

**STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA TEMBI DAN DESA
WISATA NGLANGGERAN DALAM UPAYA PEMBERDAYAAN
MASYARAKAT**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

**Disusun Oleh
SYFA FAUZIAH
14321084**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA TEMBI DAN DESA WISATA
NGLANGGERAN DALAM UPAYA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT**



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom.

Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN 0529098201

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA TEMBI DAN DESA WISATA
NGLANGGERAN DALAM UPAYA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT**

Disusun Oleh

Syfa Fauziah

14321084

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia Tanggal : 25 Januari 2022

Dewan Penguji:

Penguji 1

Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom



NIDN

0529098201

Penguji 2

Nadia Wasta Utami, S.I.Kom, M.A.



NIDN

0505068902

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN 0529098201

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Syfa Fauziah
Nomor Mahasiswa : 14321084

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa :

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 25 Januari 2022

Yang menyatakan,



(.....)

Syfa Fauziah 14321084

MOTTO

“Sadari bahwa hidup selalu terjadi untuk kita, tidak hanya menimpa kita, tidak hanya menyusahkan kita dan dengan sadar hadapi prosesnya” - Raden Prisyia *Mindfulness Practitioner*

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya Sinarwie dan Maemanah, M.Pd. yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan yang tiada hentinya kepada anaknya agar lancar dalam menyelesaikan tugas akhir.
2. Kakak-kakak saya yang selalu *mensupport* adiknya hingga bertahan sampai saat ini.
3. Semua orang yang telah mendukung selama berjalannya penyelesaian tugas akhir.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ ”. Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.

Skripsi ini selesai tidak lepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan penuh rasa hormat penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada :

1. Kedua orang tua dan saudara penulis yang selalu memberikan nasehat, dukungan moril dan materil kepada anaknya serta doa yang selalu dipanjatkan agar selalu lancar dalam menyelesaikan tugas akhir (TA) ini dengan baik.
2. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu untuk memberikan masukan, arahan dan bimbingan dalam penyusunan tugas akhir (TA) ini.
3. selaku dosen penguji skripsi yang telah meluangkan waktu untuk penulis mempresentasikan hasil tugas akhir (TA).
4. selaku dosen pembimbing akademik penulis.
5. Seluruh dosen serta staff di prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang selalu membantu penulis dalam mengurus perkuliahan dan penyelesaian tugas akhir (TA).
6. Saudara-saudara serta seluruh keluarga besar yang selalu mendoakan, menyemangati penulis dalam mengerjakan tugas akhir (TA).
7. Teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 dan semua pihak yang selalu memberikan motivasi serta membantu penulis untuk menyelesaikan tugas akhir (TA) ini hingga selesai.

Tugas akhir yang telah diselesaikan oleh penulis ini semoga dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan dan khususnya bagi penulis sendiri. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Akhir kata, bagi para pihak yang telah membantu dalam penulisan tugas akhir ini semoga kebaikannya mendapatkan balasan yang berlimpah dari Allah SWT, *Aamiin Ya Rabbal Alamin*.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, Januari 2021

Penulis



Syfa Fauziah



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	II
HALAMAN PENGESAHAN	III
MOTTO	V
PERSEMBAHAN	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR TABEL	XII
ABSTRAK	XIII
ABSTRACT	XIV
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	3
C. TUJUAN PENELITIAN	3
D. MANFAAT PENELITIAN	4
1. Manfaat Teoritis	4
2. Manfaat Praktis	4
E. TINJAUAN PUSTAKA	5
1. Penelitian Terdahulu	5
F. KERANGKA PEMIKIRAN	10
1. Strategi Komunikasi	10
2. Strategi Pemberdayaan	11
3. Pemberdayaan Masyarakat	14
4. Desa Wisata	16
G. METODE PENELITIAN	20
1. Paradigma dan Jenis Penelitian	20
2. Waktu dan Lokasi	20
3. Teknik Pengumpulan Data	20

4. Jenis Data.....	21
5. Analisis Data.....	22
6. Metode Penelitian	23
BAB II.....	24
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	24
A. DESA WISATA NGLANGGERAN.....	24
1. Gambaran Desa Wisata Nglanggeran.....	24
2. Struktur Organisasi Desa Wisata.....	26
3. Jenis Wisata dan Paket Wisata	27
B. DESA WISATA TEMBI.....	30
1. Gambaran Desa Wisata Tembi	30
2. Struktur Organisasi Desa Wisata.....	32
3. Jenis Wisata dan Paket Wisata	33
BAB III	39
TEMUAN DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	39
A. STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA DALAM UPAYA MEMBERDAYAKAN MASYARAKAT PADA DESA WISATA NGLANGGERAN.....	40
1. Pemberdayaan Masyarakat Sebagai Bentuk Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran.....	42
2. Upaya Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran.....	44
3. Upaya dan Strategi Pemberdayaan Masyarakat di Desa Wisata Nglanggeran ...	50
4. Faktor Penghambat dan Pendukung Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Nglanggeran	53
B. STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA DALAM UPAYA MEMBERDAYAKAN MASYARAKAT PADA DESA WISATA TEMBI.....	55
1. Pemberdayaan Masyarakat Sebagai Bentuk Pengembangan Desa Wisata Tembi ..	56
2. Upaya Pengembangan Desa Wisata Tembi.....	59
3. Upaya dan Strategi Pemberdayaan Masyarakat di Desa Wisata Tembi.....	62
4. Faktor Penghambat dan Pendukung Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Nglanggeran	66
C. TABEL PERBANDINGAN STRATEGI PEMBERDAYAAN DI DESA WISATA.....	67
BAB IV.....	70

A. KESIMPULAN	70
B. KETERBATASAN PENELITIAN.....	71
C. SARAN	72
DAFTAR PUSTAKA	73
BUKU.....	73
SKRIPSI DAN JURNAL	73
INTERNET	74
LAMPIRAN	76



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 DENAH LOKASI DESA WISATA NGLANGGERAN	24
GAMBAR 2.2 SALAH SATU KAMAR HOMESTAY DI DESA WISATA NGLANGGERAN.....	29
GAMBAR 2.3 SALAH SATU HOMESTAY DI DESA WISATA NGLANGGERAN	29
GAMBAR 2.4 AKTIVITAS WISATA EDUKASI DI DESA WISATA NGLANGGERAN	30
GAMBAR 2.5 DENAH LOKASI DESA WISATA TEMBI.....	31
GAMBAR 2.6 SALAH SATU KAMAR PENGINAPAN DI DESA WISATA TEMBI..	38
GAMBAR 3.1 WISATA PUNCAK GUNUNG API PURBA.....	44
GAMBAR 3.2 AKTIVITAS BAGI WISATAWAN MENGENALKAN UNGGAH UNGGUH.....	46
GAMBAR 3.3 AKTIVITAS KARAWITAN.....	47
GAMBAR 3.4 AKTIVITAS EDUKASI BELAJAR MEMBUAT DODOL.....	48
GAMBAR 3.5 MEDIA SOSIAL INSTAGRAM YANG DIGUNAKAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI	49
GAMBAR 3.6 WISATAWAN MELAKUKAN AKTIVITAS MEMBATIK.....	58
GAMBAR 3.7 AKTIVITAS <i>OUTBOUND</i> MENANGKAP BEBEK.....	58
GAMBAR 3.8 PELATIHAN DIGITALISASI PEMASARAN DAN.....	60
PENJUALAN PADA DESA WISATA TAHUN 2021	60
GAMBAR 3. 9 MEDIA SOSIAL INSTAGRAM YANG DIGUNAKAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI	61

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1	26
SUSUNAN POKDARWIS 2016-2019	26
TABEL 2.2 STRUKTUR KEPENGURUSAN PENGELOLA DESA WISATA TEMBI .	32
TABEL 3.1	67
PERBANDINGAN STRATEGI PEMBERDAYAAN DESA WISATA.....	67



ABSTRAK

Syfa Fauziah. 14321084. Strategi Pengembangan Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglanggeran dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat. Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Perkembangan desa wisata di Indonesia saat ini sudah semakin membaik. Tak terkecuali di Yogyakarta, ada 122 desa wisata. Sebarannya pun hampir menyeluruh di setiap wilayah di provinsi DIY, seperti di Sleman, Bantul, Kota Yogyakarta, Gunung Kidul, dan Kulon Progo. Desa wisata diproyeksikan untuk pengembangan potensi wisata daerah seperti potensi wisata alam, kerajinan, dan budaya lokal.

Desa wisata Tembi dan Nglanggeran menjadi salah dua desa wisata yang hingga saat ini memiliki potensi yang kuat untuk daya tarik wisata. Keduanya terus berbenah dan mengikuti perkembangan jaman yang ada. Bahkan, keduanya pernah memperoleh penghargaan nasional.

Dalam upaya pemberdayaan tentunya diperlukan strategi untuk mengembangkan potensi masyarakat yang ada di Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglanggeran. Bagaimana dengan memberdayakan potensi yang berasal dari warga masyarakat akan memberikan dampak dan berpengaruh positif pada keberlangsungan hidup masyarakat. Sedangkan pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk mengaktualisasikan potensi yang sudah ada agar menjadi peluang di dunia pariwisata.

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan seperti perbandingan antara upaya pemberdayaan dan strategi pemberdayaan yang dilakukan antara Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglanggeran.

Pertama, Desa wisata Tembi merancang strategi agar masyarakat mau diberdayakan dengan diberikannya contoh secara *real*. Sedangkan desa wisata Nglanggeran menggunakan strategi pemberdayaan berupa aksi langsung dengan melibatkan tokoh kunci.

Kedua, upaya pemberdayaan dilakukan oleh kedua desa wisata sesuai dengan karakteristik di wilayahnya. Desa wisata Tembi melakukan upaya melalui pengembangan SDM, memanfaatkan potensi yang dimiliki masyarakat. Sedangkan desa wisata Nglanggeran melakukan upaya pemberdayaan dengan memaksimalkan masyarakat sebagai pelaku dan penerima manfaat pertama dengan pengembangan desa wisata.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Strategi Pemberdayaan, Pemberdayaan Masyarakat, Desa Wisata

ABSTRACT

Syfa Fauziah. 14321084. Strategy for Development of Tembi Tourism Village and Nglanggeran Tourism Village in Community Empowerment Efforts. Bachelor's Thesis. Communication Studies Program, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia.

The development of tourism villages in Indonesia is currently improving. Yogyakarta is no exception, there are 122 tourism villages. The distribution is almost complete in every region in the DIY province, such as in Sleman, Bantul, Yogyakarta City, Gunung Kidul, and Kulon Progo. The tourism village is projected for the development of regional tourism potentials such as the potentials for natural tourism, crafts, and local culture.

The tourism village of Tembi and Nglanggeran are two tourism villages which until now have strong potentials for tourist attractions. Both continue to improve and keep up with the times. In fact, both of them have won national awards.

In an effort to empower, certainly a strategy is needed to develop the potentials of the community in Tembi Tourism Village and Nglanggeran Tourism Village. How with empowering the potentials that come from community members will have a positive impact and influence on the survival of the community. Meanwhile, community empowerment is an effort to actualize the existing potentials so that they become opportunities in the tourism world.

This study resulted in several findings, such as a comparison of empowerment efforts and empowerment strategies conducted between Tembi Tourism Village and Nglanggeran Tourism Village.

Firstly, the Tembi Tourism Village designs a strategy so that the community wants to be empowered by providing real examples. Meanwhile, the Nglanggeran Tourism Village uses an empowerment strategy in the form of direct actions by involving key figures.

Secondly, empowerment efforts are made by the two tourism villages according to the characteristics of the region. Tembi Tourism Village makes efforts through human resource development, utilizing the potentials of the community. Meanwhile, the Nglanggeran Tourism Village makes empowerment efforts by maximizing the community as the first actors and beneficiaries with developing a tourist village.

Keywords: Development Strategy, Empowerment Strategy, Community Empowerment, Tourism Village

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Desa wisata di Indonesia saat ini sudah cukup berkembang. Desa wisata banyak diminati oleh para wisatawan karena memberikan panorama alam dan keberagaman budaya juga pembelajaran tentang kehidupan masyarakat di desa wisata tersebut. Saat ini pemerintah menargetkan program 20.000 rumah singgah (*homestay*) untuk mendukung pencapaian target pariwisata dan mengembangkan potensi pariwisata yang ada di setiap desa, selain itu dengan perkembangan desa wisata di Indonesia dapat juga mengembangkan sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).¹

Perkembangan desa wisata di Indonesia bermula dari desa wisata Penglipuran yang ada di Bali desa tersebut merupakan desa wisata pertama Indonesia, Desa Adat Penglipuran menjadi contoh desa wisata pertama di Indonesia tahun 1995, Penglipuran mempunyai ciri khas utama seperti penggunaan material bambu pada seluruh bangunannya, dan adanya cerita mitos yang masih kental yang mereka terapkan di kehidupan.² Setelah desa wisata pertama yang dibuat di Bali, Direktorat Jenderal Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat Desa Kementerian Desa menargetkan pengembangan dan pembangunan 4.000 desa wisata untuk tahun 2015-2019.³

Saat ini perkembangan desa wisata di Yogyakarta mencapai 122 desa. Pada tahun 2016 terdapat beberapa daerah sebaran seperti di Sleman, Gunung Kidul, kota Yogyakarta, Bantul, dan Kulon Progo yang sudah memiliki desa wisata, desa-desa tersebut menampilkan potensi yang mereka miliki seperti potensi wisata alam, kerajinan, dan budaya lokal dari masing-masing desa wisata tersebut.⁴

¹ “Desa Wisata Jadi Perhatian Utama,” <https://travel.kompas.com/read/2017/05/22/191500727/desa.wisata.jadi.perhatian.utama?page=all> (diakses 10 oktober 2018)

² William E, “Desa Wisata Pertama Ada di Bali” <https://travel.detik.com/galeri-foto/d-5417048/desa-wisata-pertama-indonesia-ada-di-bali> (diakses 10 Oktober 2018)

³ “Indonesia Memiliki 150 Desa Wisata” <https://travel.kompas.com/read/2016/11/22/191100127/indonesia.memiliki.1> (diakses 10 Oktober 2018)

⁴Yudha Manggala P Putra, “Desa Wisata Efektif Tarik Kunjungan Wisatawan.”<https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/17/05/03/opcs5d284-desa-wisata-efektif-tarik-kunjungan> (diakses 1 Oktober 2018)

Desa Wisata Tembi sebagai salah satu desa yang menjadi objek desa wisata yang berlokasi di daerah Bantul, Yogyakarta. Memanfaatkan rumah tinggal masyarakat menjadi *Homestay*, hal ini memberikan potensi bagi para wisatawan merasakan tinggal di rumah pedesaan yang dikelilingi oleh sawah. Selain itu wisatawan dapat belajar mengenai budaya dan kesenian maupun mengenai kuliner yang dimana para masyarakat desa itu sendiri yang turut andil dalam pengembangan yang ada di Desa Wisata Tembi. Desa Wisata Tembi sendiri mempunyai banyak prestasi diantaranya memenangkan lomba desa wisata tingkat Kabupaten Bantul pada tahun 2015 dengan meraih Juara 1.⁵

Dan pada tahun 2016 Desa Wisata Tembi meraih penghargaan Homestay Award dari Kementerian Pariwisata dalam kategori Asean Green Homestay Awards.⁶ Selain prestasi dari segi pembelajaran tentang budaya Desa Wisata Tembi juga tidak hanya fokus pada satu metode pembelajaran saja seperti kerajinan khas budaya Yogyakarta tetapi belajar berinteraksi dengan masyarakat asli dan Desa Wisata Tembi merupakan desa wisata yang cukup terkenal dan banyak diminati oleh turis lokal maupun asing selain itu Desa Wisata Tembi mempunyai portal *website* sendiri yang bermanfaat untuk calon turis karena banyak informasi dari harga sampai agenda yang ada di Desa Wisata Tembi.

Desa Wisata Nglanggeran sendiri merupakan desa wisata yang ada di daerah kabupaten Gunung Kidul, desa wisata ini dikelola sendiri oleh masyarakat setempat dan desa wisata Nglanggeran menawarkan pemandangan alam yang indah seperti Puncak Gunung Purba, Embung Nglanggeran, dan Air terjun Kedung Kendang selain itu ada Griya Coklat Nglanggeran yang merupakan salah satu inovasi yang dibuat oleh masyarakat desa wisata dan tetap dikelola oleh masyarakat sekitar, selain pemandangan tersebut banyak hal yang ditawarkan seperti *homestay* dan *outbound* dan tidak hanya itu para turis dapat dipermudah dengan bisa melihat lebih dulu paket yang ditawarkan melalui portal *website* Desa Wisata Nglanggeran.

Tidak hanya pemandangan, Desa Wisata Nglanggeran juga mempunyai banyak prestasi diantaranya adalah menjadi pemenang ISTA (Indonesia Sustainable Tourism Award) dengan mendapatkan penghargaan Green-Gold Award dalam kategori ekonomi

⁵ “Tambi Desa Wisata Juara 1 Kabupaten Bantul” <http://tembivillage.com/id/tembi-desa-wisata-juara-1-tingkat-kabupaten-bantul/>. (Akses 11 September 2018)

⁶ “Selamat Tembi Desa Wisata Meraih Homestay Awards.” <http://tembivillage.com/id/selamat-tembi-desa-wisata-meraih-homestay-award/>. (Akses 11 September 2018)

pada tahun 2017.⁷ Dan pada tahun 2018 Desa Wisata Nglanggeran meraih prestasi dengan mendapat penghargaan ASTA (ASEAN Sustainable Tourism Awards) yang diberikan di Thailand.⁸

Desa wisata sebagai salah satu sektor pariwisata tentunya tidak terlepas dari peran masyarakat yang tinggal di desa wisata, masyarakat turut andil dalam berhubungan dan berkomunikasi langsung dengan para wisatawan dengan menunjukkan ciri khas yang ada di desa wisata. Dengan adanya sektor pariwisata yang menjadikan desa sebagai salah satu tempat objek wisata dapat meningkatkan perkembangan daerah dan desa tersebut serta mampu meningkatkan perekonomian yang ada di daerah maupun perekonomian masyarakat dan dapat mengurangi tingkat pengangguran yang ada di wilayah sekitar.

Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglanggeran masing-masing mempunyai prestasi yang baik, dalam hal ini tentunya tidak terlepas bagaimana kontribusi masyarakat dalam mencapai prestasi tersebut, dan tema ini penting diteliti karena masing-masing desa sama-sama berprestasi tentunya mempunyai strategi tersendiri dalam memberdayakan masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah penulis jabarkan diatas, maka penulis dapat menyimpulkan rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana strategi Desa Wisata Tembi dalam memberdayakan masyarakat sekitar untuk pengembangan desa?
2. Bagaimana strategi Desa Wisata Nglanggeran dalam memberdayakan masyarakat sekitar untuk pengembangan desa?
3. Faktor pendukung dan penghambat apa yang ada untuk memberdayakan masyarakat?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi Desa Wisata Tembi dalam memberdayakan masyarakat sekitar untuk pengembangan desa

⁷ “Desa Wisata Nglanggeran Menjadi Pemenang ISTA 2017, Maju Ke Tingkat ASEAN.” <http://gunungapipurba.com/posts/detail/desa-wisata-nglanggeran-menjadi-pemenang-ista-2017-maju-ke-tingkat-asean>. (Akses 12 September 2018)

⁸ “Desa Wisata Nglanggeran Raih Penghargaan ASTA (ASEAN Sustainable Tourism Awards) Di Thailand.” <http://gunungapipurba.com/posts/detail/desa-wisata-nglanggeran-raih-penghargaan-asta-asean-sustainable-tourism-award-di-thailand>. (Akses 12 September 2018)

2. Untuk mengetahui bagaimana strategi Desa Wisata Nglanggeran dalam memberdayakan masyarakat sekitar untuk pengembangan desa
3. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam memberdayakan masyarakat sekitar desa wisata

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Diharapkan dengan adanya penelitian dapat memberikan wawasan dan sumbangsih dalam ilmu pengetahuan ataupun menjadi bahan kajian pustaka bagi mahasiswa selanjutnya yang melakukan penelitian terkait kajian penelitian yang serupa mengenai strategi pengembangan Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglanggeran dalam upaya pemberdayaan masyarakat.
- b. Hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan menjadi bahan masukan dan bahan pertimbangan untuk tindakan-tindakan selanjutnya mengenai strategi pengembangan Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglanggeran berdasarkan teori-teori yang digunakan sebagai dasar analisis guna pengembangan teoritis dalam kontribusi penelitian desa wisata

2. Manfaat Praktis

- a. Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglanggeran

Penelitian ini dapat menjadi masukan atau opini yang positif dan menjadi bahan referensi bagi Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglanggeran untuk lebih baik kedepannya dengan melakukan evaluasi program dari penelitian ini.

- b. Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan nantinya mempunyai manfaat sebagai sumber informasi, referensi dasar dan pemahaman mengenai strategi pengembangan bagi masyarakat dalam upaya pemberdayaan masyarakat berupa apa saja program-program yang

dapat dilakukan untuk memajukan pariwisata dengan melakukan pemberdayaan bagi masyarakat.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Adanya penelitian terdahulu berguna untuk memberikan gambaran dan penjelasan kerangka berfikir dalam sebuah pembahasan. Disamping itu penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Untuk mendukung penelitian ini, maka perlu dilakukannya studi pustaka yang dapat dijadikan sebagai sumber ilmiah dari beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang serupa dengan penelitian ini. Sumber referensi materi pada pencarian sebelumnya antara lain:

- a. Seperti penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hesty Pratiwi mahasiswa Universitas Negeri Semarang dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Desa Wisata Mandiri Di Desa Wanurejo Kecamatan Borobudur Kabupaten Magelang” , dalam penelitiannya Hesty Pratiwi membahas mengenai potensi yang ada di Desa Wisata Wanurejo sebagai mata pencarian masyarakat yang dapat dijadikan sebagai rangkaian pemberdayaan masyarakat. Dalam rumusan masalah dijelaskan bahwa peneliti ingin mengetahui strategi yang digunakan Desa Wanurejo dalam pemberdayaan masyarakat melalui desa wisata. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. hasil kesimpulan dalam penelitian ini strategi pemberdayaan masyarakat melalui desa wisata mandiri di Desa Wanurejo dilakukan dengan melakukan berbagai pelatihan, promosi dan kerjasama, serta faktor peluang yang dapat terjadinya strategi pemberdayaan masyarakat adalah karena letak lokasi desa yang sangat strategis sebagai pintu gerbang masuknya Candi Borobudur, dan beberapa pelaku seni yang masih mempertahankannya dan mengembangkan budaya dari seni tradisional tersebut.

Pada penelitian terdahulu dan penelitian sekarang terdapat beberapa perbedaan yaitu dari segi objek, objek dalam penelitian terdahulu

mengambil satu objek sedangkan penelitian yang sekarang mengambil dua objek untuk dijadikan perbandingan, dalam penelitian terdahulu masalah yang dibahas membahas mengenai strategi pemberdayaan sedangkan penelitian yang sekarang membahas strategi pengembangan dalam upaya pemberdayaan masyarakat dalam hal ini bahasan yang dari dua penelitian berbeda.

- b. Rimas Martiarini mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Purwokerto dengan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Desa Wisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat Desa Ketenger Baturraden” membahas mengenai fenomena yang ada di Desa Ketenger Baturraden yaitu tingkat partisipasi warga yang sukarela dan aktif dalam mengembangkan kegiatan pariwisata, dalam rumusan masalah penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi pengembangan desa wisata melalui pemberdayaan masyarakat sekitar dalam perspektif ekonomi Islam.

Penelitian ini sendiri menggunakan metode kualitatif deskriptif, dan dalam hasil penelitian peneliti menyimpulkan bahwa ada 8 strategi yang dilakukan untuk pengembangan Desa Ketenger dalam pemberdayaan masyarakat yaitu adanya usaha pengkoordinasian antara pihak pengelola desa wisata dengan masyarakat, fasilitas dari pemerintah berupa pendanaan untuk mengelola desa wisata, mengembangkan atraksi wisata, mempromosikan Desa Wisata Ketenger, sebagai penyedia akomodasi, analisis program kelembagaan, pengelolaan souvenir/cinderamata, dan pengadaan fasilitas umum. Sedangkan dalam perspektif ekonomi Islam, pengembangan desa wisata berfokus menuju kesejahteraan, adil, memanfaatkan lingkungan tanpa merusak lingkungan.

Pada penelitian terdahulu dan sekarang adanya perbedaan hanya dari segi objek saja, penelitian terdahulu hanya mengambil satu objek sedangkan penelitian sekarang mengambil dua objek yang akan dijadikan perbandingan antara dua objek tersebut, mengenai bahasan yang diteliti oleh penelitian terdahulu dan sekarang tidak begitu berbeda hanya dari bahasan masalah saja.

- c. Abdur Rohim mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam skripsinya yang berjudul “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata” penelitian ini melatarbelakangi

fenomena yang terjadi di Desa Wisata Bejiharjo yang dimana masyarakat sekitar masih mengandalkan tani sebagai mata pencaharian sebelum terjadinya desa tersebut menjadi desa wisata dan menjadi dampak positif sebagai lapangan pekerjaan baru dan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat, dalam hal ini peneliti ingin melakukan penelitian yang ada di rumusan masalah yaitu bagaimana latar belakang awal terbentuknya Desa Bejiharjo sebagai desa wisata, dan bagaimana bentuk-bentuk kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan desa.

Penelitian yang dilakukan oleh Abdur Rohim menggunakan pendekatan metode kualitatif deskriptif, dan dalam hasil penelitian peneliti menyimpulkan bahwa desa tersebut terbentuk dari gagasan pemerintah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Gunungkidul, selain itu penggerak desa wisata memberikan stimulan dana bagi program PNPM Mandiri Pariwisata dan adanya pengembangan desa dengan menerapkan bidang atraksi, akomodasi, dan penyiapan SDM.

Pada penelitian terdahulu sebagai acuan dalam penelitian dan penelitian sekarang terdapat beberapa perbedaan yaitu penelitian terdahulu lebih membahas mengenai satu objek sedangkan pada penelitian sekarang lebih kepada membahas dua objek sebagai bahan perbandingan, dalam bahasan pada penelitian terdahulu terdapat perbedaan hanya pada judul yaitu mengenai pengembangan, penelitian sekarang menggunakan strategi pengembangan akan tetapi bahasanya tetap sama.

- d. Novie Istorua Hidayah mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta dalam skripsi yang berjudul “Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Jatimulyo, Girimulyo, Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta” penelitian ini melatarbelakangi adanya pemberdayaan masyarakat yang ada di daerah tersebut dan mengenai kegiatan pelibatan masyarakat dalam proses perkembangan desa wisata.

Penelitian yang dilakukan oleh Novie Istorua Hidayah menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dan dalam kesimpulannya dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya kegiatan pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Jatimulyo mendapatkan bantuan modal dari PNPM Mandiri Pariwisata dan

bantuan pembangunan prasarana selain itu adanya bantuan pendampingan seperti pelatihan bagi masyarakat setempat.

Pada penelitian ini penelitian terdahulu mengambil tema yang sama dan bahasan yang sama yang membedakan adalah hanya dari segi objek yang akan diteliti, penelitian sekarang menggunakan dua objek berbeda sebagai bentuk perbandingan sedangkan penelitian terdahulu hanya membahas mengenai satu objek saja.

- e. Sabtimarlia mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta dalam skripsinya yang berjudul “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengelolaan Desa Wisata Sambi Di Dusun Sambi, Pakembinangun, Pakem, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta” penelitian ini melatarbelakangi masalah yang terjadi diantaranya adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan, terbatasnya kemampuan dari sumber daya manusia dalam mengelola dan mengembangkan potensi pada bidang pariwisata, dan rendahnya kesadaran masyarakat dalam kegiatan pariwisata.

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif, dan penelitian ini disimpulkan dalam hasil penelitian bahwa Desa Wisata Sambi menggunakan tiga tahapan diantaranya adalah tahap penyadaran, transformasi kemampuan, dan tahap peningkatan kemampuan intelektual, selain itu adanya faktor penghambat yaitu kecemburuan sosial di masyarakat.

Pada penelitian terdahulu dan sekarang adanya perbedaan dari pembahasan yang diteliti yaitu penelitian terdahulu membahas mengenai pengelolaan sedangkan penelitian yang sekarang membahas mengenai strategi pengembangan dalam upaya pemberdayaan masyarakat dalam hal ini tentu pembahasannya berbeda karena penelitian terdahulu lebih mengacu kepada pengelolaan desa wisata melalui pemberdayaan masyarakat sedangkan penelitian sekarang membahas mengenai strategi pengembangan dalam upaya pemberdayaan masyarakat. Selain itu pada penelitian terdahulu dan sekarang mempunyai objek yang berbeda, penelitian terdahulu mengambil satu objek sedangkan penelitian sekarang menggunakan dua objek sebagai bahan perbandingan.

- f. Aris Mardiyanto mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA dalam tugas akhir yang berjudul “Analisis Pembangunan Desa Wisata yang Berkelanjutan sebagai Desa Wisata Mandiri di Desa Wisata Tembi, Kecamatan Sewon, Kabupaten Bantul” menjelaskan dalam penelitiannya memiliki tujuan untuk menganalisa pengelolaan desa wisata Tembi dalam menerapkan konsep pariwisata berkelanjutan.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi langsung ke lokasi, wawancara secara mendalam dengan masyarakat dan pengurus desa wisata, serta dokumentasi berupa data-data yang berasal dari pengurus dan beberapa foto-foto yang mendukung.

Pada penelitian terdahulu dan sekarang adanya perbedaan dari pembahasan yang diteliti yaitu penelitian terdahulu membahas mengenai pengelolaan sedangkan penelitian yang sekarang membahas mengenai strategi pengembangan dalam upaya pemberdayaan masyarakat dalam hal ini tentu pembahasannya berbeda karena penelitian terdahulu lebih mengacu kepada pengelolaan desa wisata melalui pemberdayaan masyarakat sedangkan penelitian sekarang membahas mengenai strategi pengembangan dalam upaya pemberdayaan masyarakat. Selain itu pada penelitian terdahulu dan sekarang mempunyai objek yang berbeda, penelitian terdahulu mengambil satu objek sedangkan penelitian sekarang menggunakan dua objek sebagai bahan perbandingan.

- g. Deva Kuncoro mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam tugas akhir skripsi yang berjudul “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengelolaan Kakao di Dusun Gunung Buthak Desa Nglanggeran Patuk Gunungkidul” menjelaskan dalam penelitiannya memiliki tujuan untuk mendeskripsikan proses terbentuknya pemberdayaan masyarakat melalui peringatan hari kakao di Gunung Buthak Nglanggeran dan mendeskripsikan dampak peringatan tersebut pada masyarakat.

Pada penelitian terdahulu dan sekarang adanya perbedaan dari fokus pembahasan yang diteliti yaitu pada penelitian terdahulu membahas mengenai dari proses pemberdayaan dari bentuk peringatan hari kakao saja sedangkan penelitian yang sekarang membahas pemberdayaan masyarakat

Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglanggeran dalam ruang lingkup yang lebih besar tidak hanya pemberdayaan dari kakao saja tapi bidang lain. Selain itu pada penelitian terdahulu dan sekarang mempunyai objek yang berbeda, penelitian terdahulu mengambil satu objek sedangkan penelitian sekarang menggunakan dua objek sebagai bahan perbandingan.

- h. Emi Rohana mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam tugas akhir skripsi yang berjudul “Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Desa Wisata Tembi” menjelaskan dalam penelitiannya memiliki tujuan meliputi deskripsi kegiatan pemberdayaan ekonomi masyarakat yang ada di Desa Wisata Tembi, dan mendeskripsikan keberhasilan upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dilakukan.

Dalam hal ini penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu dan sekarang terdapat beberapa perbedaan yaitu tema yang diambil oleh penelitian terdahulu berdasarkan pemberdayaan ekonomi sedangkan penelitian yang dilakukan sekarang berupa strategi pengembangan dalam upaya pemberdayaan masyarakat hal ini peneliti menjelaskan strategi apa saja yang dilakukan dalam upaya pemberdayaan masyarakat. Kemudian ada perbedaan objek, bila penelitian terdahulu mengambil satu objek desa wisata sebagai objek penelitian sedangkan penelitian sekarang menggunakan dua objek penelitian sebagai bahan perbandingan.

F. Kerangka Pemikiran

1. Strategi Komunikasi

Komunikasi merupakan perencanaan yang sangat sistematis. Oleh sebab itu sangat dibutuhkan strategi komunikasi. Strategi komunikasi adalah keseluruhan manajemen perencanaan media untuk mencapai hasil komunikasi yang diinginkan. Efektivitas komunikasi dalam pengembangan dapat diartikan sebagai situasi komunikasi yang dapat memungkinkan munculnya partisipasi oleh warga negara secara sadar, kritis, sukarela dan bertanggung jawab.⁹ Dalam

⁹ Hamijoyo S. 2001. Konflik Sosial dengan Tindak Kekerasan dan Peranan Komunikasi. Jurnal Mediator Volume 2 Nomor 1. Bandung.

hal ini masyarakat berperan penting akan kesadaran yang bertujuan untuk mempermudah proses strategi pengembangan yang nantinya akan berdampak positif juga terhadap keberlangsungan desa wisata yang ada. Sesuai dengan penjelasan kondisi aktual dari kegiatan komunikasi yang terjadi di wilayah studi, untuk menciptakan efek partisipasi masyarakat dalam proses perencanaan program pengembangan masyarakat, komunikator (pemerintah dan dunia usaha) harus mampu mengenali pentingnya berpartisipasi dalam pengembangan dan penerapan pendekatan persuasif yang melibatkan tokoh-tokoh hukum adat berbasis masyarakat di lapangan. Penelitian ini adalah masyarakat adat dan hidup berdasarkan standar adat yang berlaku, menawarkan undangan atau waktu untuk pertemuan tatap muka sehingga masyarakat merasa dihargai atau dibutuhkan dalam proses komunikasi

Komunikasi untuk strategi pengembangan tidak hanya untuk meningkatkan sebuah partisipasi masyarakat, tetapi juga untuk menghasilkan ide atau pesan dengan adanya penyebaran informasi yang bermanfaat sesuai dengan kebutuhan dan skala prioritas masyarakat untuk membawa suatu perubahan pengetahuan, keterampilan serta sikap mereka dalam melihat suatu masalah dan memecahkan masalah mereka sendiri tanpa bergantung pada pihak lain. Dalam program pengembangan masyarakat, pesan-pesan komunikasi harus mampu memberdayakan masyarakat agar masyarakat dapat meningkatkan taraf hidup dan mengoptimalkan sumber daya manusia dan alam. Merencanakan pesan pengembangan dilakukan dengan mengidentifikasi permasalahan yang menjadi kebutuhan sasaran dengan mengenali kondisi sosial masyarakat setempat dan kondisi alam lokal yang dapat dipecahkan.

2. Strategi Pemberdayaan

Strategi pemberdayaan merupakan sebuah cara untuk mewujudkan potensi yang dimiliki masyarakat dengan menjalankan sumber daya manusia, sumber daya alam, dana, dan peralatan yang dimiliki agar dapat mencapai tujuan yang telah disepakati. Yang dimaksud dengan pemberdayaan masyarakat itu sendiri adalah suatu proses pengembangan dan penguatan kapasitas masyarakat untuk terus berpartisipasi dalam proses pemberdayaan yang berlangsung dinamis

sehingga masyarakat dapat memecahkan masalah-masalah yang dihadapinya serta mampu ikut andil dalam mengambil keputusan secara mandiri.

Terjadinya strategi pemberdayaan memerlukan sebuah pendekatan yang dapat turut serta mengajak masyarakat berpartisipasi dalam proses pengembangan pemberdayaan masyarakat, yang bertujuan memungkinkan masyarakat desa untuk saling berbagi, meningkatkan dan menganalisis pengetahuan mereka tentang kondisi dan kehidupan desa, membuat rencana dan bertindak atau dapat diartikan menjadi “dari, dengan dan oleh” masyarakat desa.¹⁰ Pengelola desa wisata harus mampu menganalisa dengan melihat dan mengamati segala potensi dan kondisi yang ada dimiliki oleh desa meliputi sumber daya alam, sumber daya manusia, infrastruktur, dan seni budaya, sehingga masyarakat tidak hanya dipandang sebagai objek tapi sebagai subjek. Prinsip tersebut meliputi:¹¹

1. Menyediakan sarana, yaitu menyediakan sarana bagi masyarakat desa untuk menyelidiki, menganalisis, mengevaluasi dan memahami sehingga dapat mengimplementasikan dan menyempurnakan hasil yang telah mereka pelajari.
2. Kesadaran diri dan tanggungjawab diri yang kritis, yang berarti pengelola secara terus-menerus memeriksa perilaku dan mencoba melakukannya dengan lebih baik.
3. Saling berbagi informasi dan ide di antara masyarakat desa, antara masyarakat desa dan pengelola, dan berbagi bidang kegiatan, pelatihan, dan pengalaman antara organisasi yang berbeda

¹⁰ Siti Zuliyah. 2010. Strategi Pemberdayaan Masyarakat Desa Dalam Menunjang Pembangunan Daerah . Journal of Rural and Development Volume I No. 2. Yogyakarta

¹¹ Roberts Chambers, PRA Participatory Rural Appraisal Memahami Desa Secara Partisipatif (Yogyakarta : Kanisius, 1996),hal.19.

Dalam strategi pemberdayaan tentunya tidak terlepas dari beberapa macam strategi yang terlibat dalam upaya pemberdayaan masyarakat diantaranya, yaitu:¹²

1. Strategi Tradisional, strategi ini menyarankan agar masyarakat mengetahui dan bebas memilih kepentingan masing-masing dengan prinsip atau opini personal. Dengan kata lain, semua pihak bebas menentukan terkait kepentingan hidupnya sendiri dan tidak ada pihak lain yang mengganggu kebebasan masing-masing pihak. Oleh karena itu, masyarakat yang terlibat tidak merasa adanya paksaan dari apa yang mereka pilih untuk diperdayakan dengan dasar apa yang mereka ketahui.
2. Strategi Aksi Langsung, Strategi ini membutuhkan kepentingan yang mendominasi lebih tinggi untuk dihormati oleh semua pemangku kepentingan, tunduk pada kemungkinan perubahan yang terjadi. Dalam strategi ini terdapat pihak-pihak yang memiliki pengaruh besar dalam pengambilan keputusan. Mereka yang sadar akan kepentingannya akan mengambil tindakan langsung untuk berpartisipasi dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat.
3. Strategi Transformatif, strategi ini menunjukkan bahwa pendidikan masyarakat jangka panjang diperlukan sebelum mendefinisikan kepentingan pribadi. Mereka yang merasa mendapatkan ilmu pengetahuan, mereka akan bertahan dan memiliki pengetahuan yang lebih luas. Namun mereka yang tidak merasakan ilmu yang didapat akan merasa tidak berguna dan pada akhirnya akan mengundurkan diri dari kegiatan tersebut.

Dengan tahapan strategi pemberdayaan tersebut dapat membuat pemberdayaan masyarakat mengarah ke praktikal dengan kontribusi masyarakat yang ikut terlibat aksi secara langsung menjadikan masyarakat merasa diberdayakan dengan kehadirannya.

¹² Harry Hikmat, Strategi Pemberdayaan Masyarakat (Bandung: Humaniora, 2006), hal. 12.

3. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan secara konseptual adalah sebuah kata yang bersifat menarik bagi beberapa orang, dalam hal ini pemberdayaan dalam konteks masyarakat desa dapat dibedakan dalam beberapa cara pandang. *Pertama*, pemberdayaan dimaknai sebagai konteks masyarakat dalam menempatkan posisi berdiri, *Kedua*, pemberdayaan secara dasar berurusan dengan segala upaya mengenai pemenuhan kebutuhan masyarakat, *Ketiga*, pemberdayaan menyebarluas dari proses hingga sampai pada visi *ideal*, *Keempat*, pemberdayaan menjangar dari level psikologis-personal (anggota masyarakat), *Kelima*, adanya tipologi berdasarkan arena untuk membuat isu-isu yang berbasis pembangunan dan masyarakat desa.¹³

Dalam konsep pemberdayaan saling terkait dari dua istilah yang berlawanan, yaitu mampu untuk berdaya dan tidak berdaya, terutama dalam hal kesanggupan untuk dapat mengakses dan mengontrol potensi serta sumber daya juga kesejahteraan sosial.¹⁴ Konsep pemberdayaan menjadi berkembang dari realitas individu atau masyarakat yang tidak berdaya atau lemah (*powerless*) menjadi mampu dan bisa untuk berdaya. Tidak berdaya atau lemah dalam aspek: pengetahuan (keilmuan), pengalaman, sikap/perilaku, keterampilan, modal usaha, jaringan relasi, semangat, kerja keras, ketekunan serta aspek lainnya. Kelemahan dari berbagai aspek ini dapat diartikan menjadi ketergantungan, ketidakberdayaan dan kemiskinan.¹⁵ Dan dapat disimpulkan bahwa rancangan dasar pemberdayaan pada hakekatnya adalah suatu cara yang dapat dilakukan oleh suatu kelompok masyarakat demi untuk meningkatkan kapasitas atau jumlah dan kemandiriannya agar masyarakat tersebut dapat mewujudkan potensi yang telah dimilikinya dalam rangka kehidupan yang lebih sejahtera. Pemberdayaan yang diinginkan oleh masyarakat tentunya adalah yang dapat membuat masyarakat lebih selaras dengan tujuan pemberdayaan.¹⁶

¹³ Sutoro Eko, *Reformasi Politik dan Pemberdayaan Masyarakat* (Yogyakarta: APMD Press, 2004), hal.250-255.

¹⁴ Sunit Agus Tricahyono, *Pemberdayaan Komunitas Terpencil di Provinsi NTT* (Yogyakarta : B2P3KS, 2010), hal.9

¹⁵ Oos M. Anwas, *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global* (Bandung : Alfabeta, 2013), hal. 48.

¹⁶ Suntoyo Usman, *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2008), hal. 31

Pemberdayaan masyarakat sendiri dapat dilakukan oleh pemerintah akan tetapi masyarakat desa yang wajib sebagai pemeran utama, dalam hal ini masyarakat harus saling partisipasi saling mendorong agar proses pemberdayaan masyarakat itu berjalan. Selain seperti yang dikutip oleh Nyoman adanya prinsip dasar dari konsep pemberdayaan masyarakat yaitu¹⁷:

- a. Untuk mempertahankan keberadaannya, pemberdayaan masyarakat memerlukan pendapatan dalam kegiatan yang dikelola.
- b. Dalam konsep pemberdayaan masyarakat, selalu mengikutsertakan suatu kelompok atau masyarakat dalam perencanaan maupun pelaksanaan yang dilakukan.
- c. Dalam melaksanakan suatu program pemberdayaan masyarakat, antara kegiatan pelatihan (training) dan pembangunan fisik.
- d. Dalam mengimplementasikan konsep pemberdayaan harus dapat memaksimalkan sumber daya yang ada dengan optimal, khususnya dalam hal pendanaan, baik dari pemerintah, swasta, maupun dari sumber-sumber lainnya.
- e. Kegiatan yang dijalankan dalam pemberdayaan masyarakat harus lebih memfungsikan diri sebagai 'katalis' yang berarti menjadi penghubung antara kepentingan pemerintah yang bersifat makro, dan kepentingan masyarakat yang bersifat mikro.

Pemberdayaan masyarakat sendiri merupakan suatu upaya guna mempersiapkan masyarakat agar mampu berdikari mewujudkan kemajuan, kemandirian serta kesejahteraan. Dalam hal ini sama halnya dengan memandirikan masyarakat, Pemberdayaan merupakan suatu proses tahapan yang dilakukan guna memperoleh serta meningkatkan daya masyarakat sehingga masyarakat tersebut mampu secara mandiri. Dalam upaya pemberdayaan masyarakat adanya tiga langkah yang harus dilakukan yaitu:¹⁸

- a. Menciptakan iklim yang memungkinkan untuk mengembangkan potensi masyarakat agar dapat berkembang (*enabling*).

¹⁷ J.H. Rubin, *Understanding*, "The Ethos of Community Based Development : Ethnographic Descriptions from Public Administrators." *Public Administration Review*, Vol.53 No.5 (1993), hal.432, seperti dikutip oleh I Nyoman Sumaryadi, *Perencanaan Pembangunan Daerah Otonom & Pemberdayaan Masyarakat* (Yogyakarta: Citra Utama, 2005), hal.94-96.

¹⁸ *Ibid.*, hal.111-112

- b. Menguatkan atau mengangkat potensi dan daya yang dimiliki oleh masyarakat (*empowering*).
- c. Pemberdayaan berarti juga melindungi.

Dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat tidak semata-mata meningkatkan sektor pertanian, meningkatkan kesejahteraan tetapi melakukan sebuah upaya kebutuhan untuk masyarakat menjadi mandiri karena ruang lingkup pedesaan yang sangat luas dan menjadi suatu proses dimana masyarakat diberikan perubahan melalui edukasi atau kemampuan agar masyarakat dapat mengerti mengenai proses yang telah dilakukan.. Selain itu pemerintah meluncurkan program khusus penanggulangan kemiskinan yaitu Inpres Desa Tertinggal. Dalam hal ini pemberdayaan masyarakat dapat mampu menanggulangi Inpres Desa Tertinggal dengan langkah yang dapat memberikan perubahan bagi desa tertinggal.

4. Desa Wisata

Desa Wisata merupakan daerah pedesaan yang menawarkan suasana keseluruhan yang benar-benar menggambarkan pedesaan baik dari segi sosial ekonomi, sosial-budaya, adat-istiadat, kehidupan sehari-hari, dan opini. Struktur bangunan juga tata ruang desa yang unik, segi ekonomi yang unik dan menarik. kegiatan dan memiliki potensi untuk dikembangkan melalui berbagai komponen pariwisata seperti berbasis atraksi, akomodasi, makan, souvenir/cinderamata dan kebutuhan pariwisata lainnya.¹⁹

Dalam upaya untuk keberhasilan dalam membangun desa wisata diperlukan upaya-upaya yaitu²⁰ :

- a. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM)

Perencanaan pengembangan sumber daya manusia (SDM) dapat dikerjakan melalui pendidikan, pelatihan (*training*) dan partisipasi dalam acara seminar, group diskusi, dan lainnya, serta di bidang pariwisata. Mereka dapat dilatih dalam pekerjaan lain untuk meningkatkan segala macam

¹⁹ Soemarno, "Desa Wisata," <http://marno.lecture.ub.ac.id/files/2012/01/Desa-wisata.doc>. (Akses 9 September 2018)

²⁰ Soemarno, "Desa Wisata," <http://marno.lecture.ub.ac.id/files/2012/01/Desa-wisata.doc>. (Akses 9 September 2018)

kegiatan usaha lainnya seperti kerajinan tangan, kegiatan berskala kecil industri rumah tangga (*Home Industry*), memgolah makanan khas lokal, menanam jamur, cacing, menjahit, dan kegiatan lainnya.

b. Kemitraan

Suatu model kemitraan atau kemitraan mengenai kerjasama usaha disertai dengan pengembangan dan pembinaan yang saling menguntungkan pihak satu dengan yang lain, antara pengelola desa dengan pengusaha pariwisata kota atau bisa juga dengan pengawas desa, dalam hal ini bermitra dengan dinas pariwisata daerah. Bidang kegiatan yang dapat menjadi subyek kerjasama antara lain: akomodasi, pariwisata, promosi, pelatihan dan lain-lain.

c. Kegiatan Pemerintahan di Desa

Aktivitas dalam rangka membangun desa wisata yang diselenggarakan oleh pemerintah desa antara lain seperti: agenda rapat dinas, pameran pembangunan dan upacara-upacara besar yang diadakan di desa wisata.

d. Promosi

Desa wisata seringkali perlu dipromosikan melalui media yang berbeda, sehingga pengelola desa atau kabupaten yang bersangkutan seringkali perlu mengundang jurnalis cetak dan elektronik untuk meliput kegiatan ini.

e. Festival / Pertandingan

Seringkali di desa wisata, disarankan untuk mengadakan kegiatan yang dapat menarik wisatawan atau penduduk desa lainnya agar dapat mengunjungi desa wisata, misalnya festival seni, kompetisi dibidang olahraga, dan lain sebagainya.

f. Membina Organisasi Warga

Banyak penduduk desa yang sering bermigrasi ke tempat lain. Mereka akan datang kembali ke kampung halaman pada saat hari besar seperti halnya saat Idul Fitri, yang biasa dikenal dengan istilah "mudik". Mereka juga dapat diorganisir dan didorong untuk mempromosikan

desa wisata mereka. Contohnya saja pada Desa Tambaksari, Kecamatan Tambaksari, Bupati Ciamis, Provinsi Jawa Barat, misalnya, telah meningkatkan organisasi kemasyarakatan yang dikenal dengan istilah “warga”, yaitu hubungan keluarga dari keturunan yang bercerai-berai, bertujuan untuk mempererat tali silaturahmi. persaudaraan antara keturunan mereka pada setiap hari besar Idul Fitri, mereka saling bergantian membuat agenda pertemuan untuk dapat bertemu sambil memperkenalkan keturunan mereka, setelah itu mereka membentuk sebuah organisasi. Organisasi yang terorganisir disebut koperasi keluarga, yang berhasil membantu keluarga kurang mampu. Peristiwa masyarakat seperti ini perlu dibantu dan dikembangkan untuk memajukan desa wisata.

g. Kerjasama dengan Universitas

Perguruan tinggi di Indonesia membutuhkan Kursus Praktek Lapangan (KKPL) bagi mahasiswa yang akan menyelesaikan studinya. Oleh karena itu sebaiknya menjalin atau menjaga kerjasama antara desa wisata dengan perguruan tinggi yang ada, untuk memberikan informasi dan kesempatan kepada desa untuk meningkatkan pengembangan desa selama berwisata.

Berjalanannya sektor desa wisata diperlukannya Obyek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) di suatu desa, hal ini dapat berupa fasilitas dan kegiatan sebagai berikut²¹ :

a. *Eco-lodge*

Adanya pembaharuan homestay agar dapat memenuhi persyaratan akomodasi wisatawan, atau dengan membangun *guest house seperti* berupa, *bamboo house, traditional house, log house*, dan lain sebagainya.

b. *Eco-recreation*

Kegiatan rekreasi dikawasan alam seperti pertanian, pertunjukan kesenian-kesenian lokal, memancing ikan di kolam/disungai, jalan-

²¹Soemarno, “Desa Wisata,” <http://marno.lecture.ub.ac.id/files/2012/01/Desa-wisata.doc>. (Akses 9 September 2018)

jalan di desa (*hiking*), bersepeda di desa dan kegiatan rekreasi lainnya.

c. *Eco-education*

Mendidik wisatawan dengan memberikan ilmu pendidikan lingkungan, mengembangkan potensi yang dimiliki oleh desa wisata tersebut dan memperkenalkan flora dan fauna yang ada di desa bersangkutan.

d. *Eco-research*

Meneliti kekayaan flora dan fauna yang ada di desa, dan mengembangkan produk yang dihasilkan oleh desa tersebut, serta meneliti keadaan sosial ekonomi dan budaya yang dimiliki masyarakat di desa tersebut, dan sebagainya.

e. *Eco-energy*

Membangun penggunaan sumber energy berkelanjutan untuk meningkatkan efisiensi energi seperti tenaga surya atau tenaga air untuk *Eco-lodge*.

f. *Eco-development*

Pembangunan dengan memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia dengan cara menyasikan aktivitas manusia sesuai dengan sumber daya alam yang ada, seperti menanam jenis-jenis pohon yang buahnya untuk makanan burung atau binatang liar, tanaman hias, tanaman obat, dll, agar bertambah populasinya.

g. *Eco-promotion*

Promosi dengan melalui media cetak ataupun media elektronik, dengan mengundang wartawan untuk meliput juga mempromosikan kegiatan yang ada di desa wisata.

Desa wisata sendiri merupakan desa yang penuh dengan budaya tradisional yang masih kental, tidak hanya budaya tradisional desa wisata juga dipenuhi sumber daya alam tentunya hal ini dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung, dengan sumber daya alam yang ada di desa wisata seperti sawah, pegunungan, pantai, maupun kebun dapat menjadi lahan bagi perekonomian daerah dan masyarakat setempat, dalam hal ini

desa wisata mampu menjadi sektor pariwisata yang dipegang langsung oleh masyarakat.

G. Metode Penelitian

1. Paradigma dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, penulis mencoba melakukan dengan menggunakan paradigma konstruktivisme yang juga menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. penulis ingin menjelaskan data-data riil yang diperoleh di lapangan sesuai dengan tema penelitian. Pendekatan kualitatif ini dilakukan penulis dengan melakukan pengamatan, wawancara, hingga pengumpulan dokumen terkait terhadap responden.²²

Jika diartikan, paradigma konstruktivisme adalah paradigma yang bisa dilakukan dengan cara pengamatan secara objektif dalam menemukan suatu realitas. realitas itu sehingga akan memunculkan suatu realitas bagi ilmu pengetahuan yang datang melalui sebuah kebenaran atau realitas sosial yang didalamnya terdapat interaksi secara subjektif maupun objektif.

2. Waktu dan Lokasi

Waktu Penelitian diperkirakan dilakukan selama satu minggu yaitu pada bulan Februari 2019 di Kabupaten Bantul dan Kabupaten Kulonprogo. Tempat penelitian akan dilakukan di Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglanggeran.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi atau pengamatan dilakukan dengan cara mengamati proses strategi pengembangan Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglanggeran dalam upaya pemberdayaan masyarakat. Pengamatan dapat dilakukan secara langsung di dua lokasi desa wisata dengan mencatat sebuah perilaku dan peristiwa warga lokal di kedua desa wisata yang menjadi target peneliti. Sehingga peneliti dapat memahami langsung

²² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), hal. 9-12.

bagaimana fenomena atau situasi yang terjadi pada sebuah objek yang menjadi catatan yang mendukung data dan fakta untuk penelitian yang sedang dilakukan.

b. Wawancara

kegiatan wawancara dilakukan dengan pengumpulan data melalui proses sesi tanya jawab secara langsung dengan narasumber yang bersangkutan guna memperoleh informasi mengenai suatu hal yang lebih mendalam lagi tentang bagaimana strategi pengembangan Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglanggeran dalam upaya pemberdayaan masyarakat. Narasumber yang diwawancarai mewakili Desa Wisata Tembi yaitu Dawud Subroto sebagai Ketua Desa Wisata Tembi dan Pemerintah setempat adalah Kepala Seksi Pelayanan Desa Timbulharjo yaitu Muhamad Sawabi, S.Pd.T Sedangkan untuk narasumber yang mewakili Desa Wisata Nglanggeran yaitu Sugeng Handoko sebagai Sekretaris Desa Wisata Nglanggeran dan Pemerintah setempat adalah Sekretaris Daerah Desa Nglanggeran yaitu Rusmiyati

c. Dokumentasi

Proses dokumentasi dimulai dengan melakukan data berupa informasi yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian penulis. Dokumentasi dilakukan dengan mencari data melalui beberapa media seperti surat kabar, agenda, arsip-arsip, dan sebagainya.

4. Jenis Data

a. Data Primer

Data yang diperoleh merupakan data langsung dari objek penelitian ini, dan yang menjadi objek dalam penelitian ini ialah pengelola Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglanggeran serta pemerintah sekitar Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglanggeran.

b. Data Sekunder

Data sekunder menjadi data penunjang dari data primer. Penulis memperolehnya dengan melihat penelitian terdahulu maupun sumber lainnya dari berbagai media, yaitu buku atau jurnal. Data sekunder akan dibutuhkan guna mengembakan penelitian yang dilakukan.

5. Analisis Data

Analisis data menjadi proses selanjutnya yang dilakukan oleh penulis. Proses ini dilakukan untuk mengelompokkan serta mengatur data yang didapatkan dengan mengorganisir menjadi beberapa kategori. Pencatatan hasil di lapangan menjadi proses pencarian data kualitatif. Lalu mengumpulkan dan mengklasifikasikannya sebagai hasil data yang mempunyai makna.

Penulis mencoba untuk melakukan analisis data secara kualitatif dengan langkah awal melakukan kegiatan observasi di lapangan, lalu masuk pada proses pengumpulan data yang berasal dari proses wawancara sesi tanya jawab dengan narasumber terkait, mengumpulkan dokumentasi, dan observasi secara langsung dan mulai menyatukan kerangka pemikiran penelitian yang sudah dibuat sebelumnya.

a. Reduksi Data

Reduksi data dilakukan sebagai langkah selanjutnya untuk mengumpulkan data yang sudah didapat. Pengumpulan data yang ada dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

b. Penyajian Data

Setelah itu, langkah selanjutnya adalah proses untuk menyeleksi data yang sesuai dengan penelitian serta memiliki keterkaitan yang sesuai dengan fokus penulis dalam penelitian ini, lalu melakukan rangkuman data yang sesuai dengan metode kualitatif.

c. Penafsiran Data

Seleksi data dilakukan sesuai dengan proses dalam penelitian yang mempunyai hubungan atau pola yang berhubungan dengan fokus dalam penelitian ini, lalu melakukan penilaian data dengan merangkum semua data yang sesuai dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif.

d. Rangkuman Data

Hasil dari proses seleksi data akan menghasilkan sebuah rangkuman data yang sudah sesuai. Langkah selanjutnya yaitu mengolah dan menafsirkannya terhadap fenomena atau adanya sebuah hubungan sebab akibat dari fokus yang akan diteliti, lalu menarik kesimpulan dari data-data yang valid.

6. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini dengan menggunakan metode deskriptif. Secara definisi, deskriptif adalah metode yang dilakukan dalam meneliti status di kelompok manusia, objek, set kondisi, sistem pemikiran hingga rentetan berbagai peristiwa yang ada pada masa sekarang ini bertujuan untuk mendeskripsikan, memberikan gambaran atau lukisan secara sistematis, sesuai fakta dan akurat, hingga melihat sebuah sifat dan hubungan antar fenomena yang ada.²³

Dalam metode ini, penulis akan menuliskan hasil dari penelitian yang berisi kata-kata, kata kutipan dengan memberikan gambaran secara luas dan menyeluruh sesuai dengan topik yang sedang diangkat dengan analisa data yang sudah ditelaah satu per satu.



²³ Mohhamed Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988), hal.6

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Desa Wisata Nglanggeran

1. Gambaran Desa Wisata Nglanggeran

Desa Wisata Nglanggeran atau yang sering di sebut Desa Nglanggeran merupakan desa yang secara administratif terletak di Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunung Kidul, D.I. Yogyakarta. Desa Nglanggeran berada di wilayah sekitar perbukitan, pegunungan, serta lahan pertanian/perkebunan, termasuk kedalam salah satu kawasan Ekowisata Gunung Api Purba yang ada di Desa Wisata Nglanggeran memiliki luas wilayah 48 Ha dan sedangkan wilayah Desa Nglanggeran sendiri memiliki luas wilayah 762,0990 Ha yang mana sebagian besar digunakan sebagai lahan untuk kegiatan pertanian, perkebunan, ladang dan pekarangan. Dengan luas wilayah tersebut terdapat batas-batas administratif wilayah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara : Desa Ngoro-oro
- b. Sebelah Timur : Desa Nglegi
- c. Sebelah Selatan : Desa Putat
- d. Sebelah Barat : Desa Salam



Gambar 2.1 Denah Lokasi Desa Wisata Nglanggeran

Sumber Website <http://gunungapipurba.com> (2019)

Gunung Nglanggeran atau yang lebih dikenal dengan sebutan Gunung Api Purba, secara fisiografi terletak di Zona Pegunungan Selatan Jawa Tengah-Jawa Timur (Van Bemmelen 1949) atau lebih tepatnya di Sub Zona Pegunungan Baturagung (Baturagung Range) dengan ketinggian 700 m dari permukaan laut dan kemiringan lereng curam-terjal (>45%). Gunung Nglanggeran berdasarkan dari sejarah geologinya merupakan sebuah Gunung Api Purba yang berumur tersier atau 0.6 – 70 juta tahun yang lalu. Material batuan penyusun yang ada pada Gunung Api Purba merupakan endapan vulkanik tua berjenis andesit (Old Andesite Formation), jenis batuan yang ditemukan antara lain breksi andesit, tufa dan lava bantal.

Selain itu potensi wisata yang dimiliki Gunung Api Purba juga dijumpai fauna dan flora langka, seperti tanaman obat (herbal) yang hanya hidup di kawasan ekowisata Gunung Api Purba yaitu tanaman tremas, dan ada juga kera ekor panjang yang ada di sekitar Gunung Api Purba . dan beberapa objek wisata alam lainnya adalah Embung Nglanggeran yang merupakan sebuah tampungan air, dan Air Terjung Kedung Kandang. Selain wisata alam Desa Nglanggeran juga mempunyai objek wisata edukasi yaitu Griya Coklat Nglanggeran dimana para turis dapat melihat dan mengetahui proses pembuatan dodol kakao yang berbahan baku coklat, dan adanya Kesenian lokal sebagai tempat untuk belajar kreasi janur, membuat topeng, dan belajar kuliner.

Desa Wisata Nglanggeran dalam program pemberdayaan masyarakat melalui desa wisata dengan mengajak seluruh masyarakat berpartisipasi dalam pembangunan desa wisata dengan memberikan potensi yang ada. Desa Wisata Nglanggeran melakukan pemberdayaan kepada masyarakat sekitar yang mempunyai potensi menarik diantaranya seperti petani yang kegiatannya melakukan bertani dan membajak sawah dapat menjadi sarana wisata sehingga para wisatawan luar dan dalam dapat mencoba kegiatan tersebut dan hasil tersebut dapat memberdayakan petani dan para petani turut diberi ilmu dari pengelola Desa Wisata untuk berkomunikasi kepada para wisatawan. Masyarakat yang berkontribusi mendapatkan pelatihan khusus dalam beberapa bidang sesuai dengan masing-masing potensi yang ada pada masyarakat.

2. Struktur Organisasi Desa Wisata

Tabel 2.1
Susunan Pokdarwis 2016-2019

NO	JABATAN	NAMA
1.	Pembina	Kementrian Pariwisata RI, Dinas Pariwisata DIY, Disbudpar
2.	Penasehat	1. Kepala Desa Nglanggeran 2. Ketua BPD 3. Budi Utomo
3.	Ketua	Mursidi
4.	Wakil Ketua	Basuki
5.	Sekretaris	1. Sugeng Handoko 2. Agus
6.	Bendahara	1. Liik Suharyanto 2. Pardiyo 3. Triyanta
7.	Seksi Ketertiban dan Keamanan	1. Budi Subaryadi 2. Rudi Maryanto 3. Warto 4. Suroto
8.	Seksi Kebersihan dan Keindahan	1. Sudadi B 2. Tumiran G 3. Jarwanto
9.	Seksi Daya Tarik Wisata dan Kenangan	1. Sudadi B 2. Tumiran G 3. Jarwanto
10.	Seksi Hubungan Masyarakat dan Pengembangan SDM	1. Suranto 2. Tumiran K 3. Subarno 4. Juari Anggoro
11.	Seksi Pengembangan Usaha	1. Sudiyono 2. Sumadiyono 3. Sugiyanto 4. Marsudi 5. Warsono

12.	Seksi Sarana Permukiman (Homestay)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suratijo 2. Teguh 3. Sugiyanto 4. Poniman G
13.	Seksi Kesenian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Subali 2. Teguh Minardi 3. Wasidi 4. Sujiyanto
14.	Seksi Pemandu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sumbodo 2. Hadi Purwanto 3. Subarjo 4. Paeran 5. Dalijan 6. Subardi 7. Wagiran 8. Jangkung 9. Leo Susilo 10. Samidi
15.	Seksi Pembangunan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Slamet 2. Ponijan 3. Sukiran 4. Suparno 5. Wakidi 6. Sukirman
16.	Seksi Pemasaran dan Promosi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aris Budiyo 2. Heru Purwanto
17.	Seksi Kuliner	<ol style="list-style-type: none"> 1. Surini 2. Samiyem 3. Surgiyanti 4. Warsini 5. Sri Suryani
18.	Seksi Kerohanian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Eko Nugroho 2. Wagiman 3. Sudadi 4. Linda Gunawan

3. Jenis Wisata dan Paket Wisata

Jenis wisata yang ada pada Desa Wisata Nglanggeran terbagi dalam beberapa daya Tarik, yaitu dalam sebagai berikut:

1. Daya Tarik Alam

Gunung Api Purba memberikan panorama alam serta area pertanian dan persawahan di Desa Nglanggeran, dan terdapat Kawasan Embung

yaitu waduk mini yang terletak diatas bukit seluas 0,34 Ha yang berfungsi sebagai pengairan kebun buah seluas 20 Ha dengan menampilkan pemandangan sekitar.

2. Daya Tarik Budaya

Yang menjadi daya tarik budaya utama di Desa Wisata Nglanggeran yaitu dengan upacara adat Kirab Budaya Rasulan, atraksi kesenian Jathilan, dan upacara adat masyarakat. Serta kebiasaan hidup masyarakat desa dengan aktivitas gotong royong dan ramah, budaya kenduri, karawitan dan beberapa budaya adat arik yang masih terjaga dengan sangat baik.

3. Daya Tarik kerajinan

Dalam daya arik ini Desa Wisata Nglanggeran memberikan daya tarik berupa topeng dan gelang yang dibuat dengan bahan baku kayu dan adanya paket belajar membuat kerajinan lainnya seperti batik topeng.

4. Daya Tarik Kuliner

Daya Tarik kuliner yang ada adalah merupakan makanan khas berupa dodol kakao dan Brownis singkong yang diolah dari bahan baku di sekitar desa dan digunakan sebagai bentuk daya Tarik berupa paket arikian pembuatan dodol kakao dan *brownies* ariki.

5. Daya Tarik Buatan

Daya Tarik buatan yang ada di Desa Wisata Nglanggeran berupa wahana permainan outbond, flying fox, Embung (waduk mini), dan paket arikian yang beragendakan ariki, budidaya kakao, dan paket cinta lingkungan. Dalam daya tarik ini di bantu oleh sumber daya manusia sekitar dengan lokasi yang *representative*.

Dalam jenis wisata yang diberikan tentunya sudah termasuk dalam beberapa paket wisata yang dibuat oleh Desa Wisata Nglanggeran untuk para wisatawan agar bisa melihat dan mencoba daya tarik tersebut diantaranya adalah beberapa paket wisata:

1. Homestay : Rp. 150.000/orang
2. Paket Outbound : Rp. 130.000 (mulai dari)
3. Paket Live In (2 hari 1 malam) : Rp. 220.000/orang
4. Paket Live in (3 hari 2 malam) : Rp. 390.000/orang
5. Paket Live In (4 hari 3 malam) : Rp. 520.000/orang

6. Paket Live In (5 hari 4 malam) : Rp. 650.000/orang

7. Paket Live In (6 hari 5 malam) : Rp. 750.000/orang

Paket tersebut mempunyai keterangan tertentu seperti dalam paket Homestay harga tersebut merupakan harga permalam dengan mendapat fasilitas makan dua kali sehari yang akan disediakan oleh pemilik homestay.



Gambar 2.2 Salah Satu Kamar Homestay di Desa Wisata Nglangeran

Sumber Website <http://gunungapipurba.com>



Gambar 2.3 Salah Satu Homestay di Desa Wisata Nglangeran

Sumber Website <http://gunungapipurba.com>

Dalam Paket Outbound sendiri dengan harga mulai Rp. 130.000 disesuaikan dengan konsep kegiatan yang diinginkan contohnya seperti permainan *flying fox*. Dan Paket *Live In* yang ditawarkan mendapatkan fasilitas berupa *Homestay*, makan, snack, belajar menjadi masyarakat desa sekitar dengan melakukan bajak sawah dan menanam padi, membuat topeng, budidaya kakao, belajar kesenian local, kreasi jamur, belajar kuliner, *outbond*, *flying fox*, api unggun, *soft tracking*, serta melihat sunset embung dan dalam fasilitas Paket *Live In* tersebut pengelola juga memasukan asuransi bagi para peserta.



Gambar 2.4 Aktivitas Wisata Edukasi di Desa Wisata Nglangeran

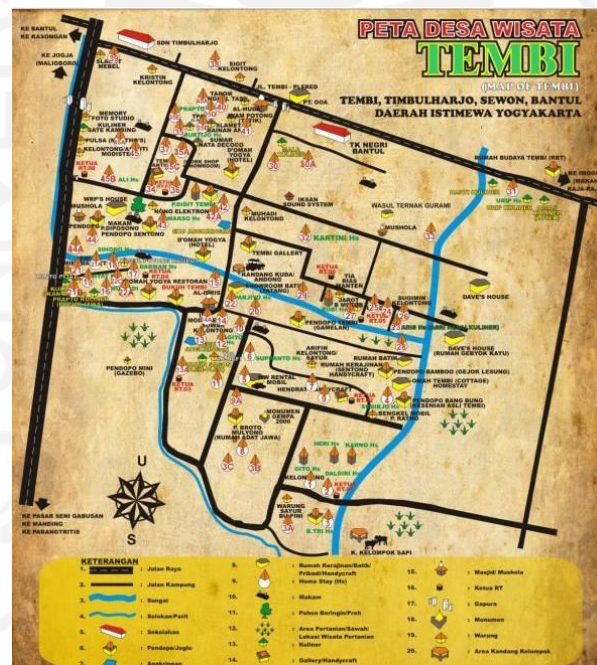
Sumber Website <http://gunungapipurba.com>

B. Desa Wisata Tembi

1. Gambaran Desa Wisata Tembi

Tembi merupakan salah satu nama dari 16 pedukuhan yang termasuk di dalam desa Timbulharjo Kecamatan Sewon Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. Tepatnya lokasi, dusun Tembi berada di jalan Parangtritis Km 8,5. Luas wilayah Tembi adalah ± 81 Ha, dengan 60 Ha area persawahan dan 24 Ha area pemukiman. Pedukuhan yang mempunyai area persawahan yang luas ini terdiri dari 8 RT dengan 306 KK (kepala keluarga) dari jumlah penduduk 980 jiwa, adapun jumlah warga miskin adalah 155 warga. Mata pencaharian penduduk mayoritas adalah buruh dan petani sebesar 60%, wiraswasta dan pariwisata 35%, PNS 3% dan ABRI 2%. Masyarakat Tembi lebih dari 95% menganut agama Islam. Secara geografis Desa Timbulharjo atau desa Wisata Tembi sendiri terletak dalam batas-batas administratif wilayah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara : Dukuh Bangunharjo
- b. Sebelah Timur : Dukuh Wonokromo
- c. Sebelah Selatan : Dukuh Sabdodadi
- d. Sebelah Barat : Dukuh Pendowoharjo



Gambar 2.5 Denah Lokasi Desa Wisata Tembi

Sumber Website <http://www.homestaytembi.com>

Desa Timbulharjo mempunyai Desa Wisata Tembi yang mempunyai beragam potensi wisata seperti wisata alam dan wisata edukasi, wisata alam tersebut diantaranya

adalah outbound para tamu dapat melakukan kegiatan berupa lomba pegang belut di sawah, lomba pegang bebek, menyusuri pematang sawah, dan juga membajak sawah. Dan wisata edukasi yang dimiliki Desa Wisata Tembi yaitu belajar membuat batik dengan menggunakan beberapa media seperti kain dan topeng, membuat kerajinan tempat pensil dan membuat atau mewarnai tembikar selain itu para tamu juga dapat belajar alat music yang disediakan diantaranya karawitan, Gejog Lesung, dan Angklung Gamelan.

Desa Wisata Tembi dalam melakukan program pemberdayaan masyarakat mengajak masyarakat sekitar berpartisipasi dengan menggunakan rumah masyarakat sekitar sebagai objek penginapan bagi para turis lokal maupun mancanegara agar para turis merasakan berada di rumah masyarakat sekitar, selain itu masyarakat juga berperan dalam bagian konsumsi dimana para tamu yang menginap dengan jumlah banyak masyarakat sekitar yang berpartisipasi akan berbondong-bondong memasak bersama untuk para tamu.

2. Struktur Organisasi Desa Wisata

Tabel 2.2 Struktur Kepengurusan Pengelola Desa Wisata Tembi

NO	JABATAN	NAMA
1.	Pembina	Dinas Kab. Bantul
2.	Penasehat	1. Lurah Desa Timbulharjo 2. Dukuh Tembi
3.	Ketua	Dawud Subroto B.Se
4.	Sekretaris	Aris Langgeng, S.Pd.
5.	Benadahara	Munjani
6.	Marketing	1. Acuy 2. Aris 3. Abel
7.	Home Stay	1. Sudirman 2. Bambang Tri
8.	Operasional	1. Miyadi 2. Torisman 3. Tri Sentosa

9.	Perlengkapan	1. Wagiyu 2. Muji
10.	Dokumentasi	1. Bestian 2. Amat
11.	Kesenian	1. Hj. Sukinah 2. Ety P
12.	Kuliner	1. Nora 2. Maedah 3. Tentrem
13.	Keamanan	1. Umadi 2. Katri

3. Jenis Wisata dan Paket Wisata

Jenis wisata yang ada pada Desa Wisata Nglanggeran terbagi dalam beberapa daya Tarik, yaitu dalam sebagai berikut :

1. Daya Tarik Wisata Alam

Desa wisata Tembi mempunyai sumber daya alam yang cukup asri dan hijau . Dari dua pintu masuk, sudah dapat terlihat pemandangan yang sangat kental dengan nuansa asli pedesaan. Dengan memiliki area persawahan yang sangat luas dan terlihat hijau, serta banyak pepohonan yang berada di sela-sela rumah penduduk memberikan kesan teduh, adem, dan ayem. Banyak rumah joglo atau limasan yang mempunyai halaman yang lapang dan tetap dibiarkan apa adanya, namun ada yang memang disiapkan untuk homestay atau penginapan. Sawah dan sungai yang mengelilingi dusun Tembi sehingga semakin memberi kesan pedesaan.

2. Daya Tarik Wisata Budaya dan Kerajinan

Di dusun Tembi masyarakatnya masih tradisional. Kawasan desa wisata Tembi mampu menyuguhkan nuansa pedesaan yang melekat. Kebanyakan dari penduduknya masih menjalankan adat istiadat turun temurun dan tradisi kejawen yang sudah ada sejak zaman dahulu, seperti genduren, genduri apem, nyadran, mertu dusun, wiwit, among-among. Masyarakat Tembi juga masih melestarikan keberadaan bangunan rumah joglo, pendopo dan limasan. Selain itu sebenarnya ada beberapa rumah kuno di Tembi, sehingga saat memasukinya kita langsung bisa membayangkan kehidupan masyarakat pada zaman dulu dengan arsitektur

yang sangat kejawan. Namun setelah gempa bumi dahsyat tahun 2006, kebanyakan dari rumah-rumah tersebut rusak, sehingga memaksa warga untuk merenovasinya dan masih berbentuk limasan adat Jawa.

Banyak hasil kerajinan yang dihasilkan oleh warga Tembi, bahkan sudah ada yang di export keluar negeri (Amerika, Eropa bahkan Timur Tengah. Kerajinan di Tembi bercirikan dari bahan yang berserat alami. Bahan dasarnya berasal dari serat alam, seperti mendong, daun pandan, agel, kulit batang pisang (Gedebok), gerabah dan sebagainya. Selain bahan dari serat alam didapati pula bahan yang berasal dari kulit hewan asli, kulit sintetis (vinyl), anyaman lidi dan bahan lainnya. Jenis produk yang sudah dihasilkan antara lain yaitu kotak pensil, pigura, *tissue box*, *box*, batik, keramik, gerabah dan masih banyak jenis kerajinan tangan yang lainnya. Hasil kerajinan tersebut dapat dilihat showroom pengrajin.

Selain wisatawan dapat melihat secara langsung bagaimana proses pembuatan kerajinan, tersedia rumah kerajinan (workshop), sehingga wisatawan bias mencoba membuat kerajinannya sendiri dengan bimbingan dari pengrajin Tembi yang sudah berpengalaman dibidangnya dan hasilnya dapat langsung dibawa pulang untuk cinderamata ataupun oleh-oleh.

3. Kesenian

Desa Wisata Tembi mempunyai kesenian khas tradisional, yaitu seni musik Bangbung. Musik Bangbung menjadi salah satu ikon kesenian Tembi. Awal mula Bangbung adalah dari tahun 1947. Keberadaan musik ini bertujuan untuk menghibur para bala tentara yang sedang berjuang melawan penjajah, yaitu pada saat Yogyakarta menjadi daerah ibukota.

Jenis-jenis alat musik Bangbung antara lain :

- a. Bass / Gong : Alat musik berasal dari tembikar (tanah liat yang ditutupi oleh ser-sapi atau lapisan usus sapi). Cara pembuatannya ser-sapi diikatkan kepada tembikar yang terbuat seperti gentong, kemudian diikat dan dijemur selama sehari.
- b. Gendang(Klenthing)
- c. Melodi terdiri dari Suling dan Harmonika
- d. Kencrung

Bangbung biasa digunakan dalam acara 17^{an}, sunatan, dan pernikahan. Lagu-lagu yang dimainkan Bangbung ini sangat beragam antara lain lagu-lagu campur sari, keroncong, maupun lagu-lagu modern. Saat ini, di Tembi masih ada satu komunitas pelestari Bangbung yang bernama “Bangbung Kampoeng Tembi”

Jenis paket wisata yang ditawarkan pada Desa Wisata Tembi terbagi dalam beberapa daya tarik, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk paket A, jenis kegiatan yang ditawarkan ialah sebagai berikut :

- a. Harga yang diberikan untuk Umum Rp. 320.000/Orang
- b. Harga yang diberikan untuk Pelajar/Mahasiswa Rp. 260.000/Orang

Kegiatan yang dilakukan berupa :

1. Coffee break dan makan siang.
2. Kegiatan membatik kain/ membatik topeng.
3. Membuat kerajinan dengan hasil akhir tempat pensil.
4. Membuat kerajinan tembikar/mewarnai tembikar.
5. Kegiatan membajak sawah/menanam padi.
6. Membuat hantu sawah/banyu mili.
7. Kegiatan lari teklek/tarik tambang.
8. Kegiatan menangkap bebek/pegang belut.
9. Mendapat kegiatan kesenian gejog lesung/angklung.

Dengan menginap di *homestay* mendapatkan fasilitas AC 1 malam + Rp.125.000/Orang dan Non-AC Rp.75.000/Orang. Harga paket diatas sudah termasuk sarapan pagi.

2. Untuk paket B, jenis kegiatan yang ditawarkan berupa :

- a. Harga yang diberikan untuk Umum Rp. 235.000 / Orang
- b. Harga yang diberikan untuk Pelajar/Mahasiswa Rp. 175.000 / Orang

Kegiatan yang dilakukan berupa :

1. Mendapat fasilitas *coffee break* dan makan siang.
2. Kegiatan membatik kain/membatik topeng.
3. Membuat kerajinan tembikar/mewarnai tembikar.
4. Kegiatan membajak sawah/menanam padi.
5. Lomba bakiak/membuat hantu sawah.
6. Lomba memegang belut/tarik tambang.
7. Banyu mili/gobak sodor.

Dengan menginap di Homestay fasilitas AC 1 malam + Rp.125.000/Orang dan Non-AC Rp.75.000/Orang. Harga paket diatas sudah termasuk sarapan pagi.

3. Untuk paket C, jenis kegiatan yang ditawarkan berupa :

- a. Harga yang diberikan untuk Umum Rp. 160.000 / Orang
- b. Harga yang diberikan untuk Pelajar/Mahasiswa Rp. 115.000 / Orang

Kegiatan yang dilakukan berupa :

1. Mendapat fasilitas *coffee Break* dan makan siang.
2. Kegiatan membatik kain/batik topeng kayu.
3. Membuat kerajinan tembikar/mewarnai tembikar.
4. Kegiatan membajak sawah/menanam padi.
5. Lari teklek/gobak sodor.
6. Banyu mili/tarik tambang.

Dengan menginap di Homestay fasilitas AC 1 malam + Rp.125.000/Orang dan Non-AC Rp.75.000/Orang. Harga sudah termasuk sarapan. Dengan “Minimal 25 orang untuk semua paket”

Paket Kegiatan Kuliner:

1. Membuat tempe kedelai – Rp. 20.000,-/orang
2. Membuat sagon – Rp. 20.000,-/orang
3. Membuat goreng pisang – Rp. 20.000,-/Orang

Untuk paket kegiatan wisata:

1. Kegiatan wisata naik Dokar dari titik awal Tembi menuju Kasongan - Rp.450.000,-/3 jam. *1 Dokar untuk 5 Orang (Sentral Kerajinan Gerabah Kasongan).
2. Kegiatan wisata Naik Sepeda Ontel – Rp. 30.000,-/10 jam.

Desa wisata Tembi memiliki 9 *cottage* AC berkapasitas 72 orang, dan 62 *homestay* non AC berkapasitas 500 orang yang siap huni. Di rumah-rumah *homestay* dan *cottage* tersebut, para pelancong/wisatawan dapat menikmati beberapa fasilitas standard dari kamar khas pedesaan, yang sekiranya mempunyai daya tarik yang khas dibandingkan dengan rumah *homestay* pada umumnya. Dengan begitu, wisatawan yang datang dapat merasakan pengalaman wisata yang berbeda yaitu wisata pedesaan. Sambil menginap di *homestay* wisatawan bisa mengamati kehidupan sehari-hari dari warga desa sekitar seperti bertani, beternak, dan berolah seni. Selain itu terdapat hotel dan resort D^omah dan *cottage* Omah Tembi untuk wisatawan yang menginginkan tempat menginap (AC) yang mewah namun tetap bernuansa desa.



Gambar 2.6 Tampak Depan Salah Satu Penginapan di Desa Wisata Tembi

Sumber Foto Website <http://www.homestaytembi.com>



Gambar 2.6 Salah Satu Kamar penginapan di Desa Wisata Tembi

Sumber Foto Website <http://www.homestaytembi.com>



BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Pada bab ini, penulis akan memaparkan hasil dari pengambilan data di lapangan yang telah dikaji serta berkaitan dengan topik penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglanggeran Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat”. Adapun temuan hasil pengambilan data yang digunakan penulis untuk menunjang penelitian yang telah berhasil dikumpulkan, diperoleh melalui beberapa tahapan pelaksanaan yaitu pengamatan objek dan mencatat data lapangan (observasi) secara langsung dan melakukan wawancara dengan beberapa pihak narasumber yang berkaitan dengan kegiatan strategi dan pemberdayaan masyarakat di desa wisata sebagai topik dalam penelitian, serta pengambilan dokumentasi yang telah dilakukan penulis pada beberapa narasumber yang dianggap penting dalam penelitian ini seperti pemerintah setempat dan pengelola tempat desa wisata Tembi dan desa wisata Nglanggeran. Pada penemuan ini akan penulis paparkan secara jelas dan lengkap berdasarkan hasil data yang diperoleh dilapangan.

Pemberdayaan masyarakat pada desa wisata adalah suatu hal yang dapat dikatakan wajib, pasalnya faktor utama yang dapat mendukung perkembangan serta kemajuan desa wisata itu dengan adanya rasa sadar pada masyarakat akan menjaga, merawat serta ikut berkontribusi dalam segala hal yang bertujuan untuk memajukan desa wisata yang ada.

Faktor dalam memberdayakan masyarakat pada desa wisata:

1. Pemberdayaan dapat dimaknai dalam konteks menempatkan posisi berdiri suatu masyarakat.
2. Pemberdayaan secara prinsipinya berurusan dengan upaya dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.
3. Pemberdayaan bergerak dari proses sampai pada tujuan visi ideal.
4. Pemberdayan bergerak dari *level psikologis-personal* (anggota masyarakat).
5. Adanya tipologi berdasarkan arena untuk membuat isu-isu yang berbasis pengembangan dan masyarakat desa.

Selain faktor, penulis juga berangkat dari definisi tentang Desa Wisata merupakan "Suatu tempat atau kawasan pedesaan yang memiliki daya tarik (aset) dengan menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan tersebut baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang memiliki khas (khusus) tersendiri, ataupun kegiatan

perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dapat dikembangkan atau diberdayakan dengan mencakupi komponen kepariwisataan, misalnya atraksi, akomodasi, makanan-minuman, cinderamata, dan kebutuhan wisata lainnya agar hal ini dapat menarik kunjungan wisatawan baik lokal maupun interlokal ke lokasi yang menjadi desa wisata.

Pada bagian ini, penulis mencoba melakukan tinjauan berdasarkan hasil temuan penelitian yang dibagi menjadi tiga bagian; Strategi yang dilakukan desa wisata Nglanggeran, strategi yang dilakukan desa wisata Tembi serta membandingkan strategi yang dilakukan oleh kedua desa wisata yang menjadi objek penelitian penulis.

A. Strategi Pengembangan Desa Wisata Dalam Upaya Memberdayakan Masyarakat Pada Desa Wisata Nglanggeran

Temuan pertama terkait strategi pengembangan desa wisata sebagai upaya dalam pemberdayaan masyarakat ini merupakan temuan dari pengambilan data yang berasal dari desa wisata Nglanggeran. Strategi yang digunakan oleh desa wisata ini dianggap sangat penting karena bertujuan untuk mengenalkan potensi wisata yang ada di Nglanggeran agar dikenal oleh masyarakat luas. Dalam hal ini pemerintah desa Nglanggeran memiliki beberapa bentuk upaya strategi pemasaran desa wisata.

Hal ini dilakukan sebagai bentuk upaya dari pengembangan desa wisata yang ada, pemerintah atau perangkat desa memiliki berbagai strategi yang bertujuan untuk mengupayakan adanya pemberdayaan masyarakat yang bertujuan untuk mendukung strategi sebagai desa wisata.

Dengan adanya desa wisata ini bertujuan sebagai sarana wisata yang tidak monoton serta menarik minat para wisatawan baik wisatawan lokal maupun dari luar kota untuk datang serta berkunjung menikmati wisata yang ada dan disediakan oleh desa wisata Nglanggeran. Tentunya ada keunikan serta keunggulan dari masing-masing desa wisata yang ada. Hal ini bertujuan untuk memberikan nilai tersendiri untuk para wisatawan untuk datang dan berkunjung ke desa wisata.

Dalam program pemberdayaan masyarakat melalui desa wisata, pemerintah desa Nglanggeran mengajak seluruh masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam pengembangan desa wisata dengan mengembangkan semua potensi wisata yang ada.

Desa Wisata Nglanggeran melakukan pemberdayaan kepada masyarakat sekitar yang mempunyai potensi menarik diantaranya seperti petani yang kegiatannya melakukan bertani dan membajak sawah dapat menjadi sarana wisata sehingga para wisatawan luar dan

dalam dapat mencoba kegiatan tersebut dan hasil tersebut dapat memberdayakan petani, serta masyarakat diberi ilmu dari pengelola desa wisata untuk berkomunikasi kepada para wisatawan.

Masyarakat yang berkontribusi akan mendapatkan pelatihan khusus dalam beberapa bidang sesuai dengan berpacu pada potensi alam yang ada pada dikelola oleh masyarakat.

“Jadi kalau kami sebenarnya awalnya dulu kan memang lebih ke gerakan menjaga lingkungan, jadi lebih ke aktivitas konservasi, menjaga kawasan gunung ini agar tidak rusak lah intinya, kemudian ya strateginya lebih ke mengajak ke arah situ, jadi lingkungan itu kami jadikan musuh utama untuk dikalahkan. Jadi jangan sampai lingkungan itu berdampak negatif ke masyarakat, jadi bukan e awalnya itu bukan untuk menjadi sebuah tempat wisata sebenarnya.”²⁴

Pada awalnya, Desa Nglanggeran hanya menjadi wilayah yang dikhususkan untuk menjaga lingkungan konservasi di kawasan daerah Gunung Api Purba agar tidak rusak. Akan tetapi banyak masyarakat baik lokal maupun dari luar kota yang kemudian berminat untuk berkunjung dan tertarik dengan potensi wisata yang ada.

Dalam hal ini, masyarakat serta perangkat desa yang melihat potensi tersebut tidak tinggal diam dan melakukan pengembangan serta melakukan pembangunan guna menunjang sarana dan prasarana Nglanggeran sebagai desa wisata. Sehingga tidak hanya dalam hal pengembangan, akan tetapi juga dilakukan pemberdayaan sumber daya manusia yang dianggap sebagai faktor penting dalam menunjang keberhasilan desa wisata Nglanggeran.

“Iya, karena unsur utamanya adalah masyarakat, jadi di kami itu adalah visi kami itu kan menjadi Desa Wisata unggulan, dengan kawasan ekowisata, berwawasan luas, berbasis masyarakat. Jadi masyarakat sebagai pelaku dan penerima manfaat pertama dari pengembangan pariwisata.”²⁵

Pemerintah dan juga masyarakat bekerja sama melakukan kolaborasi yang bertujuan untuk sama-sama membangun desa wisata Nglanggeran sebagai tempat wisata alam yang

²⁴Sugeng Handoko, Sekretaris Desa Wisata Nglanggeran, 8 Februari 2019

²⁵Sugeng Handoko, Sekretaris Desa Wisata Nglanggeran, 8 Februari 2019

memberikan kesan tersendiri untuk pengunjung dan mau melakukan kunjungannya kembali ke desa wisata Nglanggeran, ini adalah salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh perangkat desa Nglanggeran dengan melakukan pemberdayaan masyarakat yang bertujuan untuk terus berinovasi sehingga semakin banyak pengunjung yang datang ke desa wisata Nglanggeran.

Adapun promosi pemasaran yang dilakukan oleh perangkat desa Nglanggeran yaitu dengan melakukan promosi melalui *online* dan juga *offline*.

“Ada dua, dengan *offline* dan dengan *online*, kalau *offline* itu biasanya ya *leaflet*, kemudian pameran, kita ikut *travel dialog*, *table top* kayak gitu. Kalau *online* ya banyak sih sekarang *chanel*, kalau dulu awal-awal dulu masih menggunakan *friendster* itu pernah, *blog*, *website*, sekarang media sosial yang rame apa kita ada di situ.”²⁶

Pengelolaan media social secara *online* menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif, pasalnya hal ini dapat dianalisis baik secara segmentasi usia yang disasar akan menjadi lebih tertuju secara jelas juga melihat bagaimana isi konten yang dapat menjadi *branding* bagi desa wisata Nglanggeran itu sendiri.

Hal ini tentu akan menjadi sangat efektif mengingat saat ini penggunaan media sosial dapat dijangkau oleh masyarakat luas yang tidak hanya di Nglanggeran, Yogyakarta, bahkan masyarakat dari berbagai belahan dunia manapun.

1. Pemberdayaan Masyarakat Sebagai Bentuk Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran

Desa wisata Nglanggeran ini berfokus pada tempat wisata alam yang dapat dinikmati akan keindahan alamnya sistem pemberdayaan masyarakat yang diberikan pun berkaitan erat dengan alam.

“Kalau dibilang maksimal pasti kami mintanya akan lebih maksimal lagi, tapi ya selama ini memang sudah berjalan baik khususnya untuk pengelolaan itu sendiri kan melibatkan banyak masyarakat, banyak pemuda di sini, dan akhirnya untuk yang pengurusnya di

²⁶Sugeng Handoko, Sekretaris Desa Wisata Nglanggeran, 8 Februari 2019

wisata sana tenaga kerja yang dari parkir dan itu semua juga dari masyarakat kami, terus setelah tahapan kami berjalan di wisatanya kan masyarakat setempat juga mendapatkan imbasnya, ada homestay, ada kuliner, juga ada pemberdayaan-pemberdayaan lain yang tentunya meningkatkan ekonomi masyarakat bawah.”²⁷

Adanya pembagian dalam hal pengelolaan wisata serta hunian wisata atau *homestay* ini sangat membantu dan mempermudah para wisatawan yang ingin menginap dan merasakan kesejukan alam kota Yogyakarta.

Adanya pemberdayaan ini memang belum secara maksimal dilakukan akan tetapi perangkat desa dan juga pengelola objek wisata bekerja sama untuk saling memajukan desa wisata Nglanggeran. Pemberdayaan ini juga tidak semata-mata sebagai bentuk dari aktifnya masyarakat sekitar desa wisata Nglanggeran, tetapi juga sebagai bentuk dari pembukaan lapangan pekerjaan bagi warga sekitar ataupun untuk mengembangkan serta menggerakkan perekonomian yang ada wilayah sekitar.

Pemberdayaan masyarakat ini memang dikelola bersama-sama dengan perangkat desa serta pihak pengelola yang berada di bawah naungan perangkat desa secara langsung. Pemberdayaan ini juga tidak hanya dilakukan melalui program perangkat desa saja. akan tetapi juga kepada para pihak pengelola dari desa wisata Nglanggeran.

“Kalau kita cukup banyak sebenarnya, yang pertama mereka yang terlibat langsung di Pariwisata, kita kan mengelola 3 destinasi ya, Gunung Api Purba, Gunung Nglanggeran, Air Terjun Kedung Kandang, masing-masing di situ ada tim yang mereka terjun di Lapangan, baik itu petugas parkir, petugas loket, kebersihan, kemudian ada juga yang mereka membangun e apa sarana di sana. Kemudian yang kedua itu selain terjun langsung di pengelolaan pariwisata itu mereka yang menangkap peluang dan mengembangkan usaha dari kegiatan pariwisata. Contohnya ada yang pedagang, ada yang kuliner, ada yang jasa rental mobil”²⁸

²⁷Sugeng Handoko, Sekretaris Desa Wisata Nglanggeran, 8 Februari 2019

²⁸Sugeng Handoko, Sekretaris Desa Wisata Nglanggeran, 8 Februari 2019

Desa wisata Nglanggeran memang berada pada kawasan wisata alam Gunung Api Purba, Gunung Nglanggeran, dan Air Terjun Kedung Kandang. hal ini juga yang menjadi nilai tambah serta menjadi nilai pariwisata yang cukup tinggi untuk salah satu kawasan wisata di Gunung Kidul. Pemberdayaan masyarakat ini juga sangat berpengaruh terhadap tingkat kenyamanan yang ada bagi para wisatawan yang berkunjung ke desa wisata Nglanggeran. Sehingga para wisatawan yang datang akan merasa nyaman dan aman saat berada di kawasan desa wisata Nglanggeran.



Gambar 3.1 Wisata Puncak Gunung Api Purba

Sumber Foto : Ahmad Nashiruddin

(<http://gunungapipurba.com/posts/detail/puncak-gunung-api-purba>)

Selain itu, di wilayah ini juga tersedia banyaknya pilihan wisata kuliner yang ada menjadi salah satu daya tarik untuk wisata kuliner yang ada di desa wisata Nglanggeran. Tempat penjualan cinderamata atau oleh-oleh juga disediakan sebagai bentuk dari “Sapta Pesona” yang ada di desa wisata Nglanggeran.

Tidak hanya itu, masyarakat yang telah bergabung dalam unit usaha desa wisata juga menawarkan paket wisata yang dapat dengan mudah menjangkau ke tempat-tempat wisata yang ada di sekitaran desa wisata Nglanggeran.

2. Upaya Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran

Dalam pemanfaatan desa wisata ini ada beberapa faktor penunjang agar berjalannya sektor desa wisata. Hal ini diperlukan untuk mendukung sebuah Obyek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) di suatu desa yang dapat berupa fasilitas dan kegiatan sebagai berikut:

a. *Eco Lodge*

Wisata yang ditawarkan dari desa wisata Nglanggeran ialah wisata alam yang kemudian dikelola secara baik dengan melakukan pengembangan juga pembangunan secara bertahap. Dalam hal ini pemerintah setempat juga berupaya secara penuh untuk melakukan inovasi demi menarik para wisatawan untuk datang ke desa wisata Nglanggeran.

“Kalau kami sebenarnya ada yang alam itu ya tadi disebutkan, gunung, embung, air terjun, kemudian kalau yang budaya ya atraksi budaya itu, atraksi kegiatan e kemudian itu yang seni budayanya. Kemudian ada potensi ya kearifan lokal itu jadi daya tarik juga, orang yang dari luar daerah misalnya dari luar Jogja itu mereka e bahkan dari luar negeri ya mungkin melihat wong ngareng atau orang bikin arang itu menjadi suatu yang bagi dia itu sesuatu yang wah, bahkan ada yang menyampaikan Saya mau beli CD Videonya, jadi kita itu pernah bikin tutorial ngareng jadi bikin arang itu dengan kayu sampai jadi karena ya itu mereka sangat tertarik dengan e ya ternyata ada lho sistem kayak gini, bagi kami bagi masyarakat desa itu hal yang biasa tidak bernilai apa-apa, tapi bagi mereka itu menjadi sesuatu yang menarik. Jadi menurut Saya ya itu perspektif pandang orang di luar dengan kita yaitu harus dicari apa yang menjadi potensinya.”²⁹

Desa wisata Nglanggeran memang memiliki keunggulan dalam wisata alamnya yang dapat dimanfaatkan dengan baik oleh perangkat desa dan juga masyarakat setempat untuk mengelola Nglanggeran sebagai tempat objek wisata yang menarik untuk dikunjungi saat akhir pekan.

b. *Eco Recreation*

Kegiatan yang dapat dilakukan saat berkunjung ke desa wisata Nglanggeran ini sangat beragam. Hal ini menjadi salah satu cara untuk dapat menarik para pengunjung untuk datang kembali. Karena pengunjung tidak hanya dapat melihat pemandangan yang ada di Nglanggeran tetapi juga dapat mencoba serta melakukan berbagai kegiatan yang telah dijadwalkan sesuai dengan apa yang telah disediakan oleh pengelola tempat wisata Nglanggeran.

²⁹Sugeng Handoko, Sekretaris Desa Wisata Nglanggeran, 8 Februari 2019

“Kalau Desa Nglanggeran tuh Gunung Api Purba, embung, kedung kandang, terus kampung pitu, terus ada yang di sini itu baru itu Song kantung yang di Karang Sari, terus mungkin ada yang seperti e kan kita wisatawan itu yang ekowisata, jadi mungkin dengan tidak semua yang menyukai istilahnya itu juga wisata khusus gitu”³⁰

Selain itu, desa wisata Nglanggeran tidak hanya menawarkan pemandangan alam akan tetapi juga menawarkan banyak kegiatan atau pertunjukan yang dapat disaksikan pada saat-saat tertentu seperti hari Sabtu ataupun Minggu. Hal ini tentu menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk datang dan menyaksikan pemandangan alam serta pertunjukan yang telah disajikan.



Gambar 3.2 Aktivitas Bagi Wisatawan Mengenalkan Unggah Ungguh

Sumber Foto : Website Gunung Api Purba
(<http://gunungapipurba.com/pages/detail/culture-tourism>)

³⁰Rusmiyati, Sekertaris Perangkat Desa Nglanggeran, 8 Februari 2019



Gambar 3.3 Aktivitas Karawitan

Sumber Foto : Website Gunung Api Purba
(<http://gunungapipurba.com/pages/detail/culture-tourism>)

c. Eco Education

Wisata edukasi menjadi salah satu nilai yang tidak dapat dilepaskan dari sebuah objek wisata pada saat ini, pasalnya pengunjung akan merasa lebih memiliki ketertarikan lebih untuk dikunjungi bersama keluarga.

“Seperti edukasi, juga seperti tempat griya coklat itu untuk penunjangnya itu mereka berlatih membuat coklat, membuat dodol kakao, terus yang untuk kelompok ternaknya mereka diajarkan untuk gimana memerah sapi gimana e seperti itu. Jadi yang pertama memang ya itu yang wisata alam, terus yang seperti Griya Coklat yang memeras susu sapi itu yang pendukungnya, yaitu dagang terakhir.”³¹

Pihak pengelola wisata Nglanggeran juga mengatakan bahwa wisata ini juga sebagai wisata edukasi yang menjadi salah satu penunjang dari para pengunjung untuk dapat melakukan kegiatan seperti membuat coklat, membuat dodol, memetik dan memanen kakao sampai dengan memeras susu sapi. Hal ini tentunya menjadi daya tarik tersendiri untuk para wisatawan untuk mencoba dan menjadi sarana edukasi.

³¹Rusmiyati, Sekertaris Perangkat Desa Nglanggeran, 8 Februari 2019



Gambar 3.4 Aktivitas Edukasi Belajar Membuat Dodol

Sumber Foto : Website Gunung Api Purba
(<http://gunungapipurba.com/pages/detail/educational-tourism>)

d. Eco Promotion

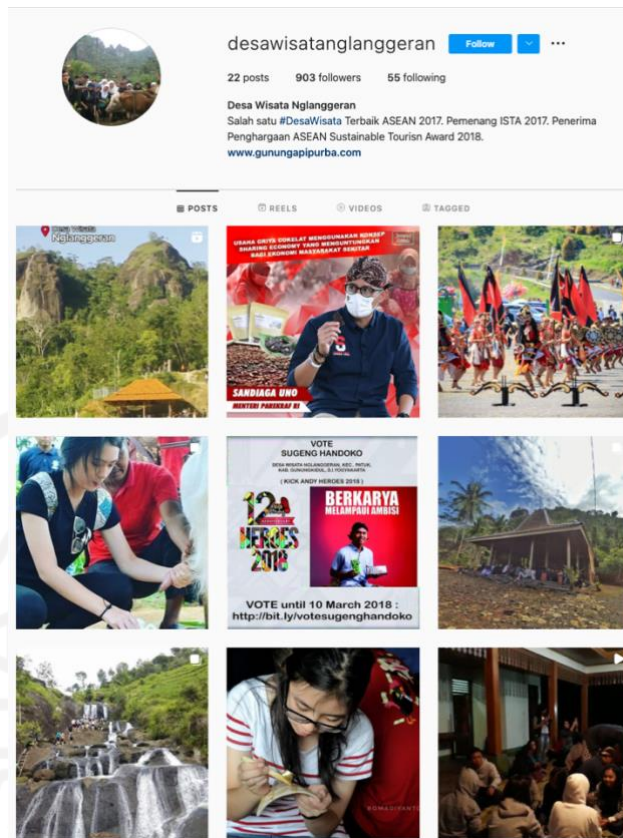
Promosi yang dilakukan oleh desa wisata Nglanggeran yaitu dengan melakukan promosi melalui berbagai media baik secara *online* maupun *offline*.

“Ada dua, dengan offline dan dengan online, kalau offline itu biasanya ya leaflet, kemudian pameran, kita ikut travel dialog, table top kayak gitu. Kalau online ya banyak sih sekarang chanel, kalau dulu awal-awal dulu masih menggunakan friendster itu pernah, blog, website, sekarang media sosial yang rame apa kita ada di situ”³²

Media sosial masih menjadi tempat promosi yang aktif dilakukan oleh pemerintah dan pengelola desa wisata Nglanggeran. Pasalnya, promosi secara *online* dapat dikatakan lebih efektif. Adapun media sosial yang digunakan antara lain:

- Instagram: DesawisataNglanggeran
- Facebook: Gunung api purba nglanggeran
- Website: Gunungapipurba.com

³²Sugeng Handoko, Sekretaris Desa Wisata Nglanggeran, 8 Februari 2019



Gambar 3.5 Media Sosial Instagram yang Digunakan Sebagai Media Promosi

Sumber Foto : Instagram Desa Wisata Nglanggeran

(<https://www.instagram.com/desawisatanglanggeran/>)

e. Pemanfaatan dana *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Sebagai langkah konkrit dalam upaya pengembangan dan mendukung perkembangan desa wisata dari pihak luar, pemerintah serta pengelola desa wisata Nglanggeran menerima dana hibah sebagai bagian dari CSR *stakeholder* luar.

“Dana ada beberapa yang dari luar, contohnya CSR, Hibah, kemudian kami juga mengakses dana kompetisi, kemudian dari pemerintah juga ada.”³³

“Kalau untuk pengembangan itu sebenarnya lebih banyak kami mengakses itu program-program dari ya CSR, BUMN, kemudian ada juga yang akademisi mereka kan punya program e kalau di kampus kalau mahasiswa kan ada PKM ya, kalau dosen itu ada namanya IBM itu, lah itu juga kita akses.”³⁴

³³ Rusmiyati, Sekertaris Perangkat Desa Nglanggeran, 8 Februari 2019

³⁴ Rusmiyati, Sekertaris Perangkat Desa Nglanggeran, 8 Februari 2019

Dengan adanya sokongan dana dari pihak di luar pemerintah dan pengelola desa wisata tentu akan sangat mempermudah langkah untuk terus melakukan perbaikan dan memberikan inovasi-inovasi terbaru untuk terus memperkenalkan desa wisata Nglanggeran lebih luas dan jauh lagi.

3. Upaya dan Strategi Pemberdayaan Masyarakat di Desa Wisata Nglanggeran

Berjalannya sebuah pemberdayaan masyarakat tentunya diperlukan upaya agar pemberdayaan yang dilakukan dapat terealisasi dengan adanya tahapan strategi, dalam hal ini Desa Wisata Nglanggeran melakukan upaya pemberdayaan masyarakat diantaranya adalah:

a. Menyediakan Sarana

Pengelola menjadi media sebagai bentuk penyedia sarana berupa pelatihan, sehingga masyarakat dapat menyelidiki, menganalisis, mengevaluasi, dan memahai hasil pelatihan yang didapat dan menyempurnakan hasil yang diteladipelajari.

“Pelatihan itu kami lakukan, jadi awal-awal dulu pun yang menjadi kunci kami itu bukan bangun infrastruktur, tapi membangun SDM-nya. jadi lebih ke e yang kita gunakan infrastruktur itu 30%, 70% itu untuk latihan, buka wawasan, mentransfer skill ke mereka, jadi itu yang menurut Saya menjadi penting. Ketika SDM-nya siap mau nyari untuk bangun infrastruktur itu lebih mudah ”³⁵

“Jadi dasar dulu tentang pengelolaan home stay, kemudian ketika sudah ini naik ke tingkat ke-dua, begitu lanjutan. Kalau saat ini sebenarnya lebih tidak terlalu terjadwal, jadi sesuai kebutuhan, kemudian ada beberapa kalau saat ini sudah banyak lah akses yang bisa kami gunakan. Ada yang diselenggarakan oleh pemerintah, ada yang dari kementerian, ada yang kita sendiri ”³⁶

Saat dirintisnya desa wisata, pengelola melakukan program pelatihan untuk masyarakat dengan secara terjadwal akan tetapi pengelola melakukan

³⁵ Sugeng Handoko, Sekretaris Desa Wisata Nglanggeran, 8 Februari 2019

³⁶ Sugeng Handoko, Sekretaris Desa Wisata Nglanggeran, 8 Februari 2019

perubahan secara terencana dengan melakukan pelatihan sesuai kebutuhan masing-masing masyarakat dan kemudian pengelola selanjutnya melakukan tindakan. Pengelola sebagai media prasarana menyediakan pelatihan bukan hanya dari pemerintah saja akan tetapi pengelola juga ikut berkontribusi dalam upaya pemberdayaan dengan pembuatan pelatihan.

b. Kesadaran Diri dan Tanggung Jawab yang kritis

Pada bahasan ini pengelola harus mampu mengambil tindakan secara kritis sebagai bentuk tanggung jawab dalam pemberdayaan masyarakat, dan dalam hal ini pengelola Desa Wisata Nglanggeran melakukan pembatasan kunjungan wisatawan agar lingkungan sarana dan prasarana masyarakat tidak tercemar dalam konteks vandalisme.

“Kunjungan individu atau umum itu tidak terlalu signifikan, karena memang itu yang kami harapkan, pola ini kami geser karena di 2014 itu kunjungan tertinggi kami, 1 tahun 325 ribu orang, tapi masalahnya juga besar, lingkungan, vandalisme, berisik, air, dan bagi kami itu tidak nyaman”³⁷

Atas strategi kesadaran diri yang telah dilakukan oleh pengelola yang terkait dalam Desa Wisata Nglanggeran upaya pemberdayaan tidak hanya dalam konteks pelatihan saja tetapi kenyamanan masyarakat pun harus dipentingkan agar pemberdayaan dapat dilakukan dengan baik.

c. Berbagi Informasi dan Ide Diantara Masyarakat Desa dan Pengelola

Dengan segala pelatihan yang dilakukan oleh masyarakat yang sudah disediakan pemerintah maupun pengelola tentunya perlu implementasi berupa *transfer* ilmu yang sudah didapat kepada masyarakat lain. Untuk dapat terjadinya proses *transfer* ilmu tersebut tentunya dibutuhkan pertemuan secara rutin agar memudahkan masyarakat menyampaikan sesuatu.

“Jadi kami punya forum ketemuan rutin ya, ada yang 2 minggu sekali, ada yang 1 minggu sekali, ada yang 35 hari sekali. Jadi biasanya yang masyarakat mereka

³⁷ Sugeng Handoko, Sekretaris Desa Wisata Nglanggeran, 8 Februari 2019

terlibat banyak itu di yang malam selasa kliwonan, jadi per 35 hari”³⁸

“Kita mengikuti pelatihan dari penyelenggara pihak lain, kadang tim kami ada yang ikut, kemudian ketika ada pertemuan dengan masyarakat itu nanti akan transfer ilmu di sana. Jadi pertemuan rutin itu juga kami gunakan untuk transfer informasi”³⁹

Upaya pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh Desa Wisata Nglanggeran tentunya tidak terlepas dengan beberapa tahapan strategi pemberdayaan, berikut strategi pemberdayaan yang digunakan Desa Wisata Nglanggeran:

a. Strategi Aksi Langsung

Pada strategi ini dibutuhkan peran seseorang yang mendominasi atau berpengaruh dalam pengambilan keputusan, dan yang terjadi di Desa Wisata Nglanggeran masyarakat masih berpangku pada opini seseorang yang mendominasi tersebut.

“ada salah satu yang tokoh kunci itu juga penting di dalam sebuah komunitas, mereka juga harus kadang ketika kebudayaan suatu desa atau daerah itu terlalu e apa sangat kuat, itu sangat tergantung ke tokoh kunci di situ. Ketika tokoh kuncinya tidak, ya yang lain pun tidak, dia tidak mau untuk”⁴⁰

Sehingga terjadinya kendala bagi masyarakat tidak bisa bebas memilih kepentingan masing-masing sesuai dengan prinsip dan opini personal yang diinginkan karena adanya pihak berpengaruh yang dapat mengambil keputusan besar.

b. Strategi Transformatif

Strategi transformatif yang dilakukan oleh Desa Wisata Nglanggeran adalah sebagai bentuk ilmu yang dapat diimplementasikan dalam jangka panjang, bagi masyarakat yang merasa mendapatkan ilmu tentukan akan

³⁸ Sugeng Handoko, Sekretaris Desa Wisata Nglanggeran, 8 Februari 2019

³⁹ Sugeng Handoko, Sekretaris Desa Wisata Nglanggeran, 8 Februari 2019

⁴⁰ Sugeng Handoko, Sekretaris Desa Wisata Nglanggeran, 8 Februari 2019

bertahan dan memiliki pengetahuan yang lebih luas lagi dengan melibatkan masyarakat ke dalam pengembangan desa wisata.

“Jadi masyarakat sebagai pelaku dan penerima manfaat pertama dari pengembangan pariwisata”⁴¹

“kita kan mengelola 3 destinasi ya, Gunung Api Purba, Gunung Ngelangeran, Air Terjun Kedung Kandang, masing-masing di situ ada tim yang mereka terjun di Lapangan, baik itu petugas parkir, petugas loket, kebersihan, kemudian ada juga yang mereka membangun e apa sarana di sana. Kemudian yang kedua itu selain terjun langsung di pengelolaan pariwisata itu mereka yang menangkap peluang dan mengembangkan usaha dari kegiatan pariwisata. Contohnya ada yang pedagang, ada yang kuliner, ada yang jasa rental mobil”⁴²

Dalam hal ini strategi pemberdayaan yang dilakukan mencakupi lingkup yang luas tidak hanya dari pelatihan kuliner dan pelatihan *guide* saja tapi pemberdayaan masyarakat dengan menjaga lingkungan sekitar dengan terlibatnya masyarakat.

“awalnya dulu kan memang lebih ke gerakan menjaga lingkungan, jadi lebih ke aktivitas konservasi, menjaga kawasan gunung ini agar tidak rusak lah intinya, kemudian ya strateginya lebih ke mengajak ke arah situ, jadi lingkungan itu kami jadikan musuh utama untuk dikalahkan. Jadi jangan sampai lingkungan itu berdampak negatif ke masyarakat, jadi bukan e awalnya itu bukan untuk menjadi sebuah tempat wisata sebenarnya”⁴³

4. Faktor Penghambat dan Pendukung Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Nglangeran

Dalam proses berjalannya pemberdayaan masyarakat yang telah dilakukan oleh pengelola tentunya ada sebuah faktor yang mempengaruhi yaitu dari segi faktor pendukung maupun penghambat, pada hal ini Desa Wisata Nglangeran memiliki faktor penghambat proses pemberdayaan pada masyarakat.

“sangat banyak sebenarnya, kompleks ya, di desa itu kayak gudangan lah istilahnya, gado-gado, ada tua,

⁴¹ Sugeng Handoko, Sekretaris Desa Wisata Nglangeran, 8 Februari 2019

⁴² Sugeng Handoko, Sekretaris Desa Wisata Nglangeran, 8 Februari 2019

⁴³ Sugeng Handoko, Sekretaris Desa Wisata Nglangeran, 8 Februari 2019

ada muda, ada kecil, ada pintar, ada yang keminter, ada yang ee itu sangat kompleks pendidikanya ada yang SD, ada yang SMP, ada yang Sarjana, ada yang nah itu menjadi sebuah tantangan tersendiri, heterogen di dalam sebuah desa”⁴⁴

Keterbatasan Pendidikan pada sebagian masyarakat mempengaruhi faktor penghambat tersebut adanya sebuah masyarakat yang cenderung individualis dan tidak menyadari potensi dari desa mereka, sehingga bagi pengelola menjadi sebuah tantangan tersendiri agar penjelasan dan berjalannya pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan. Kebiasaan masyarakat yang selalu dalam kondisi nyaman atau sulit untuk ikut dalam pemberdayaan juga mempengaruhi karena tidak semua masyarakat mau untuk bergerak dan berpartisipasi dalam pengembangan desa wisata.

“sebenarnya ya tidak hanya ini itu cukup enggak, tapi karena dia itu tidak mau bergerak dan berubah, jadi seakan-akan sudah e yaudah ngene wae urip gitu, gini aja hidup ngapain harus bersusah-susah lagi”⁴⁵

“lebih ke faktor e mungkin ada salah satu yang tokoh kunci itu juga penting di dalam sebuah komunitas, mereka juga harus kadang ketika kebudayaan suatu desa atau daerah itu terlalu e apa sangat kuat, itu sangat tergantung ke tokoh kunci di situ. Ketika tokoh kuncinya tidak, ya yang lain pun tidak, dia tidak mau untuk”⁴⁶

Ketertarikan pendapat dari pimpinan atau tokoh yang disegani oleh masyarakat sekitar sehingga dapat mempengaruhi berjalannya pengembangan pemberdayaan desa wisata yang dilakukan oleh pengelola. Faktor pendukung pada proses upaya pemberdayaan masyarakat merupakan sesuatu kekuatan bagi pengelola untuk mengembagkan desa secara bersama-sama.

“kalau faktor pendukung itu yang pertama harus ada penggerakanya. Jadi sebuah desa, sebuah komunitas, sebuah kawasan, itu sulit untuk bergerak itu karena motor penggerakanya yang tidak mau berperan di situ. Jadi ya Indonesia itu berapa ribu desa, tetapi berapa desa yang dia mau melakukan inovasi dan bergerak, jadi menurut Saya salah satu faktornya adalah

⁴⁴Sugeng Handoko, Sekretaris Desa Wisata Nglanggeran, 8 Februari 2019

⁴⁵Sugeng Handoko, Sekretaris Desa Wisata Nglanggeran, 8 Februari 2019

⁴⁶Sugeng Handoko, Sekretaris Desa Wisata Nglanggeran, 8 Februari 2019

penggeraknya, kemudian yang ke-dua sistem sosial yang kondusif itu juga harus diciptakan, jadi kadang ada motor penggeraknya tapi sistem sosialnya itu tidak kondusif di situ. Jadi orang cenderung mereka terlalu individualisme ataupun terlalu mikirke duit banget”⁴⁷

B. Strategi Pengembangan Desa Wisata Dalam Upaya Memberdayakan Masyarakat Pada Desa Wisata Tembi

Pada poin kedua, penulis ingin melihat bagaimana strategi yang dilakukan untuk menjalankan strategi pengembangan desa wisata yang dilakukan dalam upaya mendukung pemberdayaan masyarakat di desa wisata Tembi, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sama seperti desa wisata Nglanggeran, strategi pengembangan desa wisata ini juga dianggap penting oleh *stakeholder* yang ada di desa wisata Tembi.

“Ya kalau dalam hal ini Desa Wisata yang ada di Tembi saja kan Desa Wisata Tembi itu kan lebih banyak, karena itu awalnya sudah embrionya dari masyarakat sendiri yang tumbuh, bukan dari program pemerintah, sehingga kita lebih enak, jadi kita tinggal mensupport, memberikan dana, begitu juga untuk fasilitas dan tentunya regulasi. Karena desa sekarang diberi kewenangan untuk meregulasi dengan peraturan desa, dengan peraturan kepala desa, dan sebagainya. Kemudian terkait promosi juga kita ketika ada event-event baik yang tingkat desa ataupun yang luar desa itu kita juga ada kesempatan untuk memberikan informasi terkait Desa Wisata Tembi. Bahkan dari pihak pengelola sendiri sudah e ya alhamdulillah sudah mulai IT, artinya mereka dengan sendirinya sudah mempromosikan kegiatan Desa Wisata Tembi ini melalui web dan sebagainya. Sehingga justru ketika kita keluar itu lebih terkenal Tembi daripada Desa Timbulharjo, padahal Tembi itu merupakan bagian dari Desa Timbulharjo, justru mereka lebih mengenal Tembi dari pada Timbulharjo. Terakhir kita ke Desa Wisata Pujon, Pujon Kidul itu berada di Malang Batu, kemarin juga lah dari sana awalnya sebelum mereka membentuk Desa Wisata juga berguru ke kita di Desa Tembi itu, Desa Wisata Tembi itu, nah ternyata yang mereka sampaikan Timbulharjo itu mananya Tembi gitu loh, padahal Tembi itu bagian dari Timbulharjo, ini kan artinya lebih mengenal Tembi e Desa Wisata Tembi dari pada Timbulharjo. Artinya dari sisi pemberdayaan ataupun

⁴⁷ Sugeng Handoko, Sekretaris Desa Wisata Nglanggeran, 8 Februari 2019

*sosialisasi Desa Wisata ini lebih e Saya memahami sudah sukses untuk dari segi pemasarannya kayak gitu*⁴⁸

Strategi pengembangan yang dilakukan oleh desa wisata Tembi ini lebih mengacu pada *event* atau pameran-pameran yang dilaksanakan di sekitaran desa wisata. Selain itu, desa wisata Tembi juga melakukan promosi melalui website serta memanfaatkan *platform* media sosial lainnya seperti Instagram dan Facebook. Hal ini menjadi salah satu strategi dalam upaya untuk terus mengembangkan serta mengelola desa wisata Tembi untuk menjadi lebih dikenal serta dikelola dengan lebih baik.

Tentunya bukan hal yang mudah untuk dapat mengelola desa wisata Tembi menjadi besar dan dikenal seperti saat ini, akan tetapi pembaharuan serta proses *embrio* telah tumbuh dari kesadaran masyarakat di desa Tembi.

Dengan hal itu, desa Tembi terus tumbuh dan berkembang menjadi desa wisata yang dikenal dengan desa wisata Tembi daripada nama asli yaitu desa Timbulharjo. Hal ini dapat diartikan bahwa desa wisata Tembi saat ini telah berhasil melakukan *branding* yang membuat lebih dikenal dengan sebutan desa wisata Tembi, bukan desa Timbulharjo.

1. Pemberdayaan Masyarakat Sebagai Bentuk Pengembangan Desa Wisata Tembi

Pemberdayaan masyarakat pada desa wisata memang sudah seharusnya dilakukan, hal ini juga dilakukan agar tetap terjaga baik secara baik. ada beberapa cara yang dilakukan oleh desa wisata Tembi dalam memberdayakan masyarakat, hal ini disampaikan oleh perangkat desa Tembi dan juga pihak pengelola desa wisata Tembi.

*“Kalau secara lingkup kecil Saya memahami sudah, tapi baru sebatas satu padukuhan nggih, jadi impact atau dampak keluarnya belum begitu maksimal untuk scope desa nggih, baru sebatas satu padukuhan tadi.”*⁴⁹

⁴⁸Muhamad Sawabi, Kepala Seksi Pelayanan Desa Timbulharjo, 18 Februari 2019

⁴⁹ Muhamad Sawabi, Kepala Seksi Pelayanan Desa Timbulharjo, 18 Februari 2019

Pemberdayaan yang dilakukan oleh desa wisata Tembi sudah dilakukan, akan tetapi baru dilakukan dalam skala kecil. Pemberdayaan dalam skala kecil, hal ini dilakukan karena ruang lingkup desa Tembi sendiri yang berada pada lingkungan atau pun kawasan wisata yang tidak terlalu besar, sehingga perangkat desa juga mempertimbangkan hal ini. Akan tetapi pemberdayaan dalam lingkup yang kecil ini tidak mempengaruhi tingkat produktivitas serta kualitas masyarakat yang ada didalamnya.

Tidak hanya itu, dalam hal ini perangkat desa juga melakukan pemberdayaan dalam berbagai bentuk dan melakukan pelatihan-pelatihan terhadap masyarakat yang berada di kawasan desa wisata Tembi. Yang bertujuan untuk memberikan rasa tertarik untuk para wisatawan baik dalam kota, luar kota bahkan wisatawan dari luar negeri untuk dapat merasakan, serta memberikan pengalaman baru saat datang ke desa wisata Tembi.

“Ya itu tadi kalau punya ruang atau kamar kosong dipakai untuk homestay, kemudian ada di situ ketika ada paket outbound itu ada nanam padi, jadi warga yang punya lahan itu disewa untuk menanam padi, bagaimana dipelajari membajak sawah secara tradisional, menanam padi, dan sampai akhirnya memetik padi tersebut, jadi kegiatan ini melibatkan petani di sekitar itu, kemudian warga masyarakat di sekitar situ dan sebagainya, begitu pemberdayaannya.”⁵⁰

⁵⁰ Muhamad Sawabi, Kepala Seksi Pelayanan Desa Timbulharjo, 18 Februari 2019



Gambar 3.6 Wisatawan Melakukan Aktivitas Membatik

Sumber Foto: Instagram Desa Wisata Tembi
(<https://www.instagram.com/desawisatatembi/>)

Bercocok tanam menjadi salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh perangkat desa Tembi yang bertujuan untuk memberikan nilai edukasi serta pengalaman yang belum pernah dirasakan sebelumnya oleh para wisatawan yang datang serta berkunjung di desa Tembi.



Gambar 3.7 Aktivitas *Outbound* Menangkap Bebek

Sumber Foto: Instagram Desa Wisata Tembi
(<https://www.instagram.com/desawisatatembi/>)

Outbound juga menjadi salah satu bentuk pemberdayaan yang dilakukan dengan tujuan, pengunjung yang datang tidak hanya dapat bercocok tanam. Akan tetapi dapat bermain dengan alam, yang tentunya dikemas dengan sangat menarik untuk dapat menarik perhatian para pengunjung yang datang untuk mencobanya.

2. Upaya Pengembangan Desa Wisata Tembi

Desa wisata Tembi menjadi salah satu desa wisata yang banyak menarik perhatian para wisatawan untuk dapat berkunjung ke desa Tembi di Bantul, banyak dari para wisatawan yang datang dari luar kota dan memutuskan untuk menginap di desa wisata Tembi. Hal ini juga didukung dengan beberapa faktor antara lain:

a. Pengembangan Sumber Daya Manusia

“Iya pelatihan dari kementerian biasanya, dari kementerian pusat, Kementerian provinsi, dari kabupaten-kota yang pelatihan-pelatihan itu urusan dia, beliau yang punya uang banyak kan?”⁵¹

Pemerintah memfasilitasi semua bentuk pengelolaan serta pelatihan yang bertujuan untuk memberikan pelayanan yang maksimal untuk para wisatawan yang datang untuk berkunjung di desa wisata Tembi. Dengan harapan para wisatawan ini nantinya dapat kembali ke desa wisata Tembi.

“Misalnya pelatihan SDM, pelatihan manajemen, pelatihan guide, pelatihan pemberdayaan kuliner, pemberdayaan homestay, pemberdayaan Pokdarwis, pemberdayaan toilet, macam-macam pelatihannya yang ada kaitanya dengan Desa Wisata.”⁵²

Pelatihan ini menjadi salah satu nilai yang sangat positif untuk kenyamanan para wisatawan yang datang ke desa wisata Tembi

⁵¹Dawud Subroto, Ketua Desa Wisata Tembi, 7 Februari 2019

⁵²Dawud Subroto, Ketua Desa Wisata Tembi, 7 Februari 2019



Gambar 3.8 Pelatihan Digitalisasi Pemasaran dan Penjualan pada Desa Wisata Tahun 2021

Sumber Foto: Instagram Desa Wisata Tembi
(<https://www.instagram.com/desawisatatembi/>)

b. Pengembangan Wilayah Wisata

Kunci utama yang dapat dimanfaatkan adalah pengembangan di sekitar wilayah wisata desa Tembi yang menjadi daya tarik wisata. Hal ini selaras dengan pengembangan dari sisi sumber daya manusia yang terus berkembang. Begitupun dengan pengembangan wilayah wisata mulai dari memastikan kenyamanan dan keamanan Tembi sebagai desa wisata serta menyediakan fasilitas lainnya agar wisatawan senang ketika berwisata di Tembi.

Upaya pengembangan wilayah wisata ini dilakukan dengan langkah seperti *maintenance homestay-homestay* yang ada, serta terus melakukan *upgrade* yang menjadi wilayah *outbond*.

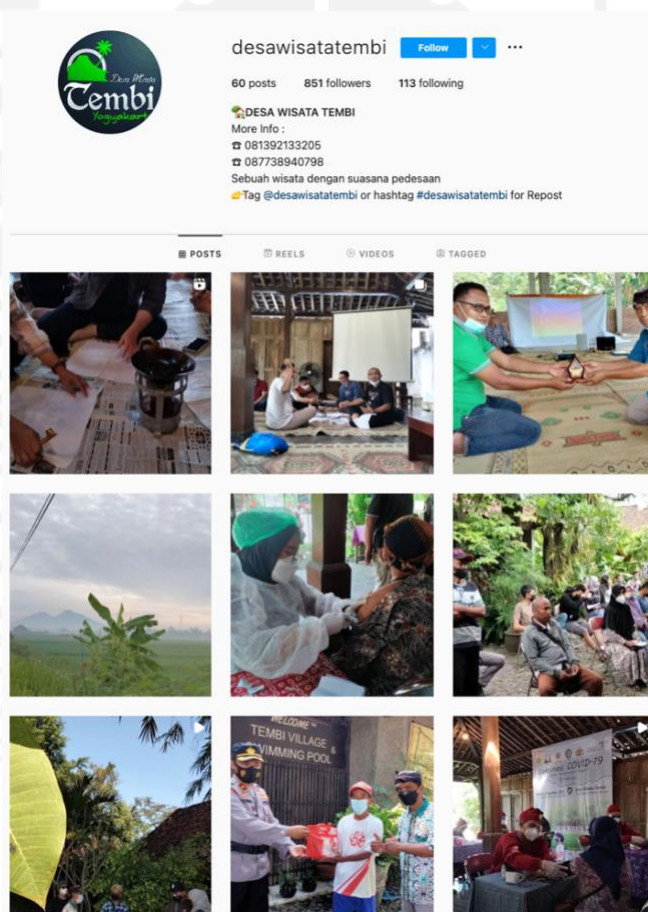
c. Pemanfaatan Teknologi yang Ada

Tak bisa dipungkiri, teknologi menjadi salah satu penunjang dalam upaya pengembangan yang dilakukan oleh desa wisata Tembi untuk

mempromosikan wilayah wisatanya baik kepada turis lokal hingga mancanegara untuk datang dan berkunjung serta menikmati suasana khas yang ada di Tembi.

“Itu promosinya kalau dari pemerintah ya ketika ada event-event atau kegiatan baik sifatnya lokal atau yang nasional itu kita sampaikan bahwa di wilayah kita ada Desa Wisata ini, kemudian pakai IT ya tentu dari mereka sendiri juga sudah paham menggunakan web.”⁵³

Hingga saat ini upaya pengembangan desa wisata Tembi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi melalui beberapa *platform* di sosial media dan tersedianya website yang memang disediakan untuk penyebaran informasi bagi para calon wisatawan yang sedang mencari desa wisata yang asri di Yogyakarta.



Gambar 3. 9 Media Sosial Instagram yang Digunakan Sebagai Media Promosi

Sumber Foto : Instagram Desa Wisata Tembi
(<https://www.instagram.com/desawisatatembi/>)

⁵³Dawud Subroto, Ketua Desa Wisata Tembi, 7 Februari 2019

d. Kerja sama dan kemitraan dengan *stakeholder*

Baik pihak pemerintah setempat, pengelola desa wisata, bahkan pokdarwis yang ada di Tembi menyadari bahwa untuk membuat desa wisata Tembi semakin berkembang dan dikenal oleh banyak pihak, salah satu cara yang harus dilakukan adalah dengan melakukan berbagai kerja sama dengan para *stakeholder* terkait.

Dalam hal ini, desa wisata Tembi sudah melakukan berbagai kerja sama baik dengan *stakeholder* dari penyedia *ticketing online*, biro wisata dan perjalanan, sekolah dan universitas, hingga dengan pemerintahan di luar pemerintah desa Tembi.

“Iya jelas kita musti kerjasama dengan extranet misalkan ..., traveloka, terus tiket.com, ya kita kerjasama dengan itu.”⁵⁴

“Iya semua, di DIY itu ya kita kasih, khususnya di Kota Madya kita kasih brosur-brosur itu kan kerjasama juga, kerjasama yang tidak langsung, tetapi kerjasama langsung yang anu ya itu extranet, traveloka, tiket.com”⁵⁵

Agar terjadinya strategi pemberdayaan diperlukannya upaya yang dapat menselaraskan strategi tersebut, dalam hal ini Desa Wisata Tembi memiliki upaya

3. Upaya dan Strategi Pemberdayaan Masyarakat di Desa Wisata Tembi

Sektor pariwisata dalam bidang desa wisata tentunya tidak hanya berfokus pada wisatawan saja tetapi pemberdayaan masyarakat juga, dalam hal ini diperlukannya upaya pemberdayaan masyarakat agar tujuan tersebut dapat dicapai sehingga dapat dilakukannya melalui strategi pemberdayaan tersebut, hal ini meliputi prinsip upaya dalam tahapan strategi pemberdayaan:

a. Menyediakan Sarana

⁵⁴Dawud Subroto, Ketua Desa Wisata Tembi, 7 Februari 2019

⁵⁵Dawud Subroto, Ketua Desa Wisata Tembi, 7 Februari 2019

Untuk dapat berjalannya sebuah desa wisata dibutuhkannya upaya sumber daya manusia yang mampu berkontribusi atau terlibat langsung dalam proses penggerakan desa wisata, hal ini tentunya tidak mudah bagi sumber daya manusia atau masyarakat sekitar sehingga pengelola melakukan prinsip strategi dengan menyediakan sarana yang dimana masyarakat dapat menyelidiki, menganalisis, mengevaluasi dan memahami sehingga dapat diimplementasikan.

Kemudian masyarakat sekitar mampu menganalisis dan memahami potensi lingkungan untuk dijadikan desa wisata, contohnya saja masih ada bangunan masyarakat yang sampai saat ini masih bernuansa kultur jawa.

“Kita memberi contoh real, kalau di desa itu kan kalau nggak ada contoh real orang tidak akan tiru-tiru gitu loh kalau di desa itu, beda dengan di kota atau di lain-lain. Kita memberi contoh real yang ada hasilnya baru teman-teman yang di desa itu niru, jadi strateginya seperti itu. Kita memberi contoh yang kongkrit, iki loh ono hasile, nah baru ikut.”⁵⁶

Kemudian adanya upaya untuk memberikan ilmu bagi masyarakat yang berkontribusi pada pengembangan desa wisata dengan mengikuti pelatihan khusus yang disediakan pemerintah sesuai dengan masing-masing bidang minat. Strategi yang dilakukan dari pengelola Desa Wisata Tembi memberikan pelatihan yang disediakan pemerintah untuk masyarakat dengan waktu yang sudah terjadwalkan, dalam hal ini pengelola dapat mengatur waktu pelatihan tersebut.

“dari pusat sudah terjadwal, ada yang pelatihan itu dari pusat, kementerian pusat Jakarta, ada yang dari provinsi, ada yang dari kabupaten. Jadi biar nggak saling tubrukan waktunya diatur gitu, 3 bulan sekali gitu”⁵⁷

“pelatihan dari kementerian biasanya, dari kementerian pusat, kementerian provinsi, dari kabupaten-kota yang pelatihan-pelatihan itu urusan di yang pelatihan-pelatihan itu urusan dia, beliau yang punya uang”⁵⁸

“pelatihan SDM, pelatihan manajemen, pelatihan guide, pelatihan pemberdayaan kuliner,

⁵⁶ Dawud Subroto, Ketua Desa Wisata Tembi, 7 Februari 2019

⁵⁷ Dawud Subroto, Ketua Desa Wisata Tembi, 7 Februari 2019

⁵⁸ Dawud Subroto, Ketua Desa Wisata Tembi, 7 Februari 2019

pemberdayaan homestay, pemberdayaan Pokdarwis, pemberdayaan toilet, macam- macam pelatihanya yang ada kaitanya dengan Desa Wisata.”⁵⁹

Untuk menyempurnakan pelatihan yang dijalankan tentunya diperlukan implementasi dari hasil pelatihan tersebut, dalam hal ini pengelola melakukan strategi berupa lomba *homestay* dengan hadiah berupa dana pembinaan dan spreng bagi warga tembi yang mengikuti atau berkontribusi dalam pelatihan desa wisata, lomba tersebut dihadiri oleh Kementrian, Dinas Pariwisata Bantul, dan dari HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia) yang bertugas sebagai juri. Dengan dilakukannya perlombaan ini menjadi inovasi terbaru bagi desa wisata tembi untuk melakukan pendekatan dalam implementasi yang telah dipelajari.

“Diantara Desa-desa Wisata se-Indonesia mungkin baru kali ini Tembi yang menyelenggarakan lomba homestay, lain-lain belum pernah, lah itu kan ada unsur pembinaan, itu harus dikaji terus”⁶⁰

b. Kesadaran Diri dan Tanggung Jawab Diri yang Kritis

Dalam konteks ini pengelola dapat memeriksa perilaku wisatawan agar pemberdayaan masyarakat tidak berdampak akan sesuatu dan masyarakat dapat menjalankan pemberdayaan dengan baik, dengan banyaknya wisatawan yang datang dari berbagai daerah tentunya banyak hal yang terjadi dalam hal ini pengelola berupaya untuk memberdayakan masyarakat sekitar pada bidang kuliner.

“misalkan ada tamu, dari kelembagaan apapun juga baik itu pendidikan atau non pendidikan atau study banding kalau pakai makan kita memberdayakan warga untuk masak, lah gitu loh. Ndak boleh jadi misalkan tamu di sini bawa makan dari luar ndak boleh, karena percuma ada di sini, nggak ada pemberdayaan nanti, ya makanya harus di sini, kalau nggak di sini kita charge-kan 5 ribu 1 orang. Dan kita kasih kontribusi ke Ibu yang nggak masak itu”⁶¹

⁵⁹ Dawud Subroto, Ketua Desa Wisata Tembi, 7 Februari 2019

⁶⁰ Dawud Subroto, Ketua Desa Wisata Tembi, 7 Februari 2019

⁶¹ Dawud Subroto, Ketua Desa Wisata Tembi, 7 Februari 2019

Strategi yang dilakukan pengelola dengan memberikan tanggung jawab diri untuk keberlangsungan pemberdayaan masyarakat dengan memberi aturan sedemikian rupa bagi wisatawan dengan tidak membawa makanan dari luar.

c. Berbagi Informasi dan Ide Diantara Masyarakat Desa dan Pengelola

Dengan segala bentuk pelatihan yang telah dijalankan oleh masyarakat yang berkontribusi tentunya diperlukan *sharing* ilmu dan berbagi ide tentang pengalaman kegiatan pelatihan agar ilmu yang didapat bisa digunakan masyarakat atau pengelola desa wisata lain.

“Ya kalau kita sementara ini ya Mba, kita kan jualan outbond, outbond itu kan harus ada trainer-nya, trainer-nya kan harus profesional, nah itu trainer-trainer itu tidak profesional semua loh Mba, hanya 3 loh yang profesional, yang 3 itu lah yang mengasah yang lain”⁶²

“terus keterampilan untuk jadi trainer itu, trainer out bond itu, kan bisa, kita misalnya diundang untuk menjadi trainer outbond bisa kita sudah siap”⁶³

Dalam upaya pemberdayaan masyarakat tentunya tidak terlepas dari beberapa macam strategi pemberdayaan, hal ini strategi yang dilakukan Desa Wisata Tembi diantaranya, meliputi:

a. Strategi Tradisional

Strategi ini menjelaskan mengenai bahwa masyarakat boleh mengetahui dan bebas memilih kepentingan masing-masing dengan prinsip dan opini personal tanpa adanya gangguan dari pihak lain. Dalam kata lain, masyarakat bebas menentukan pilihan opini sendiri untuk mau atau tidak ikut berpartisipasi dalam pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh desa wisata.

“kalau Desa Wisata kan kumpul-kumpul dulu, di-penggal dulu, wajar ada yang pro kontra, yang belum tahu visi misinya Desa Wisata kan ada pro kontra itu, tapi yang kontra cuman sedikit nggak sampai 5% lah

⁶² Dawud Subroto, Ketua Desa Wisata Tembi, 7 Februari 2019

⁶³ Dawud Subroto, Ketua Desa Wisata Tembi, 7 Februari 2019

itu, 1-2 orang, alhamdulillah setelah tahu ya dia usaha lain itu”⁶⁴

b. Strategi Transformatif

Pada strategi ini masyarakat mau untuk diberdayakan dan sadar akan potensi yang dimiliki penduduk sekitar tanpa adanya paksaan dan mampu mengikuti pemberdayaan seperti melakukan pelatihan yang disediakan pemerintah secara terjadwal diantaranya berupa rumah warga yang bangunannya masih mengusung adat Jawa digunakan sebagai *homestay* kemudian pemilik bangunan tersebut ikut dalam pelatihan dalam bidang *homestay*, lahan sawah warga yang digunakan sebagai lokasi bajak sawah yang dikelola oleh desa wisata dengan memberdayakan pemilik sawah tersebut terjun langsung mengajarkan bajak sawah ke wisatawan, dan pemanfaatan potensi sekitar bukan hanya dari aset atau properti warga tetapi juga kerajinan yang dibuat masyarakat sekitar.

“Misalkan membuat art seni atau membuat kerajinan yang ada di e kita kerjasama dengan pengrajin se-Kabupaten Bantul. Kerjasama dengan pengrajin yang di Bantul, kan semua diuntungkan, pengrajin diuntungkan, kita lembaga ini diuntungkan, kerajinanya jadi terkenal, sini jadi terkenal, kan untung semua, terus customer-nya puas, karena one stop service ada di sini bisa apa apa gitu loh”⁶⁵

4. Faktor Penghambat dan Pendukung Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Nglanggeran

Sebuah wilayah yang berpotensi sebagai destinasi wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan tentunya menjadi harapan bagi para pengelola agar wisatawan tersebut berkunjung atau menginap di desa wisata mereka, akan tetapi hal ini dapat menjadi sebuah hambatan bagi beberapa pengelola desa wisata.

“Kalau penghambatnya ya itu Mba, karena makin lama kan makin banyak sekali to bermunculan Desa Wisata. ya marketingnya aja, jadi persaingan antara itu e kalau kita sementara ini eksis terus nih”⁶⁶

⁶⁴ Dawud Subroto, Ketua Desa Wisata Tembi, 7 Februari 2019

⁶⁵ Dawud Subroto, Ketua Desa Wisata Tembi, 7 Februari 2019

⁶⁶ Dawud Subroto, Ketua Desa Wisata Tembi, 7 Februari 2019

Selain faktor penghambat tersebut Desa Wisata Tembi juga mempunyai faktor pendukung yang mampu membantu persaingan antar desa wisata disekitarnya dengan hal ini Desa Wisata Tembi memanfaatkan sumber daya manusia yang ada agar bisa terus berpartisipasi bersama-sama dalam pengembangan desa wisata.

“faktor pendukungnya, ada aset dari desa ada, Desa Timbulharjo, ini kan Tembi ini dusun, desanya Timbulharjo, lah itu kita dapat kontribusi dari desa itu tanah, tanah kas desa, ya kita beli tapi kan murah, beli per tahun, tapi kan murah, beda dengan yang lain. Terus aset gamelan, joglo buat tempat gamelan itu malah nggak bayar kita, kita bikin MCK yang nanti kita pakai lomba kebersihan toilet tuh juga punya kas desa, jadi itu sumber daya yang ada dari desa banyak”⁶⁷

Dengan hal itu menjadi tantangan bagi pengelola untuk meningkatkan dari segi marketing yang ada menjadi lebih baik, dan kendala dalam faktor penghambat tersebut menjadikan masyarakat sadar akan potensi desa wisata sehingga masyarakat terkait dalam sektor wisata seperti melakukan kerajinan dan kesenian guna menarik wisatawan daerah maupun luar negeri.

⁶⁷Dawud Subroto, Ketua Desa Wisata Tembi, 7 Februari 2019

C. Tabel Perbandingan Strategi Pemberdayaan di Desa Wisata

Tabel 3.1

Perbandingan Strategi Pemberdayaan Desa Wisata

No	Desa Wisata	Upaya Pemberdayaan	Strategi Pemberdayaan
1	Desa Wisata Nglanggeran	<p>1. Membangun sumber daya manusia dengan melakukan pelatihan dalam pengelolaan <i>homestay</i>, kuliner dan <i>guide</i>.</p> <p>2. Memberdayakan masyarakat dengan melindungi kenyamanan tempat tinggalnya lingkungan masyarakat sekitar.</p> <p>3. Implementasi ilmu yang didapat masyarakat pada pelatihan dan memberikann masukan berupa ide dari masyarakat maupun pengelola.</p> <p>4. Dalam proses terjadinya pemberdayaan masyarakat dibutuhkan pengambilan keputusan opini dari masyarakat.</p> <p>5. Melakukan pemberdayaan lingkungan sekitar, melibatkan masyarakat sekitar menjaga lingkungan.</p>	<p>1. Melakukan pelatihan yang disediakan oleh pemerintah, kementerian, maupun pengelola sendiri sesuai dengan kebutuhan masyarakat.</p> <p>2. Membatasi masuknya kunjungan wisatawan yang akan datang sehingga meminimalisir tercemarnya lingkungan masyarakat.</p> <p>3. Melakukan forum pertemuan secara terjadwal yang berguna untuk dilakukannya <i>transfer</i> ilmu untuk masyarakat ataupun desa wisata lain.</p> <p>4. Masyarakat Desa Wisata Nglanggeran masuk dalam Strategi Aksi Langsung dimana masyarakat berpangku pada opini tokoh kunci desa karena kebudayaan.</p> <p>5. Strategi Transformatif yang dilakukan Desa Wisata Nglanggeran dengan memasukan masyarakat sebagai pelaku dan penerima manfaat dari pengembangan pariwisata, terjun langsung mengelola destinasi sebagai petugas parker, petugas loket, kebersihan, kuliner, dan rental mobil.</p>

2	Desa Wisata Tembi	<p>1. Memberdayakan masyarakat agar mau berkontribusi ikut desa wisata, memberikan ilmu bagi masyarakat yang berkontribusi sesuai bidang minat.</p> <p>2. Melakukan inovasi dari pengelola untuk masyarakat.</p> <p>3. Bersikap kritis dalam tanggung jawab pemberdayaan masyarakat.</p> <p>4. Berbagi informasi berupa ilmu pelatihan yang didapat.</p> <p>5. Mengupayakan pemberdayaan bagi masyarakat untuk ikut berpartisipasi langsung dalam pengembangan desa wisata dengan prinsip dan opini personal.</p> <p>6. memberdayakan masyarakat dan menyebarkan masyarakat potensi yang dimilikinya.</p>	<p>1. Memberikan contoh kepada <i>real</i> secara kongkrit kepada masyarakat, sehingga hasilnya masyarakat tertarik dengan hasilnya. Kemudian masyarakat ikut dalam pelatihan yang sudah terjadwal selama 3 bulan sekali yang disediakan oleh Kementerian Pusat, Kementerian Provinsi, dan Kabupaten-Kota.</p> <p>2. Desa Wisata Tembi melakukan perlombaan <i>homestay</i> bagi masyarakat tembi guna menerapkan ilmu yang di dapat, dengan menghadirkan Kementerian, Dinas Pariwisata Bantul, dan HPI (Himpunan Pariwisata Indonesia) sebagai juri.</p> <p>3. Desa Wisata Tembi melakukan kebijakan bagi para wisatawan untuk tidak membawa makanan dari luar, apabila wisatawan membawa makanan dari luar maka akan diberikan <i>charge</i>, dimana <i>charge</i> tersebut diberikan langsung kepada divisi kuliner.</p> <p>4. Sebagian masyarakat yang mengikuti pelatihan mengasah ilmu mereka dengan memberikan ilmu ke masyarakat, ataupun desa selain Desa Wisata Tembi.</p> <p>5. Desa Wisata Tembi melakukan Strategi Tradisional dimana adanya masyarakat yang pro-kontra mengenai pemberdayaan masyarakat sehingga hal ini menjadi kepentingan masing-masing individu untuk beropini dan memilih tanpa ada paksaan pihak lain.</p> <p>6. Dalam Strategi Transformatif yang dilakukan Desa Wisata Tembi setelah terjadinya opini personal, masyarakat mau untuk diberdayakan dan sadar akan</p>
---	-------------------	---	--

			<p>potensi yang dimiliki berupa aset pribadi seperti rumah yang dijadikan sebagai <i>homestay</i> karena bangunan yang dimiliki masih bernuansa adat Jawa. Dan memberdayakan lingkungan sekitar dengan melakukan kerjasama kepada para seniman pengrajin se-Kabupaten Bantul.</p>
--	--	--	---



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada penelitian ini penulis akan menjelaskan penggambaran Strategi Pengembangan Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglanggeran dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat secara singkat melalui perbandingan antara dua desa wisata. Dari data yang dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai pendukung, pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan, bahwa adanya perbedaan strategi pemberdayaan dalam upaya pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh Desa Wisata Nglanggeran dan Desa Wisata Tembi.

Desa wisata Nglanggeran berfokus kepada masyarakat sebagai pelaku dan penerima manfaat pertama dari pengembangan pariwisata, pada awal terbentuknya tentunya melakukan pelatihan bagi masyarakat secara terjadwal akan tetapi dengan berjalannya waktu, Nglanggeran melakukan pemberdayaan pelatihan sesuai dengan kebutuhan masyarakat seperti pelatihan *homestay* kemudian pihak pengelola akan melaksanakan. Pelatihan dalam upaya pemberdayaan ini disediakan atau diselenggarakan oleh Pemerintah, Kementrian, ataupun pengelola.

Sedangkan dalam upaya pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh Desa Wisata Tembi, masyarakat mengikuti pelatihan dengan terjadwal seperti tiga bulan sekali yang sudah disediakan oleh Kementrian Pusat, Kementrian Provinsi, dan dari Kabupaten-Kota. Dalam hal ini Desa Wisata Tembi sebagai pengola tidak menyediakan pelatihan dan hanya bergantung pada pelatihan yang diberikan pemerintah, akan tetapi pengelola melakukan inovasi berupa diadakannya perlombaan *homestay* bagi desa Tembi dengan hadiah berupa dana pembinaan dan spreii hal ini berguna agar ilmu yang didapatkan dari pelatihan dapat diterapkan dengan baik.

Strategi pemberdayaan yang dilakukan Desa Wisata Nglanggeran dalam upaya pemberdayaan masyarakat tentu diperlukannya penyampaian visi dan misi kepada masyarakat sekitar agar mau diberdayakan oleh pengelola, dalam proses tersebut terdapat beberapa strategi yang menjadi tahapan antara lain adalah Strategi

Aksi Langsung dimana masyarakat Desa Wisata Nglanggeran mempunyai keterbatasan dalam pengambilan opini secara individu atau personal dikarenakan budaya yang masih kental dimana masyarakat berpangku pada opini tokoh kunci, kemudian adanya Strategi Transformatif strategi ini berupaya untuk menjalankan pemberdayaan masyarakat dengan melibatkan langsung kepada masyarakat contohnya seperti petugas parkir, petugas loket, kebersihan, dan rental mobil.

Pada Desa Wisata Tembi memberdayakan masyarakat agar mau berkontribusi ikut desa wisata dan memberikan ilmu bagi masyarakat yang berkontribusi sesuai bidang minat tentunya diperlukannya contoh *real* secara kongkrit kepada masyarakat, sehingga masyarakat tertarik dengan hasilnya. Dalam upaya yang dilakukan Desa Wisata Tembi tersebut meliputi dua strategi yaitu Strategi Tradisional dan Strategi Transformatif, secara Strategi Tradisional masyarakat Tembi bebas menentukan pilihan opini sendiri untuk mau atau tidak ikut berpartisipasi dalam pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh desa wisata walaupun adanya pro-kontra itulah menjadikan sebuah opini. Kemudian dalam Strategi Transformatif masyarakat mau untuk diberdayakan dan sadar akan potensi yang dimiliki memanfaatkan wilayah sekitar untuk di kembangkan menjadi daya tarik sehingga hal ini dapat selaras dengan pengembangan dari sisi sumber daya manusia yang terus berkembang, dengan memastikan kenyamanan dan keamanan sebagai desa wisata tidak hanya potensi berupa asset pribadi saja akan tetapi kerajinan yang dibuat oleh masyarakat sekitar.

Dalam hal ini walaupun Desa Wisata Nglanggeran dan Desa Wisata Tembi merupakan desa wisata yang beprestasi akan tetapi adanya perbedaan strategi pemberdayaan yang digunakan dalam upaya pemberdayaan masyarakat dengan cara tersendiri.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki keterbatasan dengan tidak melakukan observasi wawancara masyarakat sebagai subjek narasumber. Serta tidak membahas mengenai persepsi masyarakat sekitar mengenai pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh pengelola desa wisata terhadap peningkatan sumber daya manusia yang ada di sekitar desa wisata. Keterbatasan lainnya adalah peneliti tidak membahas mengenai bagaimana strategi yang digunakan oleh Desa Wisata Tembi dan Desa

Wisata Nglanggeran untuk dapat mengikuti kejuaraan desa wisata berprestasi secara luas dan terperinci untuk mendapatkan hasil penelitian dari sudut pandang lainnya.

C. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang sudah dipaparkan, maka penulis dapat memberikan saran kepada Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglanggeran, Adapun saran yang dapat penulis berikan sebagai berikut:

1. Saran untuk Pembaca

Diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat menulis penelitian tentang Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglanggeran dengan sudut pandang yang berbeda dari penelitian ini seperti persepsi masyarakat terhadap pemberdayaan masyarakat dan strategi komunikasi yang digunakan desa wisata berprestasi dalam partisipasi kejuaraan baik regional maupun nasional serta mengambil sudut pandang lain yang bisa disesuaikan dengan keadaan terbaru saat penelitian dilakukan.

2. Saran untuk Desa Wisata Tembi

Diharapkan untuk Desa Wisata Tembi dapat memanfaatkan dan mengoptimalkan sarana promosi secara menarik, rutin, dan *up-to-date* melalui akun sosial media Desa Wisata Tembi maupun *website* resmi Desa Wisata Tembi. Melakukan evaluasi dalam pemberdayaan masyarakat yang telah dilakukan serta peningkatan dukungan untuk desa wisata bagi pemerintah perangkat desa agar lebih berkontribusi dalam mengembangkan pemberdayaan desa wisata.

3. Saran untuk Desa Wisata Nglanggeran

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat semakin membuat desa wisata Nglanggeran memaksimalkan potensi yang sudah ada, baik potensi wisata maupun sumber daya manusia yang sudah dimiliki. Tetap melakukan pembaharuan serta memberikan inovasi-inovasi terbaru bagi pariwisata desa Nglanggeran agar tidak kalah dengan daerah potensi wisata lainnya. Dukungan lebih dari pemerintah desa juga akan mempengaruhi perkembangan dari sebuah desa wisata. Perlu adanya pelatihan untuk pengelolaan sosial media, *website*, hingga sumber daya manusia yang ada

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Anwas, Oos. M. (2013). *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*. Bandung: Alfabeta.
- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Chambers, Roberts (1996). *PRA Participatory Rural Appraisal Memahami Desa Secara Partisipatif*, Yogyakarta: Kanisius
- Eko, Sutoro. (2004). *Reformasi Politik Dan Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: APMD Press.
- Moleong, Lexy J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hikmat, Harry. (2006). *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung: Humaniora
- Nazir, Mohhamed. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sumaryadi, I. Nyoman. (2005). *Perencanaan Pembangunan Daerah Otonom & Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Citra Utama.
- Tricahyono, Suni Agus. (2008). *Pemberdayaan Komunitas Terpencil di Provinsi NTT*. Yogyakarta: B2P3KS.
- Usman, Sanyoto. (2010). *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Winarni, Tri. (1998). *Memahami Pemberdayaan Masyarakat Desa Partisipatif dalam Orientasi Pembangunan Masyarakat Desa Menyongsong Abad 21: Menuju Pemberdayaan Pelayanan Masyarakat*. Yogyakarta : Aditya Media.

Skripsi dan Jurnal

- Rohim, Abdur. (2013). "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata". Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Pratiwi, Hesty. (2017). "Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Desa Wisata Mandiri Di Desa Wanurejo Kecamatan Borobudur Kabupaten Magelang". Program Studi Pendidikan Luar Sekolah, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Semarang.
- Istoria Hidayah, Novie. (2017). "Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Jatimulyo, Girimulyo, Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta". Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta .

Martriarini, Rimas. (2017). “Strategi Pengembangan Desa Wisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat Desa Ketenger Baturraden”. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Agama Islam Negeri Purwokerto.

Sabtimarlia. (2015). “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengelolaan Desa Wisata Sambi Di Dusun Sambi, Pakembinangun, Pakem, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta”. Program Studi Pendidikan Luar Sekolah, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta.

Kuncoro, Deva. (2019). “Pemberdayaan Masyarakat melalui Pengelolaan Kakao di Dusun Gunung Buthak Nglanggeran Patuk Gunung Kidul”. Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Rohana, Emi. (2014). “Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Desa Wisata Tembi”. Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Martdiyanto, Aris. (2017). “Analisis Pembangunan Desa Wisata Yang Berkelanjutan Sebagai Desa Wisata Mandiri di Desa Wisata Tembi, Kecamatan Sewon, Kabupaten Bantul”. Program Studi Hospitality, Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Zuliyah, Siti. (2010). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Desa Dalam Menunjang Pembangunan Daerah . *Journal of Rural and Development Volume I No. 2*, 155.

Nurwafi, L. F. (2015). Institutional Entrepreneurship Pemuda dalam Mengembangkan Pokdarwis Desa Wisata Nglanggeran. *Jurnal Studi Pemuda, Vol. 4, No.2*, 281-295.

Internet

Soemarno. (2010). “Desa Wisata”. Diambil dari <http://marno.lecture.ub.ac.id/files/2012/01/Desa-wisata.doc>. (Akses 9 September 2018)

Selamat Tembi Desa Wisata Meraih Homestay Awards, <http://tembivillage.com/id/selamat-tembi-desa-wisata-meraih-homestay-award/>. (Diakses 11 September 2018).

Tembi Desa Wisata Juara 1 Kabupaten Bantul, <http://tembivillage.com/id/tembi-desa-wisata-juara-1-tingkat-kabupaten-bantul/>. (Diakses 11 September 2018).

Desa Wisata Nglangeran Menjadi Pemenang ISTA 2017, Maju Ke Tingkat ASEAN, <http://gunungapipurba.com/posts/detail/desa-wisata-nglanggeran-menjadi-pemenang-ista-2017-maju-ke-tingkat-asean> . (Diakses 12 September 2018).

Desa Wisata Nglangeran Raih Penghargaan ASTA (ASEAN Sustainable Tourism Award) Di Thailand, <http://gunungapipurba.com/posts/detail/desa-wisata-nglanggeran-raih-penghargaan-asta-asean-sustainable-tourism-award-di-thailand> (Diakses 12 September 2018)

(2017). Desa Wisata Jadi Perhatian Utama. *Kompas*. Diambil dari <https://travel.kompas.com/read/2017/05/22/191500727/desa.wisata.jadi.perhatian.utama?page=all>. (Diakses 10 Oktober 2018)

E, W. (2018). Desa Wisata Pertama Indonesia Ada di Bali. *Detik Travel*. Diambil dari <https://travel.detik.com/galeri-foto/d-5417048/desa-wisata-pertama-indonesia-ada-di-bali>. (Diakses 10 Oktober 2018)

Putra, Y.M.P. (2017). Desa Wisata Efektif Tarik Kunjungan Wisatawan”. *Republika*. <https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/17/05/03/opcs5d284-desa-wisata-efektif-tarik-kunjungan->. (Diakses 10 Oktober 2018)

LAMPIRAN
SURAT TELAH MENYELESAIKAN PENELITIAN



DESA WISATA TEMBI

Alamat : Jln. Parangtritis Km 8.5, Tembi, Timbulharjo, Sewen, Bantul, Yogyakarta.
Telp. 081392133205, 087738940798, email :tembidesawisata@gmail.com.

SURAT KETERANGAN

Nomor : 012/Dewi Tembi/II/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dawud Subroto, B.Sc.
Jabatan : Ketua Desa Wisata Tembi

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Syfa Fauziah
NIM : 14321084
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Indonesia
Fakultas/Jurusan : Psikologi Ilmu Sosial/Program Studi Ilmu Komunikasi

Telah melakukan kegiatan Penelitian di Desa Wisata Tembi dengan judul "Strategi Pengembangan Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglangeran Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat" yang dilaksanakan pada tanggal 7-18 Februari 2019

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Bantul, 20 Februari 2019
Ketua Desa Wisata Tembi


DESA WISATA
Dawud Subroto, B.Sc.



POKDARWIS NGLANGGERAN
KAWASAN EKOWISATA GUNUNG API PURBA NGLANGGERAN
Kalurahan Nglanggeran, Kapanewon Patuk, Kabupaten Gunungkidul, D.I. Yogyakarta
Web : www.gunungapipurba.com Blog: www.kalisongku.wordpress.com
Email : gunungapipurba@gmail.com

Nglanggeran, 16 Desember 2021

Nomor : 01/PDW-NGL/XII/2021
Hal : Surat Keterangan Penelitian
Lampiran : -

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Psikologi Ilmu Sosial Budaya
Program Sudi Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Indonesia

Dengan hormat,
Yang bertandatangan di bawah ini:
Nama : Mursidi
Jabatan : Ketua pengelola Desa Wisata Nglanggeran

Menerangkan bahwa:
Nama : Syfa Fauziah
NIM : 14321084

Telah melakukan penelitian di Desa Wisata Nglanggeran dengan judul "Strategi Pengembangan Desa Wisata Tembi dan Desa Wisata Nglanggeran Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat".

Demikian Surat Keterangan Penelitian ini Kami sampaikan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Desa Wisata Nglanggeran





PEMERINTAH KABUPATEN GUNUNGKIDUL
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU**

Jalan Kesatrian 38 Wonosari, Gunungkidul 55812
Telepon : (0274) 391942 Faksimile : (0274) 2910851

SURAT KETERANGAN / IZIN

Nomor : 0078/PEN/II/2019

- Membaca : Surat dari Universitas Islam Indonesia, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Jurusan Ilmu Komunikasi, Nomor : 1322/Dek/70/Div.Um.RT/XI/2018 tanggal 26 November 2018, hal : Izin Penelitian
- Mengingat : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014;
2. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 18 Tahun 2009 tentang Pedoman Pelayanan Perizinan, Rekomendasi Pelaksanaan Survei, Penelitian, Pendataan, Pengembangan, Pengkajian dan Studi Lapangan di Daerah Istimewa Yogyakarta;
- Diizinkan kepada nama : **Syfa Fauziah NIM/ NIP : 14321084**
- fakultas/instansi : Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya/Universitas Islam Indonesia
- alamat instansi : Kampus Universitas Islam Indonesia, Jalan Kaliurang km. 14,5 , Besi, Sleman, Yogyakarta 55584
- alamat rumah : Kost Putri Nabila, Jl. Pandanaran (Kaliurang KM 12) Dusun Candi Dukuh/Turen RT 4 RW 2, No. 110B Kel. Sardonoarjo, Kab. Sleman, Kec. Ngaglik, Yogyakarta
- keperluan : Izin penelitian dengan judul : "STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA TEMBI DAN DESA WISATA NGLANGGERAN DALAM UPAYA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT"
- lokasi penelitian : Kantor Desa Nglanggeran, Jl Kalipentung - Ngoro-oro Km.1,5, Doga , Nglanggeran, Patuk, Gunungkidul, DIY 55862
- dosen pembimbing : Puji Hariyanti,S.Sos.,M.LKom
- waktu : Mulai tanggal : 04 Februari 2019 s/d 04 April 2019
- dengan ketentuan :

1. terlebih dahulu melaporkan diri kepada Pejabat setempat (Camat, Kepala Desa, Kepala Instansi) untuk mendapat petunjuk seperlunya;
2. wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan setempat yang berlaku;
3. wajib menyampaikan laporan hasil penelitiannya kepada Bupati Gunungkidul c.q. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kab. Gunungkidul dalam bentuk softcopy format pdf yang tersimpan dalam keping compact disk (CD) dan dalam bentuk data yang dikirim via e-mail ke alamat : litbangbappeda.gk@gmail.com dengan tembusan kepada Kepala Dinas Perpustakaan dan Kearsipan dengan alamat e-mail: dpk@gunungkidukab.go.id;
4. izin ini tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan Pemerintah dan hanya diperlukan untuk keperluan ilmiah; dan
5. surat izin ini dapat diajukan lagi untuk mendapat perpanjangan bila diperlukan.

Apabila ketentuan tersebut tidak dipenuhi izin dapat dibatalkan.
Izin ini agar dapat digunakan sebagaimana mestinya dan Pejabat Pemerintah setempat diharapkan dapat memberikan bantuan seperlunya.

Ditetapkan di Wonosari
Pada Tanggal : 04 Februari 2019
A.n. Bupati Gunungkidul

Tembusan disampaikan kepada Yth.

1. Bupati Gunungkidul (sebagai laporan) ;
2. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kab. Gunungkidul ;
3. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kab. Gunungkidul ;
4. Kepala Dinas Pariwisata Kab. Gunungkidul ;
5. Kepala Desa Nglanggeran Kec. Patuk Kab. Gunungkidul .

-
-
-
-
-



DRAFT WAWANCARA

Pemberdayaan Masyarakat

1. Bagaimana strategi pengembangan yang dilakukan dalam pemberdayaan masyarakat?
2. Apakah masyarakat berperan penting dalam pengembangan Desa Wisata?
3. Bentuk-bentuk pemberdayaan masyarakat apa yang telah diterapkan oleh Desa Wisata?
4. Apakah dengan adanya desa wisata dapat memberdayakan masyarakat?

Contoh dalam hal apa?

5. Apakah bentuk-bentuk pemberdayaan yang telah dilakukan mampu memberdayakan masyarakat?
6. Apakah dalam pemberdayaan masyarakat yang dilakukan, pengelola menggunakan break-even pada masyarakat?
7. Apakah pengelola melibatkan masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan dan pengambilan keputusan kegiatan? Jika iya dalam bentuk kegiatan apa?
8. Dalam melaksanakan kegiatan pemberdayaan masyarakat tentunya di perlukan dana, apakah ada sumber dana yang masuk dari pihak eksternal?
9. Apakah dari kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan dapat menjadi jembatan antara masyarakat dan pemerintah?
10. Bagaimana cara untuk menciptakan iklim (musim) meningkatkan potensi masyarakat?
11. Apa saja potensi dan sumber daya yang dimiliki masyarakat?
12. Apakah pengelola melindungi masyarakat dalam sosial ekonomi?

13. Faktor pendukung apa saja yang dimiliki dalam proses pemberdayaan masyarakat?

14. Faktor penghambat apa yang terjadi dalam proses pemberdayaan masyarakat?

Desa Wisata

1. Apa yang menjadi daya tarik desa wisata?

2. Apa saja potensi yang dimiliki oleh desa wisata?

3. Bagaimana struktur pengurus Desa Wisata ?

4. Siapa saja yang terlibat dalam pengurusan desa wisata?

5. Dalam pembangunan SDM apakah pengelola memberikan pelatihan keterampilan?

Contohnya apa saja?

6. Apakah pelatihan tersebut dilakukan secara terjadwal?

7. Apakah pengelola desa wisata menjalin kemitraan / kerjasama dalam pengembangan desa wisata? Jika iya siapa saja?

8. Apakah pemerintah ikut melakukan kegiatan di desa wisata? Contohnya?

9. Bagaimana promosi yang dilakukan desa wisata untuk pengembangan desa dan pemberdayaan masyarakat?

10. Siapa target sasaran dalam promosi yang digunakan?

11. Apa media yang digunakan dalam promosi tersebut? Apakah media tersebut efektif?

12. Apakah ada organisasi warga di desa? Dalam bentuk apa?

TRANSKRIP WAWANCARA

Ketua Desa Wisata Tembi

Narasumber (N) : Dawud Subroto

P : Saya mau wawancara mengenai ini pemberdayaan masyarakat,

N : *Nggih nggih,*

P : Saya mulai aja ya Pak?

N : *Nggih,*

P : Untuk Desa Wisata Tembi ini strategi pengembangannya apa aja Pak yang dilakukan Pak untuk pemberdayaan masyarakat?

N : Kita memberi contoh *real*, kalau di desa itu kan kalau nggak ada contoh *real* orang tidak akan *tiru-tiru* gitu loh kalau di desa itu, beda dengan di kota atau di lain-lain. Kita memberi contoh *real* yang ada hasilnya baru teman-teman yang di desa itu niru, jadi strateginya seperti itu. Kita memberi contoh yang kongkrit, *iki loh ono hasile*, nah baru ikut.

P : Jadi buat dulu Desa Wisata baru terlaksana itu?

N : Iya benar, kalau awalnya nggak gitu, kalau Desa Wisata kan kumpul-kumpul dulu, di-*penggal* dulu, wajar ada yang pro kontra, yang belum tahu visi misinya Desa Wisata kan ada pro kontra itu, tapi yang kontra cuman sedikit nggak sampai 5% lah itu, 1-2 orang, *alhamdulillah* setelah tahu ya dia usaha lain itu.

P : *Oh*, hampir semuanya sekarang ini sudah setuju ya?

N : Iya, sudah setuju, tidak masalah itu.

P : *Oh* gitu, terus apakah masyarakat berperan penting Pak dalam pemberdayaan masyarakat ini *eh* dalam pembangunan Desa Wisata?

N : Kalau masyarakat tidak semuanya Mba, jadi ya sekitar 80% saja, tidak semuanya.

P : Nggak semuanya?

N : Iya, dimana-mana seperti itu juga, di desa-desa wisata lain juga nggak mungkin semuanya, karena sudah punya profesi sendiri-sendiri to, ya cuman ikut *ngeli* aja seperti itu. Ada kegiatan ya ikut, ini kan sementara Desa Wisata Tembi itu kan andalanya *homestay*, penginapan ya? Di samping penginapan kan kuliner, disamping kuliner ada *outbond*. Nah itu, yang kita jual pakatnya itu, andalanya *homestay*, *outbond* sama kuliner dan kesenian, 4 itu yang kita lestarikan efek dari Desa Wisata itu lah 4 itu yang sangat terasa sekali.

P : Terus kalau *homestay* gitu berarti pakai rumah warga di sini juga atau gimana Pak? Apa bangun sendiri?

N : *He'eh* ya punya warga, ya misalkan AC ini ya yang sekitar ini kan yang punya 5 ini, yang AC aja di komplek ini kan 5 orang yang punya, terus yang Non AC ada sekitar 92 orang,

- P : 92 rumah juga?
- N : 92 KK, kalau jumlah KK semua skitar 380,
- P : Tapi yang berkontribusi?
- N : Yang punya *homestay* baru 92, jadi 1/30% nya kan itu?
- P : Iya,
- N : Tapi yang terlibat *out bond* dari pemuda
- P : Oh pemuda semua?
- N : Pemuda dan masyarakat biasanya gitu,
- P : Terus bentuk-bentuk pemberdayaan selain yang tadi Pak?
- N : Ya kita kuliner, misalkan ada tamu, dari kelembagaan apapun juga baik itu pendidikan atau non pendidikan atau *study banding* kalau pakai makan kita memberdayakan warga untuk masak, lah gitu loh. Ndak boleh jadi misalkan tamu di sini bawa makan dari luar ndak boleh, karena percuma ada di sini, nggak ada pemberdayaan nanti, ya makanya harus di sini, kalau nggak di sini kita *charge*-kan 5 ribu 1 orang. Dan kita kasih kontribusi ke Ibu yang nggak masak itu,
- P : Buat memanfaatkan warga di sini Pak ya?
- N : Iya *he'eh*, itu pemberdayaanya itu *nggih*.
- P : Terus apa dalam pemberdayaan masyarakat ini Bapak juga ngasih *fee* ke warga-warga Pak?
- N : Kalau *fee* ndak, bukan *fee* istilahnya, istilahnya kita tiap tahun ngasih kontribusi dari Desa Wisata itu ke masing-masing kelembagaan, kelembagaan bukan pribadi ya,
- P : Berarti ada kelembagaanya lagi?
- N : Iya ada lembaga, RT 1 *e* dalam desa kan ada lembaga lagi, kelembagaan desa selain Desa Wisata kan ada, misalkan RT-RW kelembagaan kan sudah ada Undang-undang Nomor 5 Tahun 69 RT itu iya to? Ada RT, ada Lurah, ada Dukuh,
- P : Dibagi lagi gitu ya Pak ya?
- N : Iya kita kasih tiap tahun kita kasih, kalau dananya banyak 1 juta, kalau ndak ya 500 tiap kelembagaan, kita ada 8 RT, terus takmir masjid 2, ada pemuda 2, ya kita 12, 12 kelembagaan tiap tahun, kita tiap tahun 12 kelembagaan kalau misalkan 1 kelembagaan 1 juta berarti harus nyiapin 12 juta kan? Kalau misalnya 500 kan 6 juta,
- P : Tergantung ininya juga ya pemasukan dari Desa?
- N : Iya tergantung pemasukan, tapi minimal 500.

- P : *Oh* gitu Pak, terus kalau ee Desa Wisata ini ngelibatkan masyarakat dalam perencanaan ini nggak Pak? Seperti perencanaan, terus itu pelaksanaan, pengambilan kayak keputusan apa aja gitu Pak?
- N : Iya, kita harus melibatkan, kalau enggak ya bukan Desa Wisata nu. Kita harus melibatkan, misalkan seperti kemarin, kita mau bikin gapura, gapura Desa Wisata di sana untuk identifikasi Tembi, gapura yang minimalis dan biaya ringan dari bambu gitu lah, bambu kan tidak bertahan lama, nanti berapa tahun harus ganti gitu loh. Itu belum jadi baru sekitar 60%,
- P : Dirembukin dulu, ijin dulu
- N : Sudah dirembuk kemarin, kita udah rembuk, terus seperti apa modelnya, ya kita bersama-sama 6 orang tokohnya itu bikin konsep sendiri-sendiri, yang terbaik yang kita pakai. Yang terbaik, yang murah, yang seni, *art*-nya ada, unsur seni ada.
- P : Yang sesuai lah ya Pak ya?
- N : *Njih*,
- P : Selain itu ada lagi nggak Pak? Selain
- N : Selain itu kita pembinaan *homestay*, bulan ini kita ngadakan lomba *home stay*,
- P : *Oh* lomba *home stay*
- N : Iya yang hadiahnya kita sesuaikan, hadiahnya juga uang pembinaan sama spreii.
- P : Lomba *homestay* itu hanya di sini aja?
- N : Iya di sini aja, ya untuk pembinaan warga temi saja,
- P : *Oh* gitu jadi masing-masing punya hasil.
- N : Ntar itu jurinya dari kementrian, dari Dinas Pariwisata Bantul, dari HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia), dari profesional juga yang kemarin juara Indonesia gitu ita anu, jurinya nggak dari kami, kalau kami nanti ada kecemburuan nanti, *wah Aku diwangi kae*,
- P : Terus pemerintah juga ikut berkontribusi ya Pak ya?
- N : *He'eh* betul *nggih*.
- P : Seperti itu, terus kan dalam pelaksanaan pemberdayaan masyarakat kan pasti dibutuhkan dana ya Pak ya?
- N : Iya *he'eh*
- P : Terus apakah ada sumber dana dari pihak eksternal?
- N : Ya dananya kan dari Desa Wisata Mba, kalau dari luar nggak ada.
- P : *Oh* nggak ada? *Pure* dari Desa Wisata?
- N : Iya, kan kita ngumpulkan kalau ada tamu gitu, kita punya dana lah entah ndak banyak tapi ada.

- P : Iya,
- N : Karena Desember barusan terkuras 12 juta kan kemarin untuk itu ya tapi ada
- P : *Oh* gitu ya akhir tahun, terus kalau misalnya dengan pemberdayaan masyarakat itu bisa menjembatani antara masyarakat dengan pemerintah nggak Pak?
- N : Kalau pemerintah kita ya otomatis anu aja berkurang sedikit lah Mba, misalkan kaitanya dengan pemerintah, pemerintah kan tugasnya untuk mensejahterakan warga, warga Indonesia yang harus disejahterakan, jadi harus menyiapkan lapangan kerja, iya to?
- P : Betul,
- N : Itu tugas pemerintah sebetulnya, tapi Desa Wisata membantu, tapi dalam hal itu pembantuan ini kan tidak *full pure* 100% kan? Mungkin hanya 40%, 10%, tapi kan sudah membantu, membantu meringankan beban tugas pemerintah, kan pemerintah to seharusnya yang berkewajiban untuk mengentaskan kemiskinan, tapi kita peduli membantu kan? Itu tidak *full pure* 100% tapi kita membantu apa adanya sedikit itu.
- P : Tanpa ini *e* inisiatif sendiri berarti ya Pak ya?
- N : *Nggih nggih,*
- P : Terus Bapak ada cara lagi nggak buat meningkatkan potensi masyarakat sekarang ini? Apa yang
- N : Meningkatkan potensi masyarakat
- P : Apa lagi yang perlu ditingkatkan menurut Bapak?
- N : Ya kalau kita sementara ini ya Mba, kita kan jualan *outbond*, *outbond* itu kan harus ada *trainer*-nya, *trainer*-nya kan harus profesional, nah itu *trainer-trainer* itu tidak profesional semua loh Mba, hanya 3 loh yang profesional, yang 3 itu lah yang mengasah yang lain,
- P : Jadi belajar lagi yang
- N : Iya belajar, harus *e* harus belajar dari orang 3 itu, lah yang 3 itu sudah profesional yang di sini ada 3 orang itu sudah profesional, bisa bicara, bisa menjual, menjual wisata, dan *e* yang penting dalam hal melayani tamu itu bisa bicara, bisa menjual, bisa nangani *action outbond* itu, lah itu orang 3 *nggih*.
- P : Terus Pak, terus sumber daya apa saja yang dimiliki masyarakat selain tadi punya *home stay* kan, *home stay*, kuliner, gitu gitu
- N : Banyak sekali, misalkan SDM dari kuliner, kuliner kan SDM sumber daya juga,
- P : Iya betul,
- N : Terus kesenian, kesenian kan sumber daya juga,
- P : *Oh* iya,

- N : Iya kesenian, *home stay*, terus keterampilan untuk jadi *trainer* itu, *trainer out bond* itu, kan bisa, kita misalnya diundang untuk menjadi *trainer outbond* bisa kita sudah siap,
- P : Sudah siap karena sudah belajar gitu ya Pak ya?
- N : *He'eh*, 3 orang itu sudah mumpuni.
- P : Terus apakah pengelola melindungi masyarakat dalam sosial ekonomi Pak?
- N : Tidak, secara *explisit* tidak, tapi kita hanya sekedar saja,
- P : Tidak sepenuhnya ya Pak ya?
- N : *Nggih*, karena dana yang dikumpulkan dari Dinas Sosial itu juga tidak banyak, kecuali dalam Desa Wisata di Umbul Ponggok itu memang hebat sekali ya, Umbul Ponggok terus di Banyuwangi ada Pujon Kidul itu per tahunnya sudah milyaran ya, sini kan per tahun nya nggak sampai milyaran per tahunnya, tapi lumayan lah bisa
- P : Tapi masih bisa untuk ini
- N : Iya, masih bisa membantu sedikit-sedikit ini, beda dengan sana hasilnya beda, tapi di sini kan yang namanya Desa Wisata kan keberlangsungan ya kan? *suistanable*-nya itu loh yang perlu ditegaskan dan dipertahankan, kalau Desa Wisata berdiri terus *ambruk* ya percuma saja, kita *suistanable*-nya, keberlanjutan itu loh, ada terus, jadi ada tamu terus, dan orangnya ada kerjaan terus, ada hasil terus, itu lah *suistanable*, berkelanjutan, tidak kok berdiri terus hancur, kita terus aja
- P : Iya, bertahan aja ya?
- N : Misalnya bulan ini, bulan ini sudah 5 kali *nggih*, sampai akhir Februari nanti sudah 5 kali tamu *nggih*, ada yang 90, ada yang 50, ada yang 25 lah itu kan yang nangani pemuda dan pemudian warga desa sini saja, kalau *homestay* beda lagi, *home stay* kan ada yang nangani sendiri, jadi yang nangani *home stay* sendiri, yang Desa Wisata sendiri.
- P : Oh kalau Bapak ini hanya di *homestay* saja berarti?
- N : Iya di *homestay*, tapi Saya ngurusi untuk semua *nggih*, soalnya Saya ketua Desa Wisata jadi ngurusi *e* karena kan ini mau lomba desa ya kita, kita mau lomba Desa Wisata tanggal 21, kita koordinir, tadi malam rapat berenam, rapat inti, tim inti dulu, rapat berenam, setelah berenam besok sore malam sabtu itu kita rapat sekitar 15 orang, tim yang tim semi inti, inti 6, semi inti itu *e* setelah itu kita ngumpulkan 40 orang, ya tim semua, 40 orang bisa 100 nanti pas hari H nya, lah itu mengkoordinir
- P : Untuk berjalanya kegiatan?
- N : Iya, untuk biar tahu tujuannya lomba ini nanti ada hadiah sekian sekian sekian, terus apa yang perlu kita kerjakan persiapan untuk lomba desa ini ini ini, biar tahu, biar semua kerja. Semua kerja, dan semua tahu, semua bisa kerja gitu loh. Kalau Saya itu semua ya nggak bisa harus ada kerja semua, nggak jalan lah kalau sendiri 2-3 orang nggak jalan, harus banyak orang,

- P : Harus kontribusi semua orang ya Pak ya?
- N : *Nggih nggih,*
- P : Terus faktor pendukung apa saja yang dimiliki dalam proses pemberdayaan masyarakat?
- N : Banyak sekali *nggih* faktor pendukungnya, ada aset dari desa ada, Desa Timbulharjo, ini kan Tembi ini dusun, desanya Timbulharjo, lah itu kita dapat kontribusi dari desa itu tanah, tanah kas desa, ya kita beli tapi kan murah, beli per tahun, tapi kan murah, beda dengan yang lain. Terus aset gamelan, joglo buat tempat gamelan itu malah nggak bayar kita,
- P : Yang di itu ya Pak
- N : Yang di pinggir jalan sana, itu malah nggak bayar. Terus kita bikin MCK yang nanti kita pakai lomba kebersihan toilet tuh juga punya kas desa, jadi itu sumber daya yang ada dari desa banyak,
- P : Desa juga membantu
- N : Iya partisipasinya banyak dari masyarakat *nggih,*
- P : Kalau faktor penghambatnya apa saja Pak selama proses
- N : Kalau penghambatnya ya itu Mba, karena makin lama kan makin banyak sekali to bermunculan Desa Wisata,
- P : Iya, tiba-tiba muncul aja gitu
- N : Iya, ya marketingnya aja, jadi persaingan antara itu *e* kalau kita sementara ini eksis terus nih, nggak pernah ada nggak ada tamu, ada terus kita, belum lama ini kita menerima *award* di Vietnam, dalam rangka *Asean Tourist Volume* itu, 3 tahun yang lalu dapat juga, kemarin di Philipina,
- P : Nah Saya baca itu,
- N : Iya, dari *Asean Tourist Volume*, terus kemarin kami ke Vietnam, Dalongue tuh,
- P : Ini baru aja ya Pak ya?
- N : Iya, barusan baru pulang aja, baru seminggu yang lalu itu, barusan dari sana itu, *e* dan satu-satunya *home stay* yang dapat di Indonesia ya cuman sini, lainnya kan toilet sama SPA, sini kan *e* jadi sini ada 2 piagam yang dari Asean, *hehehe* kalau di Bantul lainnya ada *e* ada ya Adiluhung di Imogiri itu pernah dapat, jadi juara 1 tahun 2016 kalau nggak salah, tapi ya terus *mangkrak*, kalau sini enggak, begitu juara tahun 2015, jalan Mba hidup, kan berkembang hidup nih, sekarang terkenal loh Desa Tembi itu, Omah Tembi sama Tembi Village kampung itu sangat terkenal ini. *Jenengan* buka aja web Omah Tembi, Homestay Tembi, Tembi Village, ya itu *suistanable* dan berkembang,
- P : Karena orang mencari terus jadinya terus berkembang,

- N : Iya itu, karena apa ya *e* ya karena keprofesionalan dan keseriusan yang ngelola, kalau enggak ya seperti di Imogiri itu, juara tapi *ambruk* enggak pernah *e* iya tidak bisa jalan, lah percuman *wong* sudah dapat juara kan ditanyain terus,
- P : Nggak dilanjutin lagi ya?
- N : Lah, itu *suistanable*-nya nggak jalan.
- P : Iya, untuk daya tarik desa sendiri apa yang menjadi daya tarik Pak dari awal sampai sekarang Pak? Yang konsisten daya tarik?
- N : Kalau desa *e* ini kan Desa Wisata beda dengan objek wisata ya Mba, kalau objek wisata *jenengan* begitu masuk bisa dilihat, tapi kalau Desa Wisata yang mau melihat kegiatan di sini ya harus *reservasi* sebelumnya,
- P : *Reservasi*?
- N : *He'eh*, dan *jenengan* lihat desa ini dengan yang lain kan beda penataanya, udah lihat kan nyaman enak kan? Jadi nuansa *culture* yang masih asli itu, nuansa rumah-rumah yang masih asli itu yang menarik Mba,
- P : Dari rumahnya sendiri
- N : Iya, rumahnya kan nggak bagus-bagus, lihat gentengnya itu genteng kena batu kecil aja pecah tuh, genteng yang murah-murah
- P : *Heheh* masih
- N : Tradisional sekali,
- P : Terus lanjut ya Pak ya, terus apa saja potensi yang dimiliki Desa Wisata Pak?
- N : Potensinya banyak sekali Mba, misalkan bajak sawah yang dimana sudah nggak ada tapi di sini ada,
- P : Masih tetap berjalan?
- N : Sini masih ada bajak sawah, masih ada. Tapi itu harus *reservasi* dulu itu, terus *dolanan* anak-anak, misalkan lomba *teklek* pakai *bakiak* itu, ada tarik tambang yang sudah hilang itu, holahop tuh masih ada, terus *ee* apa gobak sodor, gobak sodor itu kan mainan jaman Belanda dulu, mainan jaman VOC dulu itu masih, itu masih kita jual juga itu, kan menarik itu, itu daya tarik orang luar di Tembi itu seperti itu. Terus misalkan membuat *art* seni atau membuat kerajinan yang ada di *e* kita kerjasama dengan pengrajin se-Kabupaten Bantul.
- P : *Oh* se-Kabupaten ini Pak?
- N : Iya iya iya, se-Kabupaten Bantul, *one stop service* itu namanya, tamu yang di sini mau membuat kerajinan yang ada di Bantul bisa, kita datangkan ke sini, kita ngambil *fee* 10% itu kita datangkan.
- P : Batik gitu gitu?

- N : Batik iya, terus membuat tembikar, mau melukis tembikar, membuat kipas, membuat topeng kayu, ada di sini.
- P : Pokoknya semua kerajinan yang ada di Bantul?
- N : Iya sama yang di sana, di lokasi sana, makanya *one stop service*, orangnya misalnya nginep di sini, mau pesen ini, ada kita datangkan, cuman nanti kita ngambil 10% dari harga yang dijual di sana, harganya sama saja dengan yang di sana, itu boleh
- P : Tapi tetap kerjasama
- N : Iya betul, kerjasama dengan pengrajin yang di Bantul, kan semua diuntungkan, pengrajin diuntungkan, kita lembaga ini diuntungkan, kerajinanya jadi terkenal, sini jadi terkenal, kan untung semua, terus *customer*-nya puas, karena *one stop service* ada di sini bisa apa apa gitu loh.
- P : Berarti bukan cuman di sini aja tapi sampai di luar juga ya Pak ya?
- N : Lah *nggih*, waktunya ngirit ya to?
- P : *He'eh*,
- N : Ngirit waktu, ngirit tenaga, ngirit *cost*, itu kan *one stop service* istilah kami itu.
- P : Terus untuk pengurusan Desa Wisata, struktur pengurusanya?
- N : Itu ada, pengurusanya ada pembina, pembinanya ada Dinas Pariwisata Bantul, terus penasehatnya itu Lurah Desa sama Pak Dukuh, terus ketuanya kami, ada sekretaris dan bendahara, lalu ada seksi-seksi itu, ada 7 seksi itu.
- P : *Oh* dari pemerintah semua ya Pak?
- N : Iya kita alokasikan, pemerintah tidak secara formal, gitu aja, *ra ketang pendak dino ra tau e* tapi kita istilahe karena beliau kan pembina to, ya kita masukkan, *ra ketang bina po ora ngku ndak kepiye*
- P : Tapi masih sering komunikasi Dukuh sama
- N : Iya kita koordinasi terus itu,
- P : *Nggih*,
- N : Jangan sampai kita hubungan dengan desa, dengan kecamatan, kurang bagus, kita undangn biasa saja biar hubunganya baik. Kita *non partisant* Mba, nggak mau terlibat dalam *politic practice*,
- P : Netral ya?
- N : Iya netral, *nggarai* masalah itu nanti.
- P : Iya itu nanti konflik-konflik gitu.
- N : Iya kita netral,

- P : Terus dalam pembangunan sumber daya manusia, pengelola memberikan pelatihan-pelatihan nggak Pak?
- N : Iya pelatihan dari kementerian biasanya, dari kementerian pusat, kementerian provinsi, dari kabupaten-kota yang pelatihan-pelatihan itu urusan dia, beliau yang punya uang banyak kan?
- P : *He'eh*, pelatihan itu apa saja Pak?
- N : Misalnya pelatihan SDM, pelatihan manajemen, pelatihan *guide*, pelatihan pemberdayaan kuliner, pemberdayaan *homestay*, pemberdayaan Pokdarwis, pemberdayaan toilet, macam-macam pelatihanya yang ada kaitanya dengan Desa Wisata.
- P : Jadi yang kerja di sini juga orang sini, tapi dikasih pelatihan lagi gitu Pak? Atau gimana?
- N : Yang melatih dinas, iya yang ngelatih Dinas Pariwisata Bantul untuk pelatihan yang lalu-lalu, kami nggak punya uang untuk pelatihan-pelatihan itu.
- P : Saya kira di sini juga ngasih pelatihan beberapa gitu?
- N : Nggak, ya diantara Desa-desanya Wisata se-Indonesia mungkin baru kali ini Tembi yang menyelenggarakan lomba *homestay*, lain-lain belum pernah, lah itu kan ada unsur pembinaan. Kita sambil
- P : Untuk menjadi lebih baik ya Pak ya?
- N : Iya, kita sambil *e* karena kita *homestay*-nya kan sudah menjadi parameter *homestay* seluruh Indonesia, itu harus dikaji terus, kalau nggak ada pembinaan nanti itu
- P : Terus pelatihan itu tuh sering dilakukan atau enggak Pak?
- N : Kalau pelatihan itu tuh sudah terjadwal Mba,
- P : *Oh* sudah terjadwal?
- N : Iya dari pusat sudah terjadwal, ada yang pelatihan itu dari pusat, kementerian pusat Jakarta, ada yang dari provinsi, ada yang dari kabupaten. Jadi biar nggak saling *tubrukan* waktunya diatur gitu, 3 bulan sekali gitu.
- P : Jadi *ee* karyawannya di sini ikut pelatihan nanti *rolling-rolling* gitu ya Pak?
- N : Nggak mesti *e* karena warga yang nggak jadi *karuan* itu boleh
- P : *Oh* iya jadi semuanya ikut berkontribusi?
- N : *He'eh* boleh boleh,
- P : Terus *e* apakah Bapak sebagai pengelola Desa Wisata menjalin kemitraan atau kerjasama dalam pengembangan Desa Wisata?
- N : Iya jelas kita musti kerjasama dengan *extranet* misalkan ..., traveloka, terus tiket.com, ya kita kerjasama dengan itu.
- P : Itu bagian travel ya Pak?

- N : Iya itu iya,
- P : Selain itu apa ya Pak?
- N : Itu ya kita punya web juga, dan di samping itu kita bekerjasama dengan biro-biro perjalanan, terus *head to head* dengan sekolahan-sekolahan, kita ngasih brosur-brosur itu.
- P : Oh semuanya ya Pak ya?
- N : Iya semua, di DIY itu ya kita kasih, khususnya di Kota Madya kita kasih brosur-brosur itu kan kerjasama juga, kerjasama yang tidak langsung, tetapi kerjasama langsung yang anu ya itu extranet, traveloka, tiket.com
- P : Kalau perusahaan-perusahaan swasta lainnya Pak selain
- N : Oh nggak nggak,
- P : Nggak ada ya?
- N : Nggak ada,
- P : Cuma bagian travel-travel aja ya Pak?
- N : Iya, karena kalau oleh perusahaan-perusahaan itu kan *anu* Mba hanya bantuan saja, bantuan bagi desa *e* kami kan desa wisata mandiri, jadi nggak dibantu sama pemerintah ya, mandiri, segala sesuatu kita kalau misalnya mau bikin *homestay* ya kita pinjam bank, pengembangan itu kan mandiri, lah itu. Kalau yang mulainya mungkin masih ada
- P : Berarti kalau misalnya bantuan berarti itu namanya bukan Desa Wisata Tembi ya Pak?
- N : Iya,
- P : Pakai nama mereka ya?
- N : Iya, nama person nanti, nama person tetapi untuk pengembangan *homestay* bisa, dengan bunga yang lunak sekali, misalkan KUR gitu loh. Jadi misalkan mau pinjam 100 atau 50 untuk pengembangan *homestay* ya dikasih sama bank, kalau hanya 20 nggak pakai agunan, tapi kalau 20 ke atas pakai.
- P : Ada timbal baliknya ya Pak?
- N : Nggih,
- P : Berarti pemerintah ikut melakukan sama kegiatan di Desa Wisata juga ya Pak?
- N : Iya *he'eh*,
- P : Sering melakukan kegiatannya apa aja Pak?
- N : Misalkan seperti kemarin, kemarin tuh barusan 3 hari yang lalu itu PLN ya, PLN Pusat itu di sini, *life in ya*, *life in* itu nginep semalam, itu kegiatannya 2 hari, ya pertemuan *meeting* di sini sama sepedaan.
- P : Liburan ya Pak ya?

- N : Lah itu ke sini kan sudah memberi kontribusi banyak, nginepnya yang diinepi dapat uang, terus yang makan yang masak dapat uang, iya to? Yang sepeda, yang menyewakan sepeda kan dapat uang, iya to kan banyak sekali itu.
- P : Berarti di sini ada yang nyewakan ada yang ini juga ya Pak?
- N : Iya *he'eh*, nyewakan sepeda.
- P : *Oh* gitu, terus kalau untuk promosi apa saja yang dilakukan sama Desa Wisata Tembi promosinya lewat apa saja Pak?
- N : Ya tadi udah to, ya promosi kita lewat 4 extranet, 2 web, dan lewat *head to head* dan biro perjalanan itu aja promosinya. Kita nyebar *leaflet* itu, kan di depan itu ada *leaflet*, kita nyebar *leaflet* itu, kita aktif di Sosmed ya, baik itu instagram, maupun di extranet, maupun di web itu kan kita setiap 2 minggu kan kita rencanakan tampilanya berubah, berubah *ra ketang sedilut* gitu.
- P : 4 tipe promosi itu tuh efektif ya Pak ya?
- N : *Oh* iya, jelas itu iya. Karena kebanyakan tamu itu dari extranet kita, jarang sekali *e* dari extranet ya sudah kepotong 15%, dari traveloka kepotong 15%, booking.com itu 19%, akuda itu 15% juga, udah itu yang mendatangkan tamu itu dari situ, tamu yang nginep. Kalau tamu *outbound* langsung *head to head*, dia buka web, kontak-kontakan, terus minta reservasi, DP, jadi lah itu.
- P : Untuk Desa Wisata Tembi ini sasaran targetnya lebih ke wisatawan yang luar negeri atau yang dalam negeri Pak?
- N : Iya, kita rencananya ke itu, tapi sampai sekarang belum tercapai 100%, karena rata-rata
- P : Ke luar negeri?
- N : Iya, rata-rata 20% ini, 20% asing, 80% domestik. Tapi sudah lumayan, lainnya kan jarang, coba lihat *jenengan* yang di
- P : 20% sudah banyak sih Pak,
- N : Iya, harus banyak sekali promosi, dan harus fasih bahasa Inggris yang nangani, kalau enggak kan kecewa.
- P : Iya betul,
- N : Orang Asing ke sini *mek* yang nangani nggak bisa bahasa Inggris kan kecewa dia, bahasa itu nomor 1, mau kemana-mana mau nyuruh kan nggak bisa, mau bicara *ah mumet mangkel* itu palingan orang Asing itu
- P : Berarti di sini semua karyawanya
- N : Ya tidak semua, ada 1-2 bisa
- P : Bahasa Inggris semua,
- N : Ini misalkan orang Asing ke sini ini ya paling nggak 2 harus *e*

P : Bisa ya?

N : Iya, jangan sampai *e* yang 1 tertinggal di sini harus ada, nanti kalau minta apa-apa nggak tahu,

P : *Stand by*

N : Lah, iya.

P : Berarti ini lah ya Pak ya semua bisa bahasa Inggris ya?

N : Tidak semua, tidak semua.

P : *Oh* nggak semua? Cuman beberapa?

N : Iya tidak semua, hanya orang 3 yang bisa.

P : Lah tapi yang diwajibkan bahasa Inggris ya Pak ya?

N : *Nggih* bahasa Inggris, kalau bahasa lainnya belum. Karena orang-orang Asing itu biarpun bukan Inggris sama Amerika biasanya bisa bahasa Inggris. Misalkan orang Hongkong orang Taiwan, ya dia ini fasih bahasa Inggris, orang Spanyol *e* orang Spanyol kan bahasa Spanyol punya, tapi pinter bahasa Inggris dia, padahal di Indonesia baru sekali ini dia.

P : Baru sekali ini *hehe*

N : Baru sekali itu, baru sekali 17 hari nginep di sini.

P : Nanti jadi fasih bahasa Indonesia *hehehe*,

N : Ya tadi di jalan itu sudah tanya misalkan terimakasih *thank you very much* itu bahasa Indonesianya apa? terus Aku, terimakasih. Kalau terimakasih kembali? Ya terimakasih kembali itu *thank you very much too*, terus dia ke *ehehehe* pinter dua, sampai rumah terus terimakasih setelah diangkatkan kopernya tadi *hehe*. Jadi sudah bisa to, lah itu belajar yang

P : *He'eh* karena langsung ya Pak ya?

N : *Nggih*, langsung cepat sekali dia.

P : Untuk organisasi *e* organisasi pemuda selain pemuda apa saja Pak di sini?

N : Organisasi pemuda di sini ada Mudo Utomo sama Mudo Tamtomo

P : Mudo apa Pak?

N : Kalau yang Tembi 1 itu Mudo Tamtomo, kalau Tembi 2 itu Mudo Utomo.

P : Bedanya apa itu Pak?

N : Ya sama aja, cuman beda lahirnya saja,

P : *Oh* beda lahirnya? *Hehehe*

N : *He'eh* beda lahirnya karena ini kan ada blok Tembi 1 dan Tembi 2, RT 1-3 itu Tembi 1, RT 4 sampai 8 itu Tembi 2.

- P : Berarti Mudo Tamtomo itu
- N : Mudo Tamtomo itu Tembi 1 di RT 1, 2, 3, Mudo Tamtomo. Mudo Utomo itu RT 4 sampai 8.
- P : Kalau Mudo Tamtomo itu organisasinya mengenai apa Pak?
- N : Ya sosial,
- P : Sosial semua Pak?
- N : Ya ada sosial kemsyarakatan sama
- P : Dua-duanya ya Pak?
- N : *He'eh* sama, sosial kemasyarakatan. Kayak ada hajatan, kumpul-kumpul, terus kegiatan pas 17-an, pokoknya tentang sosial semua lah.
- P : Semuanya berarti menyangkut semuanya berarti Pak ya berkontribusi?
- N : *He'eh, nggih nggih*, sosial masyarakat, tidak ada unsur orientasi profit, kalau Desa Wisata kan sudah mengarah ke pengembangan ekonomi masyarakat, bedanya itu.
- P : Baik baik, berarti nggak ada organisasi yang beda-beda gitu ya Pak ya?
- N : Iya *he'eh*,
- P : Boleh diceritain nggak Pak awal mulanya Desa Wisata Tembi itu gimana?
- N : Dulu awalnya kan kita dari Gabusan Manding Tembi Mba, dulu GMT, itu ada prasastinya Sri Sultan Hamengkubuwono ke-X itu tanggal 31 Oktober 2007 ya, terus GMT berjalan 3 tahun, 2010 kita berdiri sendiri, kan dulu Gabusan Manding Tembi, kenapa kok GMT itu berdiri? Ya karena ada 3 faktor Mba, faktor pertama karena di Dusun Gabusan, Manding, Tembi itu di jalan Jogja-Parangtritis Mbaa, itu satu faktor lokasi. Lah kata Pemda Bantul e Dinas Statistik Bantul itu wisatawan di Prangtritis itu setiap tahunnya 2,5-3 juta, lah kami inginya *mbok iya o* 1% atau 2% masuk ke Tembi *study banding* belanja atau lihat-lihat gitu, harapan kami waktu itu,
- P : Bermula dari situ Pak ya?
- N : *He'eh*, terus yang ke-2 itu potensi, jadi masing-masing 3 dusun tadi beda-beda potensinya, Manding itu ada pengrajin kulit banyak, di Gabusan itu sorum pengrajin di Kabupaten Bantul, Tembi itu masih ada rumah *culture-culture* Jawa dan rumah Jawa itu masih banyak sekali, itu lah masing-masing itu, itu yang ke-dua. Yang ke-tiga daya dukung masyarakat, *mbok* kita kaki-kaki atau kita punya program yang baik kalau masyarakat nggak dukung nggak terjadi, pasti *bubrah*, didukung, jalan lah sampai sekarang. Terus 2010 masing-masing berdiri sendiri, ada Desa Wisata Manding, Desa Wisata Tembi, terus Gabusan tadi
- P : Itu berjalan bareng-bareng Pak ya?
- N : Kalau awalnya iya dulu
- P : Berjalan bareng?

- N : Bareng gitu, awalnya bareng, kami ketua GMT-nya dulu, GMT sudah punya nomenklatur di Kabupaten Bantul, tiap tahun kita diundang di Musrenbang untuk pembangunan Bantul ke depan tahun ini apa-apa yang diusulkan itu dulu, *ning* 3 tahun *tok* kita terus Desa Wisata itu, yaudah GMT otomatis hilang, masing-masing dusun tadi punya pengurus sendiri-sendiri gitu, jadilah Desa Wisata di tahun 2010 itu.
- P : Udah jadi Desa Wisata Tembi itu sendiri ya Pak ya?
- N : *Nggih*, Tembi sendiri, Manding sendiri. Jadi faktornya 3 tadi, ada lokasi, ada potensi, terus daya dukung masyarakat.
- P : Dukungan gitu ya yang paling penting itu Pak ya?
- N : Iya,
- P : Jadi itu awalnya tuh Pak?
- N : *Nggih*, awalnya itu. Lah terus terjadilah itu,
- P : Baik Pak kalau gitu,
- N : *Nggih*,



TRANSKRIP WAWANCARA

Kepala Seksi Pelayanan Desa Timbulharjo

Narasumber (N) : Muhamad Sawabi, S.Pd.T

P : Mau tanya langsung Pak, untuk strategi pengembangan yang dilakukan oleh pengelola Desa Wisata dalam pemberdayaan masyarakat gimana menurut Bapak?

N : Ya kalau dalam hal ini Desa Wisata yang ada di Tembi saja kan Desa Wisata Tembi itu kan lebih banyak, karena itu awalnya sudah embrionya dari masyarakat sendiri yang tumbuh, bukan dari program pemerintah, sehingga kita lebih enak, jadi kita tinggal *men-support*, memberikan dana, begitu juga untuk fasilitas dan tentunya regulasi. Karena desa sekarang diberi kewenangan untuk meregulasi dengan peraturan desa, dengan peraturan kepala desa, dan sebagainya. Kemudian terkait promosi juga kita ketika ada *event-event* baik yang tingkat desa ataupun yang luar desa itu kita juga ada kesempatan untuk memberikan informasi terkait Desa Wisata Tembi. Bahkan dari pihak pengelola sendiri sudah *e ya alhamdulillah* sudah mulai IT, artinya mereka dengan sendirinya sudah mempromosikan kegiatan Desa Wisata Tembi ini melalui web dan sebagainya. Sehingga justru ketika kita keluar itu lebih terkanl Tembi dari pada Desa Timbulharjo, padahal Tembi itu merupakan bagian dari Desa Timbulharjo, justru mereka lebih mengenal Tembi dari pada Timbulharjo *hahaha*. Terakhir kita ke Desa Wisata Pujon, Pujon Kidul itu berada di Malang Batu, kemarin juga lah dari sana awalnya sebelum mereka membentuk Desa Wisata juga berguru ke kita di Desa Tembi itu, Desa Wisata Tembi itu, nah ternyata yang mereka sampaikan Timbulharjo itu mananya Tembi gitu loh, padahal Tembi itu bagian dari Timbulharjo, ini kan artinya lebih mengenal Tembi *e* Desa Wisata Tembi dari pada Timbulharjo. Artinya dari sisi permbdayaan ataupun sosialisasi Desa Wisata ini lebih *e* Saya memahami sudah sukses untuk dari segi pemasarnya kayak gitu.

P : Masyarakatnya sendiri berperan penting nggak Pak dalam pengembangan Desa Wisata ini?

N : *Oh* iya, jadi saat ini yang akhir-akhir ini *alhamdulillah* ketika banyak kunjungan mereka rata-rata nginep di *homestay*, lah ini keterlibatan masyarakat dimana? Jadi mereka itu pertama menyediakan *homestay*-nya, jadi mereka yang punya kamar atau ruang atau rumah yang tidak dipakai dijadikan *homestay*, mereka mengelola konsumsinya ini bareng-bareng, nah ketika jumlah hunianya banyak mereka masak bareng-bareng, menunya harus sama, sehingga 1 tamu ya menunya sama jadi nggak ada perbedaan, wah kalau di sana menunya semacam ini kalau di sini beda, enggak, tapi mereka sudah konsisten

P : Langsung masak bareng gitu ya?

N : Iya, masak bareng, nanti kelompok-kelompok *e* lah katakanlah misalkan 1 kelompok itu mampu untuk 1 porsi, nanti tinggal berapa tamu yang hadir di situ, ya nanti dihitung berapa seperti itu.

P : Terus dengan adanya Desa Wisata ini apakah sudah memberdayakan masyarakatnya atau belum Pak?

- N : Kalau secara lingkup kecil Saya memahami sudah, tapi baru sebatas satu padukuhan *nggih*, jadi *impact* atau dampak keluarnya belum begitu maksimal untuk *scope* desa *nggih*, baru sebatas satu padukuhan tadi.
- P : Terus bentuk-bentuk pemberdayaan yang sudah dilakukan Desa Wisata Tembi apa aja Pak untuk masyarakatnya?
- N : Ya itu tadi kalau punya ruang atau kamar kosong dipakai untuk *homestay*, kemudian ada di situ ketika ada paket *outbound* itu ada nanam padi, jadi warga yang punya lahan itu disewa untuk nanam padi, bagaimana dipelajari membajak sawah secara tradisional, menanam padi, dan sampai akhirnya memetik padi tersebut, jadi kegiatan ini melibatkan petani di sekitar itu, kemudian warga masyarakat di sekitar situ dan sebagainya, begitu pemberdayaannya.
- P : Berarti bentuk-bentuk pemberdayaannya itu mampu memberdayakan masyarakatnya sendiri ya Pak?
- N : Iya,
- P : Terus dalam pemberdayaa masyarakat itu sendiri *e* masyarakatnya dikenakan *fee* nggak Pak? Kayak dikasih uang gitu Pak?
- N : Iya nanti bagi hasil, *njih*.
- P : Bagi hasilnya dari pengelola sendiri?
- N : Iya, itu sudah ada ketentuannya *nggih*, jadi yang ngelola *out bound* nanti seharusnya ya akadnya hanya ganti transport lah mereka memahami lah, jadi untuk awal-awal mereka harus ya berjuang bahasanya, berjuang untuk *ee* ya ke depan kampung ada Desa Wisata yang lebih eksis lagi.
- P : Apakah pemerintah melibatkan masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan prosesnya Pak? Pelaksanaan kegiatannya kayak gitu Pak?
- N : Kalau pelaksanaan perencanaannya iya dari awal bahkan ketika untuk perencanaan di desa secara umum atau perencanaan khusus yang akan menggarap terkait Desa Wisata juga dilibatkan, jadi dari segi perencanaan itu mereka diundang juga, sebenarnya kebutuhan dari Desa Wisata itu apa? Kemudian kendala-kendalanya itu seperti apa, itu nanti disampaikan di dalam musyawarah baik di tingkat padukuhan atau Musdus, sampai nanti akhirnya diangkat ke Musdes, sehingga ketika memang membutuhkan sebuah anggaran ya desa bisa, karena memang itu sudah menjadi usulan dari bawah dari dusun sampai akhirnya diangkat menjadi Musdes.
- P : Berarti desa juga ngasih dana ya Pak?
- N : Untuk pemberdayaan, *niki* Pak Lurah Mba,
- P : *Nggih*, lanjut ya Pak, untuk sumber dananya sendiri ada nggak dari pihak eksternal Pak kecuali desa untuk Desa Wisata?

- N : Eksternal ada, *njih*, jadi Tembi itu karena di sini juga ada pabrik ya, ada pabrik yang tentu ada CSR-nya, kemudian mereka juga karena sudah go internasional, mereka bisa *funding* dana dari luar juga, dari CSR-CSR luar itu,
- P : Perusahaan apa Pak kalau boleh tahu?
- N : *Waduh* kalau perusahaan apa *e* ya kalau di Tembi OA *Out of Asia*, OA itu kan *wis anu* itu yang menjabat Desa Wisata, kemudian kebetulan itu juga ada Lembaga Study Jawa itu yang ada di utara jalan itu, nah itu juga mendukung adanya Kampung atau Desa Wisata Tembi,
- P : Terus dengan pemberdayaan masyarakat ini dapat menjembatani antara masyarakat dan pemerintah nggak Pak?
- N : *Oh* iya jelas, dengan adanya itu kan kita juga sering ada pertemuan, bahkan ketika ada dari kementerian di situ kan jujur akan memberikan efek atau dampak yang luar biasa ke pedukuhan itu, mereka bisa langsung memberikan aspirasinya kepada tokoh-tokoh yang ada di Jakarta, sering ada kegiatan yang mengambil tempat di Desa Wisata ini, *event*-nya adalah *event* yang tarafnya nasional.
- P : Untuk meningkatkan potensi masyarakat menurut Bapak bagaimana Pak? Untuk menciptakanya
- N : Potensi masyarakat yang lebih terkait dengan Desa Wisata kita memang belum maksimal *nggih*, jadi kita belum ada tingkat lanjut pemberdayaan *e* bagaimana cara mengelola Desa Wisata yang baik, kita yang belum maksimal di situ. Karena memang kami jujur saja belum begitu paham terkait Desa Wisata itu yang bagus seperti apa, cuman memang dari kabupaten sendiri sudah konsen terkait dengan Desa Wisata, jadi beberapa kali sudah diundang terkait tentang pemberdayaan Desa Wisata.
- P : Untuk potensi dan sumber daya yang ada di masyarakat kalau boleh tahu apa aja Pak?
- N : Potensi jelas SDM-nya mendukung, kemudian SDA-nya juga mendukung karena situ wilayahnya juga masih asri, itu juga dari kebanyakan kan tamu luar juga lebih senang dengan natural *nggih*?
- P : Iya,
- N : Alamnya juga natural, kemudian banyak rumah-rumah yang masih lestari, rumah yang kayak joglo, itu kan menjadi daya tarik yang merupaka sebuah potensi tersendiri.
- P : Terus dengan adanya Desa Wisata ini dapat melindungi masyarakat dalam sosial ekonomi nggak Pak? Membantu gitu?
- N : *Oh* jelas iya, jadi bagi Ibu-Ibu yang dulunya tidak ada kegiatan ekonomi, dengan adanya kampung atau desa wisata ini kan berdaya, mereka bisa menjual jasanya, yang bisa masak juga masak, yang bisa *outbound* juga membantu di *outbound* dan sebagainya, kita menambah *income* bagi mereka.
- P : Berarti di sini warganya masih petani gitu ya Pak?

- N : Sebagian besar yang Ibu-Ibu terutama petani, ya ini kan pemberdayaan yang Ibu-Ibu kebanyakan *nggih*.
- P : Terus faktor pendukung apa saja yang dimiliki dalam proses pemberdayaan masyarakat ini Pak?
- N : Ya jelas tadi SDM-nya tadi *nggih*, mereka masyarakat sudah bisa menerima Desa Wisata salah satu kunci pokok atau pendukungnya. Kemudian alam, *culture*-nya juga mereka juga beragam dan sebagainya.
- P : Kalau untuk penghambatnya Pak?
- N : Kalau penghambat apa ya *e*
- P : Dalam proses pemberdayaan dari awal sampai saat ini yang paling menghambat itu apa Pak?
- N : Mungkin terkait di pendanaan ya itu yang menjadi kendala di pelaksanaan, jadi kalau kita sering ada pelatihan dan lain sebagainya itu karena pendanaan juga tidak relatif sedikit itu yang menjadi kendala.
- P : Terus selanjutnya apa yang menjadi daya tarik Desa Wisata Tembi Pak?
- N : Desa Wisata Tembi sudah ada *homestay* yang bertaraf Internasional dan berbintang, terus kemudian ada paket *out bound*-nya, ya mungkin itu.
- P : Untuk potensinya Pak?
- N : Potensinya kan hampir sama itu ya
- P : Tadi?
- N : *Nggih*, SDM-nya juga mendukung, kemudian SDA-nya itu juga banyak yang masih asri, mohon maaf sebentar di-*cut* dulu
- P : *Oh* boleh boleh,
- N : Mohon maaf *nggih* Saya
- P : Untuk Desa Wisata sendiri struktur pengurusannya gimana Pak?
- N : Kita juga sudah membuat SK terkait kayak Pokdarwis ya (Kelompok Sadar Wisata)
- P : Berarti ini baru saja dibuat ya Pak ya?
- N : Iya sudah ada SK-nya, bahkan untuk yang Desa Wisata ini sudah ada SK dari Bupati ini yang Desa Wisata Tembi kita sudah ada dan aktif *alhamdulillah*, jadi kalau pelindung jelas Pak Lurah, ketua itu Pak Daud, itu yang sekaligus pemilik ada *homestay*-nya sana, ada beberapa *homestay* di sana itu yang aktif beliau Pak Daud itu.
- P : Terus untuk dalam pembangunan SDM-nya apakah pemerintah ikut berkontribusi memberikan pelatihan?

- N : Oh ya, itu baik yang dari kabupaten *e* tapi yang lebih konsen kabupaten, karena yang berkompeten terutama yang membidangi terkait Desa Wisata kan kabupaten, kalau kita kan tidak ada seksi khusus terkait kombinasi masa itu sehingga kita tidak paham bagaimana terkait akses membangun itu, jadi yang punya bidang khusus itu dari kabupaten, dan *alhamdulillah* kabupaten juga ada keseriusan untuk ke sana.
- P : Untuk pelatihanya tersebut dilakukan secara terjadwal atau enggak Pak?
- N : Yang selama ini ya minimal setiap tahun itu ada evaluasi dan pertemuan terkait pembinaan itu,
- P : Pemerintah sendiri menjalin kemitraan nggak Pak? Atau kerjasama dalam pengembangan Desa Wisata?
- N : *Oh* iya, jadi tetap melibatkan pihak ke-tiga, terutama perusahaan-perusahaan itu perusahaan swasta,
- P : Perusahaan sekitar?
- N : Iya, jelas kalau pemerintah sendiri tidak mampu, terutama ini mendukung terkait pariwisata *nggih*, pariwisata itu kan banyak sektor yang mendukung, tidak hanya dari pemerintah saja.
- P : Terus apakah pemerintah ikut melakukan kegiatan di Desa Wisata Pak? Kayak ikut ada acara juga di Desa Wisata gitu?
- N : Iya, jadi kadang ketika di Kabupaten sendiri sudah tidak ada tempat untuk pertemuan, biasanya akhir tahun itu agenda pertemuan luar biasa banyak, itu kita pakai di Desa Wisata.
- P : Untuk promosi yang dilakukan Desa Wisata untuk pengembangan desa dan pemberdayaan masyarakat gimana Pak?
- N : Itu promosinya kalau dari pemerintah ya ketika ada *event-event* atau kegiatan baik sifatnya lokal atau yang nasional itu kita sampaikan bahwa di wilayah kita ada Desa Wisata ini, kemudian pakai IT ya tentu dari mereka sendiri juga sudah paham menggunakan web.
- P : Untuk target sasarannya sendiri Pak, lebih ke wisatawan yang di Indonesia atau antar negara?
- N : Sebagian besar luar negeri,
- P : Kebanyakan?
- N : *Nggih* banyaknya luar negeri lah akhirnya, karena memang mereka juga dari sisi *financial* mampu, dan juga memang sudah pakatnya itu kalau berwisata di Jogja da sebagainya itu sering mampir ke Desa Wisata Tembi, kalau lokal jarang ya, mungkin kalau lintas provinsi mungkin iya, kalau lokal ini mungkin hanya
- P : Dari Jogjanya sendiri jarang ya?
- N : *Nggih*, mungkin hanya *out bound* mungkin loh, tapi jarang. Lebih banyak yang luar,

- P : Kan tadi *ee* promosi pakai media internet ya Pak y a, website dan segala macam, itu tuh efektif nggak Pak?
- N : Efektif *nggih*, efektif
- P : Efektif sekali?
- N : Efektif *njih*,
- P : Terus untuk organisasi masyarakat di Desa Pak, kalau organisasinya apa saja di Desa Wisata ini?
- N : Maksud?
- P : Jadi kan di desa pasti ada organisasi kan untuk Desa Wisata, itu ada nggak kira-kira Pak komunitas gitu gitu, untuk Desa Wisata?
- N : Kalau komunitasnya belum, kita belum ada, *nggih*, karena kita baru satu ya, Desa Wisatanya baru satu, belum ada
- P : Belum ada, jadi belum ada komunitas
- N : Belum ada paguyuban atau komunitas belum ada
- P : Pokdarwis pun baru dibikin ya?
- N : Ya baru satu itu,
- P : Itu aja Pak, makasih banyak ya Pak.
- N : Oke,

TRANSKRIP WAWANCARA
Sekretaris Desa Wisata Nglanggeran

Narasumber (N) : Sugeng Handoko

P : Oke, permisi ya Pak ya, jadi untuk desa wisata ini untuk strateginya apa aja Pak?

N : Strategi *ee*

P : Strategi pengembangan yang dilakukan untuk pemberdayaan masyarakat?

N : Jadi kalau kami sebenarnya awalnya dulu kan memang lebih ke gerakan menjaga lingkungan, jadi lebih ke aktivitas konservasi, menjaga kawasan gunung ini agar tidak rusak lah intinya, kemudian ya strateginya lebih ke mengajak ke arah situ, jadi lingkungan itu kami jadikan musuh utama untuk dikalahkan. Jadi jangan sampai lingkungan itu berdampak negatif ke masyarakat, jadi bukan *e* awalnya itu bukan untuk menjadi sebuah tempat wisata sebenarnya

P : Berarti cuman buat merapikan lingkungan saja ya?

N : *Njih* jadi kalau dulu kan pemanfaatan alam itu lebih secara langsung ya, jadi pemanfaatan batu, kayu, pohon itu oleh masyarakat itu secara langsung dulu masih digarap. Lah saat ini itu kan memang kita fokus untuk dijaga dan dikelola dijadikan tempat wisata.

P : Dijadikan tempat wisata,

N : *Njih*,

P : Terus masyarakat di sini berperan penting nggak Pak dalam Desa Wisata ini?

N : Iya, karena unsur utamanya adalah masyarakat, jadi di kami itu adalah visi kami itu kan menjadi Desa Wisata unggulan, dengan kawasan ekowisata, berwawasan luas, berbasis masyarakat. Jadi masyarakat sebagai pelaku dan penerima manfaat pertama dari pengembangan pariwisata.

P : Jadi langsung Pak ya manfaatnya?

N : Iya,

P : Terus untuk Desa Wisata ini apa saja Pak pemberdayaan yang dilakukan?

N : Kalau kita cukup banyak sebenarnya, yang pertama mereka yang terlibat langsung di Pariwisata, kita kan mengelola 3 destinasi ya, Gunung Api Purba, Gunung Nglanggeran, Air Terjun Kedung Kandang, masing-masing di situ ada tim yang mereka terjun di Lapangan, baik itu petugas parkir, petugas loket, kebersihan, kemudian ada juga yang mereka membangun *e* apa sarana di sana. Kemudian yang ke-dua itu selain terjun langsung di pengelolaan pariwisata itu mereka yang menangkap peluang dan mengembangkan usaha dari kegiatan pariwisata. Contohnya ada yang pedagang, ada yang kuliner, ada yang jasa rental mobil

- P : Rental mobil juga ada yang dari masyarakatnya ya?
- N : *Nggih*, ada yang dari masyarakat juga, kemudian ada juga kelompok-kelompok masyarakat yang memang kita tumbuhkan untuk mereka dikolaborasikan dengan kegiatan pariwisata. Contohnya ada kelompok *homestay*, jadi kami punya 80 *homestay* itu tersebar di sini. Mereka menjadikan rumahnya itu untuk menginap wisatawan, kemudian ada juga kelompok ternak kambing etawa, itu dijadikan satu kemudian ada atraksi pariwisata di sana. Kemudian ada kelompok kesenian yang dulunya mungkin setahun itu sekali maksimal 2 kali tampil itu pun karena ada hajatan atau diundang di daerah lain, nah saat ini kita jadikan atraksi jadi *welcome dance*-nya adalah kesenian. Kemudian kayak kegiatan *living* kayak gini malamnya mereka belajar tentang kesenian, lah itu mereka juga dilibatkan.
- P : Berkontribusi berarti ya Pak ya?
- N : *Nggih*,
- P : Berarti secara langsung pemberdayaan ini juga *e* masyarakat juga langsung turut andil ya Pak ya?
- N : *Nggih*, betul.
- P : Terus *ee* dengan pemberdayaan ini apa pengelola mengasih *fee* kepada masyarakat secara langsung atau gimana Pak?
- N : Kalau *fee* langsung dari pengelola itu yang mereka terjun langsung di pariwisata iya, jadi tim kami itu ada 150 orang, yang mereka menjadi terdaftar di pengelola, jadi yang petugas parkir, kebersihan, loket, kemudian tim manajemen, itu total ada 154, nah itu ada uang lelah yang kita berikan, itu per 2 minggu sekali, jadi kita distribusikan. Tapi masyarakat yang secara tidak langsung itu mereka mendapatkannya ya dari usaha yang dilakukan, contohnya *homestay* ya, *homestay* itu kita 1 manajemen masuknya di kami, tapi pembagian rupiahnya yang kita distribusikan ke mereka, *nggih* dari tamu masuk ke kami kemudian kami mendistribusikan.
- P : Mendistribusikan ke mereka gitu ya Pak ya?
- N : *Nggih*,
- P : Terus berarti kalau misalnya ada pelaksanaan atau kegiatan, terus kayak perencanaan gitu masyarakat juga dilibatkan *nggak* Pak dalam pengambilan keputusan?
- N : *Nggih*, iya, jadi kami punya forum ketemuan rutin ya, ada yang 2 minggu sekali, ada yang 1 minggu sekali, ada yang 35 hari sekali. Jadi biasanya yang masyarakat mereka terlibat banyak itu di yang malam Selasa Kliwonan, jadi per 35 hari.
- P : Berarti kalau untuk urusan dana apa ada bantuan juga dari pihak eksternal Pak?
- N : Dana ada beberapa yang dari luar, contohnya CSR, Hibah, kemudian kami juga mengakses dana kompetisi, kemudian dari pemerintah juga ada.
- P : *Oh* gitu, berarti dengan adanya pemberdayaan masyarakat ini bisa menjembatani antara masyarakat dengan pemerintah ya Pak?

- N : *Nggih*, betul
- P : Terus selain itu apa saja potensi dalam sumber daya yang dimiliki masyarakat Pak?
- N : Yang pertama itu potensi *eee skill* masyarakat ya, mereka punya keahlian masing-masing, ada yang ahli seni, ada yang ahli di bidang mungkin pengolahan produk, ada yang memiliki potensi di bidang pemanduan, itu salah satunya. Kemudian yang kedua selain *skill* itu juga aset yang dimiliki masyarakat, jadi contohnya ada beberapa aset publik di sini itu kami kerjasama dengan masyarakat. Contohnya pendopo yang di atas, di belakang sana itu yang bangun masyarakat, tanahnya milik masyarakat, tapi pengelolaannya diserahkan ke kami untuk kemudian bagi hasil. Jadi itu yang ke-dua potensi yang dimiliki. Kemudian yang ke-tiga itu aset jaringan mereka juga, jadi mereka kan punya koneksi ya, itu juga sering kita gunakan untuk proses pengembangan di desa, contohnya ada kegiatan dengan salah satu komunitas atau dengan pemerintah atau dengan individu, nah itu bisa digunakan untuk mereka mempromosikan atau menyampaikan informasi tentang Nglanggeran kemudian bisa terjalin komunikasi dan kerjasama.
- P : Jadi ikut membantu juga promosi ya Pak ya?
- N : *Njih* betul,
- P : Terus pengelola sendiri secara nggak langsung membantu sosial ekonomi warga nggak Pak?
- N : Secara langsung pun iya, jadi dampak sosial, dampak ekonomi, dampak lingkungannya yang terjadi setelah kegiatan ini itu cukup signifikan, *plus minus*-nya tetap ada, mungkin secara *minus*-nya terkait dampak lingkungan ya, kalau dulu mungkin tidak ada orang yang datang ke desa kami, tidak ada sampah di sini. Tapi dengan banyaknya orang yang datang itu sampah menjadi tantangan. Nah, kami cara mengatasinya ya dengan kegiatan-kegiatan sapu gunung 2 minggu sekali, kemudian dikelola di tempat pengolahan sampah di *ee* yang kita siapkan, kemudian terkait sosialnya mungkin dulu budaya orang luar itu tidak pernah masuk ke sini karena nggak pernah ada orang yang datang ke sini, nah saat ini ada berbagai macam jenis wisatawan dengan karakteristik masing-masing, lah itu juga menjadi sebuah tantangan juga. Nah salah satu cara kami membentengi itu ada kegiatan rutin, ada pengajian rutin, kemudian pengangkatan kearifan dan kesenian lokal itu juga membentengi untuk di situ. Kalau yang secara ekonomi dampak negatifnya mungkin tidak begitu kelihatan karena lebih cenderung ke positif, kalau dampak positif di lingkungan itu Nglanggran saat ini semakin hijau, jadi dulu ketika masyarakat butuh uang untuk sekolah anaknya, untuk biaya kesehariannya, mereka memanen ATM hijaunya pohon itu untuk dijual, lah saat ini setelah pengembangan pariwisata itu mereka bisa menabung, jadi dari hasil itu ditabung dan tidak lagi *me e* mengambil pohonya, jadi pohon itu *opsi* yang ke-sekian. Kalau dulu ya itu yang diambil, jadi ada ternak, ada pohon, ya asetnya kayak gitu, ada hasil pertanian, tapi saat ini setelah ada pariwisata dari tabungannya itu sudah bisa membantu untuk kegiatan sekolah, kegiatan keseharian. Dampak positif di ekonomi itu cukup banyak ya, dulu tidak ada perputaran rupiah di sini saat ini ya hampir semua masyarakat bisa menangkap itu. Kemudian dampak positif di sosial itu masyarakat kami semakin kuat untuk proses *e* ya kebersamaanya, kemudian pengalaman dan wawasannya semakin meningkat, kemudian

sekarang hampir tidak akan ada lagi perceraian, kalau dulu tingkat perceraian itu cukup tinggi di desa kami, karena tingkat urbanisasi dan orang pergi ke luar negeri itu cukup banyak dulu. Nah, saat ini mereka tinggal dalam 1 rumah, tidak harus jauh-jauhan, kemudian ketika di aktifitas pariwisata minimal digunakan untuk *homestay* mereka akan harmonis, ketika ada tamu minimal *ora do padu*, tidak *ee* apa ya istilahnya ya cek cok gitu loh,

P : Waktu ada tamu gitu ya?

N : *He'eh*, jadi mereka semakin apa ya *e* menjaga ikatan itu, nah yang awalnya mungkin sedikit terpaksa, tetapi lama kelamaan menjadi kebiasaan, ya gitu.

P : Terus kalau dengan pemberdayaan masyarakatnya sendiri Pak? Ada nggak faktor pendukungnya untuk memberdayakan masyarakat sendiri? kan tentunya kan pasti nggak mudah kan Pak

N : Betul, kalau faktor pendukung itu yang pertama harus ada penggerakannya. Jadi sebuah desa, sebuah komunitas, sebuah kawasan, itu sulit untuk bergerak itu karena motor penggerakannya yang tidak mau berperan di situ. Jadi ya Indonesia itu berapa ribu desa, tetapi berapa desa yang dia mau melakukan inovasi dan bergerak, jadi menurut Saya salah satu faktornya adalah penggerakannya, kemudian yang ke-dua sistem sosial yang kondusif itu juga harus diciptakan, jadi kadang ada motor penggerakannya tapi sistem sosialnya itu tidak kondusif di situ. Jadi orang cenderung mereka terlalu individualisme ataupun terlalu *mikirke duit banget* dia tidak

P : Tidak memikirkan

N : *He'eh* tidak memikirkan nilai-nilai lingkungan dan sosial yang ada di kawasan itu, itu juga sulit untuk diberdayakan. Kemudian *ee* ya sebenarnya yang pertama kali itu harus menyadari dulu lah, menyadari potensi yang dimiliki, menyadari *ee* apa aset yang bisa dikembangkan secara bersama-sama, kemudian ada motor penggerakannya, lingkungannya kondusif, kemudian dia mau untuk berubah. Jadi, berubah secara bersama-sama tidak secara individu ataupun hanya satu kelompok kecil.

P : Terus faktor penghambatnya apa aja Pak?

N : Kalau penghambatnya sangat banyak sebenarnya, kompleks ya, di desa itu kayak gudangan lah istilahnya, gado-gado, ada tua, ada muda, ada kecil, ada pinter, ada yang *keminter*, ada yang *ee* itu sangat kompleks pendidikannya ada yang SD, ada yang SMP, ada yang Sarjana, ada yang nah itu menjadi sebuah tantangan tersendiri, heterogen di dalam sebuah desa, itu yang pertama. Kemudian yang ke-dua kecenderungan berada di dalam kondisi nyaman, itu tidak *e* tidak apa ya sulit untuk digerakkan, jadi *ngene wae cukup*, seperti ini saja sudah cukup,

P : Nggak mau lebih gitu Pak?

N : Nggak mau lebih, sebenarnya ya tidak hanya ini itu cukup enggak, tapi karena dia itu tidak mau bergerak dan berubah, jadi seakan-akan sudah *e* yaudah *ngene wae urip* gitu, gini aja hidup ngapain harus bersusah-susah lagi. Kemudian yang ke-tiga lebih ke faktor *e* mungkin ada salah satu yang tokoh kunci itu juga penting di dalam sebuah komunitas, mereka juga

harus kadang ketika kebudayaan suatu desa atau daerah itu terlalu *e* apa sangat kuat, itu sangat tergantung ke tokoh kunci di situ. Ketika tokoh kuncinya tidak, ya yang lain pun tidak, dia tidak mau untuk

P : Berarti harus dari tokoh kuncinya dulu ya Pak ya?

N : Salah satunya iya, jadi mereka minimal di klik kan dengan ide kita motor penggerak itu yang akan melakukan upaya pemberdayaan di sana.

P : Terus untuk daya tarik wisata Nglanggeran ini apa sih Pak?

N : Kalau kami sebenarnya ada yang alam itu ya tadi disebutkan, gunung, embung, air terjun, kemudian kalau yang budaya ya atraksi budaya itu, aktraksi kegiatan *e* kemudian itu yang seni budayanya. Kemudian ada potensi ya kearifan lokal itu jadi daya tarik juga, orang yang dari luar daerah misalnya dari luar Jogja itu mereka *e* bahkan dari luar negeri ya mungkin melihat *wong ngareng* atau orang bikin arang itu menjadi suatu yang bagi dia itu sesuatu yang wah, bahkan ada yang menyampaikan Saya mau beli CD Videonya, jadi kita itu pernah bikin tutorial ngareng jadi bikin arang itu dengan kayu sampai jadi karena ya itu mereka sangat tertarik dengan *e* ya ternyata ada lho sistem kayak gini, bagi kami bagi masyarakat desa itu hal yang biasa tidak bernilai apa-apa, tapi bagi mereka itu menjadi sesuatu yang menarik. Jadi menurut Saya ya itu perspektif pandang orang di luar dengan kita yaitu harus dicarai apa yang menjadi potensinya.

P : Terus untuk struktur kepengurusan Desa Wisata ini gimana Pak?

N : Kalau di kami itu pengelolaanya di Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata), yaitu sebenarnya perwakilan dari beberapa kelompok yang ada di masyarakat. Kemudian saat ini kami berada di bawah BUM Des (Badan Usaha Milik Desa), walaupun lahirnya duluan pengelola wisata. Kemudian kalau isinya ya rata-rata didominasi oleh teman-teman pemuda, jadi awalnya dulu lebih ke karang taruna,

P : Oh dulu karang taruna?

N : Lebih ke karang taruna, tapi karang taruna kan nggak bisa ngomong bisnis, nggak bisa ngomong wisata, nggak bisa ngomong *ee* ya karang taruna itu lebih ke sosial, rekreasi, olahraga, kesenian.

P : Aktifitas biasa?

N : *He'eh* aktifis sosial lah, nah dari situ kita mencoba kelembagaanya dinaikkan Pokdarwis, kemudian isinya juga lebih kompleks tetapi didominasi oleh pemuda,

P : Terus dalam pembangunan SDM apa pengelola memberikan pelatihan?

N : Iya, pelatihan itu kami lakukan, jadi awal-awal dulu pun yang menjadi kunci kami itu bukan bangun infrastruktur, tapi membangun SDM-nya. Saya masih sangat ingat jadi pertama kali dana kami dapat itu di 2011 itu PNPM Pariwisata, lah di situ Saya 3 tahun kan jadi fasilitator PNPM-nya, nah jadi lebih ke *e* yang kita gunakan infrastruktur itu 30%, 70% itu untuk latihan, buka wawasan, mentransfer *skill* ke mereka, jadi itu yang menurut Saya menjadi penting. Ketika SDM-nya siap mau nyari untuk bangun infrastruktur itu lebih mudah.

- P : Lanjut ya Pak ya?
- N : *Nggih*,
- P : Berarti pelatihan itu dilakukan secara terjadwal atau enggak? Sering dilakukan atau enggak?
- N : Ada beberapa yang *e* awal-awal dulu memang karena ada programnya, kemudian kita rencanakan, jadi apa yang menjadi kebutuhan, kemudian kita tindakan, bahkan sampai di tingkat 1 tingkat 2. Jadi dasar dulu tentang pengelolaan *home stay*, kemudian ketika sudah ini naik ke tingkat ke-dua, begitu lanjutan. Kalau saat ini sebenarnya lebih tidak terlalu terjadwal, jadi sesuai kebutuhan, kemudian ada beberapa kalau saat ini sudah banyak lah akses yang bisa kami gunakan. Ada yang diselenggarakan oleh pemerintah, ada yang dari kementerian, ada yang kita sendiri, ada yang kita mengikuti pelatihan dari penyelenggara pihak lain, kadang tim kami ada yang ikut, kemudian ketika ada pertemuan dengan masyarakat itu nanti akan transfer ilmu di sana. Jadi pertemuan rutin itu juga kami gunakan untuk transfer informasi.
- P : Terus Desa Wisata ini menjalin kemitraan nggak Pak dengan perusahaan luar?
- N : Kemitraan ada, bahkan kita punya 8 pola kerjasama ya, nanti detailnya bisa tak kirimkan, tapi sebagai ilustrasi ya kalau di Kemenpar itu sering diilustrasikan dengan pentahelix itu sebenarnya juga terjadi di sini, bahkan lebih dari itu lah *ee* yang coba kami lakukan, yaitu dengan akademisi ada, dengan pemerintah, komunitas, kemudian dengan swasta, BUMN, NGO, itu juga kita lakukan.
- P : Yang paling sering biasanya ngadain kegiatan di sini pemerintahan atau
- N : Kalau sebenarnya *e* kegiatan apa maksudnya?
- P : Kegiatan apa wisata atau apa
- N : Kegiatan wisata?
- P : Wisata ataupun biasanya bagi informasi gitu Pak
- N : Kalau untuk pengembangan itu sebenarnya lebih banyak kami mengakses itu program-program dari ya CSR, BUMN, kemudian ada juga yang akademisi mereka kan punya program *e* kalau di kampus kalau mahasiswa kan ada PKM ya, kalau dosen itu ada namanya IBM itu, lah itu juga kita akses.
- P : Untuk promosi yang dilakukan Desa Nglanggran apa aja Pak?
- N : Ada dua, dengan *offline* dan dengan *online*, kalau *offline* itu biasanya ya *leaflet*, kemudian pameran, kita ikut *travel dialog*, *table top* kayak gitu. Kalau *online* ya banyak sih sekarang *chanel*, kalau dulu awal-awal dulu masih menggunakan *friendstar* itu pernah, *blog*, *website*, sekarang media sosial yang rame apa kita ada di situ.
- P : Berarti Desa Nglanggran sendiri target sasarnya wisata luar atau wisata dalam negeri Pak?

N : Kalau *e* jadi sebenarnya ada pergeseran ya, pergeseran tipikal dan ketertarikan orang yang datang ke Nglanggran, awal-awal dulu itu lebih banyak yang kami bidik itu adalah siswa sekolah, karena mereka punya program *e* apa kemah ya awal-awal dulu, karena kita belum punya paket, belum punya fasilitas dan segala macam, *sing* penting ada lapangan dia bisa kegiatan di situ. Kemudian bergeser sudah masuk ke mahasiswa, mahasiswa itu kegiatan Makrab, *outbound*, nah kita masuk ke sana, ada fasilitas dan program yang kami tawarkan, ada makanya, ada tempatnya, ada kegiatannya. Kemudian bergeser ke *coorporate*, jadi tidak hanya mahasiswa tapi perusahaan, perusahaan ataupun kantor-kantor yang mereka punya kegiatan *gathering*, kemudian ada yang misalkan keluarga, kemudian saat ini itu lebih banyak ke orang yang mau belajar, jadi edukasi, jadi kegiatan *study banding* itu yang saat ini sedang *trend*-nya paling banyak di kami. Kunjungan individu atau umum itu tidak terlalu signifikan, karena memang itu yang kami harapkan, pola ini kami geser karena di 2014 itu kunjungan tertinggi kami, 1 tahun 325 ribu orang, tapi masalahnya juga besar, lingkungan, vandalisme, berisik, air, dan bagi kami itu tidak nyaman. Jadi *e* ya yang datang ya mohon maaf generasi anak-anak alay yang senangnya nyoret-nyoret batu kemudian buang sampah sembarangan dan itu menjadi masalah. 2015 sampai saat ini itu kami memiliki komitmen untuk mencoba mengurangi kunjungan wisatawan yang datang ke sini yang sifatnya kunjungan sehari, jadi lebih kita tawarkan ke paket-paket wisata dan promosinya juga tepat sasaran. Kalau dulu yang penting semua orang tahu Nglanggran dan mau datang, nah saat ini yang kita bidik ya sekolah-sekolah yang ada program *life in*, kemudian *e* apa daerah-daerah yang memiliki potensi-potensi pengembangan mirip dengan Nglanggran nah itu kita komunikasikan.

P : Berarti promosi yang dipakai tadi efektif ya Pak ya?

N : Iya, sebenarnya menurut Saya jadi keuntungan ketika kita tersegmen itu energi yang dikeluarkan itu tidak terlalu besar, tapi manfaat yang dirasakan di masyarakat itu tinggi. Ya sebagai ilustrasi 2014 dengan 325 ribu itu hanya 1,4 M yang kami kelola, tapi di 2017 itu 151 ribu pengunjung tapi 1,9 M. Jadi walaupun orang yang datang itu sedikit tapi nilai ekonominya itu

P : Lebih banyak?

N : *He'eh* lebih banyak, jadi mereka yang milih paket, mereka yang menginap, dia yang milih program, itu lebih banyak. Dan tipe orang yang seperti itu belanja di masyarakat lebih tinggi, beda dengan

P : Yang lalu?

N : Iya anak-anak yang *e* kalau dulu yang rame tuh warung-warung chiki yang beli-beli minuman *e* apa jajanan kayak gitu, tapi sekarang lebih banyak yang produk-produk masyarakat, kayak coklat, susu, kemudian hasil pertanian dan segala macam.

P : Cuma sehari doang sih ya keliling itu ya Pak?

N : Betul, dan isi dompetnya beda, kalau dulu mungkin dia ya *sangune* ketika wisata itu katakanlah maksimal 50 ribu, nah segmen yang saat ini itu ya lebih dari itu, bahkan ketika

anak-anak *list* ini itu kita tanya mereka paket 1 sekolah sini itu berapa ke sini? Dia 2 juta, 2,5 juta, *sangune* ya iya itu yang menurut Saya menjadi potensial.

P : Terus untuk organisasi warga di desa apa aja Pak?

N : Kalau organisasinya itu banyak ya, jadi masing-masing kelompok itu dikelompokkan sesuai dengan peminatan dan *passion*-nya lah, ya itu ada kelompok tani,

P : Dalam bentuk masing-masing ini ya Pak fokusnya sendiri ya?

N : *Njih*, ada kelompok ternak, ya itu ada kelompok kuliner, ada kelompok kesenian, ada kelompok yang mereka *e* ya ini yang baru kita kembangkan coklat, ada kelompok batik rencana kita kembangkan, ada kelompok SPA, itu juga masing-masing.

P : Cukup Pak kalau begitu, makasih ya Pak.

N : *Njih* sama-sama.



TRANSKRIP WAWANCARA

Sekretaris Daerah Desa Nglanggeran

Narasumber (N) : Rusmiyati

P : Untuk pemberdayaan masyarakat sendiri di sini Buk, dengan adanya Desa Wisata Nglanggran menurut Ibu apa yang dilakukan oleh pengelola Desa Wisata sudah cukup membantu masyarakat atau belum?

N : Kalau dibilang maksimal pasti kami mintanya akan lebih maksimal lagi, tapi ya selama ini memang sudah berjalan baik khususnya untuk pengelolaan itu sendiri kan melibatkan banyak masyarakat, banyak pemuda di sini, dan akhirnya untuk yang pengurusnya di wisata sana tenaga kerja yang dari parkir dan itu semua juga dari masyarakat kami, terus setelah tahapan kami berjalan di wisatanya kan masyarakat setempat juga mendapatkan imbasnya, ada *homestay*, ada kuliner, juga ada pemberdayaan-pemberdayaan lain yang tentunya meningkatkan ekonomi masyarakat bawah.

P : Oh gitu ya, terus dengan adanya pemberdayaan ini penting nggak menurut Ibu? Harus lebih ditingkatkan lagi nggak?

N : Ya jelas,

P : Harus ditingkatkan?

N : Iya, soale kan setiap tahunnya kan kami pasti memberikan dana, lebih banyak dari pada dana desa, dan itu memang kami fokuskan untuk pelatihan-pelatihan yang itu nanti bisa dijual pada saat wisatawan yang datang ke daerah kami.

P : Apa dengan Desa Wisata Nglanggran itu masyarakat mendapatkan *fee* Buk? Mendapatkan uang ibaratnya gitu,

N : Maksudnya dengan adanya kegiatan itu?

P : Pemasukan

N : Iya, pasti, karena kan yang *homestay* itu kan juga dari masyarakat kami, memang di sana ada sekitar berapa 80-an lebih mungkin untuk *homestay*, nah fasilitas mereka kan itu secara tidak langsung berdampak pada ekonomi mereka, seperti *ee* untuk penginapannya, fasilitas yang diberikan pada saat untuk makan atau apapun kan pada induk semuanya, jadi mereka secara tidak langsung meskipun tidak diberi langsung oleh ituloh *e* yang ikut itu yang ikut *life in*, tapi kan di pengelola kami kan dia sudah mendapat, jadi untuk paketan yang ini nih untuk berapa hari mereka sudah tinggal diberikan berapa hari menginap di sini seperti itu, berapa hari di situ, kan sudah ada itu.

P : Terus dengan kegiatan ini sendiri masyarakat ikut turun langsung nggak Buk dalam pelaksanaannya, terus itu pengambilan keputusannya dan lain-lainya itu?

- N : Kalau pengambilan keputusan memang semuanya di sini kan dimusyawarahkan, mulai dari pembangunan, mulai dari *e* kalau yang *event-event* memang biasanya kan mereka langsung ke pengelola, di-*handle* sama pengelola, tapi kalau keikutsertaan memang iya karena pada saatnya itu tadi, pada saat di *homestay* memang kan yang punya rumah kan mereka terjun langsung, tidak lewat orang lain, benar-bener mereka menerima pekerjaan itu sendiri dan memberikanya kepada para yang menginap itu.
- P : Terus dalam pemberdayaan masyarakat sendiri kan tentunya memerlukan dana ya Bu ya?
- N : Iya,
- P : Terus ada dana masukan nggak dari luar Buk?
- N : Kalau yang dari luar maksudnya yang dari APB Des atau dari pihak lain atau sama?
- P : Dari pihak lain bisa dari desa juga bisa,
- N : Kalau dari pemerintah kan dana banyak, seperti dari Pertamina, seperti Bank Mandiri, seperti BI, itu kan banyak yang diberikan fasilitas di Nglanggran. Terus kalau yang dari desa termasuk dari APB Des itu kebanyakan dari tadi yang dari dana desa tadi, setiap tahunnya memang kami memberikan untuk pelatihan-pelatihan juga untuk infrastruktur seperti palung wisata, taman wisata, memang di desa setiap tahunnya menganggarkan untuk fasilitas, menganggarkan fasilitas di sana.
- P : Terus dengan kegiatan pemberdayaan masyarakat ini sendiri bisa menjembatani antara masyarakat dan pemerintah nggak Buk?
- N : Gimana?
- P : Nah jadi masyarakat itu jadi bergantung kepada pemerintah gitu apa apa diomongin? Menjembatani lah ibaratnya,
- N : Kalau biasanya kan mereka dilibatkan langsung, kalau ketergantungan tidak sih, jadi mereka kan secara tidak langsung ide-ide mereka maupun apa yang harus mereka sampaikan kepada Pemerintah Desa pun bisa lewat musyawarah itu.
- P : Terus untuk masyarakatnya sendiri menurut Ibu apa lagi potensi masyarakat yang harus ditingkatkan?
- N : Kalau yang kemarin kan seperti ada *e* kita menganggarkan untuk rias, ada kreasi janur, karena memang pada kreasi janur itu pada *life in* atau *event-event* tertentu seperti mantenan atau apapun kan butuh kegiatan seperti itu, itu kami sudah memberikan pelatihan-pelatihan lewat sumbernya dari dana desa. Terus yang Griya SPA itu ada pelatihan dari *ee* mungkin seperti anu itu loh Mustika Ratu atau apa, tapi bukan Mustika Ratu, tapi apa lupa, itu mereka ada. Cuma di gedungnya kami memang belum ada. Terus yang Griya Batik itu pelatihanya baru akan menyusul, tapi gedungnya sekarang baru proses
- P : Pembangunan?
- N : *He'eh*, jadi mungkin pelatihan-pelatihan yang harus kami harapkan ya mungkin bisa

- P : Yang udah ada pembangunan itu?
- N : Iya, harapan kami juga bisa mengembangkan wisata kami.
- P : Berarti terkendala bangunan ya untuk saat ini?
- N : Iya,
- P : Kalau buat keeterampilan?
- N : Ya kalau sekarang memang seperti *e* mungkin kalau dana ada, tapi kan untuk tanah atau apa kan memang *e* memang kami kan kalau tanah kas atau apa kan juga butuh proses to sampai ke sana ini dijadikan apa, iya, tidak semudah milik kita sendiri yang punya Uang, tinggal bangun itu.
- P : Terus dengan adanya Desa Pariwisata berarti sosial ekonomi masyarakat di sini terbantu atau enggak Buk menurut Ibu?
- N : Ya terbantu sekali,
- P : Signifikan nggak?
- N : Banyak, masalahnya kan ya itu di *homestay* itu peningkatan kami yang dulunya itu memang masyarakatnya pengen merantau waktu itu memang sudah ada lapangan pekerjaan di sini, yang dulunya tidak ada usaha, yang mereka cuman dengan bertani atau apa apa bisa mengembangkan sekaligus cuman dengan warung klontongan, dengan warung makan yang kecil tapi kan itu juga sudah membantu ekonomi mereka, setidaknya meningkat lah, tidak terlalu besar, tapi kan memang butuh proses kan? Karena perkembangannya juga *e* dari yang tidak ada wisatawan, jadi sedikit sedikit debit baru merasakan mereka bener-bener kalau sekarang memang lebih banyak
- P : Wisatawan?
- N : *He'eh* iya,
- P : Terus untuk daya tarik Desa Wisatanya ini sendiri apa Buk di Desa Nglanggran?
- N : Kalau Desa Nglanggran tuh Gunung Api Purba, embung, kedung kandang, terus kampung pitu, terus ada yang di sini itu baru itu Song kanting yang di Karang Sari, terus mungkin ada yang seperti *e* kan kita wisatawan itu yang ekowisata, jadi mungkin dengan tidak semua yang menyukai istilahnya itu juga wisata khusus gitu Buk, seperti edukasi, juga seperti tempat griya coklat itu untuk penunjangnya itu mereka berlatih membuat coklat, membuat dodol kakao, terus yang untuk kelompok ternaknya mereka diajarkan untuk gimana memeras sapi gimana *e* seperti itu. Jadi yang pertama memang ya itu yang wisata alam, terus yang seperti Griya Coklat yang memeras susu sapi itu yang pendukungnya, ya itu dagang terakhir.
- P : Untuk struktur kepengurusan Desa Wisata ini gimana Buk?
- N : Kita ada *e* kelompok sadar wisata itu kan Pokdarwis, ada Pokdarwis. Ada ketua,
- P : Sudah tersusun?

- N : Iya, ada SK-nya sendiri,
- P : Terus siapa saja yang terlibat dalam kepengurusan Desa Wisata itu Buk?
- N : Kebanyakan di tempat kami dulu beranjak dari karang taruna, tapi sekarang sudah melibatkan umum, karena dulu juga wisata itu terbentuk dari nol, bener-bener mereka itu pahit bener-bener nol nggak ada apa-apanya sampai sekarang sudah berkembang, jadi yang dulu itu juga ikut merintis sekarang dijadikan pengurus seperti itu, jadi membangkitkan semangat yang muda-muda bagaimana Saya dulu itu merangkak iya.
- P : Terus dengan sumber daya manusianya sendiri pemerintah seperti misal Kepala Desa ikut berkontribusi ngasi keterampilan nggak Buk? ya pelatihan-pelatihan gitu
- N : Kalau yang Kepala Desa kan dia cuman memberikan kebijakan to, sebagai penentu kebijakan, jadi pada saat ada berembuk desa, ada musyawarah pembangunan Musrenbang (Musyawarah Rencana Pembangunan Desa) itu kan kami melibatkan forum masyarakat, ada yang BPD, LKMD, karang taruna, juga Pokdarwis yang di situ kan ada yang mengusulkan ini untuk pelatihan, ini untuk ini, ini untuk ini, nah pada saat kami membuat APB Des di situ kan juga Pak Kades memberikan kebijakan kalau melatih secara langsung memang tidak, tapi kan
- P : Memberi kebijakannya?
- N : Iya, jadi Pak Kades itu memberikan kebijakan, jadi seumpama di pengelola kan sudah mendapatkan penghasilannya *income*, nah di situ Pak Kades tidak pernah istilahnya mengintervensi tolong harus setor seperti ini tidak, tapi pada saat mereka belum bisa berjalan memang kami serahkan lagi kepada pengurus bagaimana untuk bisa mengembangkan *eee* di wisatanya itu, dikembalikan lagi ke pengelola wisatanya. Jadi kita tidak minta seperti PAD sebulunya segini, tapi kalau saat ini memang kami sudah mendapatkan dari wisata untuk yang langsung ke desa, tapi ada juga yang lewat pemerintah melalui retribusi wisata.
- P : Beda-beda ya Bu?
- N : Beda, kalau yang retribusi wisata kita dapat dari transfer dan itu masuk ke APB Des. Tapi kalau yang langsung dari pengelola memang 1 bulanya ada, belum yang dari BUM Des, karena wisata di tempat kami kan dinaungi BUM Des, di bawah naungan BUM Des, jadi kita dapat yang sendiri, dari daerah sendiri, dari BUM Des sendiri.
- P : Terus apakah pemerintah desa sendiri e Kepala Desa sendiri menjalin kemitraan untuk meningkatkan Desa Wisata?
- N : Selalu, dari nol itu mungkin setiap apapun yang ada di desa kami kan diberitahu kalau ada *event* maupun studi banding memang pemerintah kalau pas di sini wisata di sini, atau kalau pas di Gunung Api Purba nya di tempat wisata itu kami yang dipanggil ke sana.
- P : Oh gitu?
- N : *He'eh*, jadi mungkin ya *alhamdulillah* selama ini memang kami e istilahe menjalin kerjasama itu baik gitu, nggak e nggak istilahnya kiya yang ngotot seperti ini, ini harus seperti ini, tidak, kami tidak dekte itu tidak, tapi kan yang tahu di lapangan kan mereka gitu.

- P : Kita cuman menjalinya ya?
- N : Iya, memberikan kebijakan sepenuhnya di sana bagaimana, di Lapangan itu seperti apa, butuhnya apa, itu memang diberikan kewenangan penuh kepada pengelola wisata.
- P : Berarti pemerintah ikut melakukan kegiatan juga Bu ya?
- N : Iya, lah kan kalau biasanya kan kalau di pengelola wisata itu kan *ee* mungkin kan ada *ee* yo nggak mungkin, memang banyak dari luar yang memberikan fasilitas, *e* untuk meningkatkan fasilitas itu dana-dana dari mana untuk mengembangkan *e* misalnya di sana itu ada gasebo, bantuan gasebo, bantuan untuk infrastruktur, atau apapun, desa kan tahu. Jadi kita tidak *e* kita diberikan seperti ini ya *alhamdulillah*, istilahnya mereka tahu sendiri lah gimana mengembangkan seperti itu, jangan mungkin kita sebagai orang yang lebih *e* mungkin lebih di depan itu cuman istilahe ya mengikuti, mungkin mereka sudah *e* selama ini kita anggap mereka itu bisa mempertanggungjawabkan apa yang mereka
- P : Perbuat?
- N : *He'eh*, iya seperti itu.
- P : Terus untuk promosinya apa aja Buk untuk meningkatkan Desa Wisata?
- N : Yang Desa Wisata kalau dari pengelola sendiri kan banyak, ada yang dari instagram, misalnya Desa Nglanggran, ada yang dari *e* pokoknya dari internet, itu paling cepat memang paling cepat untuk berkembang.
- P : Untuk organisasinya sendiri apa aja Buk? Organisasi desa untuk Desa Wisata apa punya?
- N : Itu Pokdarwisnya itu,
- P : Pokdarwisnya aja berarti ya?
- N : *He'eh*, kelompok sadar wisata di sana, kan satu-satu desa kan jadi satu kan itu, tapi di sana ada 2 pengelola, 1 Pokdarwis itu maksudnya ada yang satunya mengelola embung sama mengelola gunung tapi jadi satu gitu loh, pertamanya kan cuman satu tapi kalau di sana kan dipisah, di pisah nanti pada saat kumpul atau apapun jadi satu, satu pengelola cuman untuk 1 tempat wisata.
- P : Bisa diceritakan nggak Buk gimana Desa Wisata Nglanggran itu bisa jadi Desa Wisata?
- N : Kalau yang dulu dari *e* pokoknya dari 2007 itu baru mulai berkembang
- P : 2007?
- N : Iya 2007 mulai berkembang, tapi sebelumnya kan Desa Nglanggran itu gunungnya seperti dulu yang *hiking*, hanya untuk anak-anak yang kemah naik gunung seperti itu, tapi kita tidak memungut apapun, karena dulu fasilitasnya tanah *e* jalan di depan itu kan masih berbatu, terus di sana juga belum *e* lingkungannya seperti sekarang tertata itu belum, masih semak belukar seperti itu. Terus dari keinginan karang taruna pada saat itu istilahnya *monggo*, ayo, sama mereka yang peemuda di sana itu kebanyakan kan dari sana kalau memang dari sini kan jauh, itu sama-sama mereka mengangkat *e* usaha untuk mengangkat wisata tadi,

istilahnya ya membersihkan, setiap minggu ada pertemuan, terus dana yang mereka dapat itu dulu tidak serta merta dari *e* itu tidak, enak kita mengeluarkan *e* apa istilahnya buat proposal ada dana masuk itu tidak, seperti mereka itu benar-bener dari nol, nanam pisang, terus nanam rumput, nanam apapun itu dijual, nanti itu uangnya itu dibuatkan untuk photo copy gunung itu, itu aja tidak berwarna loh, hitam putih, yang cuman ditempel, dan mereka hanya dengan proses jalan menempelnya, karena dulu juga kendaraan jarang, terus di *e* kita mengajukan proposal di dinas-dinas itu juga benar-bener sulit, mana to? Nglanggran itu seperti apa to? itu mereka benar-bener belum tahu. Sampai akhirnya setelah merintis-merintis, 2007 baru mulai jalan, terus di 2012 itu ada embung itu diresmikan oleh Pak Sri Sultan, dan ternyata yang harusnya untuk mengairi itu loh kebun durian ternyata bisa dijadikan untuk wisata, dan mungkin untuk kebunnya itu malah *e* kebun durian itu malah tertutup loh, yang terangkatnya malah wisatanya itu, pada saat itu *booming* yang benar-bener

P : *Booming*?

N : *He'eh*, padahal itu masih tanah yang benar-bener tanah yang cuman diratakan, dikeruk itu loh, terus dibuat embung itu tidak ada jalan yang serapi sekarang, benar-bener seperti di hutan gitu loh, tapi ya istilahnya tidak tertata rapi lah, terus ada di desa kami itu kebetulan ada tokoh dari pemuda kami yang ikut lomba itu di web dapat juara itu mendapatkan penghargaan juga sekaligus difasilitasi untuk membuat Nglanggran Mart itu harapannya dulu itu kan supaya bisa meng-*handle* atau memberikan fasilitas untuk masyarakat kami untuk memberikan dagangannya atau istilahnya hasil buminya itu sih, tapi tidak *e* sekarang belum begitu berjalan, karena yang dijual malah sembako, nah sekarang malah di sampingnya itu ada Griya Cokelat, yang di Griya Cokelat itu memang sudah berkembang, dan benar-bener yang di Griya Cokelat itu wisatawan atau apapun banyak yang ke situ, yang belajar yang *life in* itu banyak. Dari internet yang dari tokoh pemuda kami itu mulailah berkembang, terus ngikut perlombaan itu kebanyakan kami pasti dapat nomor, ya setidaknya dapat juara 3, juara 2, lah kemarin itu pas apa itu kan kalah dengan Rinjani sama yang Lombok, nah itu kami dapat juara 2, nah itu yang mungkin penghargaan terbaik kami yang 2017 kemarin yang itu ISTA itu

P : Yang ASEAN ya Bu?

N : *He'eh* yang ASEAN itu, *Indonesian Sustainable* itu, itu kan wisatawan berkelanjutan, jadi kita yang hanya jual sumber daya alam gunung dan embung akhirnya kami bisa mengembangkan bisa *homestay*, ada Griya SPA, ada yang SPA itu, yang benar-bener kita memberdayakan masyarakat setempat.

P : Seperti awalnya susah banget ya Bu ya?

N : Iya susah,

P : Menanam dulu,

N : Iya bener iya, merintis dari nol.

GAMBAR-GAMBAR PENUNJANG



Observasi wawancara dengan Dawud Subroto ketua Desa Wisata Tembi

Sumber : Dokumentasi Pribadi



Observasi wawancara dengan Sugeng Handoko Sekretaris Desa Wisata Nglanggeran

Sumber : Dokumentasi Pribadi



Piala Penghargaan yang di dapat oleh Desa Wisata Nglanggeran

Sumber : Dokumentasi Pribadi



Observasi wawancara dengan Rusmiyati Sekretaris Daerah Desa Nglanggeran

Sumber : Dokumentasi Pribadi