi yang dipasarkan adalah atraksi yang menyenangkan dan dapat dinikmati bersama keluarga

- b. **Instagram** : ditujukan bagi wisatawan muda, umumnya atraksi yang dipasarkan adalah atraksi dengan pemandangan indah.
 - c. **Youtube** : ditujukan bagi seluruh kalangan wisatawan, umumnya atraksi yang dipasarkan adalah aktivitas yang dapat dilakukan di atraksi wisata tersebut.
3. Penggunaan Media Gambar dan Video yang menarik.
 4. Penggunaan Bahasa yang persuasif atau menarik minat pembaca untuk membaca lebih jauh.
 5. Pada segi penjualan, digitalisasi dapat dimanfaatkan dengan mendaftarkan atraksi desa wisata ke dalam website marketplace atau website yang menjual atraksi wisata, seperti traveloka, Agoda, ITX dan lain lain.
 6. Membuat website desa wisata, dapat memanfaatkan halaman blog gratis seperti blogspot untuk dapat menuliskan secara lengkap tentang desa wisata .

3. Implementasi Program

ASPEK	ATRAKSI
<i>Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas (3A)</i>	
1. RINTISAN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi dan menginventarisir potensi dan karakteristik desa dari semua aspek 2. Mensosialisasikan potensi kepada seluruh masyarakat 3. Menyusun rencana kerja pengembangan desa wisata 4. Merintis pengembangan fasilitas dan sarana prasarana
2. BERKEMBANG	<ol style="list-style-type: none"> 1. Implementasi rencana pengembangan potensi dan karakteristik desa menjadi daya tarik wisata utama dan pendukung 2. Menyusun paket wisata berdasarkan potensi dan karakter desa 3. Pengembangan fasilitas dan sarana prasarana pendukung wisata
3. MAJU	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan Inovasi terhadap produk yang ada 2. Memperkaya produk yang ada dengan produk baru yang sesuai dengan perkembangan kebutuhan pasar 3. Melengkapi fasilitas pendukung yang sudah ada sesuai dengan kebutuhan wisata
4. MANDIRI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan inovasi/diversifikasi produk lebih dari satu berbasis kewirausahaan mandiri masyarakatnya sesuai dengan pasar yang tepat. 2. Melakukan pengembangan produk wisata yang terintegrasi dengan destinasi lain. 3. Mengimplementasikan daya dukung destinasi pada pengelolaan kunjungan wisatawan sesuai dengan konsep pariwisata keberlanjutan

ASPEK		AKSESEBILITAS
Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas (3A)		
1.	RINTISAN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perbaikan lingkungan desa wisata 2. Perkerasan jalan
2.	BERKEMBANG	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perbaikan akses jalan lingkungan 2. Pemasangan rambu-penunjuk arah
3.	MAJU	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyediaan angkutan wisata di dalam dan menuju ke desa wisata
4.	MANDIRI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyediaan Angkutan wisata ramah lingkungan dan sesuai dengan kearifan lokal 2. Akses desa wisata ramah lingkungan dan aman bagi anak serta penyandang disabilitas 3. Pengembangan akses melalui digitalisasi
ASPEK		AMENITAS
Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas (3A)		
1.	RINTISAN	<p>Peningkatan kebersihan desa wisata dan Penyediaan sarana dan prasarana umum, seperti:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Listrik atau sumber penerangan lainnya; 2. Ketersediaan air bersih; 3. Jaringan telekomunikasi atau sinyal telepon seluler; d 4. Fasilitas keamanan 5. Kios kelontong, warnet, dan wartel 6. Fasilitas kesehatan 7. Fasilitas sanitasi dan kebersihan: toilet umum, tempat sampah, 8. Fasilitas ibadah; 9. Fasilitas rekreasi: fasilitas bermain, fasilitas olahraga, fasilitas pejalan kaki; 10. Fasilitas lahan parkir;
2.	BERKEMBANG	<p>Penyediaan Fasilitas Pariwisata yang diperlukan, sebagai contoh :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas Pusat Informasi Pariwisata Desa/kawasan perdesaan terkait: dapat memanfaatkan kantor/bangunan desa, homestay 2. Satgas wisata; 3. Tempat penjualan cendera mata; 4. Pelayanan penyediaan makanan dan minuman seperti restoran oleh warga setempat dengan menu minimal makanan khas 5. Penyediaan akomodasi seperti homestay/losmen
3.	MAJU	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konservasi sumber daya (alam dan budaya) di desa wisata dan menerapkan konsep keberlanjutan 2. Peningkatan jumlah rumah penduduk yang dipakai sebagai homestay 3. Pembangunan TIC (Tourism Information Center) 4. Peningkatan kuantitas dan kualitas toilet 5. Peningkatan kapasitas lahan parkir 6. Penyediaan fasilitas penyandang kebutuhan khusus, orang tua, dan anak-anak di pusat desa atau kawasan perdesaan.
4.	MANDIRI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan amenitas sebagai bagian dari atraksi dengan desain yang berkearifan lokal

ASPEK		SUMBER DAYA MANUSIA DAN MASYARAKAT
SMI (SDM, masyarakat, Industri)		
1.	RINTISAN	Membangun/membentuk sumber daya manusia lokal menjadi kelompok masyarakat yang mau bekerja/berpartisipasi dalam pembangunan desanya
2.	BERKEMBANG	Memberikan pelatihan kepada kelompok masyarakat dengan berbagai keterampilan sesuai dengan karakter dan potensi produk yang dimiliki desa
3.	MAJU	<ol style="list-style-type: none"> Menjadikan kelompok masyarakat yang mandiri dan mampu membangun tim kerja yang kuat Membangun kerjasama antara kelompok masyarakat dengan pihak lainnya
4.	MANDIRI	<ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan pengetahuan dan kemampuan SDM dalam hal pengembangan produk dan pengelolaan desa wisata dari hulu ke hilir Sertifikasi Kompetensi SDM Pariwisata Meningkatkan kemampuan SDM tentang digitalisasi.
ASPEK		MANAJEMEN DAN KELEMBAGAAN
SMI (SDM, masyarakat, Industri)		
1.	RINTISAN	<ol style="list-style-type: none"> Merintis pengembangan kelembagaan lokal untuk pengelolaan potensi wisata Mensosialisasikan manajemen dan kelembagaan desa wisata kepada masyarakat
2.	BERKEMBANG	<ol style="list-style-type: none"> Memberikan pelatihan tentang kelembagaan dan manajemen yang lebih modern, misalnya koperasi Membentuk Forum Komunikasi Desa Wisata di daerah
3.	MAJU	<ol style="list-style-type: none"> Memperkuat kelembagaan dan manajemen dengan kelengkapan lainnya yang diperlukan untuk pelayanan Mengembangkan jaringan kerjasama Desa Wisata di tingkat regional/nasional Meningkatkan kompetensi dengan melakukan pelatihan secara rutin dengan materi yang lebih tinggi
4.	MANDIRI	<ol style="list-style-type: none"> Mengembangkan kelembagaan yang terintegrasi dengan pengelolaan secara profesional dan terpusat Membentuk forum komunikasi antar komunitas dan membentuk asosiasi antar desa secara mandiri.
ASPEK		INVESTASI
SMI (SDM, masyarakat, Industri)		
1.	RINTISAN	Mengidentifikasi semua potensi lokal sebagai modal bersama (SDM, Kelompok Masyarakat, Aset Desa, Sarana dan Prasarana)
2.	BERKEMBANG	Mengembangkan potensi lokal menjadi modal dalam bentuk daya tarik, produk wisata dan fasilitas pendukung

3.	MAJU	1. Membuka peluang investasi baik di lingkup internal maupun eksternal desa dengan prinsip saling menguntungkan (win win solution).
4.	MANDIRI	1. Menciptakan komunitas dan masyarakat iklim kewirausahaan yang mandiri dan terintegrasi dengan lembaga keuangan setempat dan BUMDES. 2. Menciptakan investasi mandiri dari masyarakat lokal baik secara perorangan ataupun kelompok/komunitas
ASPEK		PROMOSI DAN PEMASARAN
Branding, Advertising, Selling (BAS)		
1.	RINTISAN	1. Menyusun informasi mengenai potensi dan karakter serta produk yang akan dipasarkan (profil desa)
2.	BERKEMBANG	1. Menyusun paket wisata dan melakukan promosi dan pemasaran (fam trip, roadshow, penyebaran bahan promosi) 2. Membangun sistem promosi dan pemasaran melalui (brosur, leaflet, proposal, website statis, papan/peta petunjuk dan informasi di tempat yang strategis)
3.	MAJU	1. Memperluas pemasaran paket wisata 2. Mempresentasikan informasi mengenai potensi dan keunggulan/karakteristik produk 3. Membangun kerjasama dan jaringan dengan berbagai pihak (ASITA, PHRI, BPW, dan lain-lain)
4.	MANDIRI	1. Memperkuat branding desa wisata 2. Menjual dan mempromosikan atraksi serta desa wisata secara mandiri melalui sarana digital 3. Bekerjasama dalam melakukan promosi [co-branding] dengan pihak lain



C. PENYELENGGARAAN DESA WISATA

1. Penetapan Desa Wisata

Penetapan Desa Wisata melalui beberapa tahapan proses sebagai berikut :



2. Kelembagaan Desa Wisata

Dalam perkembangannya, pengelolaan desa wisata dapat dilakukan dengan 3 (tiga) lembaga pengelola yang kesemuanya berlandaskan pada pemberdayaan masyarakat, yaitu:

a. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis).

Kelompok ini dibentuk berdasarkan kesepakatan masyarakat yang diketahui oleh Kepala Desa dan dikukuhkan oleh Kepala Dinas Pariwisata setempat sebagai penggerak kegiatan sadar wisata dan implementasi sapta pesona. Di dalam Pokdarwis akan terdapat beberapa kelompok kerja kegiatan pariwisata yang ada di satu destinasi atau satu desa yang memiliki destinasi wisata. Anggota Pokdarwis adalah pelaku-pelaku kegiatan pariwisata di desa tersebut.



b. Koperasi

Desa Wisata juga dapat dikelola oleh koperasi, dimana koperasi didirikan oleh sedikitnya oleh 20 anggota yang membentuk kepengurusan koperasi

dan dikukuhkan oleh Dinas Koperasi setempat menjadi badan hukum yang berkewajiban mengelola kegiatan dan mendapatkan keuntungan (Sisa Hasil Usaha/SHU) dan dipertanggungjawabkan pada Rapat Anggota Tahunan (RAT) koperasi. Kepengurusan koperasi dapat diperbarui secara periodik atau sesuai dengan usulan dalam RAT.



STRUKTUR ORGANISASI KOPERASI WISATA

c. Bumdes

Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) merupakan badan hukum resmi desa yang dibentuk oleh Pemerintah Desa dan Badan Perwakilan Desa (BPD) melalui musyawarah desa. Kelembagaan yang dibentuk menyerupai perusahaan, dimana sahamnya dimiliki oleh pemerintah desa dengan mengangkat direksi untuk menjalankan usaha di desa dengan menggunakan skema penyertaan modal dan aset desa. Di antara sekian banyak usaha yang dapat dilakukan Bumdes, salah satunya adalah usaha pariwisata untuk desa yang memiliki potensi dan produk wisata di desa tersebut.



STRUKTUR ORGANISASI USAHA MILIK DESA

3. Pendanaan Desa Wisata

Sumber pendanaan Pengembangan Desa Wisata antara lain dapat diperoleh dari:

a. Dana Desa

Dana yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara yang diperuntukkan bagi Desa untuk digunakan untuk mendanai penyelenggaraan kegiatan di Desa. Kegiatan yang dapat dilaksanakan menggunakan dana desa yaitu :

- i. Pembangunan Desa adalah pembangunan sarana dan prasarana penunjang desa wisata.
- ii. Pemberdayaan masyarakat desa adalah pelatihan bagi masyarakat desa untuk meningkatkan keterampilan, perilaku, kemampuan, dan kesadaran wisata bagi masyarakat desa.

Penggunaan anggaran dana desa untuk desa wisata ditetapkan melalui musyawarah desa. Jenis penggunaan anggaran dapat mengacu pada Peraturan Menteri Desa tentang prioritas penggunaan dana desa Nomor 11 Tahun 2019⁴.

Penetapan penggunaan dana desa ditentukan berdasarkan hasil kesepakatan pemerintah desa yang disusun berdasarkan Tahapan Penetapan Penggunaan Dana Desa, yaitu:

Tahap I: Musyawarah Desa

- i. Melibatkan setidaknya Pemerintah Desa, Badan Permusyawaratan Desa, dan unsur masyarakat (perwakilan tokoh masyarakat).
- ii. Pembahasan pada musyawarah desa yaitu pembagian porsi anggaran dana desa sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan disepakati bersama dan dituangkan dalam RKP (Rencana Kerja Pemerintah) Desa
- iii. Hal-hal yang dibahas dalam Musyawarah Desa, paling sedikit meliputi:
 - Pencermatan Ulang RPJMDes;
 - Evaluasi RKPDes tahun sebelumnya;
 - Penyusunan prioritas tahun selanjutnya;
 - Pembentukan Tim Penyusun RKPDesa.
- iv. Hasil musyawarah desa dituliskan dalam Berita Acara
- v. Diselenggarakan paling sedikit satu kali dalam 1 (satu) tahun atau sesuai kebutuhan

Tahap II: Penyusunan Rancangan RKP (Rencana Kerja Pemerintah) Desa

- i. Disusun oleh Pemerintah Desa berdasarkan hasil musyawarah desa, informasi dari Pemerintah Kab/Kota dan peraturan penetapan

prioritas penggunaan dana desa pada tahun berjalan.

- ii. Melibatkan pihak terkait antara lain Pemerintah Desa, Tim Penyusun RKP yang telah ditentukan saat musyawarah desa, Pemerintah Kabupaten/Kota bertugas untuk memberitahukan tentang pagu anggaran dana desa, program pembangunan masuk desa yang dibiayai oleh APSD Kab/Kota, APBD Provinsi dan APBN, tipologi Desa berdasarkan perkembangan Desa.
- iii. Pada penyusunan RKP pemerintah desa mempertimbangkan daftar kegiatan yang telah ditentukan pada musyawarah desa untuk dinilai:
 - a. Paling prioritas, berdasarkan paling bermanfaat: mendesak, lebih dibutuhkan, ditujukan kepentingan sebagian besar masyarakat, berdampak besar bagi masyarakat.
 - b. Paling melibatkan masyarakat: didukung oleh sebagian masyarakat, direncanakan dan dikelola sepenuhnya oleh masyarakat, dapat diawasi langsung oleh masyarakat.
 - c. Paling memberdayakan masyarakat: pelaksanaannya dapat dikerjakan oleh masyarakat, bukan dilakukan oleh pihak lain
 - d. Berkelanjutan: kegiatan dapat terus berlanjut dan dikembangkan pekerjaannya di tahun tahun setelahnya
 - e. Ide kegiatan merupakan inisiatif dari masyarakat desa
- iv. Dokumen RKP berisikan kegiatan-kegiatan yang telah disepakati untuk dibiayai dengan Dana Desa sesuai dengan porsi kebutuhannya.
- v. Kepala Desa berkewajiban menyampaikan kepada masyarakat Desa rancangan RKP Desa yang memuat rencana kegiatan-kegiatan yang akan dibiayai dengan Dana Desa.

Tahap III: Penyusunan Rancangan APB Desa

- i. Besaran anggaran berdasarkan peraturan Bupati/Wali Kota mengenai tata cara pembagian dan penetapan rincian Dana Desa.
- ii. Rancangan anggaran pembiayaan kegiatan dengan Dana Desa berpedoman kepada RKP Desa yang telah disusun.
- iii. Kepala Desa wajib mensosialisasikan dan menginformasikan kepada masyarakat Desa tentang APB Desa.
- iv. Masyarakat Desa berhak untuk menyampaikan keberatan kepada Kepala Desa apabila rancangan penggunaan Dana Desa berbeda dengan rencana yang sudah ditetapkan dalam RKP Desa

Tahap IV: Tinjauan Rancangan APB Desa dilakukan oleh Bupati/Wali Kota berdasarkan ketentuan yang berlaku.

b. APBN, APBD Provinsi dan APBD Kab/Kota

Pendanaan pembangunan yang berasal dari Anggaran Pendapatan Belanja Negara, dan Anggaran Pendapatan Belanja Daerah Provinsi dan Kab/Kota berupa program/kegiatan di daerah yang dilaksanakan oleh Pemerintah Pusat/Kab/Kota dan dilaksanakan sesuai dengan mekanisme yang berlaku.

c. Pendanaan dari sumber lainnya yaitu:

- CSR (Corporate Social Responsibility)
Pendanaan dari perusahaan bisnis untuk berkontribusi kepada masyarakat dan komunitas yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup bersama. Pendanaan CSR umumnya berasal dari perusahaan swasta
- Pendanaan lain yang bersifat tidak mengikat
- Pendanaan model bapak asuh



D. MONITORING DAN EVALUASI

1. TUJUAN MONITORING DAN EVALUASI

- Mengetahui kesesuaian rencana program kerja yang dibuat berdasarkan kebutuhan dan karakter dari desa wisata.
- Mengetahui proses pelaksanaan pengelolaan dan pengembangan desa wisata sesuai dengan rencana yang telah dibuat.
- Mengetahui tingkat keberhasilan dalam pencapaian target yang telah ditentukan.

2. SASARAN MONITORING DAN EVALUASI

Terciptanya kesesuaian rencana program kerja serta proses pelaksanaan dan pengembangan desa wisata sehingga tercapai tingkat keberhasilan sesuai dengan target yang telah ditentukan.

3. INSTRUMEN EVALUASI

Instrumen evaluasi merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengevaluasi program pengembangan suatu desa wisata. Dalam penyusunan instrumen evaluasi desa wisata, dapat dilakukan dengan cara mengidentifikasi karakteristik desa wisata yang diteliti dan menjabarkan indikator dari setiap desa wisata.

NO	KARAKTERISTIK	INDIKATOR
1.	ATRAKSI	<ol style="list-style-type: none">Terdapat peningkatan inovasi / penciptaan dan pengelolaan produk wisata berbasis potensi sumber daya lokal di desa wisataTerdapat peningkatan diversifikasi produk wisataTerdapat Peningkatan modifikasi / daur ulang produk wisata sesuai dengan kebutuhan pasarTerdapat peningkatan kunjungan dan kualitas wisatawan di desa wisataTerdapat peningkatan lama tinggal wisatawan di desa wisataTerdapat peningkatan pengeluaran wisatawan di desa wisataTerdapat keberlanjutan even dan paket wisata

NO	KARAKTERISTIK	INDIKATOR
2.	AMENITAS	<ol style="list-style-type: none">Terdapat kualitas lingkungan desa wisata (termasuk sarana prasarana lingkungan untuk mendukung kegiatan kepariwisataan)Terdapat rumah penduduk yang dipakai sebagai homestayTerdapat bangunan yang dimanfaatkan sebagai sarana pariwisata yang berdasarkan tata ruang yang sudah ditetapkanTerdapat kuantitas dan kualitas toiletTerdapat pasar tradisional yang nyamanTerdapat lahan parkir yang memadai

NO	KARAKTERISTIK	INDIKATOR
		7. Terdapat penandaan dan petunjuk arah

NO	KARAKTERISTIK	INDIKATOR
3.	AKSESIBILITAS	1. Terdapat akses jalan yang aman dan memadai 2. Terdapat jalan penghubung ke wilayah luar desa dalam kondisi baik 3. Terdapat moda transportasi lokal 4. Terdapat peningkatan kondisi jalan desa aman bagi pejalan kaki 5. Terdapat kemudahan akses bagi penyandang disabilitas/difable 6. Terdapat kemudahan layanan dan sumber informasi 7. Terdapat keterbukaan masyarakat terhadap tamu wisatawan

NO	KARAKTERISTIK	INDIKATOR
4.	SUMBER DAYA MANUSIA	1. Terdapat warga masyarakat usia produktif yang cukup besar dan bermukim di desa 2. Terdapat lulusan sekolah pariwisata 3. Terdapat warga yang menguasai bahasa asing 4. Peningkatan kompetensi dan keterampilan masyarakat di desa wisata dalam bidang kepariwisataan 5. Peningkatan kapasitas dan peran masyarakat/ SOM setempat dalam inisiasi dan pelaksanaan program desa wisata 6. Peningkatan swadaya masyarakat di desa wisata 7. Peningkatan penciptaan lapangan kerja di desa wisata

NO	KARAKTERISTIK	INDIKATOR
5.	MASYARAKAT	1. Mempunyai atau memiliki prinsip partisipatif dengan pelibatan aktif masyarakat lokal 2. Terdapat mayoritas masyarakat yang memiliki persepsi positif terhadap pariwisata desa 3. Secara dominan warga memiliki pola pikir yang terbuka dan bersahabat dengan orang luar atau wisatawan 4. Menjadikan masyarakat menjadi akselelator bersama pemangku kepentingan mengembangkan desa wisata 5. Masyarakat harus menjadi pusat pembangunan pariwisata di desa 6. Masyarakat menjaga dan melestarikan warisan budaya local 7. Masyarakat mendukung nilai-nilai pancasila



NO	KARAKTERISTIK	INDIKATOR
6.	INDUSTRI	1. Peningkatan sejumlah warga yang bergelut di sektor usaha pariwisata
		2. Peningkatan pendapatan masyarakat dari kegiatan kepariwisataan di desa wisata
		3. Peningkatan modal dalam bentuk daya tarik, produk wisata dan fasilitas pendukung di desa wisata
		4. Terdapat pertumbuhan (jumlah dan kualitas) usaha pariwisata yang dikelola masyarakat setempat di desa wisata.
		5. Terdapat pelibatan industri pariwisata dalam mendorong UMKM CSR dan Bapak Asuh
		6. Terdapat penguatan industri kreatif desa
		7. Berkemampuan mengundang investor PMA maupun PMDN

NO	KARAKTERISTIK	INDIKATOR
7.	PROMOSI DAN PEMASARAN	1. Peningkatan kunjungan wisatawan di desa wisata
		2. Peningkatan lama tinggal wisatawan di desa wisata
		3. Peningkatan pangsa pasar / market share
		4. Peningkatan minat / permintaan pasar terhadap desa wisata
		5. Peningkatan pengeluaran wisatawan
		6. Peningkatan kunjungan ulang
		7. Peningkatan publikasi desa wisata



E. KESIMPULAN DAN PENUTUP

1. Kesimpulan

Secara singkat, 9 langkah Pengembangan Desa Wisata yaitu:

1. Temukan potensi desa melalui rembuk bersama seluruh kalangan warga desa. Bisa keindahan alam, hasil bumi, kekayaan flora fauna/ hayati, sosio kultural, masyarakat, tradisi atau hal-hal yang bersifat khas/unik yang tak dimiliki daerah lain.
2. Temukan permasalahan yang bisa menjadi penghambat, mulai dari yang bersifat fisik, nonfisik atau sosial, baik dari internal maupun eksternal desa.
3. Bangun komitmen dari seluruh komponen desa untuk mengangkat potensi desa. Komitmen ini yang biasanya menjadi faktor penting terwujudnya desa sebagai lokus wisata perdesaan
4. Deskripsi dampak yang akan muncul, baik dampak baik maupun buruk. Masing-masing desa memiliki karakteristik yang akan menimbulkan dampak yang juga berbeda, terutama perubahan-perubahan sosial kultural.
5. Gandeng berbagai pihak seperti Pemerintah Daerah atau pun pihak swasta. Pertimbangkan juga semua dampak jika bekerja sama, termasuk penganggaran pembangunan desa wisata dengan menggunakan seluruh sumber daya ekonomi yang ada.
6. Persiapkan segala perangkat aturan/regulasi norma yang lebih bertujuan untuk mengawal pengembangan desa wisata dari penyimpangan yang mungkin saja bisa terjadi.
7. Lakukan pelatihan untuk seluruh kalangan desa, termasuk pemerintah desa. Mulai tentang manajemen pariwisata, pengelolaan tempat wisata, manajemen pengunjung, hingga inovasi-inovasi yang perlu dikembangkan.
8. Gunakan segala media untuk memperkenalkan dan mempublikasikan potensi wisata di desa baik media konvensional maupun non konvensional. Internet kini menjadi sarana publikasi yang sangat efektif yang bisa menjangkau seluruh belahan bumi.
9. Pelajari kesuksesan desa wisata lain, khususnya dengan desa wisata sejenis. Hanya Desa Wisata dengan manajemen yang profesional dan inovatif saja yang terus eksis.

2. Penutup

Desa wisata sebagai produk wisata alternatif dikembangkan berdasarkan pada potensi desa dengan segala entitas masyarakat, alam dan budaya yang ada di dalamnya sebagai kekuatan daya tarik wisata. Sebagai suatu produk wisata, desa wisata merupakan salah satu jawaban bentuk upaya pengembangan diversifikasi produk yang dapat dilakukan untuk menciptakan keragaman atau pilihan produk wisata yang lebih bervariasi di suatu daerah atau destinasi pariwisata yang menyentuh langsung kepada masyarakat dan secara signifikan dapat mengurangi kecenderungan fenomena perubahan urbanisasi.

Dalam pengembangan sebuah desa wisata diperlukan panduan sehingga dampak dari pengembangan kegiatan di kawasan perdesaan dapat dikontrol. Panduan yang ada diharapkan dapat mendorong terciptanya pengembangan dan pengelolaan desa wisata yang lebih terarah, terencana dan berkelanjutan. Lebih lanjut dapat didukung oleh semua pihak serta memberi manfaat signifikan bagi seluruh masyarakat desa melalui tumbuh dan berkembang ekonomi pariwisata berbasis wisata desa.

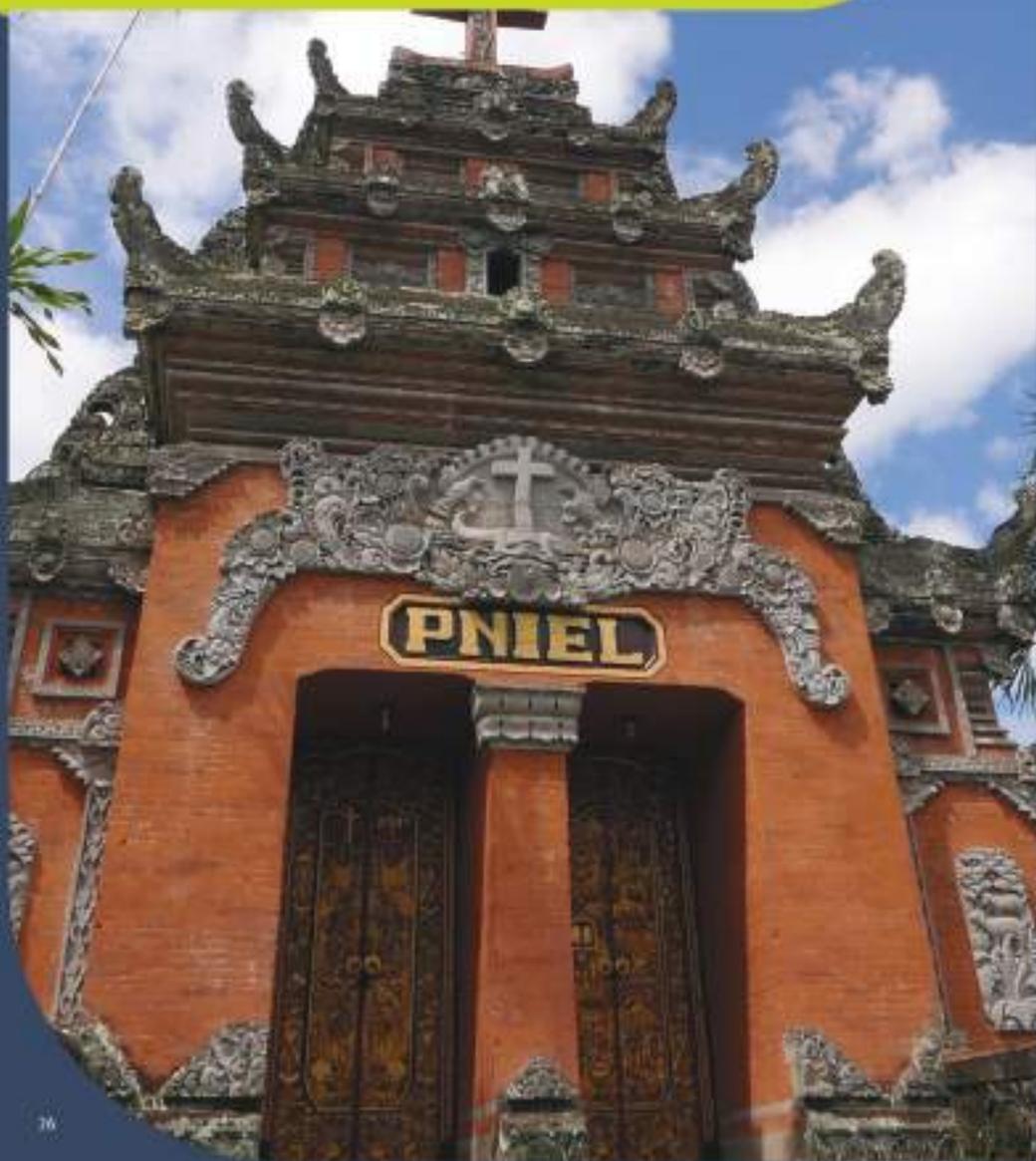


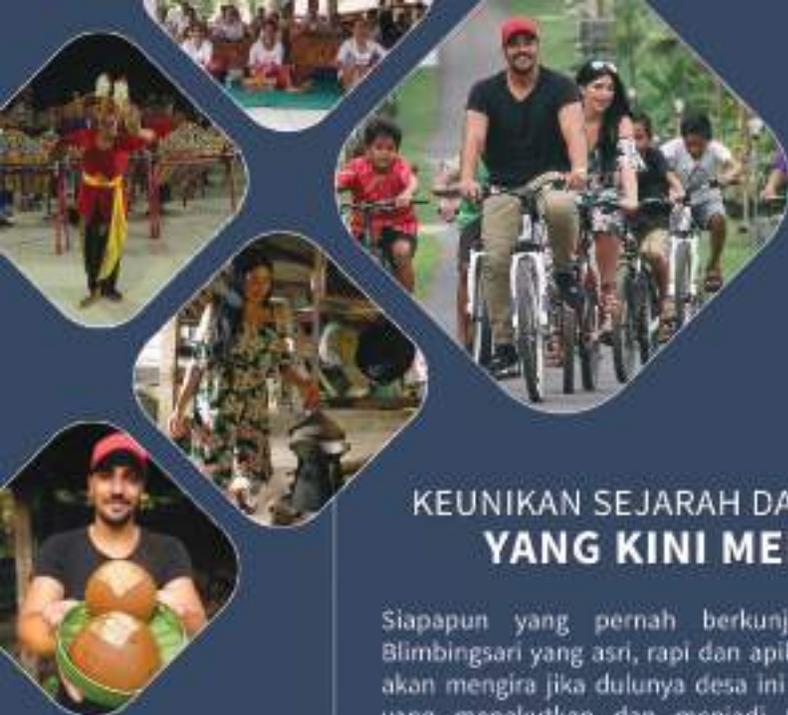
DESA WISATA BERBASIS
BUDAYA



DESA BLIMBINGSARI

DESA WISATA BERBASIS BUDAYA





KEUNIKAN SEJARAH DAN BUDAYA YANG KINI MENDUNIA

Siapa pun yang pernah berkunjung di Desa Blimbingsari yang asri, rapi dan apik ini pasti tidak akan mengira jika dulunya desa ini adalah tempat yang menakutkan dan menjadi tempat simbol kematian. Desa yang terletak di Kabupaten Jembrana, Bali ini dulu adalah hutan (alas) yang angker dan penuh dengan binatang buas. Sebagian besar masyarakat Bali percaya, alas angker yang berada di bagian sebelah barat pulau Bali adalah simbol kematian, ini karena sebelumnya tidak ada kehidupan manusia yang bisa bertahan di bagian pulau tersebut.

Pada tahun 1939, beberapa orang memberanikan diri membuka lahan persawahan dan juga pemukiman di dalam alas angker ini. Saat itu dianggap sesuatu yang mustahil, namun para perintis ini mempunyai keyakinan yang kuat. Akhirnya, sebuah desa pun berhasil berdiri dan kemudian dinamakan Blimbingsari.

Sejarah unik Blimbingsari ini adalah salah satu kelebihan yang mampu dimanfaatkan untuk menarik wisatawan untuk datang. Rata-rata wisatawan yang diceritakan kaget karena Blimbingsari yang sekarang ini adalah desa yang bersih, hijau, damai, asri dan menyenangkan untuk bersantai.



Sejak awal Blimbingsari dirancang dengan tata ruang yang apik. Jika dilihat dari atas, tata ruang desa Blimbingsari ini berbentuk salib, merefleksikan penduduk desa yang beragama Nasrani.

Walaupun penduduk Blimbingsari beragama Nasrani, tapi ternyata mereka sangat berkomitmen melestarikan warisan budaya Bali. Nilai-nilai kristiani bisa membaur dengan keluhuran warisan budaya Bali. Pada setiap bulan minggu pertama dan hari-hari perayaan umat Nasrani, warga Blimbingsari merayakannya menggunakan adat Bali, mulai dari busana, hiasan penjor (janur) hingga musik gamelan Bali. Bahkan Gereja GKPB Paniel Blimbingsari pun mempunyai gaya arsitektur yang kental dengan nuansa kebudayaan Bali, sepiintas mirip dengan pura. Karena keunikannya, Dewan Gereja Dunia atau WCC menobatkan gereja ini sebagai salah satu gereja terunik di dunia. Keunikan kehidupan di Blimbingsari ini ternyata juga sangat menarik minat wisatawan.

Penggagas awal, Pak Yan Murti atau sering dipanggil Pak Murti, sudah lama memimpikan Blimbingsari menjadi salah satu destinasi wisata terkemuka. Sejarah, tata ruang dan perpaduan budaya yang unik serta ditambah keramahmatan penduduknya, adalah magnet untuk mendatangkan wisatawan.

Sejak awal sudah disepakati bahwa pengembangan Desa Wisata Blimbingsari harus dibangun berbasiskan masyarakat. Ini artinya bahwa tidak akan dibangun hotel-hotel seperti layaknya destinasi wisata lain di Bali, namun memilih memberdayakan rumah-rumah warga Blimbingsari sebagai homestay tempat menginap wisatawan.

Menjadikan desa Blimbingsari sebagai destinasi terkemuka bukanlah pekerjaan yang mudah.



wonderful
indonesia 

Pak Murti dan kawan-kawan membutuhkan waktu hingga 7 tahun untuk membuat Blimbingsari mulai dikenal dan mampu mendongkrak ekonomi warga Blimbingsari secara umum. Dibutuhkan keuletan dan kesabaran ekstra untuk mewujudkan mimpi tersebut.

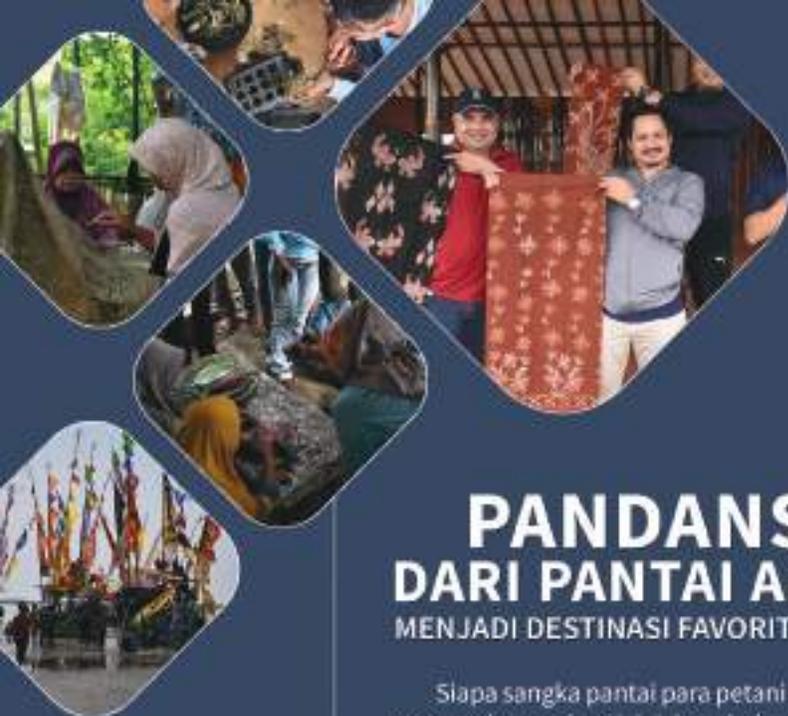
DESA WISATA BERBASIS
ALAM



DESA PANDANSARI

DESA WISATA BERBASIS ALAM





PANDANSARI, DARI PANTAI ABRASI MENJADI DESTINASI FAVORIT WISATAWAN

Siapa sangka pantai para petani garam di Brebes yang terkena abrasi ini berubah menjadi sebuah destinasi wisata yang menjadi favorit wisatawan? Awalnya Dukuh Pandansari, Desa Kaliwlingi, Kecamatan Brebes ini merupakan daerah tambak warga yang mengalami abrasi sekitar 20 tahun lalu. Abrasi menggenus 850 Ha daratan pantai sejak tahun 1985 hingga 2010. Hal itu, membuat efek domino bagi warga berupa hilangnya mata pencaharian, meningkatnya pengangguran, kemiskinan, dan urbanisasi.

Seiring berjalannya waktu, mulai ada inisiatif dari warga Pandansari. Dipelopori oleh Mashadi, warga desa mulai bangkit untuk melawan abrasi dengan cara menanam pohon mangrove. Hasilnya pun mulai tampak. Saat ini ada 25 hektar tambak yang terancam abrasi bisa terlindungi. Sementara dari 22 hektar sawah yang terinterusi air laut kini sudah ada 16 hektar sawah yang bisa diolah kembali.

Tak hanya kelestarian lingkungan saja, Pandansari yang kini mempunyai hutan mangrove ini juga menjadi destinasi wisata yang menarik banyak wisatawan.



Selama liburan lebaran, obyek wisata andalan kota bawang ini ramai pengunjung.

Pandansari menawarkan beberapa destinasi pilihan objek seperti pulau pasir dan telusur hutan mangrove dengan biaya yang terbilang cukup murah. Waktu berkunjung pun tidak dibatasi selama tempat wisata masih dibuka. Sesampainya di Dermaga Pandansari, wisatawan menaiki perahu kecil menuju hutan mangrove.

Perahu melaju di antara hutan bakau dan perairan yang luas. Pemandangan cantik akan segera menyapa. Sejauh mata memandang hanya perairan luas dihiasi ranting-ranting dan pohon bakau. Sesekali berpapasan dengan perahu penumpang yang lain ataupun nelayan yang sedang mencari ikan. Di sisi utara, tampak ombak Laut Jawa dari kejauhan. Di atas rimbunnya hutan bakau, muncul dua gunung tertinggi di Jawa Barat dan Jawa Tengah.

Di sisi barat daya tampak Gunung Ciremai berdiri kokoh yang kerucutnya bak Gunung Fujiyama. Gunung Slamet tak kalah gagah memanjang di sisi yang lain. Burung-burung pantai tak mau kalah berlalu-lalang membuat pemandangan semakin eksotis. Ternyata tambak yang dulu terkena abrasi berhektar-hektar itu kini bisa disulap menjadi ekowisata yang mempesona.

Di dalam hutan mangrove, sudah dibuat jalur telusur yang cukup nyaman untuk dilewati. Suara burung-burung terdengar bersahutan di antara rimbunnya bakau. Beberapa jenis ikan dan kepiting sesekali muncul dari dalam lumpur di antara akar-akar bakau, membuat suasana semakin tenang dan asri. Di sepanjang jalur telusur sudah disiapkan tempat sampah dan di ujung jalur telusur sudah disediakan tempat duduk untuk bersantai.



wonderful
indonesia 

Saat liburan Lebaran adalah puncak jumlah kunjungan wisatawan di Pandan-sari ini. Biasanya, hari pertama Lebaran pengunjung mencapai 2500 wisatawan, kemudian di hari kedua meningkat hingga 4000 wisatawan dan akan terus meningkat di hari-hari berikutnya. Loket akan ditutup jika kunjungan telah mencapai batas kapasitas maksimal, yaitu 5000 wisatawan sehari.

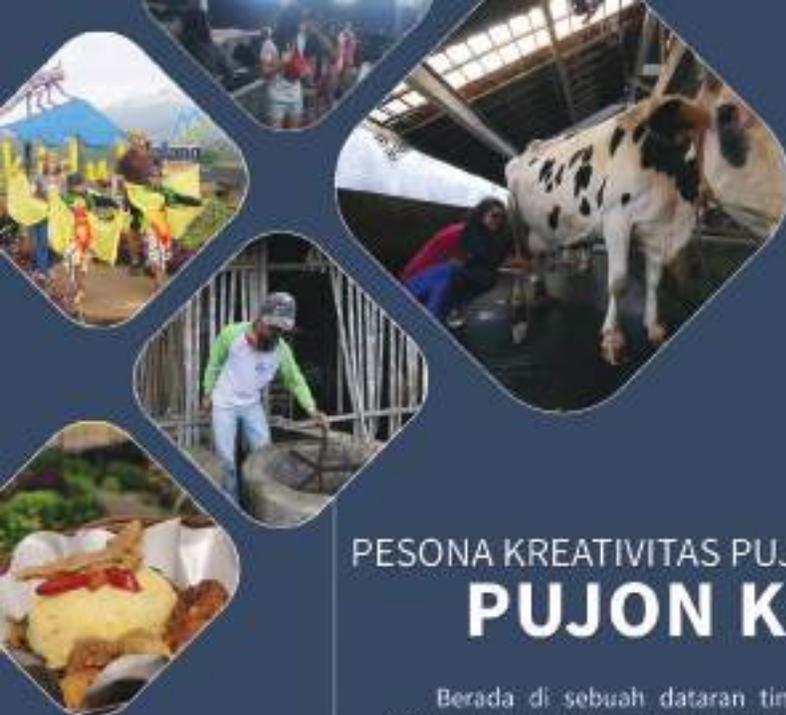
DESA WISATA BERBASIS
KREATIF



DESA PUJON KIDUL

DESA WISATA BERBASIS KREATIF





PESONA KREATIVITAS PUJON KIDUL

PUJON KIDUL

Berada di sebuah dataran tinggi desa Pujon Kidul yang berudara sejuk, dikelilingi panorama alam yang akan mempesona siapa saja yang berkunjung. Kondisi alam desa yang ada di Kabupaten Malang membuatnya menjadi tempat ideal untuk mengembangkan agrobisnis dan tentu saja pariwisata. Lokasi yang tak jauh Kota Wisata Batu juga sangat menguntungkan pariwisata Pujon Kidul.

Tapi menjadikan Pujon Kidul sebagai destinasi favorit bukanlah perkara mudah. Banyak sekali kendala di saat-saat awal program desa wisata ini. Saat dikemukakan ide membuat desa wisata, belum apa-apa warga sudah merasa pesimis. Warga menilai Pujon Kidul tidak mempunyai sebuah obyek wisata sebagaimana layaknya sebuah tempat wisata. Saat itu warga membandingkan Pujon Kidul dengan Kota Wisata Batu.

Pak Udi sebagai Kepala Desa Pujon Kidul bersama timnya terus maju untuk membuktikan bahwa penilaian warga ini salah. Dengan keterbatasan SDM, Pujon Kidul berhasil mendapatkan kunjungan rombongan wisatawan untuk pertama kalinya dari sebuah lembaga pendidikan.



Kunjungan pertama ini menambah semangat pengelola pariwisata Pujon Kidul. Seiring waktu, wisatawan yang berkunjung pun semakin banyak jumlahnya, baik wisata edukasi pertanian, wisata peternakan atau pun wisata alam.

Secara perlahan, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pujon Kidul terus mengalami peningkatan. Pada tahun dimulainya program ini di tahun 2014, tercatat ada 619 wisatawan yang berkunjung dengan omzet sekitar 34,5 juta rupiah. Di tahun 2015 angka ini meroket berkali lipat, menjadi 1.783 wisatawan dengan omzet lebih dari 276 juta rupiah. Ternyata fenomena ini belum berhenti, jumlah wisatawan yang datang terus meroket di tahun berikutnya menjadi 26.311 wisatawan dengan omzet lebih dari 679 juta rupiah. Dan puncaknya ada di tahun 2017, jumlah wisatawan yang datang jumlahnya hampir sepuluh kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya. Tercatat ada 241.525 wisatawan yang datang dengan omzet lebih dari 5,3 milyar rupiah.

Ternyata tidak hanya keindahan panorama alam saja, beberapa atraksi kesenian lokal di Pujon Kidul juga tampil mempesona, mulai dari Kuda Lumping, Pencak Silat, Tari Sanduk dan sebagainya. Sedangkan berbagai wisata edukasi pun juga tersedia di Pujon Kidul ini, mulai dari Panen Buah, Memerah Susu, Menunggang Kuda hingga Museum Desa. Di sini juga tersedia sarana paragliding dan Sawah Desa Café tempat wisatawan sekedar menikmati suasana sejuk pegunungan.

Butuh enam tahun penuh komitmen, kesungguhan dan tentu saja kerja keras yang akhirnya mengantarkan Pujon Kidul sebagai destinasi wisata favorit seperti sekarang ini. Dampaknya pun sangat luar biasa. Kesejahteraan warga Pujon Kidul meningkat, tumbuh UKM di sekitar lokasi atraksi wisata, meningkatnya PAD dalam rangka percepatan pembangunan desa, mengurangi masalah sosial di kalangan pemuda, membuka lapangan kerja baru di kalangan pemuda dan sebagainya.



DESA WISATA DIGITAL 4.0



DESA NGLANGGERAN

DESA WISATA BERBASIS DIGITAL 4.0





DESTINASI FAVORIT DI JAMAN REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Siapa sangka sebuah gunung berbatu akan menjadi sebuah destinasi wisata favorit yang dikunjungi lebih dari 1000 wisatawan di setiap akhir pekannya. Ini bukan cerita dongeng, tapi ini kisah nyata perjuangan Mursidi dan warga desa Nglanggeran yang akhirnya sukses membuat Gunung Api Purba Nglanggeran sebagai salah satu destinasi wisata terkemuka di Gunungkidul.

Desa Nglanggeran, Patuk, Gunungkidul mempunyai destinasi wisata unik dan jarang ada, yaitu Kawasan Gunung Api Purba yang pernah aktif sekitar 60 juta tahun yang lalu. Puncak Gunung Api Purba ini adalah salah satu spot populer yang menyajikan pemandangan spektakuler di kala sunrise dan sunset. Tak hanya itu, embung atau telaga buatan Nglanggeran juga merupakan favorit wisatawan. Di sini wisatawan bisa menikmati indahnya pemandangan Embung Nglanggeran di kala sunset dengan bentangan bebatuan besar Gunung Api Purba dari sisi selatan.

Dulu sebelum dikembangkan menjadi destinasi wisata, desa Nglanggeran hanyalah sebuah desa yang terletak di pegunungan berbatu.



tahun 2010 mencapai 7446 wisatawan yang berkunjung.

Pada tahun 2011 terjadi kenaikan yang signifikan, yaitu 16.582 wisatawan yang berkunjung. Tren kenaikan berlipat-lipat ini terus terjadi di tahun-tahun berikutnya; 27.875 wisatawan pada tahun 2012, kemudian 85.658 wisatawan pada tahun 2013, dan pada puncaknya pada tahun 2014 dengan 325.303 wisatawan yang berkunjung.

Meningkatnya jumlah kunjungan tentu saja juga berdampak dengan naiknya taraf ekonomi Nglanggeran. Peningkatan omzet pengelolaan pun juga terlihat peningkatannya dari tahun ke tahun. Pada tahun 2012 omzet pengelolaan tercatat hanya 81 juta rupiah, namun pada tahun 2013 tercatat lebih dari 400 juta rupiah kemudian pada tahun 2015 lebih dari 1,4 milyar rupiah dan pada tahun 2016 lebih dari 1,6 milyar rupiah.

Besarnya jumlah wisatawan yang berkunjung dan besarnya uang yang berputar di Nglanggeran membuat warga Desa Nglanggeran ogah untuk berurbanisasi atau merantau ke kota. Tercatat angka urbanisasi hanya 0% saja dan 90% warga Nglanggeran bekerja di sektor pariwisata.

Saat ini di desa wisata Nglanggeran telah betapa pentingnya memanfaatkan digital untuk bersaing di era Revolusi Industri 4.0. Mereka memaksimalkan teknologi terkini, mulai dari digital marketing hingga penerapan e-ticketing serta e-payment.





BUKU PEDOMAN

Desa Wisata

