

Penerbit  
**LAKEISHA**

# MEMBANGUN DESA WISATA

*Sinergi Antara Potensi dan Pemberdayaan*



**Dr. Dra. Tatik Mulyati, M.M. | Dr. Ir. Hendro Susilo, S.T., M.T.  
Ahadiati Rohmatiah, S.Hut., M.M. | Anik Tri Haryani, S.H., M.Hum.**

# MEMBANGUN DESA WISATA

*Sinergi Antara Potensi & Pemberdayaan*

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Pasal 1:

1. Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan.

Pasal 9:

2. Pencipta atau Pengarang Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 8 memiliki hak ekonomi untuk melakukan a. Penerbitan Ciptaan; b. Penggandaan Ciptaan dalam segala bentuknya; c. Penerjemahan Ciptaan; d. Pengadaptasian, pengaransemen, atau pentransformasian Ciptaan; e. Pendistribusian Ciptaan atau salinan; f. Pertunjukan Ciptaan; g. Pengumuman Ciptaan; h. Komunikasi Ciptaan; dan i. Penyewaan Ciptaan.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Dr. Dra. Tatik Mulyati, MM.  
Dr. Ir. Hendro Susilo, ST, MT.  
Ahadiati Rohmatiah, S.Hut., MM.  
Anik Tri Haryani, S.H., M.Hum.

# MEMBANGUN DESA WISATA

*Sinergi Antara Potensi & Pemberdayaan*



Penerbit Lakeisha  
2022

**MEMBANGUN DESA WISATA**  
**Sinergi Antara Potensi & Pemberdayaan**

Penulis:

**Dr. Dra. Tatik Mulyati, MM.**  
**Dr. Ir. Hendro Susilo, ST, MT.**  
**Ahadiati Rohmatiah, S.Hut., MM.**  
**Anik Tri Haryani, S.H., M.Hum.**

Editor:

**Dr. Sigit Sapto Nugroho, S.H., M.Hum.**

Layout: Yusuf Deni Kristanto, S.Pd.

Desain Cover: Tim Lakeisha

Cetak I Desember 2022

15,5 cm × 23 cm, ---- Halaman

ISBN: 978-623-420-521-3

Diterbitkan oleh Penerbit Lakeisha  
(**Anggota IKAPI No.181/JTE/2019**)

Redaksi

Srikaton, RT 003, RW 001, Pucangmiliran,

Tulung, Klaten, Jawa Tengah

Hp. 08989880852, Email: [penerbit\\_lakeisha@yahoo.com](mailto:penerbit_lakeisha@yahoo.com)

Website: [www.penerbitlakeisha.com](http://www.penerbitlakeisha.com)

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

# KATA PENGANTAR



Puji syukur Alhamdulillah, atas berkat dan rahmat Allah SWT, buku ini dapat diselesaikan. Buku ini merupakan sumbangan pemikiran para penulis dengan harapan agar dapat memberikan setetes embun keilmuan di bidang kepariwisataan khususnya membangun dan mengembangkan desa wisata melalui potensi dan pemberdayaan masyarakatnya.

Penerbitan buku ini merupakan bagian dari pelaksanaan Program Pengabdian Kepada Masyarakat selama 3 (tiga) tahun yang dibiayai oleh Kementerian Pendidikan dan kebudayaan, Riset dan Teknologi yang mengambil tema tentang “Sinergitas Pemberdayaan Kampung Disabilitas dan Desa Wisata untuk Mengembangkan Simbatan sebagai Desa Wisata di Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Magetan Propinsi Jawa Timur”. Untuk memberikan bahan literasi yang berkualitas maka perlu pengayaan dari berbagai kalangan untuk dapat menelaah buku ini, baik dari perguruan tinggi, pemerintah, dunia usaha, lembaga swadaya masyarakat, komunitas wisata, pelaku ekonomi perdesaan maupun masyarakat luas.

Penulis berharap buku ini dapat memberikan manfaat untuk membuka wawasan bagi masyarakat tentang upaya membangun dan mengembangkan desa wisata melalui peluang potensi yang dimiliki dan usaha pemberdayaannya. Buku ini diharapkan pula dapat menjadi media komunikasi tidak langsung antara pemerintah dan masyarakat dalam merespon

masalah program membangun desa. Selain itu, masyarakat diharapkan dapat lebih memahami peran, arah dan capaian yang sudah dilakukan pemerintah daerah dalam membangun dan mengembangkan desa wisata di masa mendatang.

Kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi c.q Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Riset dan Teknologi yang telah mendanai program hibah pengabdian masyarakat dengan skema Program Pemberdayaan Desa Mitra selama 3 (tiga) tahun, Bapak Bupati Magetan yang mendukung, memberikan arahan dan berkenan memberi kata pengantar untuk buku ini, Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan serta Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa Kabupaten Magetan atas dukungan dan perhatian terhadap program ini. Kepala Desa Simbatan beserta perangkat dan jajarannya dan pihak-pihak yang telah terlibat dan berpartisipasi secara langsung maupun tidak langsung sehingga buku ini bisa tersusun.

Akhirnya, tiada gading yang tak retak. Buku ini tentu bukan sesuatu yang sempurna untuk itu masukan, kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat diperlukan untuk penyempurnaan buku ini sehingga bisa memberikan manfaat dan kontribusi bagi pembangunan dan pengembangan desa wisata berbasis potensi dan pemberdayaan.

Terima kasih...salam literasi Indonesia.

Madiun, Oktober 2022

Tim Penyusun

## KATA PENGANTAR BUPATI MAGETAN, JAWA TIMUR



### BUPATI MAGETAN



Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Salam Sejahtera bagi kita semua

Om Swastiastu

Nama budhaya

Salam Kebajikan....

Saya menyampaikan selamat atas terbitnya buku **"MEMBANGUN DESA WISATA:**

**Sinergi Antara Potensi dan Pemberdayaan."** Buku ini bagi saya adalah otokritik bagi kita semua karena pembudayaan literasi masyarakat bukan hanya urusan dunia Pendidikan saja, tetapi menjadi tanggung jawab kita bersama termasuk pemerintah di dalamnya.

Hadirnya buku ini tentu telah melalui kajian secara teoritik dan yang bersifat praktis serta telah diseminarkan. Buku ini memberikan gambaran tentang bagaimana mengembangkan pariwisata dengan pendekatan *community based tourism development* yang merupakan program pariwisata dengan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk

ikut memiliki keterlibatan dalam pengendalian, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi manajemen pariwisata.

Selanjutnya saya mengapresiasi atas terbitnya buku ini yang merupakan konsep pemikiran para penulis dari Tim PPDM Universitas Merdeka Madiun, yang ingin menyajikan hasil karya yang bermanfaat selama melaksanakan Program Pengabdian kepada Masyarakat selama 3 (tiga) tahun di Desa Simbatan, Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Magetan.

Untuk itu saya selaku Bupati magetan menyambut baik atas diterbitkannya buku ini. semoga buku ini bisa memberikan manfaat bagi para akademisi, praktisi, mahasiswa maupun masyarakat sebagai pelaku pengembangan pariwisata.

Sekian terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Magetan, 22 Nopember 2022  
Bupati Magetan

Dr. Drs. H. Suprawoto, S.H., M.Si.

# DAFTAR ISI



<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR BUPATI MAGETAN, JAWA TIMUR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>

## **BAB I**

<b>PENGANTAR .....</b>	<b>1</b>
A. Pariwisata .....	1
B. Desa Wisata .....	5
C. Perkembangan Desa Wisata.....	10

## **BAB II**

<b>POTENSI DESA .....</b>	<b>16</b>
A. Kehidupan Masyarakat Desa.....	16
B. Sumber Daya Alam, Sosial dan Budaya.....	25
C. Lingkungan Desa.....	36
D. Potensi Ekonomi Desa .....	39

## **BAB III**

<b>EKOWISATA DAN PROSPEK PENGEMBANGAN .....</b>	<b>48</b>
A. Ekowisata.....	48
B. Konsep dan Karakteristik Ekowisata.....	54
C. Segmen Pasar Ekowisata .....	59
D. Prospek Pengembangan Ekowisata.....	61
E. Strategi Pemasaran Ekowisata.....	63
F. Inovatif .....	66

G. Promosi dan Kerjasama .....	67
<b>BAB IV</b>	
<b>MANAJEMEN WISATA.....</b>	<b>74</b>
A. Menejemen Pengelolaan Pariwisata .....	74
B. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Pariwisata ....	77
C. Peningkatan dan Pengembangan Pariwisata .....	83
<b>BAB V</b>	
<b>MEMBANGUN DESA WISATA   SINERGI ANTARA POTENSI DAN PEMBERDAYAAN: (Potret Desa Simbatan Kec. Nguntoronadi, Kab. Magetan ) .</b>	<b>85</b>
A. Konsep Pemikiran .....	85
B. Potret Desa Simbatan : Membangun Desa Wisata Sinergi Potensi & Pemberdayaan.....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>107</b>
<b>BIODATA PENULIS .....</b>	<b>117</b>



# **BAB I**

## **PENGANTAR**

### **A. Pariwisata**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pariwisata didefinisikan sebagai berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha (Nugroho, Nurchayati, Nurhidayati, 2022)

Pembangunan pariwisata memiliki peran signifikan dalam aspek ekonomi sosial dan lingkungan. Dalam aspek ekonomi, sektor pariwisata menyumbang devisa dari kunjungan wisatawan mancanegara (wisman), aktivitas ekonomi wisatawan domestik dan produk domestik bruto (PDB) beserta komponen-komponennya. Dalam aspek sosial, pariwisata berperan dalam penyerapan tenaga kerja, apresiasi seni, tradisi dan budaya bangsa, serta peningkatan jati diri bangsa. Dalam aspek lingkungan, pariwisata dapat mengangkat produk dan jasa wisata seperti kekayaan dan

keunikan alam dan laut, dan alat yang efektif bagi pelestarian lingkungan alam dan seni budaya tradisional (Kusuma, 2019).

Pengembangan sektor pariwisata dan penunjangannya memiliki makna penting dalam integrasi nasional. Aktivitas ekonomi pariwisata dapat tumbuh di berbagai wilayah dengan sektor penunjangannya, dukungan infrastruktur dan sektor lainnya. Aktivitas ini bukan saja berfungsi mengikat geografi wilayah nusantara, tetapi juga memandu lahirnya partisipasi, efisiensi, dan kesejahteraan. Sektor pariwisata yang memberikan kesejahteraan bermakna hak dan kewajiban negara dan warga negara telah berjalan optimal. Warga yang sejahtera cenderung bersifat integratif dan hubungan warga negara dengan pemerintahan dan sangat positif sehingga masing-masing ingin memelihara manfaat dari hubungan tersebut (Adonara, 2022).

Jasa wisata dapat dipandang memberikan keuntungan bagi Indonesia maupun negara berkembang lainnya. Lazimnya proses transformasi struktur ekonomi yang bergerak dari sektor pertanian, manufaktur kemudian ke sektor jasa. Bagi Indonesia yang masih terus membangun ekonomi di berbagai bidang, transformasi dari sektor pertanian ke manufaktur menghadapi kendala serius, yakni limbahnya sektor permodalan, keterampilan maupun entrepreneurship untuk mengolah produk-produk pertanian. Hal ini yang mengakibatkan sebagai besar tenaga kerja masih menggantungkan kepada sektor pertanian. Hanya sebagian kecil saja petani di desa yang sukses berwirausaha mengolah hasil-hasil pertanian. Pembangunan kepariwisataan memberikan manfaat signifikan bagi ekonomi wilayah. Jasa pariwisata berperan mempercepat proses transformasi ekonomi termasuk di wilayah perdesaan. Petani secara bertahap dapat

belajar mengembangkan jasa-jasa lingkungan dan sosial di wilayahnya masing-masing. Momentum tradisi, budaya dan eksotisme lingkungan dapat dikemas sebagai produk wisata desa yang menarik bagi pengunjung dari luar wilayah. Konsep pembangunan wisata berbasis budaya atau lingkungan di desa, akan bersinergi dengan pembangunan pertanian dan memberikan alternatif kesejahteraan bagi petani. Usaha wisata terbukti menunjukkan kelayakan ekonomi lebih tinggi dibanding usaha tani (Nugroho, 2018).

Peluang mengembangkan wisata di desa, atau pengembangan desa wisata sangat terbuka lebar. Menurut Parks et al. sebagaimana dikutip I Nugraha (2018), kelompok masyarakat ekonomi kelas menengah memiliki permintaan yang tinggi terhadap perjalanan dan wisata. Seiring dengan itu, peningkatan sarana infrastruktur, khususnya transportasi, memungkinkan akses ke berbagai wilayah tujuan wisata. Melihat potensi ekonomi ini, wilayah perdesaan perlu berbenah menyiapkan diri untuk menerima kehadiran wisatawan dari luar wilayah atau kota-kota lain. Sudah banyak pemerintah daerah mengoptimalkan pengembangan jasa wisata perdesaan, dan memperoleh manfaat kesejahteraan bagi warganya.

Dalam 10 tahun ini, pembangunan wilayah dan perdesaan berkembang positif distimulasi oleh otonomi daerah, dengan berbagai kelebihan dan kekurangannya. Hal ini menjadi kabar baik bagi seluruh *stakeholder* wisata. Kelompok masyarakat ekonomi kelas menengah berperan dalam pembangunan segala bidang, dengan *disposable income* untuk memenuhi kebutuhan perjalanan dan wisata. Seiring dengan itu, peningkatan sarana infrastruktur, khususnya transportasi memungkinkan akses ke berbagai wilayah tujuan wisata. Potensi wisatawan domestik di Indonesia beberapa dekade ini

mengalami kenaikan yang signifikan. Melihat potensi ekonomi ini, wilayah pedesaan perlu memanfaatkan peluang ini dan sebagian diantaranya dapat memperoleh manfaat sejahteraan dari kegiatan ekonomi pariwisata berbasis pedesaan (Hilman, 2017).

Keterlibatan petani atau penduduk desa dalam jasa pariwisata harus diperjuangkan. Petani atau penduduk desa tidak dapat berupaya sendiri. Mereka perlu dibantu dengan berbagai kebijakan dan program yang relevan. Tidak hanya petani, unsur-unsur Pemda juga perlu menjadi program pembelajaran untuk memahami wisata atau pariwisata. Memahami apalagi menjalankan dunia wisata atau pariwisata memerlukan perubahan sikap dan perilaku untuk lebih terbuka dan toleransi, berjiwa *entrepreneur*, serta bersedia memperbaiki diri sesuai budaya pariwisata (Nugroho, 2018)

Diversifikasi usaha ekonomi di wilayah pertanian atau pedesaan menjadi perhatian banyak pihak. Upaya itu tidak dapat mengandalkan hanya kepada salah satu sektor saja. Terlebih untuk mengembangkan jasa usaha wisata, ia memerlukan beragam sektor pendukung dan kebijakan ekonomi yang terintegrasi antara pedesaan dan perkotaan, sektor tradisional dan modern, serta aspek sosial, lingkungan dengan ekonomi. petani atau penduduk lokal harus menguasai substansi dan kompetensi sektor jasa wisata untuk memenuhi permintaan pengunjung. dari jasa wisata itu pula penduduk lokal memperoleh pendapatan dan kesejahteraan. Desa harus mempersiapkan diri menjadi tujuan wisata dengan harus mengubah citranya tidak lagi sekedar menjadi tumpuan sektor pertanian. Desa perlu berbenah agar menarik dikunjungi, membuat wisatawan nyaman dan betah menikmati kondisi sosial, ekonomi, dan lingkungannya.

Kehidupan desa bukan saja memberikan pengalaman yang berbeda dengan kota, tetapi dipandang sebagai upaya menciptakan keseimbangan kehidupan. Pembangunan ekonomi desa berperan dalam pengembangan nilai kemanusiaan dan lingkungan. Desa dapat memberikan tempat yang memberikan kepuasan atau refreshing, serta pembelajaran banyak hal khususnya tentang konservasi lingkungan dan budaya serta kearifan lokalnya.

## **B. Desa Wisata**

Kehadiran wisatawan ke daerah-daerah, perdesaan, hutan, atau wilayah terpencil sudah berlangsung sejak lama. Fenomena petualangan di alam hutan atau alam terbuka memberikan nuansa wisata. Petualangan yang alamiah yang penuh nuansa budaya tradisional mungkin sulit ditemukan di kehidupan perkotaan atau modern. Potret wisata dan berpetualang dapat dilihat dari dokumentasi atau catatan sejarah. Sejak tahun 1970, perjalanan wisata petualangan alam (*wildlife tourist*) ke Kenya telah dilakukan. Objeknya adalah kekayaan fauna benua Afrika. Perhatian ke alam makin intensif pada tahun 1980, ketika produser film, akademisi, jurnal, atau petualang mampu memvisualisasikan fungsi, kekayaan, dan kerentanan hutan tropika basah serta terumbu karang. Keduanya merupakan paru-paru bagi dunia atas dan bawah laut. Sejak itu, objek wisata berbasis desa, lingkungan hutan, dan keunikan kehidupan desa semakin terangkat (Putri, 2022).

Kegiatan wisata dalam kehidupan pedesaan atau pertanian, berkembang sejak lama. Hal tersebut dikenal dengan kegiatan wisata berbasis masyarakat (*Community Based Tourism/CBT*). Pemikiran ini merupakan variasi konsep keilmuan untuk mendukung kaidah-kaidah konservasi dalam

pengembangan kegiatan wisata di desa. Ada tiga kegiatan pariwisata kata-kata mendukung konsep CBT yakni penjelajahan (*adventure travel*), wisata budaya (*cultural travel*), dan wisata (*ecotourism*). Menurut Bank Dunia, CBT akan melibatkan masyarakat dalam proses pembuatan keputusan khususnya terkait dengan perolehan pendapatan, kesempatan kerja, serta pelestarian lingkungan dan budaya asli setempat yang pada akhirnya akan menumbuhkan jati diri dan rasa bangga dari penduduk setempat yang tumbuh akibat peningkatan kegiatan pariwisata. Konsep CBT juga merupakan implementasi ekonomi kerakyatan di sektor rill, yang langsung dilaksanakan dan dinikmati oleh masyarakat sendiri (Nugroho et'al, 2022).

Implementasi konsep CBT deklarasi Bali tentang *Conserving Cultural Heritage for Sustainable Social, Economic and Tourism Development* pada tanggal 14 Juli 2000 menyatakan antara lain:“ *The growth of the tourist industry brings welcome economic development to many parts of the world. Cultural tourism is now a significant sector of this industry. Mass tourism and inappropriate behavior by tourists and those in the tourist industry can, and has, adversely affected the cultural identity of tourism centers. The tourism industry must recognize that it has a responsibility to contribute to the maintenance of the living culture on which it relies* ” (Dewi, 2013).

Konsepsi mengembangkan desa wisata dapat dimulai dari daya tarik wisata desa dan lingkungannya. Daya tarik wisata, berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2010 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 sampai 2025, adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan

manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Se jauh ini, kekayaan alam dan budaya (termasuk peninggalan) adalah nyawa atau “roh” dari kegiatan pariwisata Indonesia. Tanpa adanya budaya maka pariwisata akan terasa hambar dan kering, dan tidak akan memiliki daya tarik untuk dikunjungi. Ruh wisata tersebut tentu harus dipelihara dan disajikan sebagai objek wisata yang memberi kepuasan kepada wisatawan dan kesejahteraan bagi penduduk desa.

Objek objek wisata beragam mengikuti kehidupan penduduk di desa dan sekitarnya. beragam kehidupan di desa dapat menjadi daya tarik dan memberikan pengalaman berkesan bagi wisatawan. kehidupan dari mata pencaharian, misalnya pertanian, perikanan, peternakan, atau kerajinan; atraksi budaya misalnya tari, *ceremony* tertentu, atau pameran; manfaat lansekap misalnya pemandangan alam, *trekking*; atau jasa penunjangnya merupakan contoh-contoh objek atau layanan wisata yang dapat dikembangkan di desa. Berbagai nomenklatur atau nama dapat di untuk menunjukkan jenis wisata yang dimaksud. Berikut ini nama-nama jenis wisata yang melekat dengan kehidupan desa (Nursyamsiah, 2022)

1. Agrowisata, merupakan jenis wisata yang berbasis dan memanfaatkan budidaya pertanian dan kehidupan petani. termasuk wisata wisata petik buah, wisata kebun (dan pabrik) tebu (gula), kopi atau teh, atau wisata pedesaan umumnya.
2. Wisata bahari, merupakan jenis wisata yang berbasis dan memanfaatkan budidaya perikanan, lautan, wilayah pesisir dan kehidupan nelayan. Termasuk dalam pengertian ini adalah wisata pantai, minawisata (Mina artinya ikan), selam, memancing, snorkeling, berenang, canoing, atau berperahu.

3. Wisata alam, merupakan jenis wisata yang memanfaatkan sumber daya alam dan lingkungan, ekosistem, spesies langka atau terancam, au dan kehidupan manusia di wilayah tersebut. termasuk arum jeram, penjelajahan (*trekking*) atau pendakian, pengamatan satwa, *ice sky*, camping, atau menikmati keindahan alam dan lanskap sekelilingnya.
4. Aerowisata merupakan jenis wisata yang memanfaatkan sumber daya alam dan lingkungan udara, titik pandang dari udara, dan objek lain yang terkait dengan fungsi pandangan dari udara. pengertian ini mencakup para layang, terjun payung, *buggy jumping*, dan terbang layang (*ultralight*)
5. Wisata budaya merupakan jenis wisata yang memanfaatkan kekayaan budaya, nilai-nilai tradisi, sejarah, situs dan kehidupan etnik tertentu. pengertian ini mencakup wisata ziarah, religi, museum, upacara kasodo, grebeg maulud, dan bangunan tua, candi atau istana raja, kota tua, atau napak tilas
6. Wisata belanja desa, merupakan jenis wisata yang memanfaatkan perjalanan atau kunjungan ke desa dan wilayah sekitarnya, dengan karakter produksi desa. Pengertian ini mencakup wisata pasar desa (berdasar hari-hari jasa), pasar terapung, pasar ikan, pasar hewan, pasar sayur, pasar burung, atau pasar bunga.
7. Wisata manufaktur merupakan jenis wisata yang memanfaatkan proses pengolahan bahan tertentu menjadi produksi karya inovatif, unik, atau bernilai seni tertentu. Pengertian ini mencakup wisata batik, kampung pengramik, pengrajin perak, atau wisata ke pabrik kristal.

8. Wisata pertunjukan merupakan jenis wisata yang memanfaatkan momentum atau pertunjukan seni, atraksi tradisional, atau mengekspose budaya tertentu. Pengertian ini meliputi drama lokal, ludruk, sendratari, atau wayang orang
9. Ekowisata merupakan kegiatan wisata yang memuat unsur pendidikan dan dikemas secara profesional, terlatih, dan sebagai suatu sektor/ usaha ekonomi, yang mempertimbangkan warisan budaya, partisipasi, dan kesejahteraan penduduk lokal serta upaya-upaya konservasi sumber daya alam dan lingkungan.

Berbagai jenis wisata kata-kata di atas dapat ditemui di desa sesuai dengan karakter sosial, lingkungan, dan sistem produksi (atau mata pencaharian) yang dikuasai penduduk. Yang menjadi penting adalah bagaimana agar jenis wisata di desa dapat dikelola sebaik-baiknya, dengan memberikan pembelajaran dan pemberdayaan kepada masyarakat, pengalaman berkesan kepada wisatawan, menciptakan kesejahteraan kepada penduduk, dalam konteks keberlanjutan sesuai kaidah-kaidah konservasi.

Kegiatan wisata haruslah memberikan manfaat atau nilai tambah yang berkelanjutan. Nilai tambah untuk pengelolaan yang lebih baik, yang memenuhi standar jasa wisata. Dalam hal ini, wisata telah menjadi di kegiatan ekonomi telah menghasilkan manfaat kesejahteraan (*social benefit*) sebagaimana konsep *sustainable tourism* yang menekankan kepada kegiatan wisata yang berkelanjutan

### C. Perkembangan Desa Wisata

Perkembangan dan perhatian terhadap dunia wisata berbasis masyarakat semakin baik. Dalam tiga puluh tahun terakhir, terjadi pertumbuhan pariwisata yang pesat ke negara-negara berkembang di Afrika, Amerika Latin, dan Asia Tenggara. Ada beberapa alasan relawan yang mendasari (Krisnani, Darwis, 2015).

**Pertama**, konservasi lingkungan. Pengembangan desa wisata adalah implementasi nyata paradigma konservasi lingkungan *think globally act locally*. Langkah ini sejalan dengan upaya konservasi keanekaragaman hayati dan pengendalian pemanasan global (*climate change*). Isu global ini diinisiasi oleh pemerintah dan para peneliti untuk merumuskan langkah nyata, melalui program pemberdayaan ekonomi riil di desa. Konsep atau isu pemanasan global terus dikembangkan, dioperasionalkan, dan disesuaikan dengan kebutuhan penduduk desa, untuk terlibat dalam jasa wisata desa yang berkelanjutan. Kelembagaan pemerintah menjalankan prosedur dan manajemen konservasi alam dan lingkungan, didukung lembaga swadaya masyarakat. Di desa telah terlahir *entrepreneur* atau pemimpin lokal yang kreatif dan inovatif menyajikan jasa-jasa wisata dan penunjangannya. Wisatawan juga diajak memahami peran kehidupan dan wisata desa dikaitkan upaya konservasi lingkungan dan pengabdian pemanasan global.

**Kedua**, peningkatan taraf pendidikan dan permintaan perjalanan. Hampir semua penduduk mengalami peningkatan signifikan dalam pendapatan dan tingkat melek huruf (*literacy*). Kelompok masyarakat ekonomi kelas menengah berperan dalam pembangunan segala bidang, dengan *disposable income* Untuk memenuhi kebutuhan perjalanan dan wisata. Seiring

dengan itu, peningkatan sarana infrastruktur, khususnya transportasi, memungkinkan akses ke berbagai wilayah tujuan wisata. Peningkatan pendidikan penduduk desa mendorong berkembangnya wirausahaan. Mereka memahami jasa usaha bisnis berkarakter profesional, serta mampu menunjukkan kreasi bisnis dan keunggulan kompetitif.

**Ketiga**, peningkatan permintaan kebutuhan berwisata. Telah terjadi perubahan perilaku di dalam memanfaatkan antara bekerja dan berwisata. Masyarakat memanfaatkan waktu senggang dengan berwisata setelah kesehariannya disibukkan dengan waktu kerja. *Trade off* antara waktu senggang dan kerja menyajikan fenomena yang berbeda antarnegara. Di negara berkembang, waktu senggang secara umum digunakan untuk memperdalam studi. Namun masyarakat yang telah berpendidikan juga menyajikan permintaan perjalanan yang cukup signifikan untuk mengisi waktu senggangnya. Di negara maju telah terjadi fenomena penurunan jam kerja, misal di Perancis hanya 35 jam dalam seminggu. Sisa waktu tersebut digunakan untuk memenuhi permintaan rekreasi, khususnya pasar pariwisata di negara-negara.

**Keempat**, dinamika kehidupan setiap orang selalu berubah. Telah terjadi perubahan cara berpikir, sikap dan perilaku pada setiap individu untuk mendapatkan kepuasan, khususnya melalui kegiatan relaksasi, refreshing atau berwisata. Mereka, khususnya wisatawan ingin memperoleh pengalaman unik yang bisa dilihat, dinikmati, dirasakan dan sekaligus dipelajari. Wisata tidak lagi terfokus pada wisata pantai (*sun, sea, and sand*), tetapi mulai berubah ke jenis wisata yang menampilkan eksotisme produk, kreasi budaya, peninggalan sejarah, serta lingkungan setempat. Hal tersebut

kemudian dapat meningkatkan komitmen terhadap peningkatan kualitas lingkungan.

**Kelima**, pelayanan yang berkualitas. seiring penghargaan terhadap waktu senggang, pengunjung menginginkan lebih kepada kualitas pelayanan yang nyaman, aman, mudah, terprogram, memuat unsur pendidikan, serta hal yang sama sekali baru dan khas. Kualitas itu adalah kompensasi dari korbanan tenaga, waktu, dan biaya yang telah mereka bayar dan membuat mereka *fresh* serta sehat kembali ketika masuk kembali ke aktivitas semula. Aspek pelayanan yang berkualitas ini telah menjadi fokus utama jasa-jasa wisata di desa. Melalui pembelajaran berwirausaha wisata, masyarakat mulai memahami bagaimana menampilkan keramahtamahan berwisata (*hospitality*). Masyarakat proaktif memberi informasi jelas dan akurat, memandu dan membentuk persahabatan dalam jasa wisata desa.

**Keenam**, kemajuan teknologi dan informasi. Teknologi informasi dan internet telah menjadi menu informasi penting. teknologi *hardware* dan *software* semakin canggih, cepat dan mobil. Teknologi gadget telah membantu layanan informasi melalui internet atau *offline*. Teknologi GPS dalam *gadget* memudahkan wisatawan dapat menjelajahi wilayah manapun tanpa tersesat. Wisatawan bahkan dapat berkunjung ke suatu tujuan wisata dengan melihat foto-foto jalanan, hotel, pantai, atau melalui kamera google (*google street view*). Internet telah menjadi media beroperasinya dunia pariwisata. Internet tidak hanya menyajikan informasi, animasi, akomodasi, atau procedural kunjungan, tetapi juga menjadi sarana yang efisien khususnya untuk keperluan *ticketing*, pemesanan akomodasi, dan transaksi lainnya. Internet juga menyajikan info-info ringan, akademis, atau bahkan komersial yang dikontribusikan

oleh perorangan, LMS, atau sektor swasta pelaku jasa wisata. Peran media sosial seperti *Facebook* atau *Twitter* sangat efektif melengkapi informasi website yang disediakan pelaku ekowisata. Bahkan pengalaman perjalanan dan kepuasan wisata yang disaring dalam media sosial memberikan informasi yang lebih dipercaya dibanding website.

Perkembangan ekowisata di Indonesia dalam garis besar menyerupai Filipina, Malaysia, Vietnam, atau Thailand. Sedangkan yang membuat spesifik, Indonesia memiliki geografi luas, budaya beragam, distribusi penduduk tidak merata, dan keanekaragaman hayati yang besar. Oleh dunia (*Conversation Internasional, CI*), Indonesia didefinisikan sebagai negara prioritas untuk konservasi sumber daya keanekaragaman hayati dunia. Kawasan konservasi di Indonesia menyebar di berbagai kepulauan (daratan dan perairan) sehingga potensi pengembangannya terbuka sangat lebar dan sangat menjanjikan untuk investasi jasa ekowisata (Sya, Hatimah, 2021).

Namun demikian, kendala yang dihadapi jasa ekowisata juga sangat berat, antara lain infrastruktur belum memadai, kesadaran lingkungan masih rendah, mekanisme pasar yang masif, kemiskinan, dan rendahnya *entrepreneurship*. Kendala tersebut harus diurai, diselesaikan dengan pembelajaran semua pihak. Kunjungan wisatawan asing ke Indonesia adalah potensi besar untuk diarahkan kepada wilayah tujuan ekowisata, dengan produk dan jasa yang unik dan kaya keanekaragaman hayati. Wisata di Bali memang sangat khas, yakni memuat aspek budaya hingga 40 persen dan aspek lingkungan 60 persen. Rata-rata provinsi ekowisata di Indonesia adalah 90 persen aspek lingkungan dan 10 persen budaya (Purwahita, et al, 2022).

Saat ini, rencana pengembangan pariwisata (termasuk ekowisata) mengacu Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 50 Tahun 2010 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) sebagai *leading sektor* telah menetapkan 50 Destinasi Pariwisata Nasional (DPN), dimana 15 DPN dipromosikan melalui program *Destination Management Organization (DMO)*. DMO adalah konsep manajemen tata kelola destinasi pariwisata yang mencakup perencanaan, koordinasi, implementasi, dan pengendalian organisasi destinasi secara inovatif dan sistematis melalui pemanfaatan jejaring, informasi, dan teknologi yang terpadu dengan peran serta masyarakat, asosiasi, industri, akademisi dan pemerintah dalam rangka meningkatkan kualitas pengelolaan volume kunjungan, lama tinggal dan pengeluaran wisatawan serta manfaat bagi masyarakat di destinasi pariwisata (Asmoro, et'al, 2022).

DMO merupakan pembentukan dan pengembangan organisasi tata kelola destinasi pariwisata yang berkelanjutan berdasarkan proses mulai dari perencanaan hingga operasional dan pemantauan. Program DMO dilaksanakan melalui koordinasi pemerintah pusat dan daerah yang melibatkan masyarakat setempat atau lokal, wisatawan serta stakeholder lain untuk mengembangkan kawasan pariwisata. Program ini telah berjalan selama kurun waktu 3 tahun telah menunjukkan peningkatan yang menggembirakan serta berdampak positif bagi pergerakan ekonomi masyarakat sekitarnya.

Sejalan dengan dinamika, gerak perkembangan pariwisata merambah dalam berbagai terminologi seperti, *sustainable tourism development*, *rural tourism*, *ecotourism*, merupakan pendekatan pengembangan kepariwisataan yang

berupaya untuk menjamin agar wisata dapat dilaksanakan di daerah tujuan wisata bukan perkotaan. Salah satu pendekatan pengembangan wisata alternatif adalah desa wisata untuk pembangunan pedesaan yang berkelanjutan dalam bidang pariwisata.

Desa wisata adalah sebuah kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik khusus untuk menjadi daerah tujuan wisata. Di kawasan ini, penduduknya masih memiliki tradisi dan budaya yang relatif masih asli. Selain itu, beberapa faktor pendukung seperti makanan khas, sistem pertanian dan sistem sosial turut mewarnai sebuah kawasan desa wisata. Di luar faktor-faktor tersebut, alam dan lingkungan yang masih asli dan terjaga merupakan salah satu faktor terpenting dari sebuah kawasan tujuan wisata.



## BAB II

# POTENSI DESA

### A. Kehidupan Masyarakat Desa

Secara sederhana desa itu adalah hasil perpaduan antara berbagai kelompok kegiatan manusia dengan lingkungannya. Secara lebih formal desa merupakan kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas-batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat yang diakui dan dihormati dalam sistem Pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Sebagaimana pendapat ahli sosiologi yaitu Ferdinand Tonnies pengertian desa adalah tempat tinggal suatu masyarakat yang bersifat “*gemeinschaft*” yaitu saling terikat oleh perasaan dan persatuan yang masih erat.

Pengertian desa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Poerwadarminta, 1976) adalah: “*sekelompok rumah di luar kota yang merupakan kesatuan, kampung (di luar kota); dusun;... 2 dusun atau udik (dalam arti daerah pedalaman sebagai lawan dari kota);....*”. Desa menurut kamus tersebut terutama dalam arti fisik. Lain lagi dengan istilah desa dalam rembug desa, yang berarti fisik, masyarakat dan pemerintahannya. Istilah lain yang memiliki pengertian hampir sama adalah *village*. Menurut *The Random House Dictionary* (1968), *village* adalah: “*a small community or group of house in a rural area usually smaller than a town and*

*sometimes incorporated as a municipality*” Definisi tersebut mengandung makna bahwa yang dimaksud dengan masyarakat kecil adalah masyarakat di daerah pedesaan atau secara umum disebut desa. Masyarakat kecil disebut atau desa sebagai masyarakat yang anggota-anggotanya hidup bersama di suatu lokalitas tertentu atau batas-batas wilayah yang jelas, yang seorang merasa dirinya bagian dari kelompok, kehidupan mereka meliputi urusan-urusan yang merupakan tanggungjawab bersama dan masing-masing merasa terikat pada norma-norma tertentu yang mereka taati bersama.

Pengertian desa secara umum lebih sering dikaitkan dengan pertanian. Egon E Bergel dalam Eko Murdiyanto (2008), mendefinisikan desa sebagai setiap pemukiman para petani (*peasant*). Menurutnya ciri pertanian bukanlah ciri yang selalu melekat pada setiap desa, tetapi fungsi desa sebagai tempat tinggal (menetap) dari suatu kelompok masyarakat yang relatif kecil. Suatu desa ditandai dengan keterikatan warganya terhadap suatu wilayah tertentu dan bukannya pada pertanian semata. Dalam konteks sosiologi, masyarakat yang memiliki ikatan kebersamaan dan ikatan terhadap wilayah tertentu disebut sebagai suatu komunitas (*community*).

Sedangkan menurut Koentjaraningrat dalam Eko Murdiyanto (2008) yang mendefinisikan desa sebagai tempat menetap komunitas kecil. Namun yang terpenting dari definisi tersebut bahwa desa tidak semata-mata terikat pada pertanian, tetapi sebagai suatu kumpulan komunitas yang memiliki ikatan warganya terhadap wilayah yang didiaminya.

Soerjono Soekanto (2006: 162), menyatakan adanya istilah “*community*” dapat diterjemahkan sebagai masyarakat setempat. Masyarakat setempat adalah wilayah kehidupan

sosial yang ditandai oleh suatu derajat hubungan sosial yang tertentu. Dasar dasar dari masyarakat setempat adalah lokalitas dan perasaan semasyarakat setempat tersebut. Ciri-ciri pokok suatu masyarakat yaitu manusia yang hidup bersama, bercampur untuk waktu yang cukup lama, mereka sadar bahwa mereka merupakan suatu kesatuan, dan merupakan suatu sistem hidup bersama, sebagaimana ciri khas masyarakat desa di Indonesia.

Menurut Soerjono Soekanto (2006: 166-167) pula masyarakat desa pada hakikatnya bersifat *gradual*. Warga suatu masyarakat desa mempunyai hubungan yang lebih erat dan lebih mendalam ketimbang hubungan mereka dengan warga masyarakat pedesaan lainnya. Sistem kehidupannya berkelompok atas dasar sistem kekeluargaan. Penduduk masyarakat desa pada umumnya hidup dari pertanian, walaupun terlihat adanya tukang kayu, tukang membuat genteng dan bata, tukang bangunan, akan tetapi inti pekerjaan penduduk pedesaan adalah sector pertanian. Masyarakat ditandai oleh ciri-ciri, yaitu adanya interaksi, ikatan pola tingkah laku yang khas di dalam semua aspek kehidupan yang bersifat mantap dan kontinyu, dan adanya rasa identitas terhadap kelompok, dimana individu yang bersangkutan menjadi anggota kelompoknya.

Kehidupan masyarakat desa selalu memiliki ciri-ciri atau dalam hidup bermasyarakat, yang biasanya tampak dalam perilaku keseharian mereka. Pada situasi dan kondisi tertentu, sebagian karakteristik dapat digeneralisasikan pada kehidupan masyarakat desa di Jawa. Namun demikian, dengan adanya perubahan sosial religius dan perkembangan era informasi dan teknologi, terkadang sebagian karakteristik tersebut sudah

tidak berlaku atau berubah seiring dengan perubahan kehidupan masyarakat desa tersebut.

Menurut Abdul Syani dalam Basrowi (2005:41) menyebutkan bahwa masyarakat ditandai oleh empat ciri, yaitu adanya interaksi, ikatan pola tingkah laku yang khas didalam semua aspek kehidupan yang bersifat mantap dan kontinyu, serta adanya rasa identtas terhadap kelompok, dimana individu yang bersangkutan menjadi anggota kelompoknya. Sedangkan Soerjono Soekanto (2006:156-157) menyatakan bahwa sebagai suatu pergaulan hidup atau suatu bentuk kehidupan bersama manusia, maka masyarakat itu mempunyai ciri-ciri pokok sebagai berikut :

1. Manusia yang hidup bersama. Di dalam ilmu sosial tak ada ukuran yang mutlak ataupun angka yang pasti untuk menentukan berapa jumlah manusia yang harus ada. Akan tetapi, secara teoritis angka minimumnya ada dua orang yang hidup bersama.
2. Bercampur untuk wilayah yang cukup lama. Kumpulan dari manusia tidaklah sama dengan kumpulan benda-benda mati, seperti kursi, meja dan sebagainya, karena berkumpulnya manusia akan timbul manusia- manusia baru. Manusia itu juga dapat bercakap-cakap, kesan-kesan atau perasaan- perasaannya. Sebagai akibat hidup bersama itu timbulah sistem komunikasi dan timbulah peraturan-peraturan yang mengatur hubungan antar manusia dalam kelompok tersebut.
3. Mereka sadar merupakan sebuah kesatuan Mereka merupakan suatu sistem hidup bersama. Sistem kehidupan bersama menimbulkan kebudayaan, oleh

karena setiap anggota kelompok merasa dirinya terikat satu dengan yang lainnya.

Menurut Talcot Parsons sebagaimana pendapat Ruman Sumadilaga (1994) dalam Maulana A.M (2020) menggambarkan masyarakat desa sebagai masyarakat tradisional (*Gemeinschaft*) yang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

1. Afektifitas ada hubungannya dengan perasaan kasih sayang, cinta, kesetiaan dan kemesraan. Perwujudannya dalam sikap dan perbuatan tolong-menolong, menyatakan simpati terhadap musibah yang diderita orang lain dan menolongnya tanpa pamrih.
2. Orientasi kolektif sifat ini merupakan konsekuensi dari afektifitas, yaitu mereka mementingkan kebersamaan, tidak suka menonjolkan diri, tidak suka akan orang yang berbeda pendapat, intinya semua harus memperlihatkan keseragaman persamaan.
3. Partikularisme pada dasarnya adalah semua hal yang ada hubungannya dengan keberlakuan khusus untuk suatu tempat atau daerah tertentu. Perasaan subyektif, perasaan kebersamaan sesungguhnya yang hanya berlaku untuk kelompok tertentu saja (lawannya Universalisme).
4. Askripsi yaitu berhubungan dengan mutu atau sifat khusus yang tidak diperoleh berdasarkan suatu usaha yang tidak disengaja, tetapi merupakan suatu keadaan yang sudah merupakan kebiasaan atau keturunan (lawanya prestasi).
5. Kekabaran (*diffuseness*), sesuatu yang tidak jelas terutama dalam hubungan antara pribadi tanpa ketegasan yang dinyatakan eksplisit. Masyarakat desa menggunakan bahasa tidak langsung, untuk menunjukkan sesuatu.

Ciri-ciri masyarakat diatas selaras dengan definisi masyarakat yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa masyarakat adalah kelompok manusia yang terbesar dan mempunyai kebiasaan, tradisi, sikap dan perasaan yang sama Masyarakat itu meliputi pengelompokan-pengelompokan yang lebih kecil yang mempunyai hubungan yang erat satu sama lain.

Sedangkan ciri-ciri masyarakat menurut Munandar Soelaman dalam Khalid (2021) ialah adanya sejumlah orang, tinggal dalam suatu daerah tertentu, adanya sistem hubungan, ikatan atas dasar kepentingan bersama, tujuan dan bekerja bersama, ikatan atas dasar unsur unsur sebelumnya, rasa solidaritas, sadar akan adanya interdependensi, adanya norma-norma dan kebudayaan. Kesemua ciri-ciri masyarakat ini dicoba ditransformasikan.

Berikut ini disampaikan sejumlah karakteristik kehidupan masyarakat desa, yang terkait dengan etika dan budaya mereka, yang bersifat umum yang selama ini masih banyak kita ditemui. Setidaknya, ini menjadi salah satu wacana bagi kita yang akan bersama-sama hidup dan kehidupan di lingkungan masyarakat pedesaan (Jimmy Asshiddiqie, 2010).

1. Sederhana

Sebagian besar masyarakat desa hidup dalam kesederhanaan. Kesederhanaan ini terjadi karena dua hal:

- a. Secara ekonomi memang tidak mampu
- b. Secara budaya memang tidak senang menyombongkan diri.

2. Menjunjung tinggi tata krama (Jawa :*unggah-ungguh*).

Sebagai masyarakat atau orang Timu, orang desa sangat menjunjung tinggi kesopanan atau “*unggah-ungguh*” apabila:

- a. Bertemu dengan tetangga;
  - b. Berhadapan dengan pejabat;
  - c. Berhadapan dengan orang yang lebih tua/dituakan;
  - d. Berhadapan dengan orang yang lebih mampu secara ekonomi;
  - e. Berhadapan dengan orang yang tinggi tingkat pendidikannya.
3. Hidup dalam suasana guyup rukun/kekeluargaan  
Sudah menjadi karakteristik khas bagi masyarakat desa bahwa suasana kekeluargaan dan persaudaraan telah mendarah-daging dalam hati sanubari mereka.
4. Bersikap lugas  
Berbicara apa adanya, itulah ciri khas lain yang dimiliki masyarakat desa. Mereka tidak peduli apakah ucapannya menyakitkan atau tidak bagi orang lain karena memang mereka tidak berencana untuk menyakiti orang lain. Kejujuran, itulah yang mereka miliki.
5. Tertutup dalam persoalan keuangan  
Biasanya masyarakat desa akan menutup diri manakala ada orang yang bertanya tentang sisi kemampuan ekonomi keluarga. Apalagi jika orang tersebut belum begitu dikenalnya. Katakanlah, mahasiswa yang sedang melakukan tugas penelitian survei pasti akan sulit mendapatkan informasi tentang jumlah pendapatan dan pengeluaran mereka.
6. Bersikap minder terhadap orang kota.

Satu fenomena yang ditampakkan oleh masyarakat desa, baik secara langsung ataupun tidak langsung ketika bertemu/bergaul dengan orang kota adalah perasaan mindernya yang cukup besar. Biasanya mereka cenderung untuk diam/tidak banyak omong.

7. Menghargai orang lain (Jawa :*ngajeni*)

Masyarakat desa benar-benar memperhitungkan kebaikan orang lain yang pernah diterimanya sebagai “patokan” untuk membalas budi sebesar-besarnya. Balas budi ini tidak selalu dalam wujud material tetapi juga dalam bentuk penghargaan sosial atau dalam bahasa Jawa biasa disebut dengan “*ngajeni*”.

8. Menepati janji

Bagi masyarakat desa, janji yang pernah diucapkan seseorang/komunitas tertentu akan sangat diingat oleh mereka terlebih berkaitan dengan kebutuhan mereka. Hal ini didasari oleh pengalaman/trauma yang selama ini sering mereka alami, khususnya terhadap janji-janji terkait dengan program pembangunan di daerahnya. Sebaliknya bila janji itu tidak ditepati, bagi mereka akan menjadi “luka dalam” yang begitu membekas di hati dan sulit menghapuskannya. Contoh kecil: mahasiswa menjanjikan pertemuan di Balai Desa jam 19.00. Dengan tepat waktu, mereka telah bersiap namun mahasiswa baru datang jam 20.00. Mereka akan sangat kecewa dan selalu mengingat pengalaman itu.

9. Gemar bergotong-royong

Salah satu ciri khas masyarakat desa yang dimiliki di hampir seluruh kawasan Indonesia adalah gotong-royong atau kalau dalam masyarakat Jawa lebih dikenal

dengan istilah “*sambatan*”. Uniknya, tanpa harus dimintai pertolongan, serta merta mereka akan “*nyengkuyung*” atau bahu-membahu meringankan beban tetangganya yang sedang punya “*gawe*” atau hajatan. Mereka tidak memperhitungkan kerugian materiil yang dikeluarkan untuk membantu orang lain. Prinsip mereka: “*rugi sathak, bathi sanak*”. Yang kurang lebih artinya: lebih baik kehilangan materi tetapi mendapat keuntungan bertambah saudara.

#### 10. Demokratis

Sejalan dengan adanya perubahan struktur organisasi di desa, pengambilan keputusan terhadap suatu kegiatan pembangunan selalu dilakukan melalui mekanisme musyawarah untuk mufakat. Dalam hal ini peran BPD (Badan Perwakilan Desa) sangat penting dalam mengakomodasi pendapat/input dari warga.

#### 11. Religius

Masyarakat pedesaan dikenal sangat religius. Artinya, dalam keseharian mereka taat menjalankan ibadah agamanya. Secara kolektif, mereka juga mengaktualisasi diri ke dalam kegiatan budaya yang bernuansa keagamaan. Misalnya: tahlilan, rajaban, Jumat Kliwonan, dll.

Penggolongan tipe desa juga dilakukan dengan melihat tingkat perkembangan masyarakatnya (Eko Murdianto 2008). Berdasarkan perkembangan masyarakatnya desa-desa di Indonesia dapat dibagi menjadi 5, yaitu:

1. Desa Tradisionil (pra desa), desa ini banyak dijumpai pada masyarakat suku-suku terasing yang seluruh kehidupan masyarakatnya (termasuk bercocok tanam,

cara memelihara kesehatan, cara memasak makanan dan sebagainya) masih sangat tergantung pada pemberian alam sekeliling mereka, misalnya; suku badui dalam, suku dayak, suku anak dalam dan sebagainya.

2. Desa Swadaya, yaitu desa yang memiliki kondisi relatif statis tradisional dalam arti masyarakatnya sangat tergantung pada ketrampilan dan kemampuan pimpinannya, misalnya; desa badui luar, dan sebagainya.
3. Desa Swakarya (desa peralihan), yaitu desa yang mulai disentuh oleh anasir-anasir dari luar berupa pembaharuan yang sudah mulai dirasakan oleh anggota masyarakat, misalnya; desa-desa di Jawa yang terletak di pelosok.
4. Desa Swasembada, yaitu desa dimana masyarakatnya telah maju yang ditandai dengan sudah mengenal dan menggunakan mekanisasi pertanian dan teknologi ilmiah dan selalu berubah-ubah sesuai dengan perkembangan.
5. Desa Pancasila, yaitu tipe desa ideal yang dicita-citakan bangsa Indonesia dengan tercapainya masyarakat yang adil dan makmur.

## **B. Sumber Daya Alam, Sosial dan Budaya**

### **1. Sumber Daya Alam**

Kehidupan masyarakat desa di Indonesia yang sederhana tercermin dari kehidupan yang selalu menghargai alam semesta yang telah memberikan penghidupan bagi masyarakat desa.

Sektor desa merupakan kawasan lumbung sumberdaya alam yang melimpah ruah, yang merupakan sektor penyediaan

sumber pangan bagi masyarakat perkotaan juga untuk dirinya sendiri, selain sebagai sektor penyediaan sumber makanan sektor ini juga merupakan lumbung sumber bahan baku untuk keperluan industri. Meskipun sektor desa memiliki sumberdaya alam yang sangat banyak, namun masyarakat dipedesaan tidak memiliki kemampuan untuk mengeksploitasi sumber daya alam tersebut. (Bawono, 2019).

Sumber daya alam yang dimiliki disektor pedesaan justru dinikmati oleh pihak-pihak luar, mulai perusahaan dalam negeri sampai perusahaan- perusahaan asing, maupun dalam bentuk individu yang menikmati dan menguasai modal dalam mengambil sumberdaya alam disektor pedesaan, dalam arti yang lebih luas sektor ini tulang punggung dalam penyediaan sumber makanan seperti padi/gabah, jagung, ketela, sayur-sayuran, buah- buahan juga sebagai penyedia bahan baku untuk menghidupkan industri, seperti kelapa sawit, kopi, kakau, dan berbagai komoditi lainnya yang kesemuanya dihasilkan dari sektor ini.

Sektor pedesaan memiliki peranan penting, juga tulang punggung utama dalam penyediaan sumber makanan untuk memenuhi segala kebutuhan untuk kelangsungan hidup masyarakatnya sendiri dan masyarakat perkotaan. Meskipun demikian, sektor ini masih jauh ketinggalan dalam aspek SDM, sarana dan prasarana, kemiskinan, ketimpangan dan kesenjangan pembangunan menjadi isu hangat dan menarik untuk dijadikan objek penelitian, kajian, dijadikan bahan bincangan, bahan seminar, diskusi dan juga menjadi objek sategis para politikus untuk mencari popularitas dan pencapaian tujuan politik kelompok, individu, maupun partai-partai politik tertentu.

Pada hakikatnya banyak sekali sumberdaya di desa dapat dimanfaatkan untuk memberikan kesejahteraan bagi masyarakat desa, namun masalah yang selalu timbul dari pemerintah sebagai pelaksana pembangunan selalu terkendala dengan ketersediaan dan kemampuan sumberdaya manusia. Kendala ini menjadi sebuah pernyataan yang membuktikan dengan kenyataan, fenomena ini menjadi sebuah fakta sosial bahwasanya desa tidak terberdaya, meskipun memiliki potensi sumber daya alam dan jasa yang sangat besar dalam memberikan penghidupan pada masyarakat desa Potensi yang dimiliki tersebut, dikalau mampu dan bisa dimanfaatkan secara optimal, masalah kemiskinan, pengangguran, terisolir, kemunduran pembangunan dan berbagai-bagai masalah yang timbul dapat diselesaikan dan di atasi secara perlahan-lahan.

Pemanfaatan sumber daya alam di desa dapat dilakukan dengan adanya desa wisata. Desa Wisata adalah sebuah area atau daerah pedesaan yang memiliki daya tarik khusus yang dapat menjadi daerah tujuan wisata. Di desa wisata, penduduk masih memegang tradisi dan budaya yang masih asli. Serta beberapa aktivitas pendukung seperti sistem bertani, berkebun serta makanan traditional juga berkontribusi mewarnai keberadaan desa wisata itu sendiri. Selain faktor tersebut, faktor lingkungan yang masih asli dan terjaga merupakan faktor penting yang harus ada disuatu desa wisata. Menurut Peraturan Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata, desa wisata adalah suatu bentuk kesatuan antara akomodasi, atraksi, sarana dan prasarana pendukung wisata yang disajikan dalam suatu tatanan kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tradisi yang berlaku (Antara, M., Arida, S., 2015:23).

Desa wisata adalah suatu wilayah pedesaan yang menawarkan keaslian baik dari dari segi sosial budaya, adat

istiadat, keseharian, arsitektur tradisional, struktur tata ruang desa yang disajikan dalam suatu bentuk integrasi komponen pariwisata antara lain seperti atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung (Faris Zakaria 2014). Desa wisata adalah suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat keseharian, memiliki arsitektur bangunan, dan struktur tata ruang desa yang khas, atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta memiliki potensi untuk dikembangkan berbagai komponen kepariwisataan, seperti memiliki potensi untuk makanan – minuman dan kebutuhan wisata lainnya.

Pengembangan wisata daerah pedesaan merupakan dampak adanya perubahan minat wisatawan terhadap daerah destinasi wisata. Tumbuhnya kecenderungan dan motivasi wisata khusus yang menginginkan wisata yang kembali ke alam, interaksi dengan masyarakat lokal, serta tertarik untuk mempelajari keunikan budaya lokal sehingga mendorong pembangunan wisata daerah pedesaan.

Obyek wisata yang ada di daerah pedesaan merupakan suatu desa yang mempunyai sarana yang mendukung kegiatan kepariwisataan dan dikembangkan menjadi obyek wisata baru. Menurut Antara, M., dan Arida, S. (2015). Sebelum mengembangkan desa wisata, terlebih dahulu harus memperhatikan aspek 4 A, yaitu:

- a. *Attraction* merupakan produk utama sebuah tujuan wisata. Hal ini berkaitan dengan apa yang dapat dilihat dan dilakukan oleh wisatawan yang berkunjung ke lokasi wisata tersebut. Hal yang dapat dilihat dan dilakukan di desa wisata disini dimaksudkan adalah seperti keindahan alam dan keunikan dari alam yang ada

dilokasi, booth photo, area bermain, peninggalan cerita legenda, atraksi khas desa tersebut, seperti seni budaya, upacara adat, budaya lokal, Bahasa lokal, makanan khas lokal dll. (Made Antara dan Sukma Arida, 2015).

- b. *Accessibility* merupakan infrastruktur dan sarana yang akan mengantarkan ke lokasi wisata tersebut. sarana transportasi akses jalan serta petunjuk arah menuju lokasi wisata tersebut. banyak wisatawan yang kecewa karena hal dalam akses tersebut tidak memenuhinya.
- c. *Amenity* merupakan sarana pendukung untuk melengkapi fasilitas para wisatawan dalam memenuhi keinginannya selama dilokasi. Desa wisata dapat menyediakan tempat penginapan/*homestay*, warung makan atau warung perlengkapan, toilet, tempat parkir, klinik, tempat ibadah dan fasilitas lainnya yang akan memberikan kemudahan kepada para wisatawan. Fasilitas ini diharapkan berjujukan dengan destinasi alam yang dituju karena dikhawatirkan mengganggu akan kekhasan dari alam tersebut. sebagai pengelola harus mampu memetakan destinasi dengan fasilitas umum tersebut.
- d. *Ancillary* merupakan orang-orang yang terjun langsung dalam pengurusan dan mengelola lokasi desa wisata. dengan di kelola oleh orang-orang yang berkomitmen terhadap desa tersebut maka wisatawan atau pengunjung akan berdatangan karena pelayanan dan keunikan dari lokasi tersebut sangat menarik di hati para pengunjung.

## 2. Sosial Budaya

Memahami suatu masyarakat sangat diperlukan dalam upaya melakukan interaksi dengan masyarakat tersebut. Salah satu upaya untuk memahami masyarakat dapat dilakukan dengan memahami secara mendalam bentuk-bentuk proses

sosial dalam masyarakat, baik dalam konteks masyarakat luas maupun dalam konteks suatu keluarga yang memiliki norma tertentu. Untuk itulah diperlukan pemahaman yang mendalam mengenai proses-proses sosial dalam masyarakat dan keluarga.

Kemampuan memahami suatu masyarakat sangat diperlukan dalam upaya melakukan interaksi dengan masyarakat tersebut. Keberhasilan dalam memahami masyarakat melalui pemahaman bentuk-bentuk proses sosial dalam masyarakat, baik dalam konteks masyarakat luas maupun dalam konteks suatu keluarga. Untuk memahami proses-proses sosial dalam masyarakat dan keluarga sangat diperlukan dalam upaya memahami suatu masyarakat, terutama masyarakat desa yang memiliki aspek sosial khas perdesaan.

Masyarakat di desa memiliki ciri khas tersendiri yang memiliki perbedaan jauh dengan kehidupan masyarakat perkotaan, bahkan antara satu desa dengan desa yang lainnya memiliki keberagaman baik dari segi adat istiadat maupun pola interaksi dan komunikasi sesama warga anggota masyarakatnya. Dalam aspek sosial budaya kehidupan sesama anggota masyarakat di desa, masyarakat disektor ini memiliki karakter dan ciri khas tersendiri, misalkan dalam gaya hidup, nilai-nilai kebersamaan, bersahaja, akrab sesama anggota masyarakat yang lainnya. Dalam kehidupan keseharian secara sosial mereka saling kenal mengenal antara anggota masyarakat yang lain, mereka memiliki pertalian perasaan yang sama tentang kesukaan, kebiasaan, begitu juga halnya dengan karakter yang mereka miliki sangat dipengaruhi oleh aspek sosila lingkungan mereka, begitu juga halnya dengan kegiatan ekonomi atau bertani juga dipengaruhi alam sekitar, misalkan seperti iklim, keadaan alam, kekayaan alam,

sedangkan pekerjaan yang bukan agraris adalah bersifat sambilan.

Sebagian besar warga masyarakat desa hidup dari pertanian, masyarakat tersebut homogen, seperti dalam hal mata pencaharian, agama, adat istiadat, sosial budaya dan sebagainya. Bagi masyarakat pedesaan yang masih menganut pola pertanian tradisional terjadi hubungan yang erat antar sesama anggota masyarakat yang lain, hal ini tentunya dikarenakan dalam proses pertanian tradisional budaya menjunjung tinggi tolong menolong dan gotong-royong, apalagi dengan sistem tradisional yang menyebabkan antar petani saling bantu membantu dan tolong-menolong sesama warga masyarakat lainnya. Tolong menolong sesama anggota masyarakat merupakan cirri khas daripada masyarakat desa secara social budaya yang tetap terus dilestarikan. Begitu juga dalam hal kesertiakawanan sosial, kekompakan dan kesatuan. Selain dari pada itu masyarakat ini juga memiliki sifat-sifat yang sama, persamaan dalam pengalaman, pola dan budaya kerja. Dari segi hubungannya antara sesama anggota masyarakat bersifat informal, tetapi tidak bersifat kontrak sosial atau perjanjian sebagaimana masyarakat perkotaan.

Nilai-nilai Budaya tentang kebersamaan dan tolong menolong sesama anggota masyarakat misalkan pada acara pesta, sunah rasul, kemalangan atau kematian dan berbagai kegiatan sosial lainnya baik secara pribadi maupun untuk kepentingan umum mereka saling bergotong-royong, begitu juga halnya dengan kegiatan usaha tani yang mereka lakukan, mereka saling bantu membantu, sehingga setiap petani tidak perlu member upah kepada petani yang lain, mereka hanya menyiapkan makanan, minuman untuk petani yang membantunya disawah. Kebiasaan atau tradisi yang dimiliki

oleh masyarakat tani bersifat tidak terikat dalam bentuk perjanjian, akan tetapi mereka saling mempercayai antara sesama petani lainnya.

Tradisi seperti ini, telah ada dalam kehidupan sosial budaya masyarakat dipedesaan sejak berabad-abad yang lampau, yang merupakan warisan dari generasi kegenerasi selanjutnya. Mereka saling membantu antara yang satu dengan lainnya, kebiasaan ini dilakukan atas dasar permintaan seseorang maupun atas dasar rasa kemanusiaan (sosial) karena merupakan satu kesatuan dalam masyarakat desa.

Nilai-nilai kebersamaan yang dimiliki masyarakat desa sangat terasa dan ketara sebelum kemunculan teknologi. Namun paska teknologi mekanisasi pertanian tersebut tradisi ini mulai terkikis. Disebabkan dewasa ini, para petani untuk membajak tanah sudah bertukar dari cangkul dengan traktor, juga penanaman padi yang awalnya dilakukan dengan tenaga manusia bertukar dengan mesin, begitu juga dengan memotong padi dengan tenaga manusia dengan menggunakan sabit berubah dengan mesin pemotong padi. Nilai-nilai kebersamaan yang merupakan warisan dari generasi-kegenerasi yang telah mengakar dalam aspek kehidupan masyarakat di sektor ini sudah mulai memudar seiring dengan perjalanan waktu dan kemunculan industri-industri pertanian. Termasuk kebersamaan dalam berbagai sendi kehidupan sosial budaya lainnya.

Secara sosial budaya Indonesia merupakan Negara yang memiliki pluralisme dan multikulturalisme dan nilai-nilai lokalitas sebagai dasar lahirnya Negara Kesatuan Republik Indonesia. Di seluruh Indonesia dewasa ini tercatat berjumlah sekitar 73.000 (tujuh puluh tiga ribu) Desa dan sekitar (delapan

ribu) kelurahan. Desa-desanya tersebut dapat dibedakan antara desa biasa dan desa adat (Fatkhul Muin, 2016). Karena itu, ada dua konsep masyarakat yang di lapangan biasa dibedakan satu dengan yang lain, yaitu masyarakat desa, dan (masyarakat adat. Dalam Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa diuraikan sebagai berikut:

“Desa atau yang disebut dengan nama lain mempunyai karakteristik yang berlaku umum untuk seluruh Indonesia, sedangkan Desa Adat atau yang disebut dengan nama lain mempunyai karakteristik yang berbeda dari Desa pada umumnya, terutama karena kuatnya pengaruh adat terhadap sistem pemerintahan lokal, pengelolaan sumber daya lokal, dan kehidupan sosial budaya masyarakat Desa. Desa Adat pada prinsipnya merupakan warisan organisasi pemerintahan masyarakat lokal yang dipelihara secara turun-temurun yang tetap diakui dan diperjuangkan oleh pemimpin dan masyarakat Desa Adat agar dapat berfungsi mengembangkan kesejahteraan dan identitas sosial budaya lokal. Desa Adat memiliki hak asal usul yang lebih dominan daripada hak asal usul Desa sejak Desa Adat itu lahir sebagai komunitas asli yang ada di tengah masyarakat. Desa Adat adalah sebuah kesatuan masyarakat hukum adat yang secara historis mempunyai batas wilayah dan identitas budaya yang terbentuk atas dasar teritorial yang berwenang mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat Desa berdasarkan hak asal usul.”

Nilai-nilai Keindonesiaan merupakan bagian pengejawantahan dari konstruksi dasar pembangunan masyarakat Indonesia yang merdeka dan berdaulat. Keaslian

nilai-nilai tersebut tercermin dalam kehidupan masyarakat Indonesia terutama kehidupan masyarakat pedesaan dengan sistem pemerintahan lokalnya yang dibangun atas dasar keadilan nilai-nilai lokal. Selain itu dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa, tidak hanya menyebutkan desa secara umum, tetapi ada istilah desa adat, yang memiliki karakteristik secara khusus dan dipengaruhi dan identitas sosial dan budaya lokal.

Pada hakikatnya budaya memiliki nilai-nilai yang senantiasa diwariskan, ditafsirkan, dan dilaksanakan seiring dengan proses perubahan sosial kemasyarakatan. Pelaksanaan nilai-nilai budaya merupakan manifestasi, dan legitimasi masyarakat terhadap budaya. Eksistensi budaya dan keragaman nilai-nilai luhur kebudayaan yang dimiliki oleh bangsa Indonesia merupakan sarana dalam membangun karakter warga negara, baik yang berhubungan dengan karakter privat maupun karakter publik.

Secara umum menurut Konsep B. Malinwsky, kebudayaan di dunia ini mempunyai 7 (tujuh) unsur universal, yaitu (Fatkhul Muin, 2016) :

- a. Bahasa;
- b. Sistem teknologi;
- c. Sistem mata pencaharian;
- d. Organisasi sosial;
- e. Sistem pengetahuan;
- f. Religi, dan;
- g. Kesenian.

Dengan demikian secara sosial budaya desa secara hukum yang memiliki hak asal usul dan hak tradisional dalam mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat berperan

mewujudkan cita-cita kemerdekaan berdasarkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 perlu dilindungi dan diberdayakan agar menjadi kuat, maju, mandiri, dan demokratis sehingga dapat menciptakan landasan yang kukuh dalam melaksanakan pemerintahan dan pembangunan menuju masyarakat yang adil, makmur, dan sejahtera. (Fatkhul Muin, 2016).

Dalam konteks pengembangan sosial budaya masyarakat terutama dalam masyarakat pedesaan, Sebagaimana pengembangan budaya terdiri atas empat komponen, yaitu (Nugroho S.S, Ahadiati, Mutmainah, 2020):

a. Melestarikan dan menghargai budaya lokal.

Tradisi budaya lokal merupakan bagian yang penting dalam menanamkan rasa bermasyarakat, serta memberikan identitas kepada masyarakat. Masyarakat perlu mengidentifikasi apa komponen yang unik dari warisan budayanya, serta menentukan komponen mana yang ingin dipertahankan. Semua itu membutuhkan perencanaan yang tersusun, serta bagaimana mencapainya. Misalnya, membangun industri lokal yang berbasis budaya lokal.

b. Melestarikan dan menghargai budaya asli.

Melestarikan dan menghargai budaya orang-orang pribumi merupakan isu sentral untuk pengembangan masyarakat. Masyarakat pribumi atau asli yang anggotanya mendominasi dan karena itu masyarakat diidentifikasi, serta kasus orang-orang pribumi yang tergolong sebagai sebuah masyarakat beserta orang-orang yang latar belakang budayanya berbeda.

c. Multikulturalisme.

Pada umumnya, multikulturalisme merujuk pada kelompok etnis yang berbeda yang tinggal di suatu masyarakat tetapi mempertahankan identitas budaya yang berbeda. Isu kebijakan multikultural dan politik sangatlah kompleks, akan tetapi keanekaragaman latar belakang budaya merupakan realitas bagi banyak masyarakat. Oleh sebab itu, multikulturalisme merupakan aspek yang penting dari pembangunan budaya masyarakat.

- d. Budaya Partisipatif. Hal ini telah menjadi fokus dari banyak program pengembangan budaya masyarakat. Partisipasi budaya dilihat sebagai cara penting untuk membangun modal sosial, memperkuat masyarakat dan menegaskan identitas.

### **C. Lingkungan Desa**

Pada era sekarang ini pembangunan secara terus menerus dilakukan di berbagai aspek, baik itu aspek ekonomi, aspek sosial, aspek lingkungan dan aspek-aspek lainnya. Salah satu hal yang menjadi perhatian dalam pembangunan merupakan aspek lingkungan. Lingkungan adalah salah satu hal yang penting untuk diperhatikan, karena lingkungan mencerminkan dan menggambarkan kondisi atau keadaan dalam suatu wilayah tertentu, sehingga dapat mencerminkan aktivitas, keperilakuan masyarakat dalam wilayah tersebut.

Pembangunan dan lingkungan memiliki hubungan yang saling berkaitan, timbal balik dan memiliki interaksi yang sangat erat. Tidak dapat dipungkiri, bahwa pembangunan dapat mempengaruhi lingkungan dan lingkungan pun dapat mempengaruhi pembangunan. Serta keduanya saling berkaitan dan saling berhubungan. Namun, keduanya baik

pembangunan dan lingkungan belum tentu dapat saling mendukung. Karena mungkin saja pembangunan yang kurang optimal sehingga menciptakan lingkungan yang kurang kondusif dan dapat pula lingkungan yang kurang mendukung, dalam hal ini lingkungan yang negative dapat menghambat pembangunan yang ada di suatu wilayah atau kawasan tertentu.

Lingkungan adalah kombinasi antara kondisi fisik yang mencakup keadaan sumber daya alam seperti tanah, air, energi surya, mineral, serta flora dan fauna yang tumbuh di atas tanah maupun di dalam lautan, dengan kelembagaan yang meliputi ciptaan manusia seperti keputusan bagaimana menggunakan lingkungan fisik tersebut. Segala sesuatu yang ada di sekitar kita yang terdiri atas lingkungan biotik dan lingkungan abiotik disebut. Tempat dimana makhluk-makhluk hidup dan mati ada, bertumbuh dan berkembang itulah yang disebut lingkungan hidup. Lingkungan alami umumnya dapat ditemui di pedesaan yang belum banyak kendaraan bermotor dan masyarakatnya masih sangat sederhana. Pada masyarakat seperti ini, penduduk dapat hidup harmonis dengan lingkungannya. Lingkungan perkotaan yang banyak kendaraan bermotor dan berdiri berbagai pabrik termasuk lingkungan tercemar. Pencemaran itu terutama akibat limbah dan asap dari pabrik maupun asap yang dikeluarkan oleh kendaraan.

Lingkungan desa yang sehat adalah lingkungan yang bersih. Lingkungan sehat memiliki ciri-ciri yakni: Udara bersih dan segar, Tanah yang subur, Sumber air yang bersih, Air sungai yang mengalir terlihat bersih dan jernih, Sampah tidak berserakan, Banyak tumbuhan hijau yang tumbuh dengan subur. Membangun desa bersih adalah memperbaiki desa yang kotor menjadi bagus dan indah dipandang.

Suasana lingkungan desa yang asri, indah dan alami sekarang ini menjadi daya Tarik tersendiri bagi masyarakat, sehingga banyak bermunculan desa-desa wisata yang mengeksplere keindahan lingkungan hidup, suasana asri dan bersih serta keanekaragaman tradisional masyarakat desa. Potensi lingkungan hidup yang dimiliki oleh suatu desa dapat menjadi berkah bagi masyarakatnya apabila mampu diperdayakan sehingga menghasilkan pendapatan bagi desa untuk menunjang pembangunan desa maupun sarana prasarana yang ada, baik untuk menunjang desa wisata atau menunjang kesejahteraan masyarakat desa.

Salah satu desa yang saat ini berhasil mengelola lingkungan sumberdaya alam dan mengantarkan desa menjadi desa yang mandiri serta sejahtera adalah Desa Ponggok Kecamatan Pulanharjo Kabupaten Klaten Jawa Tengah. Desa Ponggok yang dulunya saat jauh tertinggal secara perekonomian dan kemajuan masyarakat kini sudah berubah menjadi salah satu desa yang maju dan berhasil. Untuk mencapai keberhasilan dan kemajuan tersebut tentunya bukan sebuah perkara yang mudah harus ada perencanaan dan strategi yang matang sehingga menghasilkan sebuah produk kebijakan yang bagus dan nilai jual tinggi, serta bisa memberikan kesejahteraan bagi masyarakatnya (Hastutik, 2020).

Dengan demikian sumberdaya lingkungan menjadi sangat berarti bagi desa ketika potensi itu dapat dimanfaatkan ditunjang sumberdaya manusia yang konsisten dan mampu melihat potensi lingkungan sebagai sebuah komoditas yang bernilai ekonomi untuk menunjang kesejahteraan masyarakat desa.

#### **D. Potensi Ekonomi Desa**

Potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan, kekuatan, kesanggupan, daya. Potensi ekonomi adalah kemampuan ekonomi yang ada di desa atau daerah yang mungkin dan layak dikembangkan sehingga akan terus berkembang menjadi sumber penghidupan rakyat setempat bahkan dapat mendorong perekonomian daerah secara keseluruhan untuk berkembang dengan sendirinya dan berkesinambungan. (Pardosi, 2022).

Potensi dalam kegiatan bidang ekonomi berarti memiliki arti pengertian sesuatu yang dikembangkan atau dapat ditingkatkan pemanfaatan nilainya. Menggali nilai manfaat sumber daya alam yang lebih mengarah kepada kegiatan bentuk ekonomi ekonomi. Untuk menggali potensi ini maka dibutuhkan aktivitas atau kegiatan dalam bentuk ekonomi yang bisa menggali dan meningkatkannya. Pemanfaatan sumber daya alam telah dilakukan dalam berbagai bentuk kegiatan dan disesuaikan dengan sumber daya alam yang dimiliki. Kegiatan pemanfaatan potensi sumber daya alam untuk meningkatkan roda ekonomi.

Pemanfaatan potensi ekonomi desa dari sumber daya pada alam di Indonesia bersifat dinamis karena banyaknya kegiatan dapat dilakukan untuk mengembangkan potensi sumber daya dari alam seperti halnya kegiatan meningkatkan potensi pertanian, potensi perkebunan, potensi perikanan, potensi pertambangan, potensi pariwisata dan potensi kehutanan (Ramadhani, 2019).

##### **a. Bidang Pertanian**

Kegiatan dalam bentuk ekonomi pada bidang pertanian merupakan kegiatan yang hingga saat ini masih

dilakukan sebagian besar penduduk Indonesia terutama pada daerah pedesaan. Dengan di dukung keadaan alam dimana memiliki kondisi tanah yang subur dan iklim yang mendukung membuat penduduk Indonesia banyak yang menggantungkan hidupnya pada potensi pertanian ini.

b. Bidang Perkebunan

Kegiatan dalam ekonomi perkebunan umumnya merupakan kegiatan dari ekonomi budidaya yang menghasilkan manfaat atau nilai guna. Lahan dengan ukuran cukup luas merupakan daerah yang digunakan untuk dijadikan daerah perkebunan. Kegiatan bentuk ekonomi dalam bidang perkebunan ditujukan untuk menghasilkan komoditas pertanian dalam jumlah yang besar. Biasanya, kegiatan dalam ekonomi perkebunan disertai dengan industri pengolahan hasil perkebunan yang sengaja dibangun di area perkebunan. Komoditas yang dihasilkan diolah dan dikemas terlebih dahulu sebelum dijual kekonsumen sehingga menambah nilai komoditas tersebut. Potensi komoditas perkebunan yg dikembangkan di Indonesia di antaranya adalah teh, karet, kelapa, kopi, coklat, dan kelapa sawit.

c. Bidang Perikanan

Kegiatan dalam ekonomi perikanan budi daya di Indonesia umumnya berupa udang dan bandeng. Namun demikian, banyak penduduk yang juga mengembangkan jenis budi daya perikanan lain secara mandiri dan skalanya sangat kecil berupa budidaya ikan air tawar, misalnya ikan lele, patin, nila, mas, dan lain-lain. Di samping itu, potensi hasil perikanan juga dipasok dari hasil tangkapan laut oleh nelayan.

#### d. Bidang Peternakan

Kegiatan dalam bidang peternakan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan akan bahan pangan protein hewani. Hasil kegiatan dalam ekonomi peternakan di Indonesia dimanfaatkan untuk kebutuhan dalam negeri, karena hasil ternak tersebut belum mencukupi bagi konsumsi seluruh penduduk secara merata. Oleh sebab itu pemerintah terus berusaha menggali potensi dari kegiatan dalam ekonomi bidang peternakan ini dengan memberikan bimbingan dan penyuluhan, meningkatkan jumlah tenaga medis ternak, menyediakan bibit unggul, memberantas penyakit ternak, dan memperluas daerah peternakan. Dalam usaha meningkatkan kegiatan peternakan ini sangat berhubungan dengan lingkungan alam, yang meliputi: iklim, tempat, tersedianya bahan makanan ternak dan sumber air. Ekonomi, penduduk Indonesia memelihara ternak untuk mengambil manfaat dari daging, tenaga, kotoran, dan susu sebagai tambahannya. Kegiatan dari ekonomi peternakan di Indonesia dapat dibedakan atas ternak besar, yaitu sapi, kerbau, kuda. Ternak sedang, kambing, domba, babi. Ternak unggas, yaitu ayam, itik, burung.

#### e. Bidang Pertambangan

Kegiatan dalam ekonomi industri pertambangan di Indonesia saat ini masih menggunakan banyak perusahaan dan pekerja asing. Keuntungannya tentu saja juga dinikmati oleh perusahaan asing tersebut. Kondisi ini tentunya akan mengurangi pemasukan yang merupakan potensi pendapatan bagi negara dan berdampak pada kegiatan dari ekonomi pembangunan. Harapannya adalah kegiatan potensi pertambangan dikelola oleh putra

dan putri Indonesia agar dapat memberikan dampak optimal bagi kesejahteraan masyarakat.

f. Bidang Pariwisata

Kegiatan ekonomi yang lagi marak dilakukan dengan menonjolkan potensi yang dimiliki masyarakat terutama masyarakat desa adalah potensi pariwisata. Karena secara ekonomi potensi pariwisata dapat menambah pendapatan desa sehingga mampu untuk mewujudkan desa mandiri dan mewujudkan kesejahteraan masyarakat desa tersebut.

g. Bidang Kehutanan

Kegiatan dalam ekonomi atau aktivitas penebangan hutan terus dilakukan untuk diambil kayunya dan atau dijadikan lahan pertanian dan perkebunan. Akibatnya, luas hutan Indonesia makin berkurang dan banyak kerusakannya akibat aktivitas ini. Tidak sedikit spesies yg terancam punah bahkan telah punah oleh kegiatan ini.

Pengembangan potensi ekonomi desa adalah sebuah proses ataupun cara untuk mengembangkan kemampuan ekonomi yang ada di desa yang mungkin dan layak dikembangkan sehingga akan terus berkembang menjadi menjadi sumber penghidupan rakyat setempat bahkan dapat mendorong perekonomian daerah secara keseluruhan untuk berkembang dengan sendirinya dan berkesinambungan.

Salah satu tujuan pembangunan pedesaan adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Rendahnya tingkat kesejahteraan masyarakat di pedesaan masih menjadi salah satu permasalahan pembangunan ekonomi di Indonesia. Peningkatan kesejahteraan masyarakat desa sejalan dengan satu dari tujuh belas kesepakatan bersama dalam *Sustainable Development Goals* (SDGs), yaitu menghapus kemiskinan dalam

segala bentuk dimanapun. Tujuan tersebut tertuang menjadi beberapa target, salah satunya adalah menurunkan masyarakat kategori miskin menurut standar nasional menjadi separuhnya. Dengan potret sebagian besar masyarakat miskin di Indonesia berada di wilayah pedesaan, maka program peningkatan kesejahteraan masyarakat desa dengan memanfaatkan potensi ekonomi diharapkan dapat membantu mencapai target yang tertuang dalam SDGs tersebut.

Program pembangunan pedesaan bertujuan pada peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan potensi ekonomi desa. Seringkali kesejahteraan masyarakat hanya dikaitkan dengan kekayaan atau akumulasi kekayaan dan kepemilikan harta benda. Sehingga kesejahteraan hanya dianggap sebagai kemampuan untuk melakukan konsumsi. Pembangunan pedesaan di masa lampau hanya berhubungan dengan masalah bagaimana melakukan modernisasi di sektor pertanian dan mengambil manfaat ekonomi langsung yang dihasilkan dari modernisasi tersebut. Maka pengembangan dan pembangunan sector potensi ekonomi desa merupakan sebuah keniscayaan yang harus dilakukan.

Seiring dengan perkembangan masyarakat yang semakin kompleks, maka untuk menyelesaikan masalah pembangunan dibutuhkan pendekatan dari berbagai multidisiplin. program pembangunan multi disiplin ini sebagai pembangunan inklusif. Pembangunan inklusif tidak hanya melihat pada satu aspek ekonomi saja, tapi juga melihat aspek sosial seperti keterlibatan masyarakat, terkait dengan prioritas politik dalam melaksanakan program pembangunan. Oleh karena itu strategi pembangunan pedesaan diharapkan dapat berdasar pada aspek ekonomi potensial yang dimiliki oleh desa.

Pemerintahan desa merupakan lembaga perpanjangan pemerintah pusat yang dapat memiliki peran strategis dalam pengaturan masyarakat desa untuk percepatan keberhasilan pembangunan nasional. Menurut Syahza dan Suarman (2013), pembangunan pedesaan harus dilakukan dengan pendekatan yang sesuai dengan sifat dan ciri yang khas dari desa itu sendiri sehingga tingkat partisipasi masyarakat akan sangat dipengaruhi terutama dari aspek potensi ekonomi desa yang digali.

Menurut Wibowo, A. Alfarisy, M. F, (2020) pembangunan pedesaan harus mengikuti empat upaya besar, satu sama lain saling berkaitan dan merupakan strategi pokok pembangunan pedesaan. *Pertama*, memberdayakan ekonomi masyarakat desa. Dalam upaya ini diperlukan masukan modal dan bimbingan- bimbingan pemanfaatan teknologi dan pemasaran untuk memampukan dan memandirikan masyarakat desa; *Kedua*, meningkatkan kualitas sumberdaya manusia pedesaan agar memiliki dasar yang memadai untuk meningkatkan dan memperkuat produktivitas dan daya saing. *Ketiga*, pembangunan prasarana di pedesaan. Untuk daerah pedesaan prasarana perhubungan merupakan kebutuhan yang mutlak, karena prasarana perhubungan akan memacu ketertinggalan masyarakat pedesaan; dan *keempat*, membangun kelembagaan pedesaan baik yang bersifat formal maupun non-formal.

Kelembagaan yang dibutuhkan oleh pedesaan adalah terciptanya pelayanan yang baik terutama untuk memacu perekonomian pedesaan seperti lembaga keuangan. Penyelenggaraan pemerintahan dibidang pembangunan pada dasarnya adalah kunci keberhasilan pengembangan potensi ekonomi lokal untuk menguatkan daya saing daerah.

Pemetaan potensi ekonomi lokal merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menemukan dan mengenali potensi sosial ekonomi dan budaya masyarakat lokal atau disebut juga sebagai kegiatan orientasi sosial (Kartika, 2018). Kegiatan ini merupakan bagian dari proses sosialisasi awal, dilakukan setelah dan atau bersamaan dengan kegiatan Kunjungan informal ke kelompok- kelompok strategis di tingkat desa atau kelurahan. Kondisi sosial budaya dan sosial ekonomi yang perlu ditemukan dan dikenali mencakup beberapa kondisi sebagai berikut: nilai-nilai apakah yang dianut oleh masyarakat secara dominan yang mampu menggerakkan masyarakat; kekuatan-kekuatan sosial apakah yang mampu mendatangkan perubahan-perubahan sehingga masyarakat dapat berubah dari dalam diri mereka sendiri; seperti apa karakter dan karakteristik masyarakat, khususnya dalam menyikapi intervensi sosial; seperti apakah pola informasi komunikasi yang terjadi di tengah masyarakat baik penyebaran informasi maupun dalam kerangka pembelajaran; Media-media seperti apakah dan sumber belajar apakah yang digunakan dan diyakini masyarakat sebagai sarana informasi dan pembelajaran; Kekuatan-kekuatan sosial yang dominan di dalam kerangka perubahan social; Faktor-faktor lingkungan apakah yang berpengaruh terhadap sikap dan perilaku masyarakat.

Pengembangan basis ekonomi di pedesaan sudah semenjak lama dijalankan oleh pemerintah melalui berbagai program kebijakan. Namun upaya itu belum membuahkan hasil yang memuaskan sebagaimana diinginkan bersama. Salah satu faktor yang paling dominan adalah intervensi pemerintah terlalu besar, akibatnya justru menghambat daya kreativitas dan inovasi masyarakat desa dalam mengelola dan

menjalankan mesin ekonomi di pedesaan. Sistem dan mekanisme kelembagaan ekonomi di pedesaan tidak berjalan efektif dan berimplikasi pada ketergantungan terhadap bantuan pemerintah sehingga mematikan semangat kemandirian. Idealnya, kegiatan-kegiatan ekonomi masyarakat desa dilaksanakan dalam bentuk kelembagaan atau badan usaha yang dikelola secara profesional (Puspitasari, 2021), namun tetap bersandar pada potensi asli desa. Hal ini dapat menjadikan usaha masyarakat lebih produktif dan efektif.

Desa sebagai pemerintahan yang memahami dengan jelas potensi baik sumberdaya alam maupun sumber daya manusia diharapkan bisa mandiri secara ekonomi. Menurut A. Sholeh (2017) pengembangan potensi ekonomi desa dapat mendorong kemandirian masyarakat desa melalui pengembangan potensi unggulan dan penguatan kelembagaan serta pemberdayaan masyarakat. Secara khusus, tujuan pengembangan potensi desa ialah meningkatkan peran aktif masyarakat dalam pengambilan keputusan pembangunan secara terbuka, demokratis dan bertanggung jawab; mengembangkan kemampuan usaha dan peluang berusaha demi peningkatan pendapatan dan kesejahteraan rumah tangga miskin; dan mendorong terwujudnya keterpaduan peran dan kemitraan antar Dinas/ Instansi Provinsi dan Kabupaten/Kota maupun stakeholders lainnya sebagai pelaku dan fasilitator program potensi desa teridentifikasi melalui karakteristik fisik (tanah, air, iklim, keadaan geografis dan SDM) dan non-fisik (semangat gotong-royong, Lembaga desa, Lembaga pendidikan, Lembaga Kesehatan, Lembaga Ekonomi Desa).

Dengan demikian potensi ekonomi desa dapat menjadi sebuah solusi untuk mengatasi permasalahan pembangunan desa khususnya dalam hal pendanaan dan pengembangan

ketika potensi ekonomi desa dikelola dan diperdayakan secara kelembagaan dengan melibatkan partisipasi masyarakat desa. Kemandirian desa akan dapat terwujud nyata ketika komitmen bersama dapat dijalankan sesuai peraturan perundangan yang ada dengan melihat potensi ekonomi desa.



## **BAB III**

# **EKOWISATA DAN PROSPEK PENGEMBANGAN**

### **A. Ekowisata**

#### **1. Pengertian**

Sektor pariwisata merupakan salah satu sumber devisa andalan Indonesia. Pada awalnya pariwisata di Indonesia adalah pariwisata budaya/seni, sebagai contoh pariwisata di Bali, Tanah Toraja dan Borobudur yang sudah sejak lama dikenal. Namun dalam perkembangannya kegiatan tersebut telah bergeser ke arah pariwisata alam yang didasari adanya kecenderungan wisatawan untuk kembali ke alam (*back to nature*) (Tim Penyusun Rencana Pengembangan Pariwisata Alam Nasional di Kawasan Hutan, 2003)

Ekowisata merupakan salah satu dari jenis kegiatan pariwisata yang mulai dipopulerkan pada tahun 1990-an. Sebagai salah satu negara kepulauan dengan biodiversitas yang kaya, Indonesia menjadi salah satu negara yang diuntungkan karena konsep pengembangan berbasis konsep ekowisata bukanlah sebuah hal baru, dengan dinamisnya perubahan di dunia yang didukung oleh majunya teknologi ini ekowisata ini merupakan salah satu kegiatan alternatif terbaik bagi sebuah destinasi yang didukung oleh sumber daya alam melimpah seperti negara kita (Murianto, 2014). Konsep ekowisata ini

muncul dari tuntutan yang mengarah pada pertanggungjawaban industri pariwisata bagi lingkungan hidup terhadap pengelolaan destinasi.

Salah satu bentuk kegiatan wisata alam yang berkembang saat ini adalah ekowisata. Ekowisata lebih populer dan banyak dipergunakan dibandingkan dengan terjemahan yang seharusnya yaitu *ecotourism* yaitu ekoturisme.

Menurut Fandeli dan Mukhlison (2000), pengertian tentang ekowisata mengalami pengertian dari waktu ke waktu. Namun pada hakikatnya ekowisata dapat diartikan sebagai bentuk wisata yang bertanggung jawab terhadap kelestarian area yang masih alami, memberi manfaat secara ekonomi dan mempertahankan keutuhan budaya bagi masyarakat. Ekowisata merupakan suatu bentuk wisata yang sangat erat dengan prinsip konservasi. Bahkan dalam pengembangan ekowisata juga menggunakan strategi konservasi. Dengan demikian ekowisata sangat tepat dan berdaya guna dalam mempertahankan keutuhan dan keaslian ekosistem di areal yang masih alami. Bahkan dengan ekowisata, kelestarian alam dapat ditingkatkan kualitasnya.

Ekowisata dapat dipahami sebagai perjalanan yang disengaja ke kawasan-kawasan alamiah untuk memahami budaya dan sejarah lingkungan tersebut sambil menjaga agar keutuhan kawasan tidak berubah dan menghasilkan peluang untuk pendapatan masyarakat sekitarnya sehingga mereka merasakan manfaat dari upaya pelestarian sumber daya alam. (Astriani, 2008)

Ekowisata kalau di tinjau secara harfiah berasal dari kata “Wisata” dengan kata kerjanya berwisata yaitu berpergian atau pun sedang melakukan perjalanan dalam mencari sebuah

hiburan ataupun kesenangan. Ekowisata merupakan berbagai macam kegiatan yang mana didalamnya di dukung berbagai fasilitas, pelayanannya yang di lakukan oleh masyarakat, ataupun pemerintah. Wisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang ataupun lebih dalam mencari kesenangan dengan cara mengunjungi tempat-tempat tertentu, dalam jangka waktu sementara. (Suyitno, 2011)

Istilah Ekowisata padanan kata *Tour* (dalam bahasa Inggris) Walaupun dalam bahasa Sansekerta Ekowisata memiliki bahasa yang sama dengan perjalanan, Namun padanan kata itu sudah cukup jelas untuk di mengerti dan jelas kata wisata cukup di kenal di pahami sebagai *tour* tersebut. Secara etimologi *tour* berasal dari kata *torah* (bahasa Ibrani) yang berarti belajar, *tormus* (bahasa Latin) yang berarti alat untuk membuat lingkaran, dan dalam bahasa Prancis kuno disebut *tour* yang berarti mengelilingi sirkuit. (Suyitno, 2011)

Sedangkan bila ditinjau secara terminologi wisata diartikan sebagai sebuah perjalanan yang terencana, dimana seseorang dalam perjalanannya singgah sementara di beberapa tempat dan akhirnya kembali lagi ke tempat asal di mana ia mulai melakukan perjalanan.

Menurut Fandeli (2000) ekowisata mempunyai pengertian suatu perjalanan wisata daerah yang masih alami, dimana ekowisata selalu menjaga kualitas, keutuhan dan kelestarian alam serta budaya dengan menjamin keberpihakan kepada masyarakat.

Ekowisata adalah suatu konsep pengembangan pariwisata berkelanjutan yang bertujuan untuk mendukung upaya-upaya pelestarian lingkungan (alam dan budaya) dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan yang

konservatif, sehingga memberikan manfaat ekonomi kepada masyarakat setempat (Ditjen Pariwisata, 1995).

Menurut Suwanto, Ekowisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena kepentingan sosial, kebudayaan politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar. (Gamal Suwanto, 2007)

Menurut Hunzieker, dkk, Ekowisata dapat didefinisikan sebagai keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing di suatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tidak tinggal di situ untuk melakukan suatu pekerjaan yang penting yang memberikan keuntungan yang bersifat permanen maupun sementara.

Menurut Marpaung, Ekowisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin, keluar dari tempat kediamannya. Aktifitas dilakukan mereka selama tinggal di tempat yang dituju dan fasilitas dibuat untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, maka wisata dapat dirumuskan sebagai perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok yang bersifat sementara untuk menikmati objek dan atraksi di tempat tujuan. Wisata adalah perjalanan, namun tidak semua perjalanan dapat dikatakan wisata. Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, maka wisata dapat dirumuskan sebagai perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok yang bersifat sementara untuk menikmati objek dan atraksi di tempat tujuan. Wisata adalah

perjalanan, namun tidak semua perjalanan dapat dikatakan wisata.

Ekowisata merupakan perjalanan wisata ke suatu tempat lingkungan baik alam yang alami maupun yang buatan serta budaya yang ada bersifat inormatif dan partisipatif yang bertujuan untuk menjamin kelestarian alam dan sosial budaya. Ekowisata menitik beratkan pada tiga hal utama yaitu keberlangsungan alam atau ekologi, memberikan manfaat ekonomi, dan secara psikologi dapat diterima dalam kehidupan sosial masyarakat. Jadi kegiatan ekowisata secara langsung memberi akses kepada semua orang untuk melihat, mengetahui dan menikmati pengalaman alam, intelektual dan budaya masyarakat lokal (Hakim, 2004).

Ekowisata dapat memberikan banyak manfaat, seperti sumber pendanaan bagi kawasan konservasi, perlindungan kawasan konservasi, alternatif sumber mata pencaharian masyarakat lokal, pilihan untuk mempromosikan konservasi dan dorongan upaya konservasi secara khusus.

## **2. Tujuan Ekowisata**

Ekowisata bertujuan untuk meminimalisasi dampak negatif terhadap lingkungan, meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat lokal, memberikan kontribusi terhadap kelestarian kawasan dan meningkatkan kepuasan pengunjung terhadap alam dan budaya. Menurut Damanik dan Weber (2006), terdapat prinsip-prinsip yang harus dipenuhi dalam pengembangan ekowisata, yaitu:

- a. Mengurangi dampak negatif berupa kerusakan atau pencemaran lingkungan dan budaya lokal akibat kegiatan wisata.

- b. Membangun kesadaran dan penghargaan atas lingkungan dan memberikan keuntungan finabudaya di destinasi wisata, baik pada diri wisatawan, masyarakat lokal maupun pelaku wisata lainnya.
- c. Menawarkan pengalaman-pengalaman positif bagi wisatawan dalam pemeliharaan dan konservasi.
- d. Memberikan keuntungan finansial secara langsung bagi keperluan konservasi melalui kontribusi atau pengeluaran ekstra pariwisata.
- e. Memberikan keuntungan finansial dan pemberdayaan bagi masyarakat lokal dan menciptakan produk wisata yang mengedepankan nilai-nilai lokal.
- h. Meningkatkan kepekaan terhadap situasi sosial, lingkungan dan politik di daerah tujuan wisata.
- i. Menghormati hak asasi manusia dan perjanjian kerja, dalam arti memberikan kebebasan kepada wisatawan dan masyarakat lokal untuk menikmati atraksi wisata sebagai wujud hak asasi, serta tunduk pada aturan main yang adil dan disepakati bersama dalam pelaksanaan transaksi-transaksi wisata.

### **3. Manfaat Ekowisata**

Ekowisata sebagai wisata yang berbasis alam mempunyai tujuan sebagai berikut;

#### **a. Konservasi**

Ekowisata pada dasarnya memperhatikan beberapa tanaman dan lingkungan yang sudah terancam punah. Flora dan fauna yang sudah mendekati langka akan diperhatikan ekowisata dan dipelihara secara baik agar terjaga kelestariannya.

#### **b. Pemberdayaan Ekonomi**

Maksud dari pemberdayaan ekonomi adalah peningkatan devisa negara sebagai proses dari perwujudan ekowisata di berbagai daerah. Pemberdayaan ekonomi juga memperhatikan kesejahteraan penduduk sekitar tempat wisata berdiri. Penduduk sekitar harus mendapatkan lapangan pekerjaan yang baru dengan hadirnya tempat wisata. Pemberdayaan ekonomi ekowisata mengacu kepada pembangunan berkelanjutan.

c. Pendidikan Lingkungan

Pendidikan dalam pengertian lingkungan yang dimaksud dalam ekowisata adalah penambahan penambahan edukasi tempat wisata yang diperkaya dengan pembelajaran di dalamnya. Pada kasus ini sebagai contoh apabila wisata air terjun maka ditambahkan *mading* dengan bertempelkan proses terjadinya air terjun, dan lain-lain.

d. Kesadaran Lingkungan

Ekowisata juga dapat dijadikan sebagai kesadaran dalam karakteristik pengertian lingkungan hidup. Lingkungan yang memiliki potensi pariwisata alam harus diberdayakan agar memiliki nilai wisata yang tinggi bagi pengunjung atau wisatawan. Sebagai contoh apabila terdapat sungai yang memiliki lengkungan yang indah dan air terjun yang tidak begitu tinggi dengan kejernihan air yang baik maka dengan sedikit hiasan di sekitarnya sudah bisa dijadikan sebagai objek wisata.

## **B. Konsep dan Karakteristik Ekowisata**

### **1. Konsep Ekowisata**

Berikut adalah konsep-konsep ekowisata, antara lain;

1) Konservasi Alam

Ekowisata digunakan sebagai konservasi alam. Jenis konservasi alam disini adalah pelestarian alam agar memiliki nilai guna yang tinggi di masyarakat. Nilai guna pada konservasi alam dapat menjadikan lingkungan tersebut sebagai penghasil devisa bagi suatu daerah.

## 2) Pemberdayaan Masyarakat Lokal

Maksud dari pemberdayaan masyarakat lokal disini adalah masyarakat setempat yang tinggal di sekitar kawasan lingkungan tempat wisata harus mendapatkan pekerjaan yang merupakan dampak bagi lingkungan tempat wisata tersebut.

## 3) Kesadaran Lingkungan Hidup

Kesadaran lingkungan hidup berarti memperhatikan ulah masyarakat setempat dan ulah pengunjung. Kedua element ini harus sama-sama memperhatikan keindahan lingkungan tempat wisata tersebut berdiri.

## 2. Karakteristik Ekowisata

Ekowisata merupakan salah satu bentuk wisata yang mendorong usaha pelestarian dan pembangunan yang berkelanjutan, memadukan antara pelestarian dengan pembangunan ekonomi, membuka lahan kerja baru bagi masyarakat setempat serta memberikan pendidikan lingkungan terhadap wisatawan. Ekowisata juga harus memberikan dampak yang positif terhadap masyarakat yaitu sebagai terbukanya lapangan pekerjaan melalui pemberdayaan masyarakat.

Menurut Ditjen Perlindungan dan Konservasi Alam (2000), terdapat lima karakteristik dasar dalam usaha kegiatan ekowisata, yaitu:

- a. *Nature based*, yaitu ekowisata merupakan bagian atau keseluruhan dari alam itu sendiri meliputi unsur-unsur sumber dayanya, dimana kekayaan keanekaragaman hayati beserta ekosistemnya merupakan kekuatan utama dan memiliki nilai jual paling utama terhadap pengembangan ekowisata.
- b. *Ecologically sustainable*, yaitu ekowisata harus bersifat berkelanjutan ekologi, artinya semua fungsi lingkungan yang meliputi biologi, fisik, dan sosial tetap berjalan dengan baik, dimana perubahan-perubahan dari pembangunan tidak mengganggu dan merusak fungsi-fungsi ekologis.
- c. *Environmentally educative*, yaitu melalui kegiatan-kegiatan yang positif terhadap lingkungan diharapkan mampu mempengaruhi perilaku masyarakat dan wisatawan untuk peduli terhadap konservasi sehingga dapat membantu kelestarian jangka panjang.
- d. Bermanfaat bagi masyarakat setempat, yaitu dengan melibatkannya masyarakat dalam kegiatan ekowisata diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat baik langsung maupun tidak langsung, seperti halnya masyarakat menyewakan peralatan-peralatan yang dibutuhkan wisatawan, menjual kebutuhan wisatawan, bertambahnya wawasan terhadap lingkungan dan sebagainya.

Kepuasan wisatawan, yaitu kepuasan terhadap fenomena-fenomena alam yang didapatkan dari kegiatan ekowisata dapat meningkatkan kesadaran dan penghargaan terhadap konservasi alam dan budaya setempat.

### 3. Jenis-Jenis Ekowisata

Menurut Yoeti (1997), berdasarkan objek yang menjadi elemen utama perjalanan wisata, ekowisata terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Ekowisata alam. Ciri-cirinya adalah dapat dilihat atau disaksikan secara bebas, seperti pemandangan alam, flora, fauna dan vegetasi hutan.
- b. Ekowisata budaya. Hasil kebudayaan suatu bangsa yang dapat dilihat, disaksikan dan dipelajari, seperti monumen bersejarah, tempat-tempat budaya dan perayaan tradisional.

Menurut Page dan Ross (2002), berdasarkan tipe dan jumlah pengunjung serta sarana dan prasarana perjalanan, ekowisata dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

#### a. *Self Reliant Ecotourism*

Ekowisata yang melibatkan individu atau kelompok kecil ( $\pm 10$  orang) yang tidak atau menggunakan transportasi sangat sederhana (seperti berjalan kaki atau menggunakan perahu/sampan) untuk mengunjungi daerah yang relatif terpencil dan area yang masih alami.

#### b. *Small Group Ecotourism*

Ekowisata yang melibatkan individu atau kelompok kecil ( $\pm 15$  orang) yang menggunakan transportasi sederhana (seperti kapal kecil atau boat kecil) untuk mengunjungi suatu daerah minat khusus yang relatif masih sulit dijangkau. Tipe ini umumnya cocok untuk wisatawan semua umur dan tidak terlalu membutuhkan keahlian khusus untuk kegiatan di lapangan.

c. *Popular Ecotourism*

Ekowisata yang melibatkan transportasi (seperti bus atau kapal boat besar) dan jumlah pengunjung yang banyak untuk mengunjungi daerah yang terkenal pada suatu negara atau lokasi dengan daya tarik wisata yang populer dikalangan wisatawan. Tipe ini tidak membutuhkan kemampuan diri wisatawan yang tinggi karena tantangan di alam relatif lebih rendah. Namun tipe ini memungkinkan adanya kebutuhan sarana prasarana, infrastruktur dan pelayanan jasa, seperti pusat informasi pengunjung, penjual makanan dan minuman serta toilet. Tipe ini cocok untuk wisatawan segala usia.

d. *Hard and Soft Ecotourism*

*Hard ecotourism* adalah tipe ekowisata yang ideal bagi wisatawan yang menyukai petualangan, sifatnya perorangan dan umumnya membutuhkan waktu yang lama bagi wisatawan untuk menikmati petualangan alam tersebut. Tipe ini cocok untuk wisatawan segala usia. Pesertanya adalah orang-orang dengan minat khusus dan mempunyai komitmen terhadap pelestarian lingkungan. *Soft ecotourism* adalah tipe ekowisata dengan melakukan perjalanan yang relatif singkat, interaksi dengan alam adalah salah satu dari beberapa komponen yang menjadi tujuan dalam pengalaman berwisata. Tipe ini bertempat di kawasan dengan sedikit berlatar alami, seperti di pusat taman interpretasi, melihat pemandangan di taman nasional yang telah difasilitasi dengan pelayanan dan jasa.

### C. Segmen Pasar Ekowisata

Kegiatan pariwisata mulai bergeser dari pariwisata dengan modal besar (wisata massal) ke pariwisata berbasis alam dan kebudayaan lokal (minat khusus). Salah satu kegiatan pariwisata tersebut adalah ekowisata. Jenis kegiatan wisata ini mementingkan nilai konservasi dan kealamian dari suatu tempat yang dijadikan sebagai obyek wisata. Ekowisata dapat dijadikan sebagai ajang pendidikan dan penyadaran bagi para wisatawan, masyarakat lokal serta stakeholder lain yang terlibat tentang pentingnya lingkungan hidup, penghargaan konsep-konsep preservasi dan konservasi terhadap lingkungan dan budaya lokal.

Sejak tahun 2002 pemerintah Indonesia secara khusus telah mencanangkan konsep ekowisata dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan. Kebijakan pengembangan ekowisata merupakan bagian dari pengembangan pemanfaatan keanekaragaman hayati non-ekstratif, nonkonsumtif dan berkelanjutan (Garis Besar Pedoman Pengembangan Ekowisata Indonesia, 1999). Kebijakan pengembangan ekowisata di Indonesia bertujuan untuk meningkatkan kualitas lingkungan, mengembangkan tenaga kerja lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Roby Ardiwidjaja (2003) mengatakan bahwa pendekatan ekowisata dapat digunakan sebagai alat dalam kegiatan konservasi di suatu daerah. Dari sisi ekonomi, ekowisata diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Dari sisi lingkungan, ekowisata merupakan bentuk konservasi lingkungan yang berbeda dan melibatkan wisatawan. Ekowisata berupaya mengendalikan motif ekonomi ke arah pelestarian sumber daya alam yang dapat menciptakan nilai tambah bagi masyarakat.

Penerapan konsep ekowisata ini biasanya dilakukan pada daerah dengan sumber daya alam melimpah atau lanskap yang kaya seperti desa-desa atau daerah pinggiran. Pengimplementasian konsep ekowisata berfokus pada bagaimana pengelolaan sebuah objek sebaik mungkin dan pemberian edukasi atau pemahaman agar tidak terjadinya kerusakan atau pencemaran baik itu pada aspek lingkungan, sosial maupun budaya setempat. Pada pengembangannya pelibatan dan partisipasi masyarakat merupakan salah satu kunci dari keberhasilan kegiatan ekowisata ini (Ziku, 2015).

Kajian mengenai pengembangan destinasi pada saat ini pada umumnya mengikuti konsep dasar yang diinisiasi oleh Medlik pada tahun 1980 dan diangkat oleh Cooper pada tahun 1993. Cooper menyebutkan bahwa ada 4 komponen destinasi wisata yang perlu dipahami sebelum melakukan penyusunan strategi bagi destinasi. Unsur-unsur dalam pengembangan pariwisata tersebut adalah:

- a. *Attraction* (Atraksi) yaitu segala keindahan, keunikan alam, budaya setempat, peninggalan bersejarah dan daya tarik buatan yang menjadi produk utama dari sebuah destinasi. Atraksi pada sebuah destinasi ini sebaiknya mencakup tiga aspek yaitu hal yang bisa dilakukan (*what to do*), hal yang bisa dilihat (*what to see*) dan hal yang dapat dibeli atau menjadi kenang-kenangan (*what to buy*).
- b. *Accessibility* (Aksesibilitas) yaitu seluruh sarana dan infrastruktur yang diperlukan baik sebelum hingga sampai dan berada di sebuah destinasi. Misalnya akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi serta rambu-rambu petunjuk
- c. *Amenities* (Amenitas) yaitu tersedianya fasilitas dasar yang menjadi keperluan dasar dari destinasi tersebut.

Misalnya ketersediaan jalan, transportasi, akomodasi, informasi, penyedia jasa dan lainnya.

- d. *Ancillary* yaitu fasilitas-fasilitas yang mendukung dari fasilitas dasar. Misalnya adanya organisasi atau badan pengelola destinasi, partner kerjasama dan lainnya.

#### **D. Prospek Pengembangan Ekowisata**

Dalam mengembangkan ekowisata ada tiga prinsip dasar yang harus ditekankan yaitu sebagai berikut (Samsuharjo, Margono & Purbokusumo, n.d):

1. Prinsip konservasi, yaitu pengembangan ekowisata harus mampu memelihara, melindungi, dan berkontribusi untuk memperbaiki sumberdaya alam.
2. Prinsip partisipasi masyarakat yaitu pengembangan harus didasarkan atas musyawarah masyarakat setempat serta peka dan menghormati nilai-nilai sosial budaya dan keragaman tradisi yang dianut masyarakat sekitar kawasan.
3. Prinsip ekonomi yaitu pengembangan ekowisata harus mampu memberikan manfaat bagi masyarakat setempat dan menjadi penggerak pembangunan ekonomi agar dapat mengembangkan pembangunan yang berimbang.

Selain dari unsur-unsur dasar dalam pengembangan pariwisata tersebut, karakteristik dari destinasi itu sendiri tentulah menjadi faktor penting yang menjadikan strategi pengembangan untuk tiap destinasi itu menjadi berbeda sesuai dengan kebutuhan dan kondisi dari destinasi tersebut. Perlu dilakukannya analisis SWOT untuk mengetahui terlebih dahulu kelebihan, kekurangan, peluang dan tantangan dari destinasi tersebut tidak bisa melakukan perumusan strategi pengembangan secara tiba-tiba, harus adanya proses

identifikasi potensi terlebih dahulu. Konsep dan unsur-unsur pengembangan yang sudah ada hingga saat ini masih dapat digunakan karena masih relevan dengan keadaan lapangan. Sehingga untuk pembaruan belum begitu diperlukan namun karena cakupan pariwisata yang luas maka perlu adanya sebuah model atau kerangka berfikir yang disusun dengan mempertimbangkan aspek-aspek lain yang berelasi. Selain itu dalam melakukan penyusunan strategi pengembangan khususnya destinasi, keberlanjutan tentulah harus menjadi salah satu konsen utama.

Aspek keberlanjutan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Sosial Pengembangan sebuah destinasi haruslah membawa kebermanfaatan pada masyarakat dan lingkungan sosial. Pengembangan yang dilakukan haruslah dapat membuka peluang bagi masyarakat untuk ikut berkembang (terbukanya peluang usaha dan lapangan pekerjaan serta meningkatkan kesejahteraan sosial) tanpa menyebabkan konflik.
2. Lingkungan Segala pemanfaatan, pembangunan dan pengembangan yang dilakukan untuk kegiatan pariwisata khususnya destinasi tidak merusak ekosistem lingkungan yang ada. Sumber daya khususnya alam yang ada harus tetap terjaga ketersediaan dan kelestariannya sebagai dasar agar dapat tetap ada.
3. Budaya Pengembangan yang dilakukan tidak merubah kebiasaan atau kebudayaan asli yang ada di sekitar destinasi tersebut malah semakin memperkaya dan mendukung kemajuan dari kebudayaan tersebut menjadi usaha kreatif atau budaya yang lestari.

## E. Strategi Pemasaran Ekowisata

Strategi pemasaran merupakan salah satu kunci agar sebuah produk atau jasa dapat diterima dan bersaing di Pasar. Chandra (2002) menjelaskan bahwa strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. proses ini bertujuan dalam pengenalan dan penjualan produk. Namun, juga sebagai alat untuk menjaga keberlanjutan produk atau DTW. Di era 4.0 kemajuan teknologi menuntut strategi pemasaran yang hemat dan efisien. Segmentasi pasar merupakan salah satu strategi yang penting dalam berbagai perubahan minat dan perilaku wisatawan yang semakin berkembang di era 4.0.

Menurut Assauri (2015), segmentasi pasar dimaksud sebagai kegiatan membagi suatu pasar ke dalam kelompok-kelompok yang berbeda. Proses ini menjadi sebuah keharusan dalam berbagai pola strategi pemasaran destinasi wisata. Oleh karena itu, perlu dilakukan strategi khusus dalam pendekatan pada masing-masing segmen pasar yang dijadikan sebagai target pasar. Segmentasi pasar terbagi dalam berbagai kelompok yang memiliki penjabaran menurut variabel yang mendukung.

Media sosial mempunyai kekuatan dalam mempromosikan sebuah DTW di era 4.0 saat ini. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), Media sosial adalah suatu grup aplikasi berbasis internet yang menggunakan ideologi dan teknologi Web 2.0, dimana pengguna dapat membuat atau bertukar informasi pada aplikasi tersebut. Pemberitaan awal mengenai adanya kerusakan yang dialami taman bunga *Amaryllis* akibat perilaku pengunjung, secara tidak langsung

menjadi promosi gratis untuk daya tarik tersebut. Berbagai media sosial yang memiliki jutaan jenis pengguna di Indonesia adalah *Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Blog*, dan lainnya. Penyebaran berita membentuk komunikasi antar pengguna di era 4.0.

Segmentasi juga sebagai: *“Deviding a market to district groups of buyers who might require separate product and/or marketing mix.”* adalah membagi-bagi pasar dalam kelompok wisatawan secara tegas dan tiap kelompok itu dipilih atau ditetapkan sebagai target pasar yang akan dipengaruhi dengan menggunakan strategi bauran pemasaran. Dalam kepariwisataan melakukan segmentasi itu merupakan keharusan dan untuk itu dilakukan strategi yang khusus pula dalam melakukan pendekatan kepada masing-masing segmen pasar yang dijadikan sebagai target pasar.

Yoety, (2002) menjelaskan bahwa pengertian segmentasi pasar tidak lain adalah suatu usaha untuk mengelompokkan konsumen dalam beberapa kelompok yang secara relatif orang-orang nya cukup homogen. Segmentasi pasar dibagi menjadi empat kategori besar yaitu: Geografi, Sosio-ekonomi, demografi, Psikologi dan perilaku.

- a. Segmentasi Geografi yaitu pasar dibagi berdasarkan tempat atau wilayah dapat berupa suatu negara atau kawasan dimana keinginan dan kebutuhannya bervariasi berdasarkan daerah, kota kepadatan penduduk dan iklim.
- b. Segmentasi Socio-ekonomi Demografi digunakan sebagai variable- variable untuk membagi pasar yaitu: umur, jenis kelamin, ukuran keluarga, pendidikan, ras, penghasilan, agama dan kebangsaan.
- c. Segmentasi Psikografi yaitu pasar dibagi berdasarkan kelompok sosial, karakteristik kepribadian, dan cara

hidup. Jadi dalam segmentasi Psikografi yang menjadi acuan adalah konsep pribadi dan cara hidup wisatawan tersebut.

- d. Segmentasi Perilaku yaitu variabel yang diambil yaitu wisatawan hampir selalu mencari pengalaman sebanyak mungkin. Pengalaman itu dapat berupa petualangan, hal-hal yang berkaitan dengan sejarah atau bersifat tradisional, gaya hidup yang bersifat sementara.

Persyaratan Segmentasi yang Efektif Menurut Suprapti (2010) untuk memperoleh manfaat yang maksimal dari satu atau beberapa segmen pasar, sebuah segmen pasar harus memenuhi beberapa persyaratan berikut.

- a. Dapat diukur (*measurable*), artinya besar dan daya beli sebuah segmen harus dapat diukur dengan tingkat ukuran tertentu.
- b. Dapat dijangkau (*accessible*), artinya seberapa jauh segmen tersebut dapat dijangkau dan dilayani dengan efektif.
- c. Ukurannya cukup besar (*substantial*), artinya sebuah segmen akan layak bila ukurannya cukup besar atau cukup menguntungkan.
- d. Dapat dibedakan (*differentiable*), artinya segmen yang satu dapat dibedakan dari yang lainnya dan setiap segmen memberi respon yang berbeda terhadap bauran pemasaran.
- e. Dapat dilaksanakan (*actionable*), artinya seberapa jauh program yang efektif dapat dirancang untuk menarik dan melayani segmen tersebut.

Williams dkk., (2012) menjelaskan bahwa, media sosial memungkinkan pengguna untuk melakukan komunikasi dengan jutaan pengguna lainnya. Pengguna yang nantinya menjadi segmen dari pasar sebuah destinasi wisata, tentunya memiliki jenis karakter wisatawan yang berbeda-beda. Hal ini

tentunya menjadi penting terkait segmentasi pasar yang terklasifikasi. Segmentasi tersebut terkait dengan segmentasi psikografis atau gambaran kepribadian. Dalam klasifikasi wisatawan berdasarkan tipologi psikografis dibedakan menjadi dua menurut Plog (2001), yakni secara Psikosentris dan Alosentris. Kategori psikosentris adalah mereka yang sangat tergantung dan relatif kurang melakukan pergerakan. Sebaliknya kategori alosentris memiliki kepribadian yang lebih terbuka, aktif, dan inovatif.

## **F. Inovatif**

Gerakan mengelola dan mengembangkan objek wisata serta mengundang wisatawan untuk berkunjung sudah menjadi semangat pemerintah mulai dari tingkat pusat hingga daerah. Hal tersebut bukan tanpa alasan, telah terbukti pada beberapa negara di dunia dan daerah di Indonesia bahwa pariwisata mampu mendatangkan keuntungan yang memberikan dampak ganda.

Pengelola wisata di tanah air harus dapat memaksimalkan potensi sumber daya alam dan ekonomi kreatif yang dimiliki dengan terus melakukan inovasi melalui berbagai macam produk wisata. Inovasi produk wisata tersebut bisa dengan menggabungkan berbagai potensi seperti *ecotourism*, *nature based tourism*, atau *nature eco wellness adventure* yang menjadi paket wisata. Semua itu merupakan inovasi produk wisata yang akan berkembang cepat dan menjadi mainstream baru di industri pariwisata. Dengan begitu daya tarik wisatawan akan meningkat, ekonomi bergerak dengan terbukanya potensi lapangan kerja. *Package innovation* seperti *hybrid event*, *staycation*, *virtual tour*, *private picnic package*, dan lainnya.

Untuk memaksimalkan potensi sumber daya yang dimiliki, suatu daerah harus mengidentifikasi terlebih dahulu kekuatan yang dimiliki. (<https://mediaindonesia.com>) menjalankan tumbuh dan berkembangnya Ekowisata memiliki beberapa komponen, baik berupa kelembagaan, SDM, lokasi wisata, konsep atau sistem dan produk yang ditawarkan dalam Kawasan tersebut. SDM merupakan komponen yang dominan karena keberlanjutan ekowisata dapat berjalan dengan baik ketika adanya pemberdayaan SDM, utamanya masyarakat di Kawasan ekowisata berada. Salah Model pemberdayaan masyarakat yang digunakan dalam bidang pariwisata adalah *Community Based Tourism* (CBT) atau pariwisata berbasis masyarakat. Model ini memberikan pendekatan terhadap pengembangan pariwisata dalam suatu wilayah dengan melibatkan masyarakat dalam berbagai tahapan yang dilakukan. (Pengembangan Kawasan Ekowisata Dalam Roadmap Sistem Inovasi Daerah (SIDA) Kabupaten Labuhan batu Melalui Pariwisata Berbasis Masyarakat (Sefri Doni& Andjar Prasetyo, 2021).

### **G. Promosi dan Kerjasama**

Promosi ialah suatu upaya yang dilakukan untuk menyesuaikan produk pariwisata dengan permintaan wisatawan sehingga produk menjadi lebih menarik. Kata kunci dari sebuah upaya promosi pariwisata ialah produk pariwisata yang selalu dikemas dengan model yang dapat menjadi daya tarik bagi turis, sehingga tertarik untuk membeli (Marpaung, 2002: 103), sedangkan pariwisata bukanlah produk alami (*natural product*), tetapi dikembangkan, diatur dan dikelola oleh orang dan organisasi dengan berbagai kepentingan yang ada di dalamnya.

Orang dengan berbagai kepentingannya menjadi faktor penting dalam menentukan berhasil tidaknya sebuah promosi pariwisata. Tindakan seorang pelaku kegiatan promosi pariwisata akan selalu berada dalam jalur kepentingannya. Promosi merupakan salah satu kegiatan yang berada dalam lingkup Humas. Sebagaimana diungkapkan oleh Ardianto (2004: 5), bahwa pada dasarnya Humas pemerintahan dibentuk untuk mempublikasikan atau mempromosikan kebijakan-kebijakan pemerintahan, rencana-rencana tentang peraturan dan perundang-undangan dan segala sesuatunya yang berpengaruh kepada kehidupan masyarakat.

Promosi diartikan sebagai aktivitas yang ditujukan untuk memberitahukan, membujuk atau mempengaruhi konsumen untuk menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan atau suatu lembaga. Promosi adalah usaha “penjual” untuk membujuk agar “konsumen” mau menerima, menjual kembali atau menggunakan barang, jasa atau ide yang dipromosikan tersebut. Secara singkat, promosi mencoba mempengaruhi pengetahuan, sikap dan tingkah laku “konsumen” dan membujuk mereka untuk menerima konsep, jasa atau produk lainnya (Winardi, 2001: 104).

Promosi pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang efektif bagi suatu instansi pemerintahan untuk mengenalkan potensi wisata yang dimiliki oleh sebuah kota. Keberhasilan promosi harus ditunjang oleh banyak faktor, seperti kemampuan sumber pesan dalam melakukan penyandian tujuan komunikasi menjadi pesan yang menarik dan efektif bagi komunikan, ketepatan memilih jenis promosi, dan ketepatan penggunaan media penyampai pesan, serta pemaknaan sumber pesan terhadap aktivitas promosi yang dilakukan.

Pemberlakuan undang-undang otonomi daerah memberikan angin segar bagi pemerintah daerah untuk mengembangkan dan memberdayakan aset-aset sumber daya alam dengan tujuan menyejahterahkan kehidupan masyarakat. Pemerintah daerah juga berkesempatan mengatur rumah tangganya sendiri agar daerah yang dipimpinnya dapat setara dengan daerah-daerah lain yang lebih maju. Promosi sebagai kegiatan penyampaian informasi tentang suatu produk (barang atau jasa), biasanya dilakukan dengan cara persuasif kepada khalayak, bertujuan selain memberitahu, juga membujuk agar khalayak memberikan respons yang positif. Kegiatan promosi merupakan salah satu kegiatan yang efektif bagi suatu organisasi atau perusahaan. Keberhasilan promosi dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti kemampuan sumber pesan dalam melakukan penyandian tujuan komunikasi menjadi pesan yang menarik dan efektif bagi komunikan, ketepatan memilih jenis promosi, ketepatan penggunaan media penyampai pesan dan daya tarik pesan (Sutisna, 2002: 271), oleh karena itu diperlukan komunikasi yang baik antara pemerintah dengan masyarakat yang biasanya diwakili oleh Praktisi Humas.

Humas dipergunakan untuk mempromosikan produk, orang, tempat, gagasan, aktivitas, organisasi dan bahkan bangsa, sehingga Humas diharapkan dapat membawa dampak positif terhadap kesadaran publik dengan penggunaan biaya yang jauh lebih murah dibandingkan iklan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 134): "Humas memupuk hubungan baik dengan berbagai masyarakat sehingga mendapatkan publisitas yang menguntungkan, memupuk citra perusahaan yang baik, dan menangani atau meredam desas-desus, cerita dan peristiwa yang merugikan. Alat utama Humas adalah hubungan dengan wartawan,

publisitas produk, komunikasi korporasi, dan konseling. Nama lain dari Humas pemasaran adalah *publicity* (publisitas), yang dipandang sebagai aktivitas untuk mempromosikan perusahaan atau produknya dengan memuat berita mengenai subyek itu tanpa dibayar oleh sponsor. Humas adalah konsep yang jauh lebih luas yang mencakup publisitas di samping aktivitas lain”.

Sebagai seorang manusia yang aktif, tentunya para Praktisi Humas mempunyai pandangan dan pemaknaan yang berbeda-beda terhadap kegiatan yang mereka lakukan dan terhadap peran mereka dalam kegiatan tersebut, serta cara mereka mengkomunikasikan pariwisata tersebut. Cara mereka memaknai peran dirinya dalam aktivitas promosi dan pemaknaan mereka sendiri terhadap aktivitas tersebut dapat mempengaruhi kesungguhan mereka dalam menjalankan suatu kegiatan, termasuk kegiatan promosi. Komunikasi yang dilakukan dalam promosi pariwisata adalah komunikasi yang berdimensi komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Lebih lanjut Moore (2005: 86-87) mengatakan: “Komunikasi internal menunjukkan pertukaran informasi antara manajemen organisasi dengan publik internalnya, yaitu, para karyawan. Komunikasi eksternal adalah pertukaran informasi antar manajemen dengan publik eksternalnya yaitu, pelanggan, masyarakat sekitar, lembaga pemerintahan dan lain-lain”. Secara konteks kegiatan promosi, para aktor di dalamnya bisa memiliki sikap yang beragam. Tiap orang memiliki definisi situasi sendiri-sendiri, karena interpretasi mereka atas lingkungan beragam. Mereka bisa saja berada dalam satu bagian yang sama, mendapatkan tugas yang sama, tetapi cara berperilakunya dan berkomunikasi bisa berbeda.

Pemaknaan atas masalah, peran, ataupun pandangan orang atas dirinya, akan mempengaruhi sikap masing-masing orang.

Bentuk-bentuk promosi secara umum yang dapat dilakukan adalah iklan melalui koran, majalah, radio dan televisi, penjualan pribadi, promosi penjualan yang mencakup demonstrasi dalam toko, pameran, dan kontes, publisitas dan pemasaran langsung (Kotler dan Armstrong, 2004: 571), sedangkan bentuk promosi yang biasa digunakan oleh lembaga Humas adalah publisitas. Publisitas adalah alat utama hubungan masyarakat. Menurut Rudy (2005: 154), Humas dapat melakukan promosi melalui radio, TV, pameran atau melalui brosur dan majalah. Ini akan lebih mempermudah masyarakat mengetahui produk atau jasa yang dijual. Salah satu alat promosi utama adalah Hubungan Masyarakat (Humas).

Kotler dan Armstrong (2004: 668) berpendapat bahwa dalam promosi, Humas digunakan untuk membangun hubungan baik dengan berbagai publik perusahaan dengan memperoleh publisitas yang menguntungkan, membentuk citra korporasi yang bagus, dan menangani atau menghilangkan rumor, cerita, dan peristiwa yang tidak menguntungkan. Sudah banyak perusahaan yang biasa melakukan promosi dengan menggunakan jasa Humas. Humas dapat mempunyai dampak yang kuat pada kesadaran publik dengan biaya yang jauh lebih murah daripada pemasangan iklan, dan Humas dapat menjadi alat pembangun merek yang kuat. Humas biasanya melakukan promosi pariwisata dengan menggunakan media publikasi.

Publikasi merupakan salah satu bentuk promosi yang dilakukan, Publikasi dilakukan dengan membuat brosur, *leaflet*, *booklet* dan sebagainya. *Leaflet* dan *booklet* ini memang khusus

dibuat untuk promosi pariwisata. Pembuatan *leaflet* dan *booklet* hampir setiap tahun dilaksanakan dengan tampilan yang selalu berbeda-beda. *Leaflet* dan *booklet* dapat diletakkan pada biro-biro perjalanan dan hotel-hotel di daerah tempat destinasi wisata tersebut berada. Selain melalui *booklet*, *leaflet* atau brosur tersebut, humas promosi juga menggunakan media surat kabar, radio dan televisi untuk publikasi kepariwisataan. Melalui media inilah, biasanya gambaran objek wisata dipaparkan lebih detail. Selain itu penggunaan media internet merupakan salah satu cara promosi yang efektif, tanpa harus bertatap muka secara langsung dengan khalayak.

Bentuk promosi yang lain dapat dilakukan dengan pameran. Pameran dianggap sebagai bentuk promosi yang paling efektif melalui pameran tidak saja bisa menampilkan gambar-gambar objek wisata, namun juga bisa melihat langsung kepada pengunjung kerajinan-kerajinan dalam bentuk suvenir atau makanan khas tempat destinasi wisata yang dipromosikan. Pameran yang dilakukan tersebut mempunyai maksud dan tujuan yaitu: pertama, memperkenalkan dan informasi aset dan potensi objek-objek wisata dari seluruh penjuru nusantara, menyediakan referensi bagi pengembangan potensi pariwisata di Indonesia, menciptakan image positif mengenai iklim investasi dan perjalanan wisata tanah air, menjadi media pertemuan bagi para pelaku bisnis dan industri pariwisata dalam pengembangan usaha kepariwisataan.

Bentuk promosi yang juga digunakan untuk memperkenalkan destinasi wisata adalah promosi melalui mulut ke mulut atau disebut juga dengan *mouth to mouth promotion*. Bentuk promosi yang satu ini dianggap lebih efektif dari promosi yang lainnya, karena pengunjung atau wisatawan

yang merasa terkesan dengan keindahan objek wisata yang ada dan langsung menyampaikan kesan mereka kepada teman atau kerabatnya, sehingga tidak jarang orang yang mendengarkan cerita itu akhirnya berkunjung juga tempat wisata.

Menurut Yoeti (2005: 172) promosi melalui mulut ke mulut (mouth to mouth promotion) jauh lebih efektif daripada jenis promosi lainnya, namun ada beberapa hal yang perlu disiapkan oleh daerah tujuan wisata (DTW) agar promosi melalui mulut ke mulut ini dapat dicapai, yaitu:

- a. DTW yang bersangkutan dapat memberi kemudahan kepada wisatawan untuk mengunjungi DTW tersebut tanpa membuat frustrasi mengurus keberangkatannya.
- b. Daya tarik (obyek dan atraksi wisata) yang dimiliki DTW tersebut sesuai dengan keinginan atau persepsi target pasar atau wisatawan yang berkunjung.
- c. Kualitas pelayanan sesuai dengan yang diharapkan atau diinginkan wisatawan, yang berarti memuaskan mereka.
- d. DTW yang dikunjungi, cukup menyenangkan, aman dan tertib tanpa ada gangguan selama perjalanan wisata dilakukan.



## BAB IV

# MANAJEMEN WISATA

### A. Menejemen Pengelolaan Pariwisata

Manajemen pengelolaan pariwisata adalah seperangkat peran yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang merujuk kepada fungsi yang melekat pada peran *planning* (perencanaan), *directing* (mengarahkan), *organizing* (koordinasi), dan *controlling* (pengawasan).

Koordinasi merupakan fungsi utama dan penting, fungsi koordinasi merujuk kepada fungsi seorang menejer untuk menerjemahkan informasi seperti perencanaan, pengawasan dan mengaplikasikan informasi tersebut secara sistematis kedalam semua fungsi manajeral yang diterjemahkan secara nyata dalam kegiatan pengarahan, perencanaan dan pengawasan.

Manajemen pengelolaan parawisata harus mengacu pada prinsip-prinsip pengelolaan yang menekankan nilai-nilai kelestarian lingkungan alam, komunitas dan nilai sosial yang memungkinkan wisatawan menikmati kegiatan wisatanya serta bermanfaat bagi kesejahteraan komunitas lokal.

Pengelolaan pariwisata harus memperhatikan prinsip-prinsip sebagai berikut (Pinata, 2009):

1. Pembangunan pariwisata haruslah didasarkan pada kearifan lokal dan *spesial local sense* yang merefleksikan

- keunikan peninggalan budaya dan keunikan lingkungan.
2. Perservasi, proteksi, dan peningkatan kualitas sumber daya yang menjadi basis pengembangan kawasan pariwisata.
  3. Pengembangan atraksi wisata tambahan yang mengakar pada khasanah budaya lokal.
  4. Pelayanan pada wisatawan yang berbasis keunikan budaya dan lingkungan lokal.
  5. Memberikan dukungan dan legitimisasi pada pembangunan dan pengembangan pariwisata jika terbukti memberikan manfaat yang positif, tetapi sebaliknya mengendalikan atau menghentikan aktivitas pariwisata tersebut jika melampaui ambang batas lingkungan alam atau aspektabilitas social walaupun disisi lain mampu meningkatkan pendapatan masyarakat

Dalam upaya meminimalisasi berbagai dampak negatif dan mengoptimalkan dampak positif pariwisata lahirlah pemikiran untuk mengembangkan pariwisata yang lebih berpihak pada masyarakat disekitar objek wisata, yang kemudian dikenal dengan istilah *Community Based Tourism* (CBT) atau pariwisata berbasis komunitas atau masyarakat. Di Indonesia, penerapan CBT tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pada Bab III pasal 5 yaitu Prinsip Penyelenggaraan Kepariwisataan. Dimana prinsip penyelenggaraan kepariwisataan adalah sebagai berikut:

- a. Menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai pengejawantahan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan

Yang Maha Esa, hubungan antara manusia dan sesama manusia, dan hubungan antara manusia dan lingkungan.

- b. Menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya, dan kearifan lokal.
- c. Memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan, dan proporsionalitas.
- d. Memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup.
- e. Memberdayakan masyarakat setempat.
- f. Menjamin keterpaduan antarsektor, antardaerah, antara pusat dan daerah yang merupakan satu kesatuan sistemik dalam kerangka otonomi daerah, serta keterpaduan antar pemangku kepentingan.
- g. Mematuhi kode etik kepariwisataan dunia dan kesepakatan internasional dalam bidang pariwisata.
- h. Memperkukuh keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Dengan demikian, Undang-Undang telah mengamanatkan bahwa pengembangan pariwisata Indonesia harus mempertimbangkan kepentingan masyarakat setempat (lokal). Terbitnya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 memberikan perubahan penting dalam hal pendekatan pembangunan pariwisata menjadi berbasis masyarakat.

Prinsip dasar CBT (*Community Based Tourism*) menurut Suansri dalam (Nugroho, Nurchayati, Nurhayati, 2022) yaitu:

- a. Mengakui, mendukung dan mengembangkan kepemilikan komunitas dalam industri pariwisata,
- b. Mengikutsertakan anggota komunitas dalam memulai setiap aspek,
- c. Mengembangkan kebanggaan komunitas,
- d. Mengembangkan kualitas hidup komunitas,

- e. Menjamin keberlanjutan lingkungan,
- f. Mempertahankan keunikan karakter dan budaya di area lokal,
- g. Membantu berkembangnya pembelajaran tentang pertukaran budaya pada komunitas,
- h. Menghargai perbedaan budaya dan martabat manusia,
- i. Mendistribusikan keuntungan secara adil pada anggota komunitas,
- j. Berperan dalam menentukan persentase pendapatan (pendistribusian pendapatan) dalam proyek yang ada dikomunitas.

## **B. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Pariwisata**

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Manajemen pemasaran pariwisata adalah seluruh kegiatan untuk mempertemukan permintaan dan penawaran sehingga pembeli mendapatkan kepuasan dan penjual mendapatkan keuntungan maksimal dengan resiko seminimal mungkin. Pemasaran pariwisata ini merupakan hal yang sangat kompleks, karena produk dari industry pariwisata mempunyai ciri-ciri khas dibandingkan produk berupa barang. Manajemen pariwisata bisa diartikan sebagai upaya mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan wisatawan, serta menawarkan produk wisata yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan wisatawan dengan maksud agar usaha pariwisata dapat memberikan pelayanan jasa yang maksimal kepada wisatawan.

Sebagai salah satu produk pelayanan atau jasa, parawisata memiliki beberapa dimensi yang sangat berbeda dengan dimensi produk umumnya yang ada di pasaran sehari-hari yaitu sebagai berikut:

1. *Intangibility* Produk layanan atau jasa berarti produk yang ditawarkan tidak berbentuk barang yang nyata yang bisa ditemui dipengertian produk yang bisa dilihat disepanjang pasar.
2. *Perishability* Produk jasa atau layanan parawisata tidak seperti barang-barang pabrik, tidak dapat disimpan untuk dijual dikemudian hari.
3. *Intespreability* Produk jasa atau layanan seperti parawisata biasanya merupakan produk yang dibentuk dari berbagai produk pendukung yang terpisah-pisah.

Jasa atau pelayanan merupakan suatu fenomena yang sangat rumit, dalam pengertian yang sederhana jasa dapat diartikan sebagai suatu pelayanan seseorang kepada orang lain atau juga dapat diartikan sebagai mulai dari pelayanan yang diberikan oleh manusia baik itu jasa yang dapat dilihat atau pun yang tidak dapat dilihat, yang hanya dapat dirasakan sampai kepada fasilitas-fasilitas pendukung yang harus tersedia dalam penjualan jasa dan benda lainnya. Alat bauran pemasaran yang paling mendasar adalah produk, yang merupakan penawaran berwujud perusahaan kepada pasar, yang mencakup kualitas, rancangan, bentuk, merek, dan kemasan produk. Pelayanan pendukung tersebut dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam pasar persaingan global (Jasfar, 2005).

Dalam strategi pemasaran terdapat strategi acuan atau bauran pemasaran (*marketing mix*) yang menetapkan komposisi terbaik dari ke empat komponen pemasaran untuk mencapai sasaran pasar yang dituju sekaligus mencapai tujuan dan

sasaran perusahaan, ke empat unsur strategi acuan atau bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah: strategi produk, strategi harga, strategi promosi, dan strategi penyaluran atau distribusi (Assauri, 2007).

### 1. Product (*The Services*)

Produk adalah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik tokoh yang menjual pengecer, dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya.

Menurut Wiliam J. Stanton yang mendefenisikan bahwa produk itu adalah sekumpulan atribut yang nyata dan tidak nyata di dalamnya sudah udah tercakup warna, harga, kemasan, prestif pabrik, prestif pengecer, dan pelayanan dari pabrik secara pengecer yang mungkin di terima oleh pembeli sebagai suatu yang bisa memuaskan keinginannya.

Produk jasa merupakan produk yang dapat memberikan manfaat, memenuhi kebutuhan konsumen, dan dapat memuaskan konsumen. Sesungguhnya pelanggan tidak membeli barang atau jasa, tetapi membeli manfaat dari sesuatu yang ditawarkan. Pengertian yang ditawarkan menunjukkan sejumlah manfaat yang didapat oleh konsumen, baik barang atau jasa maupun kombinasinya.

### 2. Harga (*Price*)

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Nilai dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran antara barang dengan barang. Menurut

Wiliam J. Stanton harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Penetapan harga merupakan suatu hal penting. Perusahaan akan melakukan hal ini dengan penuh pertimbangan karena penetapan harga akan dapat mempengaruhi pendapatan total dan biaya.

Harga merupakan faktor utama penentu posisi dan harus diputuskan sesuai dengan pasar sasaran, bauran ragam produk, dan pelayanan, serta persaingan. Dalam menetapkan harga jual produk, suatu perusahaan harus memperhatikan berbagai pihak, antara lain konsumen akhir penyaluran, pesaing, pemasok dana, para pekerja, dan pemerintah. Penetapan harga terdapat banyak pertimbangan yang lain di gunakan dalam perusahaan dan bukan saja didasarkan kepada biaya yang dibelanjakan. Hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan karena tingkat harga tidak terlepas dari daya beli konsumen, reaksi para pesaing, jenis produk, dan elastisitas permintaan serta tingkat keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan.

### 3. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan suatu aktivitas dan materi yang dalam aplikasinya menggunakan teknik, dibawah pengendalian penjual atau produsen, yang dapat mengkomunikasikan informasi persuasif yang menarik tentang produk yang ditawarkan oleh penjual atau produsen, baik secara langsung maupun melalui pihak yang dapat mempengaruhi pembelian. *Promosional mix* adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variable-variabel periklanan, *personal selling*, dan alat promosi

lainya yang ke semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.

Menurut Philip Kotler, *promotional mix* terdiri dari empat alat utama yaitu (Agipura, 2009):

1. *Advervising* (iklan) adalah setiap bentuk penyajian non- personal dan promosi ide-ide, barang-barang dan jasa dengan pembayaran oleh suatu sponsor tertentu.
2. *Sales promotion* (promosi penjualan) adalah rangsangan jangka pendek untuk merangsang pembeli atau penjual suatu produk atau jasa
3. *Publity* (publisitas) adalah suatu simulasi non-personal terhadap permintaan suatu produk, jasa, atau unit dagang dengan menyebarkan berita-berita komersial yang penting mengenai kebutuhan akan produk tertentu disuatu media yang di sebarluaskan di radio, televise, ataupun panggung yang tidak dibayar oleh pihak sponsor.
4. *Personal selling* (penjualan pribadi) adalah penyajian lisan dalam pembicaraan dengan satu atau beberapa pembeli dengan tujuan melaksanakan pembelian.

Tujuan utama dari promosi yang akan dilakukan oleh perusahaan secara mendasar terdiri dari beberapa alternative antara lain dapat berupa mengimformasikan, mempengaruhi, membujuk, dan dan mengingatkan sasaran konsumen tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

#### 4. Distribusi atau Penyaluran

Distribusi adalah kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah

penyampaian barang atau jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan. Kegiatan distribusi merupakan kegiatan ekonomi yang menjembatani suatu produksi dan konsumsi suatu barang agar barang dan jasa yang ditawarkan akan sampai tepat kepada para konsumen sehingga kegunaan yang didapat dari barang dan jasa tersebut akan semakin maksimal setelah dikonsumsi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan distribusi ialah:

1. Faktor Pasar

Dalam lingkup faktor ini, saluran distribusi dipengaruhi oleh pola pembelian konsumen, yaitu jumlah konsumen, letak geografis konsumen, jumlah pesanan dan kebiasaan dalam pembelian.

2. Faktor Barang

Pertimbangan dari segi barang bersangkutan-paut dengan nilai unit, besar dan berat barang, mudah rusaknya barang, standar barang dan pengemasan.

3. Faktor Perusahaan

Pertimbangan yang diperlukan disini adalah sumber dana, pengalaman dan kemampuan manajemen serta pengawasan dan pelayanan yang diberikan.

4. Faktor Kebiasaan dalam Pembelian

Pertimbangan yang diperlukan dalam kebiasaan pembelian adalah kegunaan perantara, sikap perantara terhadap kebijaksanaan produsen,

volume penjualan dan ongkos penyaluran barang.

### **C. Peningkatan dan Pengembangan Pariwisata**

Alasan utama dalam pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, baik secara lokal maupun regional atau ruang lingkup nasional pada suatu negara sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau negara tersebut. Pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah tujuan wisata akan selalu diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat banyak.

Sehingga dapat disingkat bahwa Pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian upaya yang dilakukan dengan tujuan mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata dalam mengintegrasikan segala bentuk aspek diluar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung guna kelangsungan pengembangan pariwisata yaitu memajukan, memperbaiki, dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu obyek dan daya tarik wisata sehingga mampu menjadi mapan dan ramai untuk dikunjungi oleh wisatawan serta mampu memberikan suatu manfaat baik bagi masyarakat di sekitar obyek dan daya tarik dan lebih lanjut akan menjadi sumber pemasukan bagi pemerintah.

Dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan objek wisata harus ada dukungan penuh dari pemerintah dan pemerintah juga harus berperan dalam mengembangkan dan meningkatkan minat wisatawan untuk mau berkunjung ke objek wisata tersebut, dengan dukungan pemerintah lah suatu objek wisata itu dapat berjalan dan berkembang seperti apa yang diinginkan dan diharapkan.

Berkembangnya suatu objek wisata juga tidak terlepas dari usaha-usaha yang dilakukan melalui kerjasama kepariwisataan dan masyarakat, karena peningkatan dan pengembangan pariwisata merupakan segala kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan semua sarana prasarana, barang, dan jasa fasilitas yang diperlukan guna untuk melayani kebutuhan wisatawan. Selain itu dalam meningkatkan dan mengembangkan pariwisata juga harus memperhatikan kualitas lingkungan, adapun prinsip-prinsip peningkatan dan pengembangan perencanaan kepariwisataan adalah sebagai berikut (Suryani, 2017):

1. Perencanaan pengembangan keparawisataan haruslah merupakan suatu kesatuan dengan pembangunan regional atau nasional dari pembagunan perekonomian Negara.
2. Menggunakan pendekatan terpadu.
3. Berada dibawah koordinasi perencanaan fisik daerah tersebut secara keseluruhan.
4. Perencanaan fisik suatu daerah untuk tujuan wisata harus didasarkan pada penelitian atas faktor geografisnya, tidak hanya berdasakan pada faktor administrasi saja.
5. Memperhatikan faktor ekologi.
6. Memperhatikan faktor sosial yang ditimbulkan.
7. Perencanaan parawisata di daerah yang dekat kawasan industry, perlu diperhatikan pengandaan fasilitas hiburan guna mengantisifasi jam kerja buruh yang singkat dimasa yang akan datang.
8. Pengembangan pariwisata perlu memperhatikan kemungkinan peningkatan kerja sama dengan Negara lain dengan prinsip saling menguntungkan.



## **BAB V**

# **MEMBANGUN DESA WISATA | SINERGI ANTARA POTENSI DAN PEMBERDAYAAN: (Potret Desa Simbatan Kec. Nguntoronadi, Kab. Magetan )**

### **A. Konsep Pemikiran**

Pemerintah terus mendorong potensi desa yang dapat dijadikan desa wisata yang saat ini telah mencapai 7.275 desa. Sinergitas antara pengelola desa wisata dengan pihak terkait seperti pemerintah daerah (pemda) menjadi pendorong lahirnya destinasi pariwisata di Indonesia yang berjalan dengan prinsip berkelanjutan (Sandjojo, 2019). Membangun desa wisata tidak hanya bermodalkan pemandangan indah, namun juga terdapat kriteria alam, budaya, dan kreatif. Pengemasan dengan *story telling* yang bagus dan selaras dengan hal yang menyejahterakan alam menjadi atraksi menarik, sehingga wisatawan akan kembali berkunjung (Petriella, 2019).

Maraknya kemunculan desa wisata pada satu dasawarsa terakhir menjadi potensi besar dalam pengembangan pariwisata Indonesia. Karakteristiknya yang mampu menjaga kuat kearifan lokal, lingkungan, dan memberdayakan ekonomi warga membuat desa wisata makin layak diperhitungkan. Di level internasional, sejumlah desa wisata di Indonesia juga

sudah mendapat pengakuan. Tahun 2019 empat desa wisata yakni Desa Nglanggeran, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunungkidul (DIY), Pentingsari, Desa Umbulharjo, Kecamatan Cangkringan, Kabupaten Sleman (DIY), Desa Pemuteran, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng (Bali) dan Desa Penglipuran, Kabupaten Bangli (Bali) masuk dalam Top 100 Destinasi Berkelanjutan di Dunia versi *Global Green Destinations Days* (GGDD) (Sindo, 2019).

Kerjasama sinergis diperlukan antara pemerintah daerah, pihak swasta, dan masyarakat dalam mengembangkan sektor pariwisata di daerah, agar dapat terwujud manajemen kepariwisataan yang baik pada seluruh bidang pendukung, sehingga dapat memberikan dampak signifikan terhadap daya tarik wisatawan, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan asli daerah dan pendapatan masyarakat. Peran dan kontribusi sektor swasta harus terus didorong dan difasilitasi dalam pengembangan pariwisata, karena selama ini hampir sebagian besar obyek pariwisata dikelola oleh pemerintah daerah. Hal ini mengakibatkan tingginya tingkat ketergantungan manajemen obyek wisata terhadap alokasi dana APBD (Cahyo, 2018).

Untuk mengefektifkan manajemen kepariwisataan, diperlukan pemahaman yang tepat mengenai aktivitas ekonomi pasar para pemangku kepentingan lainnya, yaitu dunia usaha dan masyarakat. Pemerintah daerah perlu memberikan perhatian khusus untuk meningkatkan keberhasilan sektor pariwisata, antara lain dengan mengalokasikan dana APBD yang proporsional untuk membiayai pembangunan infrastruktur kepariwisataan (seperti jalan, listrik, dan telekomunikasi), memfasilitasi masyarakat dan pihak swasta dalam mengelola potensi wisata (seperti

wisata budaya, kuliner, buatan dan wisata alam), serta promosi dan pemasaran potensi wisata yang ada di daerah. Sinergi empat pilar manajemen kepariwisataan, yakni pemerintah daerah, pihak swasta, stake holder dan masyarakat merupakan kekuatan utama dalam meningkatkan perkembangan sektor kepariwisataan di daerah. Kelemahan peran dari salah satu pilar, akan sangat menghambat upaya pengembangan kepariwisataan (Pratama, 2018).

### **B. Potret Desa Simbatan: Membangun Desa Wisata Sinergi Potensi & Pemberdayaan**

Desa Simbatan terletak di Kecamatan Nguntoronadi, berjarak 20 km sebelah timur pusat Kota Magetan, memiliki potensi wisata alam, sejarah dan budaya yaitu Candi Simbatan, yang merupakan Petilasan Dewi Sri, atau sering dikenal dengan Petirtaan Dewi Sri. Desa Simbatan termasuk Kawasan Strategis Pariwisata (KSP) Kabupaten Magetan yang tercantum dalam Perda Kabupaten Magetan Nomor 8 Tahun 2016 tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPARDA). Candi Simbatan menjadi salah satu icon dan kebanggaan warga, bahkan sering digunakan sebagai tempat mengadakan acara adat. Pada candi ini terdapat arca Dewi Sri yang terendam air. Jika akan diadakan acara, air harus dikuras agar arca dapat terlihat. Berbagai even kegiatan sering dilaksanakan sebagai atraksi dari destinasi wisata budaya, seperti Festival Dewi Sri yang telah dijadikan agenda rutin tahunan.

Selain memiliki potensi alam, budaya dan sejarah, Desa Simbatan disebut juga Kampung Disabilitas karena memiliki penyandang disabilitas cukup banyak. Berdasarkan pendataan Pemerintah Desa Simbatan tahun 2019, jumlah penyandang

sebanyak 42 orang, yang potensial produktif 29 orang dan didominasi oleh penyandang intelektual yang berlatar belakang kondisi sosial ekonomi miskin. Mereka membutuhkan bantuan dari pihak lain untuk meningkatkan kondisi kehidupannya. Di sisi lain, program pemberdayaan dari pemerintah daerah belum mampu menjangkau seluruh penyandang disabilitas yang ada, sehingga mereka semakin kesulitan untuk mengakses berbagai program pemerintah dan peningkatan sumberdaya. Dengan bantuan pelatihan dan pendampingan mereka akan mampu menjadi insan mandiri dan dapat berkontribusi dalam bermasyarakat (Mulyati et al., 2019).

Untuk mewujudkan Simbatan sebagai desa wisata, masalah yang dihadapi dikelompokkan menjadi 2 (dua) yaitu dari sisi potensi wisata dan penyandang disabilitas:

#### *Pertama, Potensi Wisata*

1. Pokdarwis yang baru dibentuk tahun 2018 dan Karang Taruna serta Tim Penggerak PKK belum memahami tugas, pokok fungsi masing-masing tentang bagaimana mengembangkan potensi wisata yang ada;
2. Desa belum memiliki *master plan*;
3. Wajah depan (gapura) desa dan jalan masuk ke Taman Dewi Sri (TDS) tampak gersang dan lowong;
4. Taman Dewi Sri sebagai penunjang Candi Simbatan belum memiliki: area parkir, *foodcourt*, gazebo masih terbatas, display produk, spot photo, tempat ibadah;
5. Jalan setapak bagi pengunjung di dalam Taman Dewi Sri masih berwujud tanah;
6. Status tanah sebagian Taman Dewi Sri masih milik perorangan. Selama ini pihak Desa melakukan tukar tanah untuk garapan yang bersifat sementara;

7. Kurangnya rambu penunjuk jalan menuju Candi Simbatan dan Taman Dewi Sri

***Kedua***, Penyandang Disabilitas

1. Kekurangan tenagapendamping tetap bagi penyandang disabilitas;
2. Workshop/shelter untuk kegiatan produksi penyandang disabilitas belum ada, selama ini pinjam ruang di Balai Desa Simbatan;
3. Kekurangan fasilitas alat seperti mesin jahit, lemari penyimpanan, penjemur/ bentang batik;
4. Perlu pelatihan keterampilan secara berkala dan berkesinambungan bagi penyandang disabilitas;
5. Kurangnya pemasaran produk batik ciprat hasil karya penyandang disabilitas.

Berdasarkan hasil pengkajian dari Tim Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Madiun (2022) perlu dilakukan upaya untuk memadukan dan memperbaiki potensi wisata yang sudah ada, dengan aktivitas dan hasil karya penyandang disabilitas agar menjadi obyek wisata menarik, yang pada akhirnya menjadi sumber pendapatan desadari beberapa obyek wisata dan meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian para penyandang disabilitas. Kegiatan dilakukan dengan menjalin kerja bersama mitra yakni Pokdarwis, KSM Sambung Roso yang mewadahi kegiatan penyandang disabilitas, Karang Taruna, Tim Penggerak PKK Desa dengan dukungan Kepala Desa Simbatan. Keterpaduan dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan untuk mewujudkan desa wisata.

Berdasarkan solusi dan target pencapaian dalam Tim Pengabdian Universitas Merdeka Madiun dapat dilakukan antara lain :

## 1. Potensi Wisata

- a. Pokdarwis yang baru dibentuk tahun 2018 perlu diberi pelatihan dan studi banding agar memiliki keterampilan bagaimana mengelola, memberi layanan, dan mengembangkan daya tarik wisata Taman Dewi Sri, serta bagaimana memasarkan dan bekerjasama dengan biro wisata;
- b. Pembuatan *master plan* untuk rencana pengembangansesuai lay out Taman Dewi Sri, Balai Desa dan *Sheltered Workshop* Peduli Disabilitas;
- c. Penataan gapura akses masuk ke Candi Simbatan perlu memiliki identitas khusus yang *marketable*, seperti adanya patung Dewi Sri dan patung Bulir Padi yang dapat dijadikan icon Desa Wisata Simbatan serta pembuatan taman di gapura. Perlu penataan jalan masuk menuju kawasan Candi Simbatan dan Taman Dewi Sri dengan penanaman tanaman hias yang diharapkan akan menambah estetika kawasan;
- d. Pembuatan area parkir, *foodcourt*, tambahan pembuatan gazebo, display produk, spot photo, tempat ibadah, kursi taman yang direncanakan pada tahun kedua dan ketiga;
- e. Pemasangan paving untuk jalan setapak bagi pengunjung di dalam Taman Dewi Sri agar tampak bersih dan rapi; 6) Status tanah sebagian Taman Dewi Sri yang masih milik perorangan, dilakukan tukar tanah garapan dengan desa yang diperkuat dengan Surat Perjanjian;
- f. Pembuatan rambu penunjuk jalan menuju Candi Simbatan dan Taman Dewi Sri, yang direncanakan pada tahun kedua.

## 2. Penyandang Disabilitas

- a. Perlu penambahan tenaga pendamping tetap bagi penyandang disabilitas yang honorinya diusulkan dari ADD (Alokasi Dana Desa) ;
- b. *Workshop/shelter* untuk kegiatan produksi penyandang disabilitas disediakan dari bekas lumbung desa yang tidak terpakai dan perlu renovasi;
- c. Kekurangan fasilitas alat seperti mesin jahit, lemari penyimpanan, penjemur/ bentang batik akan dipenuhi pada tahun kedua;
- d. Pelatihan keterampilan secara berkala dan berkesinambungan bagi penyandang disabilitas akan dilaksanakan pada tahun kedua;
- e. Pemasaran produk batik ciprat hasil karya penyandang disabilitas dibantu secara online pada tahun kedua.

Berdasarkan hasil kajian diatas menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan bentuk dari pembangunan yang berpusat pada manusia dan direncanakan sesuai dengan potensi, masalah, serta kebutuhan masyarakat. Pemberdayaan ditujukan agar masyarakat mampu berdaya, dan memiliki daya saing menuju kemandirian (Anwas, 2013).

Secara lebih rinci bahwa hakikat pemberdayaan adalah tentang bagaimana membuat masyarakat mampu membangun dirinya dan memperbaiki kehidupannya sendiri. Istilah mampu di sini mengandung makna: berdaya, paham, termotivasi, memiliki kesempatan, melihat dan memanfaatkan peluang, berenergi, mampu bekerjasama, tahu sebagai alternatif, mampu mengambil keputusan, berani mengambil resiko, mampu mencari dan menangkap informasi serta mampu bertindak sesuai inisiatif. Sedangkan indikator pemberdayaan menurut Suharto, paling tidak memiliki empat hal, yaitu merupakan

kegiatan yang terencana dan kolektif, memperbaiki kehidupan masyarakat, prioritas bagi kelompok lemah atau kurang beruntung, serta dilakukan melalui program peningkatan kapasitas (Anwas, 2013).

Dalam pelaksanaannya, pemberdayaan memiliki makna dorongan atau motivasi, bimbingan atau pendampingan dalam meningkatkan kemampuan individu atau masyarakat untuk mampu mandiri. Upaya tersebut merupakan sebuah tahapan dari proses pemberdayaan dalam mengubah perilaku, mengubah kebiasaan lama menuju perilaku baru yang lebih baik dalam meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraannya.

Upaya dan bentuk pemberdayaan Selain ditujukan untuk mengubah perilaku masyarakat agar mampu berdaya sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan, pemberdayaan juga menekankan pada proses, bukan semata-mata hasil (output) dari proses tersebut. Oleh karena itu, ukuran keberhasilan pemberdayaan adalah seberapa besar partisipasi atau keberdayaan yang dilakukan oleh individu atau masyarakat. Semakin banyak masyarakat yang terlibat dalam proses tersebut, berarti semakin berhasil kegiatan pemberdayaan.

Pemberdayaan dalam membangun desa wisata berbasis masyarakat dapat dilakukan dengan cara mengubah mind set individu dan masyarakat untuk berdaya dan mandiri. Pemberdayaan juga dapat dilakukan melalui berbagai aktivitas yang dapat meningkatkan partisipasi individu dan masyarakat. bentuk aktivitas pemberdayaan tersebut di antaranya: kegiatan pendidikan dan pelatihan yang dapat mendorong kemampuan dan ketrampilan yang sesuai dengan potensi dan kebutuhan

masyarakat desa wisata, menciptakan berbagai kesempatan kerja melalui pembangunan desa wisata, menghidupkan kembali budaya dan kearifan lokal sebagai modal sosial, dan bentuk aktivitas lainnya yang mampu menunjang pembangunan desa wisata. Melalui kegiatan pemberdayaan, individu dan masyarakat disadarkan akan potensi, kebutuhan, dan masalah yang ada pada diri dan lingkungannya. Selanjutnya mereka didorong untuk mau melakukan perubahan yang dimulai dari dalam dirinya untuk mampu menciptakan pembangunan desa wisata dengan melakukan pemberdayaan potensi yang dimiliki dan mengembangkan baik produk lokal, budaya lokal menjadi sebuah unggulan yang dapat sebagai icon pariwisata berbasis perdesaan.

Sebagaimana menurut pendapat Moeljarto (2005) pemberdayaan memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Prakarsa dan proses pengambilan keputusan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat harus diletakkan pada masyarakat sendiri.
2. Meningkatkan kemampuan masyarakat untuk mengelola dan memobilisasikan sumber-sumber yang ada untuk mencapai kebutuhannya.
3. Mentolerir variasi local sehingga amat fleksibel dan menyesuaikan diri dengan kondisi lokal.
4. Menekankan pada *social learning*.
5. Proses pembentukan jaringan antara birokrasi dan lembaga swadaya masyarakat, satuan-satuan organisasi tradisional yang mandiri.

Dalam melaksanakan pemberdayaan perlu dilakukan melalui berbagai pendekatan. Menurut Suharto sebagaimana dikutip Anwas (2013), penerapan pendekatan pemberdayaan dapat dilakukan melalui 5P yaitu : Pemungkinan, penguatan,

perlindungan, penyokongan, dan pemeliharaan dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Pemungkinan, penciptaan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang secara optimal. Pemberdayaan harus mampu membebaskan masyarakat dari sekarat-sekarat kultural dan struktural yang menghambat
2. Penguatan, memperluas pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki masyarakat dalam memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Pemberdayaan harus mampu menumbuhkembangkan segenap kemampuan dan kepercayaan diri masyarakat yang menunjang kemandirian mereka.
3. Perlindungan, melindungi masyarakat terutama kelompokkelompok lemah agar tidak tertindas oleh kelompok kuat, menghindari terjadinya persaingan yang tidak seimbang (apalagi tidak sehat) antara yang kuat dan lemah, dan mencegah terjadinya eksploitasi kelompok kuat terhadap kelompok lemah. Pemberdayaan harus diarahkan kepada penghapusan segala jenis diskriminasi dan dominasi yang tidak menguntungkan rakyat kecil.
4. Penyokongan, memberikan bimbingan dan dukungan agar masyarakat mampu menjalankan perannya dan tugas-tugas kehidupannya.
5. Pemeliharaan, memelihara kondisi yang kondusif agar tetap terjadi keseimbangan distribusi kekuasaan antara berbagai kelompok dalam masyarakat. Pemberdayaan harus mampu menjamin keselarasan dan keseimbangan yang memungkinkan setiap orang memperoleh kesempatan berusaha.

Upaya yang dilakukan dalam rangka pemberdayaan masyarakat Desa Simbatan Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Magetan Propinsi Jawa Timur dilakukan terhadap para penyandang disabilitas yang diberikan ketrampilan agar mampu eksis dalam ikut membangun desa wisata berbasis potensi desa dan pemberdayaan masyarakat.

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016, penyandang disabilitas adalah setiap orang yang mengalami keterbatasan fisik, intelektual, mental, dan/atau sensorik dalam jangka waktu lama yang dalam berinteraksi dengan lingkungan dapat mengalami hambatan dan kesulitan untuk berpartisipasi secara penuh dan efektif dengan warga negara lainnya berdasarkan kesamaan hak.

Upaya pemerintah untuk mewujudkan kemandirian dan kesejahteraan penyandang disabilitas adalah dengan cara peningkatan kesejahteraan yang dilakukan melalui kesamaan kesempatan, rehabilitasi, bantuan sosial, dan pemeliharaan taraf kesejahteraan sosial. Hal ini sudah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun 1998 tentang Upaya Peningkatan Kesejahteraan Sosial Penyandang Disabilitas.

Minimnya pemberdayaan terhadap penyandang disabilitas terkait dengan dua masalah besar, yakni stigma dan diskriminasi. Stigma bahkan tidak hanya datang dari masyarakat, tetapi juga dari keluarga sendiri yang merasa malu dengan keadaan anggota keluarganya sehingga mereka disembunyikan dan tidak diberi pendidikan.

Tujuan kegiatan pemberdayaan di Desa Simbatan Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Magetan Propinsi Jawa Timur adalah untuk melakukan pemberdayaan masyarakat penyandang disabilitas di Kabupaten Magetan dalam rangka

peningkatan kesejahteraan ekonomi. Peningkatan taraf kesejahteraan mengacu pada peningkatan sumber daya manusia berupa peningkatan keterampilan hidup (*life skill*) berupa pemberian latihan keterampilan, kursus dan lain-lain. Upaya pemberdayaan penyandang disabilitas dikemas dalam program pengabdian masyarakat.

Sebagai bentuk partisipasi masyarakat terhadap penyandang disabilitas, dibentuklah wadah yang diberi nama “Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) Sambung Roso”. Dalam perkembangannya, KSM Sambung Roso secara bertahap merintis dan mengembangkan kegiatan ekonomi produktif bagi penyandang disabilitas secara berkelompok dengan berbagai kegiatan usaha seperti produksi batik ciprat, pembuatan keset dan aneka kerajinan tangan (Tatik Mulyati, et’al, 2019).

Hingga saat ini, upaya pemberdayaan bagi penyandang disabilitas masih terus berjalan. Produk- produk karya mereka telah memasuki pasar. Namun, karena proses pembuatan masih sangat sederhana, bahan baku minim dan kualitas di bawah standar, maka nilai seni, nilai kreatifitas dan nilai jualnya juga rendah.

Kegiatan yang diberikan kepada penyandang disabilitas dan KSM Sambung Roso untuk mengimplementasikan solusi yang ditawarkan terhadap permasalahan yang telah diuraikan, mencakup metode- metode sebagai berikut:

*Pertama*, Penyuluhan antara lain mencakup:

1. Penyuluhan sumber gagasan produk baru.
2. Proses perencanaan dan pengembangan produk
3. Kewirausahaan dan kiat sukses berwirusaha

4. Manajemen usaha, yang mencakup: - Manajemen keuangan (perhitungan harga pokok produksi dan penentuan harga jual) - Manajemen pemasaran.

*Kedua*, Pelatihan keterampilan Kegiatan produktif yang direncanakan dan dilakukan KSM Sambung Roso bagi penyandang disabilitas adalah:

1. Pembuatan batik ciprat.
2. Pembuatan batik ciprat kombinasi jumputan.
3. Pembuatan batik ciprat kombinasi kuas.
4. Pembuatan batik *eco-print*.
5. Pembuatan aneka kerajinan tangan dari berbagai wadah plastik bekas dan kain perca.

Pelatihan keterampilan dan usaha lain sesuai kebutuhan pasar yang dapat dikerjakan oleh penyandang disabilitas.

Tahap pelaksanaan meliputi sosialisasi, verifikasi dan identifikasi sasaran; yang bertujuan untuk mensosialisasikan program, mengetahui jumlah dan data lengkap (*by name* dan *by address*) penyandang disabilitas intelektual, mengetahui masalah, kebutuhan dan potensi desa serta partisipan yang dapat mendukung kegiatan.

Sosialisasi, verifikasi dan identifikasi sasaran dilaksanakan dengan:

1. Mengadakan pertemuan dengan aparat desa, tokoh masyarakat untuk mensosialisasikan program;
2. Melakukan klarifikasi dan verifikasi data dan melengkapi data yang diperlukan melalui kunjungan langsung;
3. Mengidentifikasi potensi/sumber daya masyarakat baik sumber daya manusia, kelembagaan, financial maupun sarana dan prasarana yang dapat dimanfaatkan.

*Ketiga*, Pelatihan Pengurus KSM Pelatihan dan bimbingan teknis merupakan upaya membangun kapasitas pengurus, anggota KSM dan tenaga pendamping untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan administrasi dan manajemen KSM serta pengetahuan dan keterampilan teknis mendampingi penyandang disabilitas intelektual dengan materi pelatihan:

1. Manajemen/ pengelolaan organisasi KSM.
2. Penggalian dan pemanfaatan sumberdaya.
3. Peranan dan tugas-tugas pendamping.
4. Bimbingan teknis membimbing penyandang disabilitas intelektual.
5. Bimbingan teknis mendampingi keluarga dalam membimbing penyandang disabilitas intelektual.
6. Materi lain terkait.
7. Pendampingan pelaksanaan bimbingan keterampilan dan usaha ekonomi produktif, mencakup:
  - a. Pendampingan dalam melaksanakan bimbingan fisik, mental, sosial, keteampilan dan kewirausahaan untuk penyandang disabilitas;
  - b. Pendampingan dalam melakukan kegiatan ekonomi produktif, dilaksanakan dengan merintis dan mengembangkan aneka jenis keterampilan/ usaha yang bernilai ekonomis dan berorientasi pasar. Meningkatkan dan melatih keterampilan dengan tujuan menyediakan kesempatan kerja bagi penyandang disabilitas melalui berbagai usaha/produksi barang, sehingga memperoleh pendapatan guna memenuhi kebutuhan hidupnya;
  - c. Pengembangan kemitraan dan jejaring, dilakukan dengan swasta/unit usaha/ sekolah/kantor yang

dapat memanfaatkan produk karya penyandang disabilitas (seperti batik dan lain-lain).

***Keempat***, Monitoring dan Evaluasi,

1. Memberikan bimbingan teknis kepada pengurus KSM dan pendamping dalam melakukan kegiatan pelayanan kepada penyandang disabilitas.
2. Secara berkala, setiap satu bulan sekali diadakan pertemuan untuk mengevaluasi kegiatan yang telah dilaksanakan dan perkembangan hasil-hasil yang telah dicapai.

Bantuan untuk meningkatkan kreatifitas dan kemandirian kelompok diharapkan memberi energi positif, semangat dan kepercayaan diri penyandang disabilitas dalam melanjutkan kehidupan dan berkontribusi kepada masyarakat dan daerah.

Keberhasilan pengembangan usaha kelompok penyandang disabilitas dapat diukur dari:

1. Usaha yang dilakukan penyandang disabilitas intelektual dapat berkembang secara kuantitas maupun kualitas;
2. Semua anggota kelompok mempunyai pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari;
3. Semua anggota kelompok mempunyai tabungan;
4. Aset kelompok bertambah dari waktu ke waktu
5. Meluasnya penjualan hasil karya kelompok.

Dengan membantu meningkatkan kreatifitas, kesejahteraan dan kemandirian diharapkan memberi energi positif, semangat dan kepercayaan diri penyandang disabilitas dalam melanjutkan kehidupan dan berkontribusi bagi masyarakat. Pengetahuan dan teknologi (Iptek) yang

dikembangkan pada penyandang disabilitas Desa Simbatan antara lain:

1. Peningkatan teknik dan seni batik ciprat dengan beberapa kombinasi teknik pembuatan batik jenis lain (jumputan dan kuas);
2. Pembuatan batik *eco-print*;
3. Peningkatan keterampilan dan kreatifitas dalam pembuatan berbagai produk kerajinan tangan yang sesuai kebutuhan pasar dan dapat dikerjakan oleh penyandang disabilitas.

Sentra kegiatan ekonomi produktif yang dilakukan dan dikembangkan di Desa Simbatan Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Magetan Propinsi Jawa Timur adalah: Batik ciprat dan Aneka kerajinan tangan dari bermacam-macam wadah plastik bekas dan kain perca.

Berdasarkan pemaparan uraian tentang pemberdayaan terhadap penyandang disabilitas hendaknya terus dilakukan pemerintah daerah agar kemandirian dan kesejahteraan hidup dapat terwujud. Adanya pembinaan dan dukungan dari pemerintah daerah dan instansi terkait terhadap wirausaha penyandang disabilitas, agar mereka dapat mandiri dan tidak menjadi beban orang lain. Disamping itu adanya pemberdayaan potensi desa Simbatan untuk dikembangkan menjadi bagian dari wisata desa berbasis pemberdayaan dan budaya lokal mampu menjadi penopang dan unggulan potensi Desa.

Merujuk adanya potensi Desa Simbatan Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Magetan Propinsi Jawa Timur sangat perlu dikembangkan menjadi desa wisata berbasis pemberdayaan masyarakat dan potensi budaya lokal antara

lain sebagaimana kegiatan dari analisis situasi, permasalahan dan rencana solusi, kegiatan pengabdian masyarakat dengan skema Program Pemberdayaan Desa Mitra (PPDM) oleh Tim Universitas Merdeka Madiun, dengan hasil sebagai berikut (Tatik Mulyati, et'al, 2021):

1. Pembuatan *Master Plan*

Pembuatan *master plan* bertujuan untuk memudahkan pembangunan-pengembangan spot lokasi wisata Taman Dewi Sri secara bertahap dan berkesinambungan. Perencanaan dilakukan secara komprehensif bersama Kepala Desa, Pokdarwis, Karang Taruna dan TP PKK Simbatan. Pembuatan dikerjakan oleh anggota Tim PPDM dari Fakultas Teknik Sipil Universitas Merdeka Madiun. Pembuatan Master plan didasarkan pada denah/ *lay out* yang telah dibuat sebelumnya, saat ini sedang dalam tahap pembuatan, karena baru dibuat pada bulan Juli 2020 setelah ada kepastian status tanah sebagian lokasi Taman Dewi Sri; memuat tentang peta lokasi desa wisata di Simbatan yang nantinya akan memudahkan pengunjung untuk melihat letak lokasi wisata di Desa Simbatan mulai dari Taman Dewi Sri Simbatan, Petirtaan Dewi Sri, Wisata Candi Simbatan, *Sheltered Workshop* untuk kegiatan penyandang disabilitas, dan sebagainya

2. Pembuatan taman mini di Gapura Desa Simbatan

Pembuatan taman mini di sebelah kanan-kiri (barat dan timur) gapura pintu masuk Desa Simbatan dilakukan dengan tujuan agar pintu masuk gapura desa nampak indah, asri dan menarik untuk dilihat bagi siapa pun yang lewat. Pembuatan taman dimulai pada awal bulan Maret

2020 dengan maksud masih berada di musim penghujan sehingga memudahkan pemeliharaan (penyiraman).

3. Penanaman tanaman hias Tabebuaya dan Plumeria dari Gapura Desa ke Taman Dewi Sri

Penanaman tanaman hias sebanyak 225 pohon di sepanjang kanan-kiri jalan dari gapura desa menuju lokasi wisata Taman Dewi Sri dan Candi Simbatan sepanjang 700 meter telah selesai dilaksanakan dan pemeliharaannya diserahkan kepada masyarakat setempat yang ada di sepanjang jalan tersebut. Taman mini gapura dan tanaman hias di sepanjang jalan masuk desa diharapkan dapat mempercantik gapura dan jalan masuk sehingga diharapkan pengunjung makin tertarik untuk berwisata ke Desa Simbatan Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Magetan.

4. *Sheltered Workshop* Peduli Sambung Roso untuk kegiatan penyandang disabilitas.

Sebagaimana diketahui, produk batik Ciprat Langitan Simbatan telah dijadikan icon Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Magetan Propinsi Jawa Timur. Dalam mengembangkan usaha agar berkelanjutan serta mampu memenuhi kebutuhan pasar, Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) Sambungroso yang menaungi para penyandang disabilitas dalam memproduksi Batik Ciprat membutuhkan tempat kegiatan yang permanen dan nyaman. Peralatan sebagai bentuk dukungan produksi juga diperlukan sebagai tambahan modal usaha. Semula shelter bertempat di Balai Desa, namun jika ada kegiatan desa, aktivitas penyandang disabilitas terpaksa harus diliburkan agar tidak mengganggu. Di Desa Simbatan terdapat bekas

lambung desa yang tidak terpakai dan sangat tidak layak huni. Dengan persetujuan Kepala Desa beserta perangkat, dilakukan renovasi bekas lambung tersebut bagi kegiatan para penyandang disabilitas. Pindahan, pembenahan dan penataan telah dilaksanakan oleh tenaga profesional (tukang bangunan) diawasi oleh Tim PPDM dan mahasiswa sebagai pembantu pengabdian. Pekerjaan dimulai dari penataan genting, pengecatan, pembuatan pintu penghubung antar ruangan, penyambungan arus listrik. Pembuatan sumur air bersih, kamar mandi dan sumur resapan menjadi tanggung jawab desa yang dibiayai dari dana desa. Pindahan ke *sheltered workshop* baru, dilakukan oleh penyandang disabilitas di bawah kordinasi pengurus dan pendamping KSM dibantu anggota Karang Taruna dan penataan dilakukan Tim PPDM bersama anggota Pokdarwis. Saat ini shelter untuk penyandang disabilitas tersebut sudah dapat dipakai untuk memproduksi batik dan untuk kegiatan penyandang disabilitas seperti membatik dan kegiatan keterampilan kreatif lainnya.

5. Pembuatan *Paving Block* Pedestrian Taman Dewi Sri dan Jalan ke Beji.

Pembuatan *paving block* untuk pedestrian di dalam Taman Dewi Sri dilakukan karena jika musim kemarau pedestrian tersebut berdebu dan jika musim hujan becek sehingga pengunjung merasa tidak nyaman. Pengerjaan *paving block* telah selesai dilaksanakan dimana pelaksanaannya dilakukan secara bergotong royong antara Pokdarwis dan Karang Taruna di bawah pengawasan anggota Tim PPDM dibantu mahasiswa dari Fakultas Teknik Sipil sebagai pembantu pengabdian dan

tenaga ahli. Dengan adanya *paving block* Taman Dewi Sri lebih tertata rapi, indah dan bersih sehingga pengunjung nyaman berwisata di taman tersebut.

6. Pemasangan pintu gerbang di gapura pintu masuk taman Dewi Sri.

Pemasangan pintu gerbang gapura dimaksudkan untuk keamanan taman di waktu malam hari sebagai upaya antisipatif agar tidak digunakan untuk kegiatan yang bersifat negative yang tidak terpantau oleh pengelola dalam hal ini Pokdarwis dan Karang taruna.

# POTENSI WISATA DESA SIMBATAN



## Potensi Alam, Cagar Budaya dan Religi



## Potensi Pasar Wisata



## Potensi Wisata Edukasi Batik Ciprat Penyandang Disabilitas



## Potensi Penyediaan Condera Mata



## Koordinasi dan Sinergi Dengan Pemda Magetan



## DAFTAR PUSTAKA



- Adonara, F, 2020, *Perjanjian Kemitraan Di Bidang Ekowisata (Ecotourism) Sebagai Instrumen Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Aliman, Muhammad. 2017. Pemanfaatan Media Sosial Dalam Ekowisata Air Terjun di Sumatera Barat (Sebuah Tinjauan Teoritis). *Jurnal Spasial*. Volume 4, Nomor 2.
- Alwasilah, A. Chaedar. 2003. *Pokoknya Kualitatif (Dasar-Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif)*. Dunia Pustaka Jaya, Jakarta.
- Antara, M., & Arida, S., 2015, Panduan pengelolaan desa wisata berbasis potensi lokal. *Konsorium Riset Pariwisata Universitas Udayana*, Bali.
- Anonim, *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Gava, Media, Jakarta.
- Asmoro, et'al, 2022, Sejarah, Paradoks, Dan Paradigma Pariwisata Berkelanjutan DiIndonesia (history, Paradox and Paradigm of Sustainable Tourism in Indonesia).
- Asshiddiqie, J., 2010, Konstitusi masyarakat desa (piagam tanggungjawab dan hak asasi warga desa). *Dalam : [http://jimly.com/makalah/namafil\\_e/176/Konstitusi\\_MasyaraKat\\_Desa.pdf](http://jimly.com/makalah/namafil_e/176/Konstitusi_MasyaraKat_Desa.pdf)*.

- Ballantyne, Roy & Packer, Jan. 2013. *International Handbook on Ecotourism*. Edward Elgar Publisher. Buckley, R., Pickering, C., & Weaver, D.B. 2003. *Nature Based Tourism, Environment and Land Management*. CABI Publishing.
- Basrowi. 2005. *Pengantar Sosiologi*. Insan Cendekia, Yogyakarta.
- Bawono, I. R. 2019. *Optimalisasi potensi desa di Indonesia*. Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta.
- Creswell, John W. 1994. *Research Design, Quantitative & Qualitative Approaches* (Terjemahan KIK-UI dan Nur Khatibah). KIK Press Denzin, Jakarta
- Dewi, M, 2013, Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2).
- Eko Murdiyanto, 2008, *Sosiologi Pedesaan*, UPN "Veteran" Yogyakarta
- Farida Jasfar, 2005, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan.
- Fauziah Hanum, Reiza D. Dienaputra, Dadang Suganda, Budi Muljana Tasikmalaya, 2019. *Kecamatan Gunung Tanjung Dalam Angka 2019*.
- Hastutik, D, 2020, *Peran Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Dalam Pengembangan Desa Wisata Di Desa Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten*, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

- Hidayat, Dian Charity & Maryani, Retno. 2019. *Analisis Kelayakan Potensi Ekowisata Air Terjun Riam Jito di Kecamatan Kembayan, Kabupaten Sanggau, Kalimantan Barat.*
- Hilman, Y. A. 2017, Kelembagaan Kebijakan Pariwisata di level desa. *JIP (Jurnal Ilmu Pemerintahan): Kajian Ilmu Pemerintahan dan Politik Daerah*, 2(2), 150-163.
- I Gde Pinata, 2009, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Ir. H. Djuanda. *Jurnal Pendidikan Geografi*. Volume 16, Nomor 01. Kemendesa.go.id. 2019. Index Desa Membangun. Diakses dari: [http://idm.kemendesa.go.id/idm\\_data?id\\_prov=32&id\\_kabupaten=3206&id\\_k](http://idm.kemendesa.go.id/idm_data?id_prov=32&id_kabupaten=3206&id_kecamatan=320623&id_desa=3206232007&tahun=2019)  
[ecamatan=320623&id\\_desa=3206232007&tahun=2019](http://idm.kemendesa.go.id/idm_data?id_prov=32&id_kabupaten=3206&id_kecamatan=320623&id_desa=3206232007&tahun=2019)  
 Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.
- Jurnal Magister Pariwisata (JUMPA)*. Vol. 01, No. 01. Putra, Adetiya Prananda. 2018. Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Persepsi Terhadap Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Daya Tarik Wisata Air Terjun Selendang Arum, Songgon – Banyuwangi.
- Jurnal Magister Pariwisata (JUMPA)*. Vol. 05, No. 03. Samsuharjo., Margono, Subando Agus., & Purbokusumo, Yuyun. Pengembangan Ekowisata di Air Terjun Sri Getuk. *Academia*. Sunaryo, Bambang. 2013.
- Jurnal Penelitian Pengelolaan Daerah Aliran Sungai*. Jamil. Rima Sophal., & Waluya, Bagja. 2016. Pengaruh Elemen Ekowisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Taman Hutan Raya

- Kartika, M., 2018, Pemetaan Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(1), 58-71.
- Kholid, H, 2021, *Model Pemberdayaan Pemuda Usia Produktif Pada Keluarga Miskin (Studi Kritis Pada Rumah Gemilang Indonesia (RGI) Laznas Al- Azhar Sawangan-Depok)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* Edisi 13, Jilid 2.
- \_\_\_\_\_ and Armstrong, G. 2006. *Principles of Marketing*. Eleventh Edition.
- \_\_\_\_\_, Philip & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid
- \_\_\_\_\_, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall Inc
- \_\_\_\_\_, Philip dan Gary Armstrong. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jilid 2) (Terjemahan Alexander Sindoro). PT Indeks, Jakarta
- Krisnani, & Darwis, R, 2015, Pengembangan desa wisata melalui konsep community based tourism. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3).
- Kusuma, A. T, 2019, *Pengembangan Objek Wisata Kampung Kapitan Sebagai Wisata Unggulan D Kota Palembang Provinsi Sumatra Selatan* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta (STIPRAM)).

- Marius P. Agipura, 2009, *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT. Grafindo Persada, Jakarta.
- Marpaung, Happy. 2002. *Pengetahuan Kepariwisata* (edisi revisi). Alfabeta, Bandung.
- Maulana, M. A, 2020, *Identifikasi Kelayakan Desa Wisata Berdasarkan Potensi Objek Wisata* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Moeljarto, 2005, *Politik Pembangunan Sebuah Analisis, Konsep Arah dan Strategi*, Tiara Wacana, Yogyakarta).
- Muin, F., & Mucharom, R. S, 2016, *Desa dan hukum adat: persepektif normativitas dan sosiologis keindonesiaan*. Unisbank Semarang.
- Murianto. 2014. *Potensi dan Persepsi Masyarakat Serta Wisatawan Terhadap Pengembangan Ekowisata di Desa Aik Berik, Lombok Tengah*.
- Musgrove, Frank, 1977. *Margin of The Mind*. London: Methuen & Co Ltd New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Norman K. & Yvonna S. Lincoln. 2000. *Handook of Qualitative Research*. USA : Sage Publications Hanitzsch, Thomas. 2001.
- Nugroho, I, 2018, *Perencanaan Pembangunan Ekowisata dan Desa Wisata*. *Bappenas Working Papers*, 1(1), 98-103.
- Nursamsiyah, N, 2022, *Pendampingan Pemerintah Desa Oleh Lembaga Strategi Nasional Sebagai LSM Dalam Pengembangan Desa Wisata* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa STPMD" APMD").

- Oos M. Anwas, 2013, *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*, Alfabeta, Bandung.
- Pardosi, L. M., 2022, *Pengembangan Potensi Ekonomi Desa Melalui Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang*, repository.uhn.ac.id
- Pendit, Nyoman S. 1999. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.Press, Yogyakarta.
- Purwahita, et'al, 2021, Dampak Covid-19 terhadap Pariwisata Bali Ditinjau dari Sektor Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 1(2), 68-80.
- Puspitasari, M, 2021, Optimalisasi Potensi Ekonomi Melalui Bumdes Di Desa Wanasari. *Prosiding Konferensi Nasional Penelitian Dan Pengabdian Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 1(1), 1319-1327.
- Putri, 2022, Green Tourism Sebagai Kunci Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 49.
- Ramadhani, A, 2019, *Pemanfaatan Potensi Sumber Daya Alam Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Di Desa Sidoarjo Kecamatan Blambangan Umpu Kabupaten Way Kanan*, (Doctoral Dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Rudy, Teuku May. 2005. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat Internasional*. Refika Aditama, Bandung.
- Ruman Sumadilaga,1994. *Sosiologi 3 SMU*. Yudistira, Jakarta.

- Shapiro, Aaron. 2003. Promoting Cloverland: Regional Associations, State Agencies, and the Creation of Michigan's Upper Peninsula Tourist Industry. *Michigan Historical Review*. Vol.29. Issue.1: 1-9
- Siar Meiriza, Mica. 2005. Analisis Segmentasi Pasar Wisatawan Mancangara Terhadap Daerah Tujuan Wisata Sumatera Utara. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Sigit Sapto Nugroho, Ahadiati Rohmatiah, Mutmainah, 2020, *Desain Politik hukum Pariwisata Indonesia Berbasis Kesejahteraan*, Lakeisha, Klaten.
- \_\_\_\_\_,Zulin Nurchayati, Hindun Nurhidayati, 2022, *Komodifikasi Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Kearifan Lokal*, Lakeisha, Klaten.
- Soerjono Soekanto, 2006, *Sosiologi suatu Pengantar*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soleh, A, 2017, Strategi pengembangan potensi desa. *Jurnal Sungkai*, 5(1), 32-52.
- Sukarsa, I Made. 1999. *Pengantar Pariwisata*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Jakarta.
- Suprpti, W. 2010. Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran. Bali: Udayana University Press.
- Suryajaya, I Putu Agus Mahendra & Adikampana, I Made. 2019. Dampak Ekonomi Ekowisata Air Terjun Suranadi Terhadap Masyarakat Lokal di Jatiluwih. *Jurnal Destinasi Pariwisata*. Vol. 7, No. 2.

- Suryani, A, 2017, Strategi pengembangan pariwisata lokal. *Jurnal Spasial: Penelitian, Terapan Ilmu Geografi, dan Pendidikan Geografi*, 3(1).
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya Bandung.
- Suwena, I Ketut. 2010. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Udayana University Press
- Sya, S., & Hotimah, 2021, *Manajemen Ekowisata*. UNJ Press.
- Syahza, A., & Suarman, S, 2013, Strategi pengembangan daerah tertinggal dalam upaya percepatan pembangunan ekonomi pedesaan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan*, 14(1), 126-139.
- Mulyati, T., Rohmatiah, A., & Amadi, D. N, 2019, Pemberdayaan Masyarakat Disabilitas Melalui Keterampilan Batik Ciprat: KSM Sambung Roso Simbatan-Nguntoronadi-Magetan. *SNHRP*, 53-60.
- \_\_\_\_\_, Rohmatiah, A., Haryani, A. T., & Susilo, H, 2021, Realizing Simbatan-Magetan As A Tourist Village: Utopia and Realita. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 4(2), 272-282.
- W.J.S. Purwadarminta, 1976, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka Jakarta.
- Wahab, Salah. 2003. *Manajemen Kepariwisata*, Pradnya Paramita, Jakarta.

- Wibowo, A. Alfarisy, M. F, 2020, Analisis Potensi Ekonomi Desa dan Prospek Pengembangannya. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, 22(2), 204-216.
- Yoeti, Oka. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Angkasa, Bandung.
- \_\_\_\_\_. 1996. *Pemasaran Pariwisata Terpadu*. Bandung. Angkasa Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2002. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*.
- Zakaria, Faris. 2014, Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. *Jurnal teknik ITS*, 3(2), C245-C249.
- Ziku, Rafael Modestus. 2015. Partisipasi Masyarakat Desa Komodo Dalam Pengembangan Ekowisata di Pulau Komodo. *Jurnal Magister Pariwisata (JUMPA)*. Vol. 02, No. 01.

## BIODATA PENULIS



**Dr. Dra. Tatik Mulyati, M.M.**, lahir di Jombang, 26 Desember 1962. Pendidikan Sekolah Dasar hingga Menengah Atas ditempuh di Jombang, melanjutkan studi Sarjana Strata 1 di Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada (1989). Penyiar TVRI Stasiun Yogyakarta (1986-1989) ini, menempuh pendidikan Magister Manajemen di Universitas Gajayana Malang (1998) dan Doktoral di Universitas Merdeka Malang (2013). Rektor Universitas Merdeka Madiun (2011-2015), aktif mengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Madiun sejak tahun 1991 hingga sekarang. Pernah aktif dalam berbagai kegiatan organisasi sosial kemasyarakatan dan kewanitaan, saat ini fokus pada kegiatan tridharma dan beberapa kali menerima hibah dari DRTPM Dikti.

Buku yang telah diterbitkan baru Matematika Pemula (2018) dan Statistik Parametrik dalam proses editing. Berbagai pertemuan nasional dan internasional telah diikuti dan menghasilkan karya ilmiah yang dimuat dalam jurnal nasional maupun internasional serta prosiding, antara lain : *The Influence of Brand Awareness, Brand Image and Perceived Quality on Brand Loyalty Oppo Smartphone in Madiun* (2018), *Population and Unemployment: A Population Analysis in East Java Indonesia*

(2018), *Sectoral Agglomeration as Alternative Reinforcing Power Region: Study at Patandirolek* (2018), *Penguatan Usaha Kecil Menengah Melalui Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi pada PT INKA Persero)* (2019), *Perlindungan Hukum Terhadap Tenaga Kerja Wanita (Studi di Kabupaten Magetan)* (2019), *Implementation of Minapolitan Program as Effort to Poverty Reduction in Pacitan, Indonesia* (2019), *Regional Tourism Development Strategy (Studies on Madiun Regency)* (2020), *SEM Analysis in the Effect of Service Quality on Customer Satisfaction and Its Implications on Student's Loyalty Online Transportation Users in Madiun Municipality* (2020), *Analyzing Competitive Strategies in Food SMEs Post Pandemic Covid-19 (Case Study in Madiun Municipality)* (2020), *Sinergitas Pemberdayaan Kampung Disabilitas Dan Kampung Wisata Untuk Mewujudkan Simbatan Sebagai Desa Wisata* (2021), *Factors Predicting of Purchasing Decision Moslem Fashion Products in the New Normal Pandemic Covid-19 (Case Study in Madiun Municipality)* (2021), *Realizing Simbatan - Magetan as Tourist Village: Utopia and Reality* (2021), *Analyzing the Effect of Leadership, Teamwork and Employee Involvement on Employee Performance* (2022), *Strategy of Tourism Villages Based on Local Wisdom (Case in Simbatan - Magetan)* (2022), *Development Strategy of Tourism Village Based on Local Wisdom Using SWOT Analysis* (2022)



**Dr. Ir. Hendro Susilo, ST., M.T.**, lahir di Madiun pada tanggal 14 Februari 1980, menyelesaikan pendidikan di SMU 2 Madiun tahun 1998, jenjang pendidikan Sarjana diselesaikan di Universitas Gadjah Mada (UGM) pada tahun 2003, dilanjutkan jenjang Pascasarjana di Magister Pengelolaan Sumberdaya Air Universitas Gadjah Mada (UGM) pada tahun 2005 dan Program Doktor Teknik Sumber Daya Air pada Tahun 2021 di Universitas Brawijaya. Penulis aktif sebagai dosen pengajar di Jurusan Teknik Sipil Universitas Merdeka Madiun, mengampu mata kuliah Irigasi dan Bangunan Air, Hidrologi, serta PSDA. Selain sebagai dosen pengajar di UNMER Madiun juga aktif sebagai praktisi dan pengurus INKINDO (Ikatan Nasional Konsultan Indonesia) Jatim serta KADIN (Kamar Dagang Industri Nasional) Kota Madiun.



**Ahadiati Rohmatiah S.Hut., M.M.** dilahirkan di Pasuruan pada 15 Mei 1973. Jenjang Pendidikan dasar di tempuh di Bojonegoro, sekolah menengah pertama dan sekolah menengah atas ditempuh di Ponorogo. Gelar kesarjanaan (S.Hut) diperoleh dari Institut Pertanian Malang pada tahun

1995 dan pada tahun 2012 meraih gelar Magister Manajemen dari Universitas Pembangunan Nasional Surabaya.

Menjadi staf pengajar di Universitas Merdeka Madiun sejak tahun 1996 hingga sekarang. Saat ini menjabat sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Madiun. Selalu aktif dalam penelitian bidang tata kelola pemerintahan dan aktif pengabdian kepada masyarakat bidang pemberdayaan masyarakat dan pariwisata. Beberapa karya penelitian dan pengabdiannya telah dipublikasikan di jurnal nasional dan jurnal internasional. Salah satu publikasinya adalah tentang manajemen sumberdaya manusia dan pemberdayaan pariwisata lokal.



**Anik Tri Haryani, S.H., M. Hum**, lahir di Magetan, 22 Maret 1975, Pendidikan Sekolah Dasar Dan Menengah di Magetan, melanjutkan studi Sarjana di Fakultas Hukum Universitas Jember (1998) dengan predikat terbaik, dan Magister Ilmu Hukum Bisnis di Universitas Merdeka Malang (2011). Aktif sebagai pengajar di Fakultas Hukum Universitas Merdeka

Madiun sejak tahun 1999 hingga sekarang dan saat ini menjabat sebagai Wakil Dekan Fakultas Hukum. Aktif dalam pengkajian Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual, Hukum Perdata, dan Hukum Bisnis, peneliti penerima hibah yang dibiayai DP2M Dikti.

Buku yang telah diterbitkan Hukum dan Teknologi (2017), Hukum Koperasi, Usaha Potensial, dan UMKM (2018), Metodologi Riset Hukum (2019), Pengantar Hukum Indonesia (2020), Netralitas Aparatur Sipil Negara Dalam Pemilu (2021).

Artikel yang telah diterbitkan Perlindungan Merek Batik Pring Sedapur Terhadap Peningkatan Potensi Desa Sidomukti Kabupaten Magetan, *Justitia Merdeka* (2015), Perlindungan Hukum Pengarang/Penulis Buku Menurut Undang-Undang Nomor No 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (2016), Perlindungan Hukum HAKI dalam Perjanjian Waralaba (2017), Arbitrase Alternatif Penyelesaian Sengketa Dalam Hak Merek (2017), Perlindungan Pemilik Rahasia Dagang Dalam Perjanjian Waralaba (2018), Legalisasi Pedagang Kaki Lima (PKL) Studi Usaha Lapak Jual Beli Emas Di Kota Madiun (2019), *The Right for a Healthy Environment in Indonesia: Comparison of Global Laws (Journal of Global Pharma Technology, 2020)*, Kontribusi Retribusi Tempat Rekreasi Dan Olahraga Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Ngawi ( 2021). *The*

*Ethical Philosophic Dimension of Responsibility in Mitigating the COVID-19 Disaster in Indonesia (Macedonian Journal of Medical Sciences. 2021), Organizing Quality and Healthy Election Amid the Coronavirus*

*Disease 2019 Pandemic: Election Health Protocol Policies and Neutrality of State Civil Servants (Macedonian Journal of Medical Sciences. 2022)*

# SINOPSIS



Buku ini merupakan bagian dari hasil pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat selama 3 (tiga) tahun yang dibiayai oleh Direktorat Riset, Teknologi dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, dengan skema Program Pemberdayaan Desa Mitra mengambil tema “Sinergitas Pemberdayaan Kampung Disabilitas dan Desa Wisata untuk Mengembangkan Simbatan sebagai Desa Wisata di Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Magetan Propinsi Jawa Timur”. Untuk memberikan bahan literasi yang berkualitas, maka perlu pengayaan dari berbagai kalangan untuk dapat mewujudkan buku ini baik dari perguruan tinggi, pemerintah, dunia usaha, lembaga swadaya masyarakat, komunitas wisata, pelaku ekonomi perdesaan maupun masyarakat luas.

Buku ini menyajikan konsep secara sederhana memuat : Pengantar tentang Pariwisata, Potensi Desa, Ekowisata dan Prospek pengembangan, Menejemen Wisata dan Membangun Desa Sinergi antara Potensi dan Pemberdayaan (Potret Desa Simbatan Kecamatan Nguntoronadi, Kabupaten Magetan).

Tiada gading yang tak retak, semoga buku ini dapat menjadi inspirasi bagi pembentukan desa wisata dengan perspektif sinergi potensi desa dan pemberdayaan, sehingga ke depan dapat memberikan kesejahteraan kepada masyarakat. Saran dan kritik yang konstruktif sangat diharapkan para penulis. Salam literasi ...

