
STRATEGI MENGEMBANGKAN INISIATIF DAN PARTISIPASI MASYARAKAT LOKAL UNTUK MENGEMBANGKAN WISATA PERDESAAN BAGI PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

Budiman Mahmud Musthofa

Program Studi Pariwisata Program Pendidikan Vokasi Universitas Indonesia

Corresponding Author: budimanmm@gmail.com

ABSTRAK

Wisata perdesaan merupakan salah satu peluang bagi pengembangan desa di Indonesia dan juga bagi perkembangan pariwisata nasional. Wisata perdesaan berkontribusi besar bagi pemerintah dan masyarakat dalam pengembangan sektor pariwisata nasional untuk meningkatkan kesejahteraan sekaligus melestarikan nilai-nilai budaya masyarakat. Ada banyak fakta dilapangan yang menunjukkan keberhasilan dan kegagalan pengembangan desa wisata, salah satu permasalahannya ada pada keterlibatan dan dukungan masyarakat. Kajian ini ingin memaparkan secara lebih dalam bagaimana pariwisata perdesaan memperoleh dukungan masyarakat mulai tahap perencanaan hingga implementasinya. Penulis mencoba untuk menganalisa strategi dalam membangun dan mendukung inisiatif lokal untuk pengembangan wisata perdesaan. Kajian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui tektik pengumpulan data observasi dan wawancara mendalam untuk mengungkapkan data secara lebih rinci. Hasil kajian menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat merupakan kunci yang harus dilakukan untuk keberhasilan pengembangan wisata perdesaan di Indonesia. Inisiatif lokal perlu dimunculkan dan dipromosikan bersamaan dengan penguatan lokal champion yang nantinya akan menjadi agen perubahan masyarakat. Pada saat yang sama perlu juga dibangun jejaring antara *stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan wisata perdesaan sehingga mempercepat tumbuhnya kemandirian. Secara teoritik kajian ini memperkaya penelitian di bidang pariwisata, pemberdayaan dan kesejahteraan sosial.

Kata Kunci: Wisata Perdesaan, Inisiatif Lokal, *Local Champion*, Kesejahteraan Masyarakat

ABSTRACT

Rural tourism is one of the opportunities for rural development in Indonesia and also for the development of national tourism. Rural tourism contributes greatly to the government and society in developing the national tourism sector to improve welfare while preserving the cultural values of the community. There are many facts in the field that show the success and failure of the development of a tourist village, one of the problem lies in the involvement and support of the community. This study wants to explain more deeply how rural tourism gained community support from the planning stage to its implementation. This study was conducted with a qualitative approach through observation data collection techniques and in-depth interviews to reveal data in more detail. The results of the study indicate that community participation is the key that must be done for the success of rural tourism development in Indonesia. Local initiatives need to be raised and promoted along with strengthening local champions who will later become agents of community change. At the same time a network between stakeholders involved in the development of rural tourism needs to be developed so as to accelerate the self mobilization. Theoretically this study enriches research in the fields of tourism, empowerment and social welfare.

Keywords: Rural Tourism, Local Initiatives, Local Champion, Social Welfare

PENDAHULUAN

Kehidupan masyarakat perdesaan selalu menarik untuk diangkat dan diperbincangkan, apalagi saat ini desa-desa di Indonesia kini mulai mendapat perhatian lebih dari pemerintah sejak lahirnya UU No 6 Tahun 2014 tentang Desa. Kehidupan Perdesaan secara sosioantropologis adalah embrio awal lahirnya masyarakat dan budaya perkotaan, walau pada akhirnya masing-masing mempunyai ciri yang khas tersendiri, namun desa dan kota tidak dapat dipisahkan dalam dinamika sosiokultural masyarakat Indonesia. Beberapa puluh tahun lalu dan mungkin sampai saat ini, keberadaan desa sempat ditinggalkan oleh sebagian penduduknya karena daya tarik ekonomi perkotaan dan segala kelebihannya. Namun seiring meningkatnya SDM desa dan banyaknya kebijakan pemerintah yang pro desa, berbagai desa mulai berkembang dan mampu menggerakkan berbagai kegiatan ekonomi desa.

Di Indonesia, semangat otonomi yang berkembang sejak tahun 1999 telah mendorong pengembangan berbagai sektor unggulan diberbagai daerah. Keterlibatan masyarakat perdesaan dalam pembuatan kebijakan lokal telah menjadi pendekatan alternatif terhadap pembangunan perdesaan. Apalagi sejak di sahkannya UU No 6 Tahun 2014 tentang Desa, terlihat perubahan besar pada semangat pembangunan desa, baik dari pemerintah maupun masyarakatnya. Sebelum UU ini lahir, desa cenderung dianggap sebagai obyek pembangunan kini masyarakat desa menjadi subyek sekaligus obyek pembangunan. Warga desa memiliki kesempatan yang luas untuk mengembangkan dan membangun desanya baik secara formal maupun informal melalui gerakan masyarakat desa. Desa mendapatkan keleluasaan dengan beragam otoritas dan pada saat yang sama memperoleh bantuan baik secara pendanaan melalui adanya dana desa, kesempatan kemitraan dengan korporasi dan beragam bantuan lainnya. Otoritas ini berdampak pada tumbuh berkembangnya desa, bahkan desa mampu menjadi pusat ekonomi kehidupan masyarakatnya. Konsep inilah yang kemudian berkembang menjadi istilah desa membangun¹. Melalui pola desa membangun diharapkan masa

depan kehidupan warga desa semakin baik dan desa menjadi kekuatan ekonomi masyarakatnya.

Kebijakan desa membangun seperti ini telah membuat sinergi antara pemerintah dan masyarakatnya semakin baik, sehingga desa-desa berkembang dan berusaha menunjukkan kualitas terbaiknya. Sinergi ini telah mengembangkan desa dengan beragam potensinya, seperti desa nelayan, desa kerajinan, desa perkebunan, desa budaya, hingga wisata desa dan desa wisata yang belakangan ini berkembang dengan pesat. Berbagai desa berlomba mengembangkan destinasi wisata mulai dari perencanaan hingga terbangunnya suatu destinasi wisata, bahkan aktivitas pengembangan wisata perdesaan ini telah berkembang dan seolah menjadi *trend* di berbagai penjuru tanah air. Kini pariwisata menjadi istilah yang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat desa.

Di Indonesia, tercatat dari data Potensi Desa (Podes) 2018 terdapat 1.734 desa wisata. Berdasarkan catatan BPS, dari 1.734 desa wisata tersebut tersebar di masing-masing kepulauan, dimana Pulau Jawa - Bali menempati posisi paling tinggi dengan 857 desa wisata. Kemudian diikuti dengan Sumatera sebanyak 355 desa, Nusa Tenggara 189 desa, Kalimantan 117 desa. Selain itu, Pulau Sulawesi juga tercatat sebesar 119 desa wisata, Papua 74 desa, dan Maluku sebanyak 23 desa². Dalam dua dekade terakhir, perkembangan pariwisata di daerah perdesaan (*rural tourism*) berkembang dengan pesat. Perkembangan ini tidak lepas dari kebijakan desa membangun dan besarnya peluang ekonomi pariwisata, khususnya pertumbuhan industri pariwisata global dan lokal yang berkembang sangat pesat. Pada saat yang sama, kebutuhan masyarakat untuk berwisata semakin tinggi. Ada kekuatan pasar yang mencari jenis-jenis rekreasi di daerah perdesaan yang asri dan alami untuk menghilangkan hiruk pikuk dan kesibukan di kota.

Pariwisata perdesaan mampu menawarkan berbagai produk dan sumber daya lokal seperti keindahan alam, kehidupan persawahan dan pegunungan serta ekologi lainnya, arsitektur tradisional, seni budaya tradisional, berbagai gastronomi maupun kuliner tradisional, dan berbagai produk ramah lingkungan dan kehidupan

¹ <http://www.berdesa.com/beda-desa-membangun-dan-membangun-desa/>, diakses tanggal 22 Juli 2019

² <https://www.merdeka.com/uang/data-bps-indonesia-miliki-1734-desa-wisata.html>, diakses 22 April 2019

sosial budaya masyarakatnya. Masyarakat desa mulai menangkap peluang ini, tidak sedikit desa-desa yang mengembangkan wisata perdesaan, ada yang berhasil dan ada juga yang tidak berhasil. Pengembangan wisata perdesaan merupakan peluang besar yang harus direncanakan agar bertahan lama sehingga memberikan kebermanfaatn berkelanjutan bagi desa dan masyarakatnya. Partisipasi masyarakat merupakan hal penting yang harus hadir dalam pengembangan desa wisata. Pertanyaan umum yang hendak dijawab pada kajian ini adalah bagaimana pariwisata perdesaan memperoleh dukungan masyarakat mulai tahap perencanaan hingga implementasinya. Secara teknis, pertanyaan turunannya bagaimana inisiatif serta partisipasi masyarakat lokal dapat terbangun sehingga berkontribusi pada pengembangan wisata perdesaan yang berkelanjutan dan memberikan kesejahteraan bagi masyarakat. Pada akhirnya, penelitian ini diharapkan mampu memebrikan manfaat teoritis dalam pengembangan ilmu pariwisata dan secara praktis memberikan manfaat dalam pengembangan desa wisata di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata adalah berbagaimacam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Salah satu elemen penting dalam pariwisata adalah Daya Tarik Wisata (DTW). Daya Tarik Wisata (DTW) 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 (UU No 10 tahun 2009).

Wisata perdesaan merupakan salah satu Daya Tarik Wisata pada awalnya berkembang di eropa. Seiring perjalanan waktu, wisata perdesaan mulai berkembang di Indonesia dan menjadi alternatif baru bagi wisatawan dan peluang peningkatan ekonomi baru bagi masyarakat. Pengembangan dan pemanfaatan daerah perdesaan menjadi daya tarik wisata yang berkembang pesat dikarenakan keinginan *customer* untuk menghabiskan liburan yang unik mencari pemandangan yang asli dan asri, ketenangan, kualitas lingkungan hidup yang baik serta perhatian secara personal yang ditawarkan masyarakat dan usaha kecil di desa, serta adanya dukungan

pemerintah setempat dalam mendorong pembangunan kepariwisataan di daerah perdesaan (Long & Lane, 2000).

Di Indonesia wisata perdesaan ini terus berkembang sehingga munculah desa wisata, Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata (2011) mendefinisikan desa wisata sebagai suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. Segala sumber daya yang ada di desa berada dalam satu tatanan atau sistem yang saling mendukung tujuan pariwisata. Pariwisata menjadi fokus atau tema utama pembangunan desa. Hal ini sejajar dengan fokus pembangunan desa lainnya seperti desa kerajinan, desa budaya, desa nelayan, desa industri, dan sejenisnya. Contoh desa wisata antara lain desa wisata Desa Wisata Pentingsari yang berbasis budaya dan kreatif di Yogyakarta, Desa Wisata Pandansari yang berbasis ekologi *mangrove* di Brebes, Desa Wisata Panglipuran berbasis adat di Bali, Desa Wisata Nglaggeran di Gunung Kidul, dan ribuan desa wisata lainnya di Indonesia.

Wisata Perdesaan sebagai suatu destinasi wisata yang menarik, efisien dan berdaya saing tinggi tidak dapat hadir secara kebetulan tetapi harus direncanakan secara baik sehingga mendukung dalam pengembangan kepariwisataan (Martin dan Tomas, 2012). Oleh karenanya, para pengambil kebijakan, praktisi pengembangan destinasi wisata dan masyarakat perlu memikirkan suatu model pengembangan wisata perdesaan yang tepat dengan mempertimbangkan aspek pembangunan pariwisata keberlanjutan. Kerangka pengembangan destinasi pariwisata menurut Cooper (Sunaryo, 2013) terdiri dari komponen-komponen utama sebagai berikut :

- a. Obyek daya tarik wisata (*Attraction*) yang mencakup keunikan dan daya tarik.
- b. Aksesibilitas (*Accessibility*) yang mencakup kemudahan sarana dan sistem transportasi.
- c. Amenitas (*Amenities*) yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata.
- d. Fasilitas tambahan (*Ancillary Service*) yang mendukung kegiatan pariwisata.

- e. Kelembagaan (*Institutions*) yang memiliki kewenangan, tanggung jawab dan peran dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata.

Pengembangan wisata perdesaan idealnya harus melibatkan partisipasi lokal. Ada beberapa tipologi partisipasi masyarakat yang dikategorikan menjadi beberapa bentuk, yaitu partisipasi pasif, partisipasi pada pemberian informasi, partisipasi melalui konsultasi, partisipasi karena insentif materi, partisipasi fungsional, partisipasi interaktif, serta memobilisasi diri (Tosun, 2000; Kamarudin, 2013).

Keterlibatan masyarakat dapat berupa partisipasi yang digerakan atas dasar kesadaran maupun paksaan (Sztompka, 2011). Mikkelsen yang mendefinisikan partisipasi sebagai suatu keterlibatan masyarakat dalam upaya pembangunan lingkungan, kehidupan dan diri mereka sendiri (Adi, 2013). Partisipasi menjadi penting karena melalui budaya partisipasi suatu aktivitas kreatif yang berbasis pada budaya lokal akan semakin didukung oleh masyarakat sehingga memberikan dampak pada keberhasilan program. Keberhasilan program akan terjadi karena semua orang diberi kesempatan dan sarana untuk terlibat dalam proses partisipasi tersebut (Fischer, 2014).

Ada tujuh karakteristik tipologi partisipasi, yang berturut-turut semakin dekat kepada bentuk yang ideal (Kamarudin, 2013), yaitu.:

1. Partisipasi pasif (*manipulation*)
2. Partisipasi informatif (*informing*)
3. Partisipasi konsultatif (*consultation*)
4. Partisipasi interaktif (*interaction*):
5. Partisipasi kemitraan (*Partnership*)
6. Partisipasi pemberdayaan (*empowerment*)
7. Partisipasi mandiri (*self mobilization*)

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam kajian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2010). Kajian ini bersifat eksplanasi yang bertujuan untuk menjelaskan alasan terjadinya peristiwa dan untuk membentuk, memperdalam, dan mengembangkan teori (Neuman, 2013). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data studi pustaka, observasi dan wawancara kepada *stakeholder* di destinasi

wisata Saung Angklung Udjo dan Desa Wisata Bejiharjo. Jumlah informan sekitar 10 orang. Peneliti juga melakukan triangulasi. Triangulasi adalah ide bahwa melihat suatu hal dari berbagai sudut pandang bisa meningkatkan keakuratan (Neuman, 2013). Strategi triangulasi yang digunakan adalah dengan melakukan *triangulation of data sources*. Kriteria ini telah dilakukan pada saat pengumpulan dan pengolahan data. Beberapa data yang telah diperoleh diklarifikasi kembali kepada informan lain sehingga semakin jelas dan pada saat yang sama, peneliti juga dapat mengetahui dan menyimpulkan bahwa data yang diperoleh sudah berulang dan terus-menerus disampaikan oleh beberapa informan sehingga bisa dikatakan sudah cukup jenuh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan desa wisata membutuhkan *effort* lebih jika dibandingkan mengembangkan wisata desa, karena desa wisata menekankan pada lokasi desa itu sendiri dengan aktivitas masyarakat dan keunikan desa yang dipadukan sebagai asset utama yang ditawarkan pada wisatawan. Desa wisata haruslah sebuah desa yang memiliki berbagai aspek yang mendukung desa itu untuk menjadi tujuan wisata yang menarik dengan segala daya dukungnya. Apabila ada sebuah desa yang hanya memiliki satu dua obyek wisata dengan fasilitas seadanya maka tidak dapat disebut sebagai desa wisata. Obyek wisata, aktivitas dan keunikan desa inilah yang kemudian berkembang menjadi jenis jenis desa wisata, ada yang berbasis pada ekologi, ada yang berbasis seni budaya, ada yang berbasis alam perdesaan, berbasis agrowisata, berbasis potensi bahari, berbasis kreativitas dan sumber daya lainnya.

Bagi suatu desa, untuk menjadi sebuah desa wisata, maka pemerintah desa dan masyarakat harus mendukung secara penuh. Bukan hanya soal pendanaan dan pembiayaan, namun juga harus bisa meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan dan pembiayaan desa wisata tersebut. Selama proses pengembangan perlu pendampingan secara profesional sehingga masyarakat dapat belajar dan membangun kapasitasnya untuk menuju kemandirian Berikut ini adalah dua contoh destinasi wisata perdesaan yang menjaidobyek penelitian penulis yang kemudian berkembang menjadi desa wisata dan berhasil hingga saat ini, yaitu Saung Angklung Udjo dan Desa Wisata

Bejiharjo.

Salah satu contoh wisata perdesaan berbasis seni budaya Sunda yang telah berkelanjutan adalah wisata Saung Angklung Udjo (SAU) di Bandung Jawa Barat. Sejak tahun 2015, keberhasilan SAU telah sedang direplikasi di Kabupaten Bandung melalui program *Cijaringao Ecoland* dan tahun 2019 akan dikembangkan di Kabupaten Garut. Saung Angklung Udjo (SAU) didirikan pada tahun 1966 oleh Udjo Ngalagena yang kemudian berkembang menjadi destinasi wisata budaya yang menawarkan suasana perdesaan di Jawa Barat tempo dulu. Udjo Ngalagena merupakan tokoh utama (*local champion*) dibalik keberhasilan Saung Angklung Udjo, yang telah berkembang lebih dari 53 tahun. Aktivitas yang di tawarkan di SAU antara lain produksi angklung, pelatihan angklung dan pertunjukan angklung yang disajikan dalam nuansa kehidupan masyarakat Sunda perdesaan tahun 1960-an, didukung oleh *guest house*, restoran, souvenir, workshop, dan beberapa fasilitas pendukung lainnya³. Rata-rata pengunjung tiap tahun kurang lebih 250.000 wisatawan. Pada tahun 2018 tercatat sedikitnya 130 karyawan dan secara keseluruhan jumlah orang yang terlibat dalam operasional mencapai 1.000 orang dan sebagian besarnya adalah warga sekitar. Meskipun kawasan sekitar SAU sudah menjadi perkotaan, namun suasana perdesaan masih dijaga dan menjadi kekhasan yang ditawarkan oleh pengelola⁴. Pada kasus ini penulis melihat bahwa maka desa wisata pada akhirnya mengalami perluasan makna, karena desa wisata juga dapat berada di kota, seperti SAU ini, atau di Jakarta ada Perkampungan Budaya Betawi di Setu Babakan Jakarta Selatan.

Selanjutnya, penulis melakukan penelitian di Desa Wisata Bejiharjo. Desa wisata ini merupakan desa wisata berbasis ekologi. Desa wisata ini sering disingkat dengan nama Dewa Bejo yang berlokasi di Kecamatan Karangmojo, Kabupaten Gunungkidul, Provinsi Yogyakarta (DIY).⁵ Daya tarik utamanya adalah Goa Pindul. Goa Pindul merupakan goa berair yang cukup unik, memiliki panjang sekitar 350 meter dan lebar 5

meter, di dalamnya ada berbagai ornamen alami, aliran air jernih yang tenang. Masyarakat setempat berhasil mengubah sungai bawah tanah menjadi tempat wisata susur gua menggunakan ban dalam atau *cave tubing*. Desa Wisata Bejiharjo ini awalnya dirintis oleh masyarakat, salah satu pelopornya adalah Subagyo yang merintis pembukaan goa, mulai dari pembersihan, pendekatan kepada sesepuh desa, ritual, sampai pemberdayaan masyarakat setempat. Subagyo mengungkapkan, pada 2010 terlintas dalam benaknya untuk menjadikan Goa Pindul sebagai tempat wisata dan petualangan. Dimana pada saat itu, goa hanya dijadikan sebagai tempat pembuangan sampah Setelah goa tampak bersih, Subagyo memberanikan diri membuka Goa Pindul sebagai objek wisata. Jumlah pengunjung waktu itu hanya 100-an orang. Setahun berikutnya melonjak menjadi 70.000-80.000 orang dan tahun tahun selanjutnya mencapai ratusan ribu.⁶

Desa Beriharjo dulunya merupakan salah satu desa tertinggal, miskin dengan tingkat pengangguran yang cukup tinggi, namun kini masyarakat mempunyai penghasilan tetap dan masyarakat berhasil diberdayakan. Desa Wisata Bejiharjo memperoleh penghargaan sebagai juara pertama desa wisata tingkat DIY dan nasional pada 2012. Kementerian Pariwisata memberi penghargaan 10 besar penerima Cipta Award kategori pelestarian lingkungan⁷. Penulis mewawancarai beberapa pengelola dan masyarakat sekitar dan mereka menyatakan bahwa secara ekonomi mereka sangat terangkat dengan keberadaan wisata ini dan secara signifikan mereka memperoleh banyak manfaat serta kondisi desa juga semakin baik, apalagi saat ini mulai diarahkan penguatan SDM pariwisata secara professional.

Dari kasus diatas, hal yang menarik untuk diperdalam adalah bagaimana membangun dan mendukung inisiatif lokal untuk pengembangan wisata perdesaan yang berhasil? Pengembangan wisata perdesaan dapat dilakukan oleh beragam pihak, dapat diinisiasi oleh pemerintah, masyarakat maupun pihak-pihak terkait lainnya. Bagaimana dengan peran pemerintah dan masyarakat? Secara

³ <https://angklungudjo.com/>, diakses tanggal 23 April 2019

⁴ <https://desawisatabejiharjo.net/ada-apa-dengan-dewa-bejo-go-pindul/>, diakses tanggal 19 April 2019

⁵ <https://desawisatabejiharjo.net/di-balik-nama-besar-go-pindul/>, diakses tanggal 19 April 2019

⁶ <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3650360/berkat-wisata-go-pindul-desa-ini-kantongi-rp-2-miliar-per-tahun> diakses tanggal 19 April 2019

teknis pemerintah dan masyarakat perlu menginventarisasi potensi desa dan masyarakatnya, mensosialisasikan dan mempromosikan peluang-peluang wisata perdesaan. Tentunya hal ini akan didapatkan melalui suatu observasi, kegiatan sosialisasi dan kegiatan bersama masyarakat.

Pada proses identifikasi awal ini, di banyak desa ditemukan bahwa kesadaran masyarakat mengenai pengembangan wisata perdesaan sebagian masih terbatas, pada saat yang sama banyak ditemukan bahwa ide pengembangan wisata perdesaan hanya berada pada tataran elit setempat, bukan aspirasi dari kebanyakan masyarakat. Sebagai bagian dari kekuatan pendorong perubahan, inisiatif lokal perlu digalakkan dan dikondisikan dengan berbagai pendekatan. Upaya ini tentunya dilakukan melalui mekanisme serap aspirasi bersama masyarakat, menjangkau pemikiran kritis tentang bagaimana membangun desa dan mensejahterakan penduduknya. Dengan demikian, pemerintah dan seluruh *stakeholder* memperoleh informasi tentang desa secara mendalam terkait apa yang diinginkan oleh masyarakat dan akhirnya pemerintah dapat menjadi katalisator dan fasilitator program pengembangan wisata perdesaan.

Pada tahap inventarisasi potensi desa, perlu dilakukan identifikasi kendala struktural dan kultural penting dilakukan. Beberapa kendala yang harus dipertimbangkan dalam proses awal pengembangan destinasi wisata perdesaan adalah kendala struktural dan kendala kultural. Kendala Struktural disebabkan oleh kebijakan struktur desa yang kurang berpihak, sikap aparat yang kurang mendukung, kurangnya SDM terdidik dan terampil, dominasi kelompok elit, biaya tinggi untuk melibatkan masyarakat serta kurangnya sumber daya finansial. Kendala kultural terjadi karena kapasitas masyarakat yang terbatas, sikap apati dan kepedulian yang rendah di dalam masyarakat setempat (Tosun, 2000; Kamarudin, 2013).

Setelah identifikasi kendala maka dilanjutkan dengan membangun kesadaran kolektif masyarakat. Kesadaran akan kemampuan diri, kesadaran akan kekayaan dan potensi desa serta kesadaran untuk bersama-sama membangun desa. Membangun kesadaran masyarakat dilanjutkan dengan membangun gerakan sadar wisata. Gerakan ini merupakan sebuah konsep yang mengembangkan partisipasi dan dukungan para

pemangku kepentingan dalam mendorong iklim yang kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya wisata di suatu wilayah. Selama ini, gerakan sadar wisata di sejumlah daerah diwujudkan dengan adanya kelompok sadar wisata (Pokdarwis).⁸

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) adalah lembaga yang didirikan warga desa yang anggotanya terdiri dari para pelaku kepariwisataan yang memiliki kepedulian dan tanggung jawab serta berperan sebagai penggerak bagi berkembangnya kepariwisataan di wilayah desa. Pokdarwis juga dapat diartikan sebagai suatu kelompok yang bergerak secara swadaya, artinya pengembangan kepariwisataan yang dilakukan di desa itu bersumber dari kekuatan desa sendiri dengan segala potensinya⁹. Sadar wisata bukan saja dimiliki oleh pokdarwis melainkan juga harus dimiliki oleh semua warga masyarakat sehingga proses pengembangan wisata perdesaan semakin mudah dijalankan. Setelah kesadaran terbangun diharapkan inisiatif lokal dapat muncul dan masyarakat bergerak untuk memulai langkah-langkah membangun desanya, membangun pariwisata perdesaan dan tentunya dengan pendampingan yang profesional baik dari pemerintah, institusi kampus, NGO maupun mitra lainnya.

Hal lain yang perlu dilakukan untuk menghadirkan inisiatif lokal dalam membangun wisata perdesaan adalah bersama-sama membedakan potensi desa terkait pengembangan destinasi wisata dan memperkuat pengetahuan masyarakat sehingga mereka memiliki kesadaran dan pemahaman sejak awal program pengembangan dilakukan. Secara umum ada 3 hal mendasar dalam pengembangan destinasi wisata yang harus dianalisa, yaitu atraksi, aksesibilitas dan amenitas (Sunaryo, 2013). Analisa-analisa atas 3 hal ini penting, karena akan menggambarkan kekuatan dan potensi desa, akan terlihat bagaimana kesiapan desa untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata perdesaan dan akan terlihat pula berbagai permasalahan, serta hal-hal yang mendukung dan menghambat pengembangan wisata desa.

7

<https://travel.kompas.com/read/2017/10/17/153900727/a-pa-itu-pokdarwis-> diakses 22 April 2019 Penulis :

Kontributor Malang, Andi Hartik

⁸ <http://www.berdesa.com/bangun-wisata-desa-pokdarwis-terbukti/> diakses 22 April 2019

Selanjutnya perlu memulai inisiasi bersama, pendampingan masyarakat dan dilanjutkan dengan menciptakan tokoh penggerak masyarakat *local champion*. Kenapa *local champion* penting? *Local champion* penting karena merekalah yang pada akhirnya mampu mengambil inisiatif perubahan dan mampu menggerakkan masyarakat (*self mobilization*). *Local champion* inilah yang nantinya akan menjadi motor, agen perubahan di desa. Dalam kasus di atas, *local champion* Saung Angklung Udjo adalah Udjo Ngalagena, Desa Wisata Bejiharjo adalah Subagyo dan beberapa rekan-rekannya. Sebagaimana telah dijelaskan pada bagian terdahulu, bentuk partisipasi masyarakat yang diharapkan pada awal membangun pariwisata perdesaan adalah pada tahapan adanya interaksi secara aktif sehingga mudah untuk mencapai tahap mampu memobilisasi dirinya (Kamarudin, 2013; Tosun 2000).

Semua destinasi wisata perdesaan, terlebih desa wisata yang sukses di Indonesia pasti didukung oleh masyarakatnya dalam bentuk partisipasi dan sinergi jejaring antara *stakeholder*/agensi-agensi yang terlibat dalam pengembangan wisata perdesaan. Hal ini sebagaimana digambarkan dalam keberhasilan contoh SAU dan Desa Wisata Bejiharjo. Selain contoh kasus di atas, hal yang sama juga terjadi pada sebagian masyarakat Gunung Kidul yang mendukung dan membuat beberapa destinasi desa wisata. Salah satu desa yang berhasil mendunia adalah Desa Wisata Nglanggeran. Sebelum dikembangkan menjadi desa wisata, penduduk desa sering menebang pohon dan batu untuk dijual untuk bertahan hidup karena kondisi tanah tandus, kekurangan air sehingga sulit untuk bertani. Saat itu, kehidupan masyarakat jauh dari sejahtera. Pada tahun 1999, muncul inisiatif lokal, beberapa anak muda bergerak, salah satu *local champion*-nya adalah Sugeng Handoko yang pada awalnya menyadarkan masyarakat tentang perlunya mengelola alam, dimulai dengan gerakan membangun *embung* untuk menampung air yang didukung pemerintah DIY, lalu dikembangkanlah ekowisata dan berlanjut menjadi Desa Wisata Nglanggeran, sebuah desa wisata berbasis ekologi. Desa wisata ini dikunjungi lebih dari 150.000 orang setiap tahunnya, memiliki berbagai atraksi selain atraksi alam, ada homestay, fasilitas bagi

wisatawan untuk belajar kesenian tradisional, dan lain sebagainya¹⁰.

Meski demikian, keberadaan wisata perdesaan juga dapat dibentuk melalui inisiatif dari luar masyarakat desa. Beberapa contoh inisiatif luar yang berhasil antarlain program-program yang dilakukan oleh *Non Government Organization (NGO)*, seperti WWF dengan program *coral triangle*-nya, desa wisata labuhan bajo yang merupakan inisiatif *Swiss Contact*, daerah ekowisata tangkahan Kabupaten langkat hasil kerjasama kementerian kehutanan, INDECON, FFI dan UML serta berbagai NGO dan Pemkab Langkat, pengembangan destinasi wisata Raja Ampat yang awalnya diinisiasi oleh *Conservation International (CI)*. NGO-NGO ini sebagian besar berhasil karena memang bekerja secara *all out* mengembangkan daerah dengan dana yang cukup besar, ada staf *community development* yang profesional, kompeten dan kreatif dalam melakukan pendampingan, mengembangkan SDM lokal dan melatih aspek manajemennya sehingga siap untuk mandiri, dan NGO ini mempromosikan programnya melalui berbagai saluran seperti publikasi melalui paper akademik, majalah, pembuatan film dokumenter dan lain sebagainya. Pada saatnya, ketika masyarakat dirasa sudah siap dan mampu mengelola sendiri (*self mobilization*) maka akan diserahkan kepada masyarakat.

Selain inisiatif lokal, inisiatif luar sangat bisa dalam pengembangan wisata perdesaan tetapi harus ada pendamping yang kompeten, dan tetap harus mendapat dukungan masyarakat. Sehingga pada akhir program pemberdayaan dan pengembangan destinasi wisata perdesaan, ada serah terima pengelolaan ke pemerintah daerah maupun masyarakat. Pengembangan wisata desa harus diteruskan oleh masyarakat untuk membangun kemandirian dan kreatifitas warganya. Tentunya, pemerintah juga memiliki peluang yang sama sebagaimana yang dilakukan oleh NGO-NGO tersebut di atas untuk memajukan pariwisata perdesaan.

Selama proses pengembangan wisata perdesaan, perlu dilakukan promosi. Terkait dengan strategi promosi, ada 2 promosi yang harus

9

<https://sains.kompas.com/read/2018/05/04/200700623/ki-prah-sugeng-handoko-penggerak-di-balik-ekowisata-desa-nglanggeran>, diakses 22 April 2019

diperhatikan, yaitu promosi untuk mengajak masyarakat berpartisipasi aktif dan promosi atas destinasi wisata perdesaannya. Promosi untuk mengajak masyarakat terlibat aktif dilakukan dengan sosialisasi dan *sharing success story* wisata perdesaan dan kebermanfaatannya di tempat lainnya kepada masyarakat. Promosi ini dilakukan untuk membangun kesadaran masyarakat dan membangun kesiapan masyarakat agar mampu dan termotivasi dalam membangun dan mengembangkan pariwisata perdesaan.

Promosi yang berikutnya adalah promosi yang dilakukan pada proses pengembangan destinasi wisata. Promosi dilakukan pada tahap ini idealnya telah menggunakan fasilitas teknologi, informasi dan komunikasi (TIK), diantaranya melalui *social media* dan teknologi digital lainnya meskipun kadang melalui strategi konvensional juga masih diperlukan. Bagaimana cara mempromosikan secara efektif? Langkah awal yang dilakukan adalah dengan melatih masyarakat agar melek dan mampu memanfaatkan teknologi digital. Masyarakat dilatih bagaimana menggunakan teknologi digital untuk promosi, pemasaran dan membangun ekosistem pemasarannya. Pada proses promosi ini, sangat penting untuk menggerakkan karang taruna dan juga melibatkan partisipasi aktif dari wisatawan. Para pemuda desa akan cepat beradaptasi dengan teknologi sehingga dapat menggugah daya tarik destinasi wisata desanya melalui *instagram*, *youtube*, hingga membuat *website*. Nyatanya, sangat banyak desa-desa wisata yang sukses dan berkembang melalui promosi seperti ini.

Partisipasi wisatawan juga sangat membantu dengan di *share*-nya dokumentasi di desa wisata tersebut melalui *social media*. Ada banyak *spot foto instagramable* di desa wisata yang sengaja dibuat dan biasanya desa-desa wisata yang kreatif akan menjadikan *spot foto* ini sebagai daya tarik tersendiri. Pada saat yang sama, pelaku industri pariwisata dan wisatawan sebagai *customer* sudah mulai beralih dari model konvensional menjadi digital dalam berbagai aktivitas wisatanya. Digitalisasi jadi keharusan saat ini karena sekitar 70 persen pasar wisata mencari, melihat, dan mempelajari destinasi sebelum

melakukan perjalanan melalui digital¹¹. Pengelola destinasi wisata desa harus memanfaatkan teknologi digital selain untuk promosi juga penting guna menunjukkan eksistensi destinasi wisatanya terus memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif seiring perkembangan dunia industri pariwisata global dan nasional.

Pada akhirnya proses hilir dari pariwisata adalah bisnis. Pariwisata dalam konteks ini harus dipahami sebagai suatu bisnis yang menawarkan pengalaman dan kenangan, begitu juga dengan pariwisata perdesaan. Pengalaman yang ditawarkan kepada wisatawan akan menjadi kunci keberhasilan dari suatu destinasi, termasuk di dalamnya destinasi wisata perdesaan. Destinasi wisata perdesaan harus menawarkan berbagai atraksi dan produk pariwisata unggulan yang menjadi kekhasan sehingga akan memberikan pengalaman yang tak terlupakan bagi wisatawan. Pada pengelolaan destinasi pertimbangan aspek pengalaman dan kenangan yang akan dirasakan oleh wisatawan harus sudah dipikirkan sejak tahap perencanaan pariwisata (Ritchie & Crouch; 2003). Kekuatan dalam menawarkan pengalaman inilah yang akan menjadi keunggulan bagi sebuah destinasi dibandingkan destinasi yang lain. Pengalaman kemudian disampaikan dalam *story-telling* yang kemudian menjadi populer dan dapat dibagi ke masyarakat luas lainnya (Woodside, 2010).

Inisiatif lokal yang telah berkembang ini diharapkan mendukung pengembangan pariwisata desa yang berkelanjutan (*Sustainable Tourism Development*). Komponen pariwisata berkelanjutan merupakan turunan dari konsep pembangunan berkelanjutan. Pembangunan berkelanjutan merupakan suatu proses pembangunan yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan sekarang dan selanjutnya diwariskan pada generasi mendatang (Gunawijaya, 2016). UNESCO mendefinisikan pariwisata berkelanjutan sebagai kegiatan pariwisata yang menghormati masyarakat lokal, para wisatawan, warisan budaya serta lingkungan (*Sustainable tourism is defined as "tourism that respects both local people and the traveller,*

¹⁰ <https://travel.detik.com/travel-news/d-4427868/pemerintah-mengebut-pembangunan-4-destinasi-super-prioritas>, diakses 22 April 2019

cultural heritage and the environment)¹². Pendekatan pariwisata berkelanjutan ini dikenal juga dengan pendekatan yang memperhatikan aspek *people* (manusia/masyarakatnya), *planet* (lingkungan, ekosistem) dan *profit/prosperity* (kesejahteraan masyarakat). Melalui upaya ini diharapkan wisatawan dapat menikmati destinasi wisata dan memperoleh pengalaman yang berkesan, pada saat yang sama masyarakat juga memperoleh manfaat dan keuntungan.

SIMPULAN

Wisata perdesaan merupakan salah satu solusi dan alternatif baru untuk menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat perdesaan melalui pendekatan pemberdayaan yang dampaknya dapat dirasakan jangka pendek dan jangka panjang jika pengelolaannya berkelanjutan. Selain itu, wisata perdesaan juga merupakan sarana efektif untuk melestarikan nilai, tradisi dan budaya masyarakat desa. Beragam potensi yang dimiliki desa-desa di Indonesia harus dikembangkan baik melalui inisiatif dari dalam maupun inisiatif dari luar.

Bagaimana membangun dan mendukung inisiatif lokal untuk pengembangan wisata perdesaan? Sebagai bagian dari kekuatan pendorong perubahan, inisiatif lokal perlu dimunculkan dan dipromosikan. Tidak ada panduan baku untuk menumbuhkan inisiatif lokal, semua tergantung konteks dan karakteristik masyarakatnya. Namun, secara umum, langkah teknis yang dapat dilakukan oleh pemerintah, masyarakat maupun *stakeholder* lainnya antarlain dimulai dengan inventarisasi, sosialisasi dan promosi atas kebermanfaatannya dan keberhasilan wisata perdesaan di daerah lain sehingga dapat menginspirasi dan dapat direplikasi jika karakteristiknya cenderung mirip. Selanjutnya pemerintah dan masyarakat harus bersama-sama membangun komitmen pengembangan wisata desa dengan langkah-langkah yang disepakati bersama. Pada saat yang sama inisiatif lokal terus dibangun melalui pendamping yang profesional dan kompeten sehingga tercipta *local champions* yang dapat memobilisasi masyarakat desanya secara mandiri. Selanjutnya perlu pemetaan potensi dan *stakeholder* guna membangun jejaring antara

stakeholder yang terlibat dalam pengembangan wisata perdesaan sehingga mempercepat tumbuhnya kemandirian (*self mobilization*).

Pengembangan wisata perdesaan akan lebih baik muncul dari inisiatif lokal, lahir dari *local champion* sebagai agen perubahan, karena kekuatan dari dalam ini mampu menggerakkan masyarakat, memiliki daya tahan yang lebih kuat dibandingkan dengan inisiatif yang lahir dari luar. Meski demikian, tidak menutup kemungkinan wisata desa juga dapat dibentuk melalui inisiatif dari luar desa, dan hal ini terbukti banyak berhasil seperti yang dilakukan oleh NGO-NGO dan dukungan korporasi dalam pengembangan wisata perdesaan di Indonesia tetapi kata kuncinya tetap harus ada dukungan dan partisipasi masyarakat serta pendamping yang kompeten. Untuk kasus Indonesia, dukungan dari pemerintah dan praktisi pariwisata masih sangat penting dalam memastikan berjalannya suatu program pariwisata perdesaan karena masyarakat masih butuh patron.

SARAN

Melalui kajian ini diharapkan berbagai *stakeholder* pembangunan wisata perdesaan memberikan perhatian serius dalam upaya mendukung inisiatif lokal untuk membangun wisata perdesaan. Salah satu upaya penting yang harus dilakukan oleh pemerintah maupun masyarakat penggerak wisata perdesaan adalah membangun kesadaran, mengembangkan inisiatif lokal dan melakukan kolaborasi antar *stakeholder* sehingga partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata perdesaan dapat berjalan dengan baik yang pada akhirnya memberikan dampak bagi kesejahteraan masyarakat. Artikel ini diharapkan juga memberikan manfaat bagi para peneliti yang memiliki keingintahuan untuk meneliti tentang desa wisata dalam kaitannya dengan partisipasi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Isbandi Rukminto. (2013). *Intervensi Komunitas & Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Adji. (2018). *Bangun Wisata Desa dengan Pokdarwis, Terbukti!*. *Berdesa*. <http://www.berdesa.com/bangun-wisata->

- [desa-pokdarwis-terbukti/](#), diakses tanggal 19 April 2019
- Aff. (2019). Pemerintah Mengebut Pembangunan 4 Destinasi Super Prioritas. *Detik.com*. <https://travel.detik.com/travel-news/d-4427868/pemerintah-mengebut-pembangunan-4-destinasi-super-prioritas>, diakses tanggal 22 April 2019
- Agung PW. (2018). Ada Apa dengan Dewa Bejo Goa pindul?. *Desa Wisata Bejiharjo*. <https://desawisatabejiharjo.net/ada-apa-dengan-dewa-bejo-go-pindul/>, diakses tanggal 19 April 2019.
- Agung PW. (2018). Di Balik Nama Besar Goa pindul. *Desa Wisata Bejiharjo*. <https://desawisatabejiharjo.net/di-balik-nama-besar-go-pindul/>, diakses tanggal 19 April 2019.
- Allyn, Bacon P., Dwi A. (2018). Data BPS: Indonesia Miliki 1.734 Desa Wisata. *Badan Pusat Statistik*. <https://www.merdeka.com/uang/data-bps-indonesia-miliki-1734-desa-wisata.html>, diakses tanggal 22 April 2019
- Aryadji. (2017). Ini Beda ‘Desa Membangun’ dan ‘Membangun Desa’. *Berdesa*. <http://www.berdesa.com/beda-desa-membangun-dan-membangun-des/>, diakses tanggal 22 Juli 2019 .
- Creswell, J.W. (2010). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Fischer, G. (2014). "Learning, Social Creativity, and Cultures of Participation" in A. Sannino, & V. Ellis (Eds.), *Learning and Collective Creativity: Activity-Theoretical and Sociocultural Studies*, Taylor & Francis/Routledge, New York, NY, pp. 198-215. <http://l3d.cs.colorado.edu/~gerhard/papers/2013/helsinki.pdf>.
- Gunawijaya, Jajang, dkk. (2016). *Model Pengembangan Dan Kajian Destinasi Wisata Pedesaan Indonesia: Perspektif Antropologi*. Linea Pustaka. Depok.
- Hartik. A. (2017). Apa Itu Pokdarwis?. *Kompas.com*. <https://travel.kompas.com/read/2017/10/17/153900727/apa-itu-pokdarwis->, diakses tanggal 22 April 2019.
- Indonesia. 2014. UU No 6 Tahun 2014 tentang Desa. KEMENDES: Jakarta. https://www.dpr.go.id/dokjdi/document/uu/uu_2014_6.pdf. Diakses 22 April 2019.
- Indonesia. 2009. UU No 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata. KEMENPAR: Jakarta. http://kemenpar.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/old_file/4636_1364-UUTentangKepariwisataannet1.pdf. Diakses 22 April 2019.
- Kamarudin, K.H. (2013). *Local Stakeholders Participation in Developing Sustainable Community Based Rural Tourism (CBRT): The Case of Three Villages in The East Coast of Malaysia*. *International Conference on Tourism Development*, pp. 33 – 40.
- Kusumaningtyas, Shela. (2018). Kiprah Sugeng Handoko, Penggerak di Balik Ekowisata Desa Nglanggeran. *Kompas.com*. <https://sains.kompas.com/read/2018/05/04/200700623/kiprah-sugeng-handoko-penggerak-di-balik-ekowisata-desa-nglanggeran>, diakses tanggal 22 April 2019
- Long, P. and B. Lane. (2000) *Rural Tourism Development in Trends in Recreation, Leisure, and Tourism*, edited by W.C. Gartner and D.W. Lime, CABI:London
- Musthofa, Budiman Mahmud. (2018). *Pengembangan Budaya Menuju Kesejahteraan Budaya : Pelajaran Dari Pengembangan Masyarakat Di Saung Angklung Udjo, Bandung, Jawa Barat*. Sosio Informa, [S.l.], v. 4, n. 3. ISSN 2502-7913. Available at: <<https://ejournal.kemsos.go.id/index.php/Sosioinforma/article/view/1600/875>>. Date accessed: 08 mar. 2019. doi:<https://doi.org/10.33007/inf.v4i3.1600>.
- Neuman, W. L. (2013). *Social Research Method: Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston:
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Cambridge, MA: CABI Publishing.

- Saputra G.B. (2018). Pariwisata dan Dunia Digital, Ini Kata Arief Yahya. *Kompas.com*. <https://travel.kompas.com/read/2018/07/31/090000527/pariwisata-dan-dunia-digital-ini-kata-arief-yahya->. diakses tanggal 20 April 2019.
- Situmorang. Anggun P. (2018). Berkat Wisata Goa Pindul, Desa Ini Kantongi Rp 2 Miliar per Tahun. *Liputan 6*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3650360/berkat-wisata-go-pindul-desa-ini-kantongi-rp-2-miliar-per-tahun>. diakses tanggal 19 April 2019.
- Sunaryo, Bambang. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta : Gava Media.
- Sztompka, Piötr. (2011). *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Prenada Media. Cet ke 6
- UNESCO. *Sustainable tourism*. (2010). http://www.unesco.org/education/tlsf/mods/theme_c/mod16.html. diakses 22 April 2019.
- Tosun, C., (2000). Limits to Community Participation in the Tourism Development Process in Developing Countries, *Tourism Management*, 21, pp. 613-633, 2000
- Woodside, A. (2010). Brand-consumer storytelling theory and research: Introduction to a psychology & marketing special issue. *Psychology & Marketing*, 27(6), 531–540.