

SURAKARTA, 9 MEI 2018

PROSIDING

SLAMET RIYADI CONFERENCE ON PUBLIC
ADMINISTRATION (SRIPA)
2018



UNIVERSITAS
SLAMET RIYADI
SURAKARTA

DITERBITKAN OLEH :

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NEGARA
UNIVERSITAS SLAMET RIYADI
SURAKARTA
2018

ISBN

Prosiding Seminar
Slamet Riyadi Conference on Public Administration (SRIPA)

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

copyright@2018

ISBN :

Penyunting :

Johan Bhimo Sukoco, S.Sos, M.Si
Wulan Kinasih, S.Pd, MAP

Diterbitkan oleh :
Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Universitas Slamet Riyadi
Surakarta

Alamat Penerbit :
Program Studi Ilmu Administrasi Negara,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)
Universitas Slamet Riyadi (UNISRI) Surakarta.
Jl. Sumpah Pemuda No. 18, Kadipiro, Surakarta. Kode pos : 57136.
Telp. (0271) 856879. Website : www.fisip.unisri.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat rahmatnya kami dapat menyelesaikan penyusunan Prosiding Slamet Riyadi Conference on Public Administration (SRIPA) 2018 ini. Seminar ini menghadirkan beberapa pembicara yang expert di bidangnya, yaitu Dr. Didik G. Suharto, S.Sos, M.Si (Kepala Program Magister Administrasi Publik Universitas Sebelas Maret), Ir. Alpha Fabela Priyatmono, MT (Ketua Paguyuban Kampung Batik Laweyan, Dosen Universitas Muhammadiyah Surakarta), serta Dr Budy Sartono, M.Si (Sekretaris Dinas Pariwisata Kota Surakarta). Acara ini dimoderatori oleh Johan Bhimo Sukoco, S.Sos, M.Si (Dosen Ilmu Administrasi Negara, Universitas Slamet Riyadi).

SRIPA 2018 ini diikuti oleh berbagai partisipan maupun pemakalah dari berbagai institusi, seperti Universitas Dharmawangsa Medan, Universitas Sumatera Utara, STIE Kridatama Bandung, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Universitas Dr. Soetomo Surabaya, Universitas Widya Mataram Yogyakarta, STP Trisakti Jakarta, STIMIK Subang, Universitas Nahdatul Ulama Surakarta, Universitas Sebelas Maret, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Universitas Slamet Riyadi, dan Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Prosiding ini memuat sejumlah artikel hasil penelitian ataupun refleksi teoritik dan praktik sesuai tematik dalam seminar ini, terkait *Collaborative Governance* sebagai Strategi Pengembangan Desa Wisata di Indonesia. Beberapa artikel yang terpilih kami muat dalam jurnal. Kami ucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung berlangsungnya seminar maupun penyusunan prosiding ini, kepada :

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Slamet Riyadi (UNISRI) Surakarta, Drs. Budi Riyanto, M.Si, yang telah memfasilitasi berlangsungnya seminar ini.
2. Segenap panitia dari Himpunan Mahasiswa Administrasi Negara (HIMADI) yang telah bekerja keras dalam penyelenggaraan seminar dan mengkoordinasi artikel dalam prosiding ini.
3. Para penyunting naskah prosiding ini, Johan Bhimo Sukoco, S.Sos, M.Si dan Wulan Kinasih, S.Pd, MAP yang telah meluangkan waktunya melakukan review dan editing.
4. Segenap bapak/ibu yang telah berkontribusi dalam menyumbangkan artikelnya dalam prosiding ini.

Kami berharap, semoga prosiding ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, terutama dalam mengkaji permasalahan terkait *Collaborative Governance* sebagai Strategi Pengembangan Desa Wisata di Indonesia. Akhir kata, kami mohon maaf apabila terdapat hal-hal yang kurang berkenan dalam penyusunan prosiding ini. Kritik dan saran sangat kami butuhkan dalam pengembangan prosiding ini.

Surakarta,
Ketua Program Studi
Ilmu Administrasi Negara
Universitas Slamet Riyadi

Dra. Sri Riris Sugiyarti, M.Si

DAFTAR ISI

Strategi Pengelolaan Kampung Wisata Baluwarti Sebagai Destinasi Wisata Budaya di Kota Surakarta <i>Oleh. Hendra Wijayanto</i>	6
Inklusifisme dalam Pembangunan Objek Wisata di Pantai Pantai Pasir Putih Parbaba Kabupaten Samosir <i>Oleh. Kariaman Sinaga, Suwardi Lubis, Marlon Sihombing, dan Ritha F Dalimunthe</i>	19
Desa Wisata Dompok Kabupaten Trenggalek Sebagai Pendukung Percepatan Wisata di Kawasan Selingkar Wilis <i>Oleh. Ardhana Januar Mahardhani</i>	25
Peranan Sektor Pariwisata dalam Penyerapan Tenaga Kerja dan Peningkatan UMKM di Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan <i>Oleh. Ika Devy Pramudiana S.Iip M.Kp</i>	29
Peran Serta Pemerintah dalam Pembangunan Desa Melalui Kebijakan Desa Wisata <i>Oleh. Ian Aji Hermawan, S.H, M.H.</i>	38
Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengelolaan Desa Wisata Kaki Langit di Desa Mangunan, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul <i>Oleh. Johan Bhimo Sukoco</i>	50
Perencanaan Strategis dengan Pendekatan Scenario dalam Pengembangan Pariwisata Daerah <i>Oleh Wulan Kinasih</i>	60
Pengaruh Pembangunan di Desa Wisata Gancik di Daerah Selo Boyolali <i>Oleh. Lilis Setyowati, Asmoro Cendani L, dan Mutiara Kurnia Vany</i>	67
Manajemen Pengelolaan Pariwisata di Pulau Ambon <i>Oleh. Bimantoro Aji, Basna Waemese dan Yoga Hidayanto</i>	70
Momentum Memajukan Kampung Pengrajin Gitar Mancasan Menjadi Destinasi Wisata yang Baru <i>Oleh. Bintari Wahyuningtyas, Puspa Gratia Apridita, dan Fauzi Sri Perdana Putra</i>	72
Kebijakan Pemerintah Terhadap Pengelolaan Wisata Kebun The Kemuning di Kabupaten Karanganyar <i>Oleh. Jh Roksa Luki Larmina, Deshinta Dwi Rohmadhoni, dan Intan Kurniasari</i>	76
Strategi Pemerintah dalam Mengembangkan Kepariwisata di Kabupaten Karanganyar <i>Oleh. Eli Hardiyanti, Beti Puspitasari dan Nur Asyiyah</i>	78
Pengelolaan Desa Wisata Kampoeng Air Desa Watugenuk Kelurahan Kragilan Kecamatan Mojosongo Kabupaten Boyolali <i>Oleh. Silvia Suci Maharani, Kuspiyanti Wulandaari, dan Alfiah Rofi'ati</i>	83

Kraton Kasunanan Jantung Wisata Kota Surakarta <i>Oleh. Rayja Yanda Destiantara, Yoni Dwi Kuncoro, dan Muhamad Mustofa Azis</i>	88
Kebijakan Daerah dalam Pengembangan Pariwisata <i>Oleh. Retno Aprilianti Rosa dan Zulfa Nur Aini</i>	90
Strategi Pengelolaan Wisata Pantai di Nusa Tenggara Timur <i>Oleh. Riana Andan Dewi, Heru Pratiwi, dan Yunita Kolo</i>	93
Pengembangan dan Pengelolaan Obyek Wisata Goa Pindul dalam Peningkatan Jumlah Wisatawan di Desa Wisata Bejiharjo, Kecamatan Karangmojo, Kabupaten Gunung Kidul <i>Oleh. Rizky Widhiastuti, Ritwan Tri Saputro, dan Sanggita Kharisma Devi</i>	96
Strategi Pengembangan dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan di Taman Satwa Taru Jurug Surakarta <i>Oleh. Nurvia Mar'atun Naba'ah, Vinda Tri Utami, dan Shafira Wahyu Prahesty</i>	99
Kinerja Sumber Daya Manusia dalam Pengelolaan Objek Pariwisata di Tawangmangu <i>Oleh. Reka Fajar P.S, Arnette Monica Rezqi dan Yessika Indrawati</i>	103
Peran Pemerintah dalam Memajukan Potensi Wisata Desa Plesungan Karanganyar <i>Oleh Ambar Nur Hendras Wari, Cristian Septi S, dan Tri Widiarti</i>	106
Upaya Pemerintah Daerah dalam Menambah Daya Tarik Museum Karst di Pracimantoro Kabupaten Wonogiri <i>Oleh Sisworini Karya W, Bambang Kris H, Voviana Ratna N</i>	110
Manajemen Desa Wisata Museum Karst Kabupaten Wonogiri <i>Oleh Umi Mahmudah, Devi Anggraini, Nur Aini Djulisa</i>	114
Pemberdayaan Masyarakat di Sektor Pariwisata Air Terjun Semuncar Ampel Boyolali <i>Oleh Fajar Pambuko, Rohmad Dwi Errin S, dan Febriyitno</i>	118
Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Gumeng Kecamatan Jenawi Kabupaten Karanganyar <i>Oleh Samsul Ilham T, Sigit Hermawan, dan Hendari Jati A.A</i>	121
Gaya Kepemimpinan Badan Usaha Milik Desa dalam Upaya Pencapaian Efektifitas Obyek Wisata Umbul Pongok Kabupaten Klaten <i>Oleh Evin Febriana R, Ken Ndari Nurhadini, Krismon Dwi Aji P</i>	123
Pengembangan Objek Museum Keris di Kota Surakarta <i>Oleh Mega Lady Pratiwi, Novia Khoirunnisaa</i>	127
Pengelolaan Desa Wisata Kampung Air Desa Watugenuk Kelurahan Kragilan Kecamatan Mojosongo Kabupaten Boyolali <i>Oleh Silvia Suci M, Kuspiyanti Wulandaari, dan Alfiah Rofi'ati</i>	131
Upaya Pemerintah daerah dalam Mengembangkan Pariwisata di kemuning Ngargoyo Kabupaten Karanganyar untuk Menarik Wisatawan Layaknya Wisatawan di Ubud Bali <i>Oleh Yuyun Riyana, Putri Wening, dan Yessy Sasqia</i>	136

STRATEGI PENGELOLAAN KAMPUNG WISATA BALUWARTI SEBAGAI DESTINASI WISATA BUDAYA DI KOTA SURAKARTA

Hendra Wijayanto

Program Studi Ilmu Administrasi Publik
Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta
hendra.pelajar@gmail.com

ABSTRAK

Keberadaan kampung wisata di Kota Solo mengalami perkembangan yang sangat pesat. Di Kota Solo sendiri terdapat sejumlah kampung wisata yang dicanangkan oleh pemerintah guna meningkatkan potensi wisata yang ada di daerah tersebut. Salah satunya adalah kampung wisata Baluwarti. Kampung Baluwarti merupakan salah satu kampung yang memiliki sejumlah potensi wisata yang dapat digali. Namun demikian pengelolaan potensi kampung wisata tersebut masih belum berjalan optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi-potensi apa saja yang ada di Kampung Wisata Baluwarti, strategi pengelolaan dan pemasaran apa yang dilakukan dalam meningkatkan potensi wisata di Kampung Baluwarti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi yang ada di Kampung Wisata Baluwarti sungguh menarik untuk dikembangkan meliputi potensi cagar budaya, potensi atraksi budaya, potensi event budaya, potensi makanan khas Baluwarti, potensi kerajinan unggulan. Dalam strategi pengelolaan Kampung wisata Baluwarti cukup efektif dengan membuat organisasi-organisasi diantaranya ialah Panitia Pengelola Kampung Wisata Budaya (PPKWB), Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), serta kelompok kerja (POKJA). Untuk memasarkan Kampung Wisata Baluwarti menerapkan beberapa strategi pemasaran diantaranya ialah promosi melalui media sosial, media cetak, serta melalui gethok tular.

Kata kunci : Potensi, Kampung Wisata Baluwarti, Strategi, Pengelolaan, Pemasaran.

ABSTRACT

The existence of a tourist village in the city of Solo experienced a very rapid development. In Solo itself there are a number of tourism kampong launched by the government in order to increase the tourism potential in the area. One of them is the tourist village of Baluwarti. Kampong Baluwarti is one of the villages that has a number of tourism potentials that can be explored. Nevertheless, the management of tourism kampong potential is still not running optimally. This study aims to determine the potential of what is in Kampung Wisata Baluwarti, management and marketing strategy what is done in improving tourism potential in Kampung Baluwarti.

The results showed that the potentials in Baluwarti Village are interesting to be developed include the potential of cultural heritage, the potential of cultural attractions, the potential of cultural events, the potential of Baluwarti specialties, the potential of superior craft. In the management strategy of Kampung Baluwarti tourism is quite effective by making organizations such as Kampung Wisata Budaya Budaya (PPKWB), Tourism Awareness Group (POKDARWIS), and working group (POKJA). To market Kampung Wisata Baluwarti apply some marketing strategy such as promotion through social media, print media, and through gethok tular (word of mouth).

Keywords: Potential, Kampung Wisata, Baluwarti, Strategy, Marketing.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara di dunia yang memiliki keanekaragaman budaya, baik itu merupakan budaya dari masa lalu maupun budaya

dari masa sekarang. Dapat dibayangkan lebih dari 200 juta penduduk yang tersebar di sekitar 17 ribu pulau, membuktikan Indonesia sebagai negara pluralisme dengan keanekaragaman seni dan budaya dari lebih 470 suku bangsa dan 19 daerah hukum adat dengan tidak kurang dari 700 bahasa yang digunakan kelompok masyarakat (Nurahman Hanai, 2006). Hal tersebut belum lagi diperkuat dengan masing-masing suku bangsa memiliki keanekaragaman kesenian serta peninggalan budaya masa lalu, membuktikan Indonesia memang memiliki aset budaya luar biasa sebagai identitas bangsa besar.

Menurut Ir. Arief Yahya, M.Sc: Wisatawan mancanegara datang ke Indonesia dilatarbelakangi karena 60% budaya Indonesia, 35% karena alam Indonesia, dan 5% karena wisata buatan manusia. Kekayaan akan karya seni dan budaya Indonesia merupakan salah satu kekuatan sekaligus peluang yang tidak dimiliki oleh negara lain. Namun sayangnya di era globalisasi saat ini justru keanekaragaman seni dan budaya tersebut satu per satu pudar seiring dengan semakin membanjirnya budaya luar masuk dan menjadi bagian dari budaya bangsa. Padahal banyak negara lain yang iri dengan kekayaan seni dan budaya Indonesia hingga mereka berani mengklaim kesenian dan kebudayaan milik Indonesia. Salah satu penyebab adalah bangsa kita belum sepenuhnya menghargai dan mengapresiasi karya seni dan budaya sendiri, bahkan cenderung lebih menyukai produk budaya negara lain. Kesenian tradisional dianggap tidak modern, kuno, tidak mengikuti perkembangan jaman, itulah pemahaman sebagian besar masyarakat kita. Kita lupa bahwa keanekaragaman seni dan budaya modern yang mereka cintai itu lahir dari seni budaya tradisional. Seni dan budaya sebagai aset utama Indonesia yang apabila dikelola dengan baik, mampu menguatkan identitas dan jati diri bangsa, dan sekaligus dapat bermanfaat untuk kepentingan pembangunan nasional.

Dalam upaya melestarikan sejarah serta budaya Indonesia, Baluwarti sebagai kawasan bersejarah sangat berpotensi untuk dikembangkan terutama di bidang pariwisata. Nama Baluwarti berasal dari bahasa Portugis "*Baluarte*" yang berarti Benteng. Letak Baluwarti merupakan kesatuan wilayah dengan keraton sebab masyarakat yang tinggal di kawasan tersebut merupakan kerabat dan *abdi dalem* keraton yang mendapat tanah *magersari*. Dalam mengelola Kampung Wisata Baluwarti, pihak pengelola membuat beberapa organisasi-organisasi yang memudahkan dalam melakukan suatu koordinasi baik kepada organisasi itu sendiri maupun masyarakat.

Beberapa strategi pemasaran pun sudah mulai dilakukan agar Baluwarti bisa banyak dikunjungi wisatawan. Strategi yang dilakukan oleh pengelola Baluwarti diantaranya melalui media cetak, pemasaran *gethok tular*, pemasaran melalui media sosial. Tak bisa dipungkiri jika strategi pemasaran dengan media iklan masih sangat berpengaruh terhadap penjualan suatu produk. Untuk pemasaran Kampung wisata Baluwarti sebagai destinasi bertaraf internasional pengelola Baluwarti banyak menggunakan media iklan yang berbasis cetak diantaranya ialah *leaflet*. Pengelola Kampung wisata Baluwarti membuat *leaflet* dengan 2 jenis bahasa yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.

Dari paparan di atas penulis tertarik mengadakan penelitian tentang wisata budaya di Kampung Baluwarti. Maka penulis memberi judul "Strategi Pemasaran Kampung Wisata Baluwarti sebagai Destinasi Wisata Budaya di Kota Surakarta".

LANDASAN TEORI

Pariwisata

Istilah pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari suku kata "*pari*" berarti berkeliling atau bersama, dan suku kata "*wisata*" berarti perjalanan. Dalam UU RI No. 10 Tahun 2009 pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Ada beberapa komponen pokok yang secara umum disepakati di dalam batasan pariwisata yaitu sebagai berikut :

- a. *Traveler* yaitu orang yang melakukan perjalanan antar dua atau lebih lokalitas.

- b. *Visitor* yaitu orang yang melakukan perjalanan ke daerah yang bukan merupakan tempat tinggalnya, kurang dari 12 bulan dan tujuan perjalanannya bukan untuk mencari nafkah, pendapatan, atau penghidupan di tempat tujuan.
- c. *Tourist* yaitu bagian dari *visitor* yang menghabiskan waktu paling tidak satu malam (24 jam) di daerah yang dikunjungi (WTO, 2005)

Budaya

Istilah *modern culture* terambil dari istilah yang pernah digunakan oleh Cicero Orator Romawi Kuno dalam tulisannya *Tusculan Disputations*. Tulisan ini berisi pikiran-pikiran Cicero tentang budidaya jiwa. Menurut versi para ilmuwan Perancis istilah *culture* sudah dikenal sejak abad 15. Kata ini diketahui diambil dari bahasa latin *cultura* berarti budidaya. Kata *cultura* sendiri mempunyai bentuk *past participle colere* berarti kecenderungan, penjaga, menumbuhkembangkan. Sejak itu (1805) kata *cultivation* lebih sering dihubungkan dengan proses budidaya melalui pendidikan atau setara dengan makna mengisi isi intelektual dari peradaban, kemudian (1867) *cultura* digunakan sebagai konsep yang menerangkan kebiasaan kolektif.

Kata budaya dalam konteks kebangsaan selalu dihubungkan dengan identitas nasional. Oleh karena itu budaya nasional adalah identitas sekaligus kekayaan suatu bangsa. Nilai-nilai budaya merupakan kekayaan yang dimiliki suatu bangsa dan harus dijadikan sebagai tren bagi setiap usaha untuk membangun bangsa tersebut. Menurut Prof. Shalini (1985: 89) berargumen bahwa kekayaan budaya dari suatu bangsa adalah kunci keberhasilan ekonomi baru.

Pariwisata Budaya

Pengertian pariwisata budaya menurut R. S. Damardjati (2004: 19) adalah gerak atau kegiatan wisata yang dirangsang oleh adanya objek-objek wisata yang berwujud hasil-hasil seni budaya setempat: adat istiadat, upacara agama, tata hidup masyarakat, peninggalan sejarah, hasil seni, kerajinan-kerajinan rakyat dan sebagainya.

Pariwisata budaya merupakan aktivitas yang memungkinkan wisatawan untuk mengetahui dan memperoleh pengalaman tentang perbedaan cara hidup orang lain, merefleksikan adat istiadatnya, tradisi religiusnya dan ide-ide intelektual yang terkandung dalam warisan budaya yang belum dikenalnya (Borley, 2006: 181). Sirtha (2004) mengemukakan motivasi pariwisata budaya, antara lain: 1) mendorong pendayagunaan produksi daerah dan nasional, 2) mempertahankan nilai-nilai budaya, norma, adat istiadat dan agama, 3) berwawasan lingkungan hidup, baik lingkungan alam maupun lingkungan sosial (Arismayanti, 2008).

Secara konseptual berdasarkan referensi definisi dan acuan yang ada, pariwisata budaya adalah suatu konsep pengembangan pariwisata berbasis sumber daya budaya yang bertujuan untuk mendukung upaya-upaya pelestarian budaya dan lingkungannya. Caranya adalah melalui peningkatan partisipasi masyarakat dalam memanfaatkan secara berkelanjutan sumber daya budaya sebagai daya tarik pariwisata guna meningkatkan taraf hidup dan ekonomi masyarakat setempat. Setiap orang akan memberikan pengertian yang berbeda, di satu sisi pariwisata budaya diartikan sebagai pariwisata yang berhubungan dengan cipta karya (*creative art*) di sisi lain diartikan sebagai pariwisata yang berhubungan dengan cipta karsa (*humanities*).

Kampung Wisata

Definisi kampung wisata menurut Wiendu Nuryanti, kampung wisata adalah suatu bentuk intergrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (Nuryanti, 2003).

Pariwisata Inti Rakyat (PIR) (Hadiwijoyo, 2012) mendefinisikan kampung wisata sebagai suatu kawasan pedesaan yang mencerminkan keaslian pedesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, kehidupan sehari-hari, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas, atau kegiatan

perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen.

Strategi Pemasaran

Menurut Armstrong dan Kotler (2000: 5), *marketing* adalah “*A societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering and freely exchanging products and services of value with others*”. Pengertian *marketing strategy* menurut Armstrong dan Kotler (2000: 37), yaitu “*The marketing logic by which the business unit hopes to achieve its marketing objective*”.

Menurut Guiltinan dan Paul (1992), definisi strategi pemasaran adalah pernyataan pokok tentang dampak yang diharapkan akan dicapai dalam hal permintaan pada target pasar yang ditentukan, meliputi:

a. Segmentasi

Menurut Solomon dan Elnora (2003: 221), segmentasi adalah “*The process of dividing a larger market into smaller pieces based on one or more meaningful, shared characteristic*”. Dengan melaksanakan segmentasi pasar, kegiatan pemasaran dapat dilakukan lebih terarah dan sumber daya yang dimiliki organisasi dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien.

b. Demografis

Segmentasi ini dilakukan dengan membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan variabel demografis seperti: usia, jenis kelamin, besarnya keluarga, pendapatan, ras, pendidikan, pekerjaan, geografis.

c. Psikografis

Segmentasi ini dilakukan dengan membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok yang berlainan menurut kelas sosial, gaya hidup, kepribadian, dan lain-lain. Informasi demografis sangat berguna, tetapi tidak selalu menyediakan informasi yang cukup untuk membagi konsumen ke dalam segmen-segmen, sehingga diperlukan segmen berdasarkan psikografis untuk lebih memahami karakteristik konsumen.

d. Perilaku

Segmentasi ini dilakukan dengan membagi konsumen ke dalam segmen-segmen berdasarkan bagaimana tingkah laku, perasaan, dan cara konsumen menggunakan barang/situasi pemakaian, dan loyalitas merek. Cara untuk membuat segmen ini yaitu dengan membagi pasar ke dalam pengguna dan non-pengguna produk.

Strategi Pemasaran Modern

Strategi pemasaran modern mulai mendominasi langkah-langkah pemasaran untuk mempromosikan sebuah produk juga mengalami perubahan.

a. Perubahan Kebiasaan Konsumen

Dahulu meletakkan iklan di media cetak dan elektronik sangatlah berpengaruh terhadap penjualan sebuah produk. Pada zaman itu memang televisi dan media cetak seperti koran adalah sumber informasi yang bisa mereka dapatkan. Sehingga masih banyak orang yang melihat televisi ataupun koran. Kondisi saat ini seiring perkembangan teknologi di dunia maya yang didukung dengan *gadget* yang semakin mumpuni, perilaku masyarakat tersebut juga mengalami perubahan. Tepatnya sejak tahun 2007, banyak orang menggunakan internet sebagai tempat untuk mendapatkan informasi. Semakin ke depan jumlah penduduk yang menggantungkan internet sebagai sumber informasi semakin banyak pula. Maka tak heran jika media cetak seperti koran sudah mulai ditinggalkan. Dari perubahan inilah yang membuat strategi pemasaran kini beralih ke dunia *online*.

b. Media *Online* Mulai Mendominasi

Seiring perubahan perilaku masyarakat yang menggantungkan informasi dari dunia maya, maka strategi pemasaran di internet mulai berkembang. Di awal tenarnya penggunaan internet sebagai media untuk promosi yaitu tahun 2007, media *online* belum bisa mengalahkan iklan yang ada di media elektronik maupun media cetak. Namun di tahun 2012, perubahan besar telah terjadi. Mengutip dari situs *eMarketer*, pada tahun 2012, terjadi untuk pertama kalinya di Amerika

Serikat iklan di dunia maya mampu mendatangkan keuntungan jauh lebih banyak dibandingkan dengan iklan yang dipasang di media cetak dan elektronik.

- c. *Brand Ambassador* dari Artis yang Mulai tergantikan
Dahulu mendapuk seorang artis cantik atau tampan sebagai *brand ambassador* sebuah produk mampu menarik minat masyarakat untuk membeli sebuah produk. Walaupun kini masih dilakukan, ternyata mulai ada perubahan yang perlahan namun pasti menggeser fungsi *ambassador* ini. Di dunia maya *seleb blog*, *selebtwit* serta jumlah *likes* di *facebook* dengan jumlah yang fantastis menjadi *influencer* bagi para konsumen. Mereka lebih menaruh kepercayaan kepada orang-orang itu jika mengulas sebuah produk. Bahkan kepercayaan itu lebih besar dibandingkan dengan menggunakan wajah cantik artis Indonesia yang dipajang di iklan TV.
- d. *Community Talks* yang Semakin Efektif
Menyalakan televisi sebagai media hiburan memang tidak sepenuhnya ditinggalkan. Hanya saja media masa ini masih kalah dibandingkan dengan media *online*. Akun media sosial seperti *facebook* dan *twitter* menjadi tempat untuk menjalin komunikasi. Jika ada banyak orang yang membicarakan satu produk, maka kita akan tertarik untuk mengetahuinya dan ikut-ikutan untuk berkomentar. Sudah banyak contoh produk yang terkenal karena pembicaraan di media sosial, padahal iklan yang mereka pasang di media elektronik tidak begitu menarik untuk dilihat.
- e. Terjadinya Komunikasi Dua Arah di Dunia *Marketing*
Dahulu dalam dunia pemasaran, kita akan lebih banyak berbicara. Kondisi ini kini tidak berlaku lagi, karena kita harus mengimbangi berbicara dengan mendengarkan apa yang konsumen inginkan. Dengan mendengar itulah kita bisa mendapatkan *feedback* sebagai bahan perbaikan produk itu ke depan.

PEMBAHASAN

Potensi Wisata Kampung Wisata Baluwarti

Baluwarti merupakan bagian dari Keraton Surakarta yang terdapat banyak aspek-aspek kebudayaan. Kekayaan budaya ini harus dilestarikan dan dikembangkan sebagai aset wisata di Kota Surakarta, tidak hanya mengadakan *event-event* budaya. Harapannya kampung-kampung yang memiliki potensi sejarah dan kekhasan budaya dapat dijadikan DTW (Daerah Tujuan Wisata). Di Surakarta banyak sekali kampung-kampung yang dapat dikembangkan untuk menjadi daerah tujuan wisata salah satunya adalah Kampung Baluwarti. Berikut ada beberapa Daya Tarik Wisata di Kampung Baluwarti di antaranya:

a. Keraton Surakarta Hadiningrat

Keraton mengeksplisitkan budaya luhur yang sudah mengendap. Bahwa keraton dalam satuan pengertian bukanlah benda mati melainkan warisan budaya yang masih hidup dan utuh adanya. Secara internal eksistensi keraton dalam pandangan spiritual masih tetap terjaga dan organisasi tradisinya masih hidup dan berjalan. Misalnya masih dikenalnya raja, sentana, dan *abdi dalem*, juga terdapatnya *dampar* dan *bedaya ketawang*. Arah penting untuk mengetahui makna keraton secara menyeluruh yang dapat dihubungkan dengan adanya sebuah serat tulisan dari sinuhun Paku Buwana X *Keraton surakarta hadiningrat iku hawya kongsi dinulu wujude wewangunan kewala, nanging sira padha nyurupana sarta hanindakna maknane kang sinandi dimen dadyaha tuntunan laku kuwajibaning hurip njaba njero hing donya tumekeng wusananing wuri* yang berarti bahwa Keraton Surakarta Hadiningrat itu janganlah hanya dilihat wujud fisiknya saja akan tetapi haruslah juga dipahami serta dilaksanakan makna yang tersirat didalamnya. Agar kiranya dapat menjadi tuntunan dalam menjalankan kewajiban hidup di alam fana menuju tujuan hidup yang paling akhir (Tunjung W Sutirto, 2004).

Menurut kepercayaan, tanpa adanya wahyu maka keraton Jawa tidak pernah ada dan tidak akan pernah lestari yang sampai sekarang masih berfungsi sebagai gudang dari nilai-nilai keluhuran. Keraton dan budayanya tidak saja dapat di perhatikan dalam wujud arsitektur sebagai kemas simbolik kosmopolik

kehidupan manusia saja. Tetapi keraton juga mempunyai *panging* budaya antara lain: seni tari, karawitan, seni kiryas, pusaka-pusaka, seni *pedhalangan*, tata cara upacara adat, karya-karya sastra, budi pekerti, dan *subasita* (tata krama dan kesusilaan). Hal ini perlu dilakukan pemeliharaan, pelestarian, dan pengembangan warisan akumulasi pengetahuan yang ratusan tahun itu sangat penting demi menjamin kelanjutan eksistensi Keraton Solo di masa depan.

b. Museum Keraton Surakarta Hadiningrat

Museum ini berdiri tahun 1963 oleh Paku Buwana XII yang sebelumnya merupakan kantor pemerintahan Keraton Surakarta. Pintu masuk museum ini berada di sebelah timur bangunan keraton. Harga tiket masuk ke museum untuk wisatawan domestik Rp 10.000 dan wisatawan asing Rp 15.000 kalau ada rombongan wisatawan domestik yang jumlahnya lebih dari 40 orang harga tiket masuk agak bisa lebih murah yaitu Rp 8.000 per orang serta untuk yang mau foto-foto harus ijin dulu dengan membayar sebesar Rp 3.500 per kamera. Jam buka museum setiap hari kecuali hari Jumat antara jam 09.00-14.00 WIB. Pada prinsipnya museum ini terdiri dari 2 buah bangunan yang dibagi menjadi 9 ruangan. Dari foto-foto kerabat keraton, kursi singgasana yang berukir, aneka benda dari perunggu dan batik, adegan pengantin Jawa dan perlengkapannya, adegan kesenian rakyat, berbagai bentuk topeng dan relief, berbagai macam alat dan perlengkapan untuk upacara kerajaan, koleksi kereta dan *joli* kerajaan. Sebagian dari benda-benda yang ada di museum masih dikeramatkan. Hal ini terlihat dari adanya sesaji-sesaji di sekitar salah satunya tempat *Kyai Rajamala*. *Rajamala* merupakan patung kepala raksasa yang digunakan untuk hiasan perahu pada jaman Paku Buwono IV.

c. Makam Kyai Sala

Makam ini terletak di timur *dalem* Mloyokusuman dari pintu masuk Museum Keraton Surakarta ke arah timur. Di dalam kompleks ini terdapat tiga makam yaitu makam Ki Gede Sala, Kyai Carang dan Nyai Sumedang. Menurut juru kunci makam yang mendapatkan cerita dari neneknya dulu, mereka bertiga itu merupakan teman seperguruan. Kyai Sala merupakan tetua Desa Sala, tempat tinggal Kyai Sala disebut Dusun Sala sebuah desa yang terletak di pesisir Bengawan Solo. Kyai Sala masih *abdi dalem* keraton Kartasura karena Keraton Kartasura diduduki oleh pemberontak sudah dalam keadaan rusak sehingga tidak pantas untuk dijadikan keraton lagi kemudian Paku Buwono II membeli tanah di Desa Sala seharga kurang lebih 10.000 keping emas untuk didirikan keraton yang diberi nama Nagari Surakarta Hadiningrat.

d. Bangunan Cagar Budaya “Rumah Pangeran”

Kota Solo yang juga merupakan anggota Jaringan Kota Pusaka Indonesia memiliki banyak peninggalan bangunan-bangunan bersejarah. Beragam bangunan ini berada di kawasan dalam benteng Keraton Surakarta yang memiliki corak arsitektur khas Jawa diantaranya *Ndalem Porwodiningratan*, *Ndalem Sasana Mulya*, *Ndalem Suryahamijayan*, *Ndalem Kayonan*, *Ndalem Mloyokusuman*, *Ndalem Ngabeyan*, *Ndalem Purwahamijayan (Brotodiningratan)*, *Ndalem Joyodiningratan*, *Ndalem Mangkubumen*.

e. Potensi Atraksi Budaya

Keraton Surakarta Hadiningrat adalah peninggalan sejarah dan kebudayaan masa lalu *Paku Buwono II*. Sejarah disusun berdasarkan fakta atau bukti peninggalan yang meliputi bukti lisan, bukti tertulis, dan bukti kebendaan. Berbagai peninggalan tersebut telah menempuh perjalanan selama 270 tahun. Bukti lisan merupakan keterangan langsung dari para pelaku sejarah atau saksi sejarah. Terdapat juga beberapa prasasti, piagam, babad, dokumen, naskah kuno, surat dan ada juga bangunan-bangunan di kompleks keraton semuanya mengandung makna “historis, kultural, spiritual”.

f. Suroloka

Kegiatan budaya yang diadakan oleh masyarakat Baluwarti dengan tujuan untuk melestarikan tradisi kebudayaan Jawa dan menampilkan beragam potensi wisata budaya yang ada di Kampung Baluwarti sekaligus untuk menyambut datangnya bulan Sura. Sura adalah nama bulan pertama dalam Kalender Jawa dan bagi masyarakat Jawa dipercaya sebagai bulan yang tepat untuk introspeksi diri dan lebih mendekatkan diri kepada Tuhan. Sebagai wujud syukur atas nikmat yang didapat selama satu tahun. Pada pekan terakhir sebelum masuk bulan Sura masyarakat Baluwarti setiap tahunnya menggelar Kirab Budaya Suraloka Baluwarti. Kirab diikuti oleh ratusan warga Baluwarti tahun 2014 lalu, lebih dari 550 warga mengikuti kirab yang dimulai dari Sasana Mulya, Karaton Kasunanan Surakarta, kemudian para peserta berjalan mengitari kompleks Karaton Kasunanan Surakarta searah jarum jam, sebagai simbol dari perjalanan waktu yang hanya bisa maju dan tak bisa berulang.

g. Pementasan Ketoprak

Ketoprak adalah teater rakyat yang paling populer, terutama di daerah Yogyakarta dan daerah Jawa Tengah. Kata 'kethoprak' berasal dari nama alat yaitu *tiprak*. Kata *tiprak* ini bermula dari *prak*. Karena bunyi *tiprak* adalah *prak, prak, prak*. Kethoprak juga berasal dari *kotheakan* atau *gejogan*. Serat Pustaka Raja Purwa jilid II tulisan pujangga R. Ng. Rangga Warsita dalam bukunya *Kolfbunning* tahun 1923 menyatakan "*Tetabuhan ingkang nama kethoprak tegesipun kotheakan*" ini berarti kethoprak berasal dari bunyi prak, meskipun awalnya bermula dari alat bernama tiprak. Ketoprak diperkirakan dibuat pada awal abad 19 oleh seorang musisi Keraton Surakarta. Saat itu, masyarakat tidak diperkenankan berkumpul karena dicurigai akan melakukan makar. Agar dapat berkumpul tanpa harus dibubarkan oleh tentara penjajah. Cara yang dipilih adalah dengan membentuk kelompok kesenian. Kesenian ini pun tumbuh dengan apa adanya. Para pemainnya pun tidak memerlukan persyaratan khusus. Mereka hanya diberi tahu garis besar cerita, tanpa naskah. Karenanya, kemampuan berimprovisasi merupakan hal penting yang harus dimiliki seorang pemain ketoprak.

h. Santiswaran-Larasmadya

Salah satu jenis musik tradisi yang masih hidup dan berasal dari Keraton Kasunanan Surakarta. Musik ini diciptakan oleh PB V dengan instrumen dua buah terbang kempyang, dua buah terbang dara satu buah ternabang besar, kendang besar, kendang ketipung, dan kendang ciblon sekarang sudah menyesuaikan dengan perkembangannya. Kelompok Wireng Santi Guna dari Baluwarti Solo menyajikan santiswaran yang sebagian repertoarnya mengacu pada tradisi keraton. Namun, mereka juga mengubah repertoar baru yang bertema kerukunan beragama; mengingatkan tentang pluralitas di masyarakat. Kelompok ini merupakan "pembauran" karena anggotanya separuhnya ibu-ibu yang terdiri dari beragam pemeluk agama; ada Islam, Katolik, Kristen, Hindu, dan Buddhis. "Sejak terbentuk tahun 2004, kelompok santiswaran ini kami jadikan sebagai sarana untuk menumbuhkan kerukunan beragama dalam lingkungan warga masyarakat.

Potensi Event Budaya

Event budaya di Keraton Surakarta diantaranya adalah upacara-upacara adat, tari-tarian sakral, musik, dan pusaka. Upacara adat yang terkenal adalah upacara *Garebeg*, upacara *Sekaten*, dan upacara Malam *Satu Sura*. Upacara yang berasal dari zaman kerajaan ini hingga sekarang rutin dilaksanakan dan merupakan warisan budaya Indonesia yang harus dilindungi. Berikut ini merupakan *event – event* budaya di Keraton Surakarta:

a. Grebek Besar Idul Adha

Upacara untuk memperingati Hari Raya Idul Adha yang diselenggarakan setiap tanggal 10 Dzulhijah ditandai dengan keluarnya Hajaddalem Gunung dari keraton menuju Masjid Agung. Grebek Besar yang rutin dilakukan oleh Keraton Surakarta tiap tahun selalu dibanjiri oleh masyarakat luas. Upacara adat yang diselenggarakan

oleh keraton ini tidak pernah surut. Rakyat yang mencintai dan tunduk pada raja akan selalu datang tiap tahun untuk berpartisipasi dalam acara ini.

b. Kirab Pusaka Malam 1 Sura

Upacara tradisional yang diselenggarakan pada malam pergantian tahun dalam kalender Islam. Kirab dimulai tengah malam mengelilingi luar benteng Baluwarti dan akan berakhir sebelum waktu subuh dengan menempatkan kerbau Kyai Slamet di barisan terdepan. Bisa dibilang upacara adat yang satu ini adalah upacara adat terbesar dan paling meriah yang digelar oleh Keraton Surakarta dalam satu tahun. Selain banyaknya peserta yang terlibat dalam upacara yang berupa kirab pusaka ini, ribuan warga juga selalu memadati jalanan, rute kurang lebih 5 km, yang dilalui peserta kirab.

c. Sekaten

Salah satu tradisi Keraton Surakarta yang paling dikenal dan ditunggu kehadirannya setiap tahun. Tradisi yang telah digelar sejak era raja-raja terdahulu sejatinya adalah sebuah upacara peringatan lahirnya Nabi Muhammad SAW yang dianggap sebagai tuntunan bagi umat manusia. Nama tradisi ini berasal dari kata dalam Bahasa Arab, *Syahadatain*, (dua kalimat *Syahadat*, yakni persaksian umat Islam bahwa Tiada Tuhan selain Allah dan Nabi Muhammad adalah Utusan Allah), rutin diselenggarakan oleh pihak keraton menjelang hari perayaan lahirnya Sang Penuntun. Yaitu menjelang *Maulid Nabi* atau menjelang tanggal 12 bulan *Rabiul Awal* (*Hijrah*) atau 12 bulan *Mulud* (*Jawa*).

d. Maesa Lawung

Upacara sesaji yang diadakan untuk memohon keselamatan Keraton Kasunanan Surakarta dengan persembahan sesaji kepala kerbau bule di Alas Krendhowahono. Hutan sebelah utara Kota Solo yang terletak di kecamatan Gondangrejo, kabupaten Karanganyar. Maesa Lawung diselenggarakan secara rutin setiap tahun sekali, setelah 40 hari puncak perayaan sekaten. Pemilihan hari untuk pelaksanaan upacara hari Senin atau Kamis. Dalam kisah pewayangan, setiap kali para Ksatria hendak menunaikan tugas mulia atau sedang mencari jawaban atas permasalahan hidupnya, mereka melintasi hutan belantara yang pasti akan mendapat hadangan dari hewan buas jadi-jadian dan para Buto atau raksasa penunggu hutan tersebut. Hutan belantara adalah simbol dari gelap dan ruwetnya alam pikiran manusia, di mana sering timbul godaan hawa nafsu yang disimbolkan hewan buas serta raksasa, yang akan menggagalkan niat-niat baik dalam diri manusia.

e. Malam Selikuran

Diselenggarakan untuk memperingati turunnya Al-Quran kepada Nabi Muhammad SAW untuk menyambut datangnya malam Lailatul Qodar yang ditandai dengan prosesi tumpeng sewu dari keraton menuju Masjid Agung. Seribu tumpeng yang diwadahi jodang dikirab keliling Baluwarti sebelum akhirnya dibagikan di Serambi Masjid Agung Keraton Surakarta. Tumpeng-tumpeng ini dikirab keluar dari Kori Kamandungan. Lalu, kirab memutar Baluwarti kemudian keluar dari gapit utara menuju Masjid Agung Keraton Surakarta. Setelah itu tumpeng ditaruh dan diadakan doa serta pembacaan sejarah malam selikuran, makanan itu dibagikan atau diambil kepada siapa saja yang menghendaki.

f. Grebeg Pasa

Upacara untuk memperingati Hari Raya Idul Fitri. Grebeg Pasa pada zaman dulu dilangsungkan pada tanggal 1 Syawal. Namun, Keraton Surakarta memiliki pertimbangan lain dalam menyelenggarakan grebeg Pasa. Mengingat banyaknya abdi dalem yang berasal dari luar kota maka Keraton Surakarta menyelenggarakan Grebeg Pasa pada tanggal 2 Syawal untuk memberikan kesempatan bagi para abdi dalem bersilaturahmi dengan keluarga terlebih dahulu pada 1 Syawalnya. Meskipun demikian, esensinya tetap sama, yakni merayakan kemenangan dengan berbaur dengan masyarakat luas.

Potensi Kuliner Khas Baluwarti

Wisatawan yang berkunjung ke suatu tempat wisata pasti memerlukan makanan. Makanan khas daerah mempunyai keunikan tersendiri bagi wisatawan. Makanan ini berbeda dengan yang biasanya dimakan oleh wisatawan di tempat asal mereka. Makanan khas kampung Baluwarti merupakan pesona makanan di masa kerajaan yang masih dilestarikan sampai sekarang. Kuliner ini diantaranya sekul langgi, *jenangsuran*, ledre intip, geplak jahe, ampyang jahe, dan penyon. Adapula minuman khas Jawa yang bernama Beras Kencur, Kunir Asem, dan Gula Asem.

Potensi Kerajinan Unggulan

Tidak hanya potensi kuliner saja yang berkembang di Kampung Wisata Baluwarti. Di tempat ini juga terdapat tempat-tempat kerajinan yang melakukan produksi pembuatan setiap hari. Tempat-tempat kerajinan antara lain: tempat kerajinan pembuatan Rebab, tempat kerajinan pembuatan Busana Jawa, tempat kerajinan pembuatan Warangka Keris, tempat kerajinan pembuatan Wayang Beber.

Strategi Pengelolaan Kampung Wisata Budaya

Dalam menyiapkan Kampung Baluwarti sebagai tujuan wisata di kota Surakarta dibentuklah lembaga-lembaga untuk menangani pengembangan pariwisata. Dalam beberapa tahun terakhir muncul lembaga pariwisata diantaranya Panitia Pengelola Kampung Wisata Budaya (PPKWB), Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), Kelompok Kerja, dan pihak berkepentingan lainnya. Berikut penjelasan dari beberapa lembaga yang ada di Kampung Baluwarti:

a. Panitia Pengelola Kampung Wisata Budaya (PPKWB)

Merupakan tim teknis yang dibentuk oleh kepala kelurahan dengan maksud untuk menyiapkan kelurahan Baluwarti sebagai kampung wisata budaya yang didalamnya melibatkan aksi fisik maupun non fisik, mengenalkan kepada masyarakat kelurahan Baluwarti dan masyarakat luas mengenai potensi Baluwarti yang merupakan tempat menarik untuk dikunjungi sebagai tempat hiburan maupun edukasi, membangkitkan kembali kesenian di kelurahan Baluwarti yang secara perlahan semakin meredup.

Adapun manfaat yang diperoleh masyarakat Baluwarti:

1. Memberdayakan ekonomi masyarakat kelurahan Baluwarti.
2. Menambah kecintaan dan kebanggaan masyarakat Baluwarti terhadap daerahnya.
3. Mempertahankan tali persaudaraan antar masyarakat.
4. Menjadikan kelurahan Baluwarti tidak hanya sebagai kampung wisata, namun juga menjadi kampung tujuan belajar seni dan budaya Jawa.
5. Meningkatkan citra kelurahan Baluwarti.
6. Melestarikan seni dan budaya Jawa.

b. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)

Merupakan suatu elemen sosial sebagai penggerak utama masyarakat pendukung kebijakan pengembangan kepariwisataan di kelurahan masing-masing dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan umum. Pokdarwis merupakan kelompok swadaya masyarakat yang dalam aktivitas sosialnya berupaya untuk meningkatkan usaha para anggotanya, meningkatkan pengembangan pariwisata daerah, mensukseskan pembangunan kepariwisataan nasional. Adapun maksud dibentuknya pokdarwis adalah sebagai motivator dan komunikator dalam upaya menjadikan masyarakat di sekitar obyek dan daya tarik wisata menjadi masyarakat yang sadar wisata dan dapat memanfaatkan potensi pariwisata yang ada di daerahnya secara maksimal agar menjadi obyek wisata yang menarik, ikut berperan aktif dalam pembangunan kepariwisataan, dan membantu pemerintah dalam mewujudkan *sapta pesona* dalam kehidupan masyarakat sehari-hari untuk menjaga citra baik kepariwisataan.

c. Kelompok Kerja (Pokja)

Kelompok kerja (pokja) adalah kelompok yang para anggotanya saling berinteraksi terutama untuk saling berbagi informasi untuk membuat keputusan guna

membantu satu sama lain dalam wilayah kewenangannya masing-masing. Setiap kelompok memiliki peran yang berbeda ketika diperbandingkan dengan kelompok lain. Di kampung Baluwarti ada beberapa Pokja seperti Pokja kuliner, Pokja Seni Budaya, Pokja Produk Budaya, dan Pokja Kesejarahan. Ada juga Ketua koordinasi yang memiliki tugas secara umum yaitu memberi motivasi dan mengontrol setiap divisi dalam organisasi serta mengkoordinasi informasi langsung dari setiap pengurus mengenai bidang yang dijalankan sesuai dengan wewenangnya masing-masing d. Sekar Budaya Baluwarti

Sekar Budaya Baluwarti didirikan pada tahun 2012 dengan tujuan antara lain untuk menghimpun para budayawan, dan peminat budaya atau seniman yang mempunyai kesamaan visi dan minat dalam melestarikan dan mengembangkan seni budaya tradisional Jawa. Kegiatan dari Sekar Budaya diantaranya mengelola alat-alat gamelan yang dibeli oleh pemerintah kota dan mengadakan pelatihan karawitan. Setiap hari Minggu malam kelompok ini mengadakan pelatihan karawitan. Kedepan akan dibuat jadwal pelatihan kepada setiap warga Baluwarti yang mempunyai minat untuk belajar yang dibagi dalam kelompok-kelompok, seperti Bapak-bapak, Linmas, Pemuda, dan Anak-anak (Wawancara dengan Tri Hastotomo).

Promosi

Strategi Promosi Kampung Wisata Baluwarti

Strategi pemasaran ialah strategi yang digunakan untuk meraih sebagian pasar potensial, peluang pasar, atau seberapa besar pengaruh strategi tersebut dalam meraih besarnya pangsa pasar. Untuk pemasaran Kampung Wisata Baluwarti, dikarenakan target wisatawan tidak hanya wisatawan domestik melainkan juga wisatawan mancanegara, oleh karena itu Kampung Wisata Baluwarti membuat langkah-langkah guna Kampung Wisata Baluwarti ini diketahui oleh banyak wisatawan domestik maupun mancanegara, langkah-langkah tersebut ialah:

A. Strategi Pemasaran Melalui Media Cetak meliputi:

1. Pembuatan brosur

Brosur adalah publikasi resmi perusahaan berbentuk cetakan, yang berisi informasi mengenai suatu produk, layanan, atau program, yang ditujukan kepada pasar sasaran (*target market*) atau khalayak sasaran (*target audiens*) tertentu, dibagikan secara cuma-cuma dengan tujuan untuk memperkenalkan secara lebih terperinci mengenai produk serta layanan program tersebut untuk membantu upaya pemasaran atau *marketing public relations*.

2. Pembuatan Katalog

Dalam pembuatan katalog, Kampung Wisata Baluwarti mengangkat sebuah tema yaitu "Mencari Budaya yang Hilang". Sasaran dari pembuatan katalog tersebut ialah para pelajar dari TK sampai SMA. Di sini para pelajar diajak untuk mengenali serta belajar budaya Indonesia. Melalui katalog inilah Kampung Wisata Baluwarti berkeinginan untuk ikut serta dalam melestarikan budaya Indonesia agar generasi penerus bangsa tidak lupa akan budaya serta adatnya sendiri.

3. Pencantuman pada Buku *Lonely Planet*

Tahun 2014 adalah tahun dimana banyak wisatawan mancanegara yang berkunjung di Jawa Tengah khususnya Solo. Data menyebutkan bahwa pada tahun 2011 kunjungan wisatawan mancanegara di Solo berjumlah 29.218 orang. Pada tahun 2012 mengalami kenaikan menjadi 38.420. Pada tahun 2013 kunjungan wisatawan mancanegara di Solo mengalami penurunan menjadi 31.124. Pada tahun 2014 mengalami kenaikan lagi menjadi 39.539 orang (Badan Promosi Pariwisata Indonesia Kota Surakarta, 2014: 3). Wisatawan mancanegara tersebut sangat tertarik dengan wisata *adventure*, *nature*, dan *culture*. Sebagai panduan wisata, wisatawan mancanegara banyak menggunakan *internet*, melalui *travel blog*, dari *milis* atau grup *Facebook* yang berhubungan dengan *backpacking/traveling*, majalah *Traveler*, *My Trip*, atau *National Geographic*, atau bertanya kepada teman-teman mereka yang pernah melancong ke negara tujuan wisatawan tersebut, tetapi yang menjadi andalan wisatawan tersebut sebagai panduan wisata mereka adalah buku panduan wisata. Wisatawan mancanegara banyak menggunakan buku

panduan wisata sebagai panduan mereka dalam menjelajah daerah di Indonesia khususnya daerah di sekitar Jawa Tengah.

B. Strategi Pemasaran Getok Tular (*Word of Mouth*)

Pemasaran dari mulut ke mulut adalah komunikasi lisan, tertulis, dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan atau pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa (Kotler & Keller, 2009: 174). Promosi dari mulut ke mulut ini merupakan suatu cara promosi personal yang paling ampuh untuk mempengaruhi konsumen dalam memasarkan suatu barang dan jasa. Dalam hal ini Kampung Wisata Baluwarti memasarkan langsung paket wisata yang ada di Kampung Wisata Baluwarti kepada setiap wisatawan mancanegara maupun domestik yang sedang berlibur di suatu tempat. Setelah wisatawan setuju untuk mengunjungi Kampung Wisata Baluwarti, maka dari pihak Kampung Wisata Baluwarti akan memberikan layanan prima kepada wisatawan tersebut, agar wisatawan mancanegara tersebut merasa terpuaskan, sehingga apabila wisatawan tersebut kembali ke daerah/negara asal. Wisatawan tersebut dapat menceritakan kepada saudaranya, teman, ataupun kenalan wisatawan tersebut tentang Kampung Wisata Baluwarti. Sehingga semakin banyak orang tahu tentang Kampung Wisata Baluwarti.

C. Strategi Pemasaran Menggunakan Media Sosial

Pemasaran interaktif merupakan kegiatan dan program *online* yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan secara langsung atau tidak langsung meminta kesadaran, memperbaiki citra, atau menciptakan penjualan produk dan jasa (Kotler & Keller, 2009: 174). Saluran komunikasi pemasaran yang paling baru adalah saluran elektronik. Kemajuan teknologi komunikasi yang memungkinkan dilakukannya komunikasi secara interaktif melalui media massa, dalam hal ini yang utama adalah internet, khususnya melalui fasilitas yang dikenal dengan *World Wide Web (www)*. Tetapi zaman sekarang sudah banyak *website* yang menjual tentang pariwisata di Indonesia, khususnya Jawa tengah. Oleh karena itu, Venus *tours* selain membuat *website* yang beralamat di www.baluwarticulturevillage.com. Kampung Wisata Baluwarti juga mendesain *website* tersebut semenarik mungkin dengan dilengkapi foto produk yang berkualitas. Kampung Wisata Baluwarti juga melakukan beberapa cara dalam pemasaran interaktif, agar wisatawan dapat mengetahui Kampung Wisata Baluwarti, langkah pemasaran interaktif tersebut ialah:

1. Melakukan SEO (*Search Engine Optimization*)

SEO adalah mempergunakan *Search Engine* untuk mendapatkan pengunjung ke *website* Kampung Wisata Baluwarti. Caranya ialah dengan membuat artikel yang berguna bagi orang lain dan kemungkinan dicari oleh banyak orang. Secara umum makin banyak halaman yang memuat info tentang pariwisata di Indonesia, maka akan semakin mudah orang mencari serta menemukan Kampung Wisata Baluwarti.

2. Memanfaatkan Jejaring Sosial

Jejaring sosial atau *social media* sudah tentu menjadi alat yang bagus dan efektif sebagai langkah untuk memasarkan suatu produk dengan media *online*. Jejaring sosial ini juga bisa dimanfaatkan untuk promosi produk. Karena saat ini pengguna jejaring sosial di dunia berjumlah jutaan. Tentunya ini bisa jadi salah satu target pasar yang menguntungkan. Beberapa contoh media sosial yang paling digemari ialah *facebook*, *twitter*, *instagram*, *path*, *couchsurfing*, *whatsapp*, *blackberry messenger*, *trip advisor*, dll. Oleh karena itu Kampung Wisata Baluwarti berupaya memperbarui data serta informasi guna

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan pada pembahasan bab-bab sebelumnya, penulis dapat mengemukakan kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kampung Wisata Baluwarti memiliki banyak potensi wisata diantaranya ialah potensi cagar budaya, potensi atraksi budaya, potensi *event* budaya, potensimakanan tradisional khas Baluwarti, serta potensi kerajinan unggulan.

- b. Untuk mengelola Kampung Wisata Baluwarti, pihak pengelola Kampung Wisata Baluwarti melakukan beberapa strategi pengelolaan diantaranya ialah membentuk Panitia Pengelola Kampung Wisata Budaya (PPKWB), Kelompok Sadar Wisata ([POKDARWIS), Pokja (Kelompok Kerja).
- c. Untuk saat ini, Kampung Wisata Baluwarti sedang melakukan pemasaran sebagai Kampung Wisata Buidaya yang layak dikunjungi wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik, tetapi pemasaran tersebut masih belum begitu optimal. Oleh karena itu peneliti mencoba membuat strategi-strategi pemasaran yang cocok untuk menjadikan Kampung Wisata yang banyak dikunjungi wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik. Strategi-strategi tersebut antara lain strategi pemasaran melalui media cetak dan startegi pemasaran melalui media sosial. Dalam melakukan startegi pemasaran melalui media cetak menggunakan beberapa langkah diantaranya ialah brosur, katalog, dan majalah *Lonely Planet*. Dalam melakukan stategi pemasaran menggunakan media sosial dengan beberapa cara yaitu SEO serta memanfaatkan jejaring sosial. Dengan strategi-strategi pemasaran tersebut, diharapkan mampu menarik wisatawan mancanegara maupun domestik untuk berkunjung di Kampung Wisata Baluwarti, di lain pihak dengan bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Baluwarti, semakin menambah eksistensi Baluwarti sebagai salah satu tempat heritage yang ada di Indonesia.

REKOMENDASI

Dengan adanya strategi-strategi pemasaran tersebut diharapkan Kampung Wisata Baluwarti dapat berkembang menjadi Kampung Wisata yang menarik banyak wisatawan. Tetapi tidak hanya strategi pemasaran saja yang ditingkatkan, peneliti memiliki saran untuk pembangunan pariwisata di Kampung Baluwarti:

- a. Melakukan pengembangan di bidang kuliner, kerajinan, dan atraksi wisata budaya sehingga usaha di bidang tersebut dijadikan sebagai penghasilan utama penopang perekonomian keluarga.
- b. Perubahan struktur organisasi yang melibatkan banyak warga baik yang tua muda, pelaku wisata, akademisi, tokoh masyarakat dengan harapan organisasi tersebut dapat berjalan dengan profesional, efektif, dan efisien.
- c. Mengupayakan adanya souvenir ataupun cinderamata yang khas Kampung Wisata Baluwarti, sehingga selain menambah pemasukan masyarakat. Souvenir tersebut dapat menjadi tanda bahwa wisatawan yang memakai/membawa souvenir tersebut pernah ke Kampung Wisata Baluwarti.
- d. Memberikan pelatihan sadar wisata kepada masyarakat Kampung Wisata Baluwarti, serta memberikan pelatihan Bahasa Inggris, agar masyarakat Baluwarti siap dalam menyambut tamu serta memberikan pelayanan prima kepada wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik.
- e. Gencar melakukan promosi wisata baik media cetak, elektronik, maupun sosial dan melakukan pemasaran kepada biro perjalanan wisata baik lingkup lokal, nasional, maupun internasional.
- f. Pemerintah seharusnya ikut memfasilitasi untuk pengembangan Kampung Wisata Baluwarti seperti pemberian sarana dan prasarana guna mendukung terwujudnya Kampung Wisata Baluwarti sebagai destinasi wisata budaya di Kota Surakarta.
- g. Pengageng Keraton Surakarta dalam jangka waktu ini sudah sangat terbuka dan menerima untuk pengembangan Baluwarti sebagai Kampung Wisata Budaya, tetapi ada baiknya untuk ikut terlibat dalam organisasi-organisasi pengembangan Kampung Baluwarti, sehingga terjadi hubungan yang timbal balik antara masyarakat Baluwarti, organisasi pengembangan Kampung Baluwarti, serta Keraton Kasunanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arismayanti, 2008. Budaya Wisata. Surabaya: PT Surya Pratama
Elnora, 2003. Segmentasi Pasar. Jogja: Graha Ilmu
Gerilya, 2005. Pariwisata Budaya. Jakarta: PT Pradnya Pramita

- Hadiwijoyo, 2012. Kampung Wisata Budaya. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- I Gede Ardika. 2011. Pemasaran Pariwisata Internasional. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Kersul. 2003. Penyelenggaraan Operasi Perjalanan Wisata. Jakarta: Gramedia Kottler,
- Philip. 1993. Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Pengendalian. Jakarta: PT Erlangga
- M. Kesrul. 2004. Panduan Praktis Pramuwisata Profesional. Jogja: GRAHA ILMU
- Mathieson and Wall, 1982. Tourism Equipment. Sydney: Tourism Education
- Musanef, 1996. Manajemen Usaha Perjalanan. Di Indonesia, Jakarta : PT Gunung Agung
- Nasution, 2003. Pemasaran Kampung Wisata. Bandung: Rosdakarya
- Nurahman Hanai, 2006. Indonesia Bangkit. Jakarta: PT Gramedia Pustka Utama
- Nuryanti, 2003. Pengembangan Kampung Wisata. Jakarta: PN Balai Pustaka
- Nyoman S. Pendit, 2003. Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar Perdana Jakarta: PN Balai Pustaka
- Oka.A. yoeti. 1982. Tour And Management. Jakarta : PT Pradnya Paramita
- Poerwodarminto, W. J. S. Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta : PN Balai Pustaka
- R. S Damardjati, 2004. Pariwisata dalam Budaya. Jakarta: PT Erlangga
- Wahab, Salah. 1997. Pemasaran Pariwisata. Jakarta. PT. Pradnya Paramita
- Weller, Betty and Collin. 1992. Special Interest Tourism. London: Bellhaven Press
- Website :
- www.jogjatrip.com
- www.wisatajawa.com

**INKLUSIFISME DALAM PEMBANGUNAN OBJEK WISATA
DI PANTAI PASIR PUTIH PARBABA KABUPATEN SAMOSIR****Kariaman Sinaga, Suwardi Lubis, Marlon Sihombing, dan Ritha F Dalimunthe**S3 Perencanaan Wilayah
Universitas Sumatera Utara**ABSTRAK**

Pemahaman tentang inklusifisme akan menghasilkan dukungan masyarakat dalam pembangunan pariwisata. Hal ini sejalan dengan konsep sapta pesona yaitu: aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah tamah, dan kenangan yang harus dijalankan dalam pembangunan pariwisata. Namun tanpa adanya sinergitas dalam arti penyesuaian yang dilakukan pemerintah terhadap kondisi masyarakat maka pelaksanaan pembangunan akan terkendala. Pemahaman yang dimaksud merupakan pemahaman yang mendalam tentang kondisi masyarakat yang cenderung dalam administrasi pembangunan disebut sebagai suatu seni dalam mencapai tujuan pembangunan. Paper ini mengkaji faktor – faktor sosial budaya dan politik (inklusifisme) pada objek wisata Pasir Putih Parbaba dalam mendukung pembangunan wisata di daerah dan nasional.

Kata Kunci : Inklusifisme, Wisata, Poleksosbud

PENDAHULUAN

Pembangunan diberbagai bidang yang dijalankan pemerintah Indonesia bermuara pada pembangunan yang dijalankan didaerah. Pemerintah pusat lebih kepada regulator dan monitoring atas rencana-rencana pembangunan yang menjadi kebijakan yang bersifat umum. Selanjutnya diperlukan kebijakan-kebijakan penjelas (*derivate*) pada tingkat daerah sesuai dengan potensi yang dimiliki baik sumberdaya alam maupun sumberdaya manusia. Pembangunan di daerah merupakan ujung tombak dari pelaksanaan pembangunan secara nasional yang dititikberatkan pada pembangunan manusianya. Hal ini dikarenakan bahwa pembangunan pada sumberdaya manusia merupakan faktor utama untuk mencapai keberhasilan pembangunan yang telah direncanakan.

Kekayaan sumber daya alam yang melimpah apabila tidak diikuti sumberdaya manusia yang berkualitas tidak akan memberikan kesejahteraan bagi suatu bangsa sedangkan kekayaan alam yang tidak melimpah apabila didukung oleh sumberdaya manusia yang berkualitas akan memberikan kesejahteraan bagi suatu bangsa. Hal ini merupakan kondisi yang dialami oleh bangsa Indonesia sebagai suatu Negara yang memiliki kekayaan yang melimpah. Sumber daya manusia yang dimaksud merupakan pemahaman terhadap kondisi sosial, budaya dan politik yang ada untuk dilakukan penyesuaian dengan program pembangunan yang dilaksanakan.

Selanjutnya di dalam melakukan perencanaan pembangunan sudah seharusnya berfokus pada pembangunan manusia baik dalam rencana nasional maupun di daerah. Pada tingkat daerah pembangunan yang dilaksanakan diharapkan lebih mudah melakukan adaptasi untuk melakukan pembangunan sebagaimana konsep otonomi daerah yang memberikan kewenangan daerah untuk mengelola pembangunan. Kreativitas pemerintah daerah untuk melakukan pembangunan yang berbasis pada sumberdaya manusia harus dapat mendapatkan dukungan yang kuat melalui pemahaman kondisi sosial, politik maupun budaya yang ada di daerah masing-masing.

Pembangunan Indonesia dari wilayah pinggiran dengan memperkuat daerah dan desa, adalah suatu lompatan besar dalam sejarah pembangunan di negeri ini. Dengan adanya pembangunan wilayah pinggiran, Presiden Joko Widodo ingin membuat halaman belakang menjadi halaman depan nusantara, menjadikan wilayah

yang tadinya dihindari laju pembangunan menjadi primadona pembangunan (Tjahjo Kumolo, 2017: 201). Hal ini berkaitan dengan pelaksanaan pembangunan di daerah sesuai dengan potensi-potensi yang dimiliki.

Demikian halnya dengan pembangunan dibidang pariwisata yang direncanakan pemerintah secara nasional dan dilaksanakan pada pemerintah daerah yang keberhasilannya sangat ditentukan oleh kemampuan sumberdaya manusia yang ada di daerah baik dari pihak pemerintah maupun dari masyarakatnya. Situasi sosialbudaya maupun politik yang ada pada suatu daerah sangat menentukan efektifitas dan efisiensi pembangunan pariwisata yang sedang dijalankan. Meskipun pembangunan terlihat berjalan namun karenan hambatan sosial budaya dan politik maka pembangunan pariwisata yang dijalankan akan berjalan tidak efisien.

Prasarana dan sarana pariwisata yang telah dibangun pemerintah tidak akan signifikan dengan kunjungan wisata apabila tidak didukung oleh kondusifitas sosial budaya dan politik masyarakat. Hal ini sesuai dengan pentingnya membangun modal sosial yang kuat dan didukung oleh kebijakan pemerintah yang sesuai dengan tingkat kebutuhan masyarakat melalui pemahaman inklusifisme pada suatu daerah.

Pentingnya pemahaman tentang inklusifisme akan menghasilkan dukungan masyarakat dalam pembangunan pariwisata. Hal ini sejalan dengan konsep sapta pesona yaitu: aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah tamah, dan kenangan yang harus dijalankan dalam pembangunan pariwisata. Namun tanpa adanya sinergitas dalam arti penyesuaian yang dilakukan pemerintah terhadap kondisi masyarakat maka pelaksanaan pembangunan akan terkendala. Pemahaman yang dimaksud merupakan pemahaman yang mendalam tentang kondisi masyarakat yang cenderung dalam administrasi pembangunan disebut sebagai suatu seni dalam mencapai tujuan pembangunan. Untuk lebih memperjelas yang menjadi pembahasan maka penulis menetapkan yang menjadi permasalahan adalah : Apakah yang menjadi substansi faktor – faktor sosial budaya dan politik (inklusifisme) pada objek wisata Pasir Putih Parbaba dalam mendukung pembangunan wisata di daerah dan nasional?

LANDASAN TEORI

Dalam pembangunan daerah sinergitas antara pemerintah dengan masyarakat sangat memegang peranan penting. Dalam konteks pembangunan daerah ada berbagai kelemahan dalam pembangunan seperti masalah kelembagaan, sumber daya manusia (SDM), sinergitas antar lembaga, peran serta masyarakat/swasta, pengelolaan anggaran, pemanfaatan teknologi informasi, pengawasan, pengendalian pembangunan (Syaodih, 2015:1). Walaupun pembangunan yang dilaksanakan secara structural namun dalam pelaksanaannya tetap belum memberikan hasil yang optimal karena pemahaman terhadap kondisi masyarakat secara internal tetap menentukan keberhasilan rencana pembangunan.

Beberapa dasar teori-teori yang dapat dikemukakan untuk memperkuat pentingnya fondasi sosial budaya maupun politik yang menjadi dasar dalam mencapai tujuan pembangunan pariwisata secara efektif . Pembangunan pariwisata di daerah harus dipahami secara mendalam terkait isu dalam pelaksanaan program yang telah didesain secara ideal di tingkat makro/nasional (Damanik,2015: 3). Beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam pembangunan pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Faktor Budaya

Budaya merupakan hal yang melekat pada suatu masyarakat yang memiliki perbedaan-perbedaan sesuai dengan daerahnya masing-masing sebagaimana perbedaan yang ada pada setiap manusia. Apabila sisi budaya dikesampingkan maka pembangunan yang dilaksanakan hanya akan menunggu waktu untuk menjadi permasalahan-permasalahan karena terkait langsung dengan pola hidup suatu masyarakat itu sendiri. Antariksa (2016) menyatakan bahwa landasan pembangunan pariwisata harus memenuhi tiga ketahanan yakni: ketahanan pangan, ketahanan budaya, dan ketahanan energi. Khusus ketahanan budaya diartikan bahwa pembangunan pariwisata tidak dibenarkan mengorbankan segala-galanya termasuk nilai-nilai budaya. Hal ini dikarenakan bahwa setiap daerah yang ada di Indonesia memiliki nilai-nilai budaya yang tidak dapat disamakan dengan nilai-nilai budaya yang berlaku

secara internasional. Keraguan dipersimpangan antara mengorbankan nilai-nilai-nilai budaya dengan mempertahankan nilai-nilai budaya harus dijawab dengan memperkuat dan mengembangkan nilai-nilai budaya menjadi bernilai wisata.

Walaupun secara internal belum tentu aman untuk mengembangkan budaya yang dimiliki karena mengembangkan budaya yang ada pada masyarakat itu sendiri bukan tanpa masalah atau tetap memiliki tantangan tersendiri. Hal ini juga terkait dengan sistem yang dibangun secara nasional dalam arti pembangunan yang terencana secara nasional. Penulis melihat keterpaduan mempertahankan nilai-nilai budaya sebagai aturan yang telah melekat pada diri bangsa Indonesia sehingga tidak ada alasan untuk mengenyampingkan nilai-nilai budaya dalam pembangunan khususnya pembangunan pariwisata.

Pembangunan pariwisata merupakan pembangunan yang sangat strategis karena sangat berkaitan dengan ujian nilai-nilai budaya dan berpengaruh terhadap pembangunan lainnya. Atau pembangunan pariwisata merupakan pembangunan yang bermata pisau dua yang akan digunakan untuk mempertahankan nilai-nilai budaya atau mengorbankan nilai-nilai budaya yang bias jadi memberikan keuntungan sesaat namun berdampak negatif secara jangka panjang.

2. Faktor Politik

Sesuai dengan perkembangan demokrasi di Indonesia maupun yang terjadi di Negara-negara lainya maka perubahan system kerajaan menjadi sistem demokrasi mengalami masa transisi yang belum selesai. Bahkan apabila dilihat secara nasional sistem kerajaan masih sangat dominan dan dipertahankan secara nasional yang juga dapat menimbulkan polemik dalam pelaksanaan pemerintahan yang disebabkan pemahaman masyarakat yang telah memilih demokrasi dan yang masih mempertahankan sistem kerajaan.

Secara lebih spesifik meskipun telah diterima sebagai suatu sistem demokrasi tetap saja menjadi hambatan karena nilai-nilai kerajaan yang masih melekat tetap mewarnai sistem demokrasi dalam konteks politik untuk menjalankan pembangunan. Dalam arti yang lebih luas dampak yang ditimbulkan melahirkan korupsi, kolusi dan nepotisme yang sebenarnya merupakan cerminan politik kerajaan yang masih dominan. Untuk menyalurkan kondisi ini kelihatan dengan keluarnya aturan atau kebijakan pemerintah untuk melahirkan konsep desa adat atau desa wisata dalam konsep pembangunan kepariwisataan.

Faktor politik menjadi penting dalam pembangunan berbagai bidang pembangunan karena menyangkut keterkaitan antara masyarakat dengan pemerintah. Masyarakat merupakan objek sekaligus subjek dalam pembangunan itu sendiri. Pemerintah dalam menyusun kebijakan harus melibatkan masyarakat karena masyarakat adalah pelanggannya. Partisipasi masyarakat harus dibangkitkan agar dengan pemerintah melalui sinergitas sehingga rencana pembangunan yang dilaksanakan dapat memecahkan persoalan bukan malah menimbulkan masalah yang menghambat dalam pembangunan (Keban, 2008:84).

Untuk menjalankan politik yang sesuai nilai-nilai demokrasi setelah penetapan dan meninggalkan nilai-nilai kerajaan maka tugas penting demokrasi tidak hanya menjadi tanggungjawab pemerintah namun juga tanggungjawab juga masyarakat. Namun tugas utama dalam penegakannya tetap berada pada pemerintah sebagaimana telah diperolehnya kekuasaan untuk mendapatkan hak sebagai pelaksana atau penyelenggara dalam memimpin pelaksanaan dalam pembangunan.

3. Faktor Sosial

Faktor sosial menjadi ujian dalam praktek pelaksanaan pembangunan, karena faktor sosial menjadi wadah pertemuan berbagai macam kehidupan masyarakat yang notabene memiliki banyak keragaman. Dapat dikatakan semua daerah di Indonesia memiliki keragaman baik secara horizontal maupun vertikal. Kondisi demikian demikian sudah menjadi *dna* suatu masyarakat yang harus diterima sebagai bagian dari kehidupan berbangsa dan bernegara.

PEMBAHASAN

Sebagaimana konsep pembangunan yang telah dijalankan sejak pemerintahan Indonesia dipimpin oleh Presiden Soekarno hingga pemerintahan yang dipimpin oleh Ir.Joko Widodo memiliki tantangan yang berbeda. Demikian halnya dengan pendekatan atau model pembangunan yang dilaksanakan memiliki dampak yang tidak hanya dialami ketika pelaksanaannya tetapi tetap berdampak kepada generasi setelahnya. Apa yang dirasakan saat ini merupakan buah dari apa yang telah diperoleh setelah ditanam pada masa sebelumnya.

Paling tidak hal ini dapat menjadi jawaban yang dapat membantu bahwa pembangunan yang dilaksanakan baik secara nasional maupun secara regional memiliki keterkaitan dengan pembangunan yang telah dilaksanakan sebelumnya. Namun solusi harus tetap menjadi acuan yang diharapkan dapat menyelesaikan masalah sesuai dengan tantangan yang sedang dihadapi. Beberapa persoalan yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Persoalan Budaya

Pertemuan budaya dari luar dengan budaya dari dalam tidak dapat dipungkiri telah menimbulkan kegoncangan dimasyarakat. Padahal posisi kuat tidaknya budaya suatu masyarakat menjadi salah satu kekuatan yang dapat dimanfaatkan untuk menggerakkan pembangunan. Terlebih lagi sebahagian masyarakat telah berada pada keraguan atau ketidaktahuan tentang budayanya masing-masing sehingga menimbulkan ketidakjelasan sikap dan nilai yang dianutnya.

Posisi pemerintah sebenarnya telah jelas dalam problema yang dimaksudkan namun tetap saja dalam konteks kehidupan masyarakat yang sedang melakukan pembangunan persoalan budaya ini masih menjadi persoalan. Yang diharapkan masyarakat jelas dalam pemahaman budayanya sedangkan yang tampak bahwa masyarakat sebagian telah meninggalkannya atau berada dalam keragu-raguan. Hal ini menjadi persoalan tersendiri bagi untuk melihat secara mendalam mengapa masyarakat sudah banyak yang meninggalkan nilai-nilai budaya yang dimilikinya.

Dalam pelaksanaannya pemerintah daerah dituntut untuk dapat menjalankan kebijakan yang telah ditetapkan sebagai program nasional sebagai bentuk keseriusan pemerintah dalam melestarikan nilai-nilai budaya yang dapat menjadi modal dalam pembangunan. Namun dalam pelaksanaannya pemerintah daerah belum menunjukkan hal-hal yang bijaksana meskipun telah menyampaikan bahwa budaya merupakan kekuatan yang dimilikinya. Ketidakseriusan pemerintah daerah dalam memajukan nilai-nilai budaya masih tercemar oleh kepentingan-kepentingan pribadi dan kelompok sehingga menimbulkan ketidakpercayaan dari masyarakat. Secara program atau kegiatan yang dilaksanakan telah menunjukkan bahwa pembangunan pariwisata yang dilaksanakan telah mengikutsertakan nilai-nilai budaya namun secara struktural atau komunikasi yang dijalin masih dikuasai oleh sekelompok orang saja sehingga kurang meluas dampak yang ditimbulkannya.

2. Persoalan Politik

Sebagaimana persoalan budaya, persoalan politik juga mempunyai catatan buruk dalam kehidupan secara nasional yang tentunya paralel dengan kondisi yang ada di daerah. Sebagaimana kepercayaan terhadap pemerintah dalam menjalankan pemerintahan dalam konteks politik juga masih mempunyai raport merah dari masyarakat karena masih kentalnya kepentingan kelompok dalam pelaksanaan pemerintahan. Antara pihak pemerintah dengan masyarakat dengan kelompok-kelompok yang ada juga memiliki keterkaitan pada suatu kelompok sehingga masyarakat tidak memiliki peluang yang cukup untuk melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan pembangunan khususnya dalam pembangunan pariwisata.

Kondisi pembangunan objek wisata pasir putih parbaba masih terdampak pada kondisi politik yang kurang sehat sehingga tidak dapat melakukan lompatan atau terobosan dalam mengikuti perkembangan pembangunan kepariwisataan. Dengan kata lain masyarakat terjebak dengan kondisi yang ada dimana pelaksana pemerintahan dengan masyarakat yang didominasi dari kelompok yang sama dengan pihak pemerintah.

3. Persoalan Sosial

Kehidupan sosial suatu masyarakat merupakan cerminan dari kualitas pelaksanaan pembangunan yang dilaksanakan. Demikian halnya dengan pembangunan pariwisata yang dilakukan pada objek wisata pasir putih parbaba merupakan cerminan dari kehidupan sosial antara masyarakat dengan pemerintahnya. Dalam rangka pembangunan pariwisata di Pantai Pasir putih Parbaba Kabupaten Samosir tuntutan akan pengembangan objek wisata belum berjalan sebagaimana yang diharapkan.

Pengembangan objek wisata yang masih belum didukung oleh factor social masyarakat adalah: pembangunan infrastruktur yang belum memadai, serta *ammenitas* masyarakat yang belum siap menjadi tuan rumah yang baik bagi wisatawan. Berdasarkan survey yang dilakukan peneliti sendiri pengembangan di bidang teknologi informasi telah berjalan dengan baik dengan penyediaan informasi pelayanan wisata. Dengan demikian permasalahan yang harus menjadi prioritas selanjutnya adalah penyediaan fasilitas wisata dan *ammenitas* yang sangat memerlukan perhatian karena merupakan persoalan utama.

Secara lebih spesifik persoalan yang dimaksud adalah: kesulitan dalam pembebasan lahan untuk pengembangan objek wisata berupa fasilitas-fasilitas wisata dan kesiapan masyarakat dalam bentuk keramah-tamahan terhadap wisatawan. Secara sosial masyarakat harus memiliki kebersamaan atau kekompakan untuk melakukan pembangunan objek wisata tanpa membedakan perbedaan-perbedaan agama, perbedaan secara ekonomi atau kriteria perbedaan lainnya. Dengan adanya kebersamaan untuk membangun objek wisata maka dapat diperkirakan bahwa pembangunan objek wisata akan memberikan manfaat yang dapat dirakan secara keseluruhan.

Masalah sosial lainnya yang menjadi hambatan dalam pengembangan objek wisata Pasir Putih Parbaba Kabupaten Samosir dan juga terhadap pengembangan objek wisata lainnya yang masih memerlukan pengembangan adalah rendahnya peranan masyarakat kelas tengah dalam pengembangan objek wisata. Kelas tengah yang dimaksud meliputi masyarakat yang berada di Kabupaten Samosir dan termasuk masyarakat yang berada di luar Kabupaten Samosir yaitu disebut sebagai perantau. Masyarakat perantau sangat memiliki andil baik dalam proses lahirnya Kabupaten Samosir yang bersamaan dengan Kabupaten Serdang Bedagai dan peranan pada perkembangan pembangunan objek wisata.

Hal lainnya yang memperkuat posisi masyarakat perantau dalam pembangunan objek wisata di Kabupaten Samosir adalah kepemilikan tanah yang masih melekat dan terkait dengan pengembangan infrastruktur pariwisata. Namun yang menjadi permasalahan adalah andil yang masih kurang maksimal dalam pengembangan objek wisata di Kabupaten Samosir.

Secara nasional kelas tengah sudah muncul di negeri ini dalam jumlah yang fantastis. Sayangnya, hitungan ini hanya berhenti di atas kertas mengingat kesadaran akan posisi kelas boleh dikatakan masih nihil. Mereka tidak merasa sebagai kelas tengah dan sadar akan tanggungjawabnya terhadap kelas bawah. Kelas tengah cenderung bersikap oportunistik dan mencari titik aman. Jarang diantara mereka memiliki kemandirian berpikir dan bersikap sehingga mampu menjadi motor revolusi dan demokratisasi (M.Nasrudin: 65).

PENUTUP

1. Dalam penerapan pembangunan yang dilaksanakan sebagai turunan dari visi dan misi Pemerintah Kabupaten Samosir, maka dalam penerapannya dalam bentuk program dan kegiatan yang dilaksanakan harus menyesuaikan dengan kondisi, politik, sosial dan budaya agar kegiatan yang dilaksanakan dapat bermanfaat bagi masyarakat.
2. Hubungan sosial akan terbangun apabila masyarakat kelas menengah dapat berperan dalam memajukan pembangunan pariwisata tidak justru membiarkan atau kurang berpartisipasi dalam mendukung pengembangan objek wisata di Pantai Pasir Parbaba.

3. Kehidupan politik yang dijalankan tidak hanya bersifat pribadi atau golongan tetapi memberikan kesempatan yang luas untuk dapat berperan dalam memimpin daerah sesuai dengan prinsip-prinsip demokrasi. Hal ini sesuai dengan tuntutan global dalam arti sebagai suatu aturan dan juga dampak yang ditimbulkan secara global.
4. Efektifitas pembangunan objek wisata yang dilaksanakan di daerah sangat ditentukan oleh pemahaman dari pemerintah dalam menyesuaikan kehidupan masyarakat baik secara politik, social dan budaya untuk memberikan kepercayaan yang akan menghasilkan partisipasi dari masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Keban, T, Yeremias, 2008, Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik, Gava Media, Yogyakarta
- Antariksa, Basuki, 2016, Kebijakan Pembangunan Kepariwisata, Intrans Publishing, Malang
- Damanik, Janianton dkk, 2015, Membangun Pariwisata Dari Bawah, Gajah Mada University Press, Yogyakarta
- Nasrudin, M, 2014, Mozaik Kebijakan Publik Di Indonesia, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Syaodih, Ernady, 2015, Manajemen Pembangunan Kabupaten dan Kota, PT Aditama Bandung.
- Kumolo, Tjahyo, 2017, Nawa Cita Untuk Kesejahteraan Rakyat Indonesia, PT Kompas, Jakarta

**DESA WISATA DOMPYONG KABUPATEN TRENGGALEK SEBAGAI
PENDUKUNG PERCEPATAN WISATA DI KAWASAN SELINGKAR WILIS**

Ardhana Januar Mahardhani
Universitas Muhammadiyah Ponorogo
ardhana@umpo.ac.id

ABSTRAK

Keberadaan Kawasan Selingkar Wilis sebagai kawasan strategis Provinsi Jawa Timur, dalam 5 tahun ini menjadi kawasan yang tersorot, hal ini target pada tahun 2022 semua daerah di Kawasan Selingkar Wilis terkoneksi dengan sarana jalan menjadi bagian pokok dalam perencanaan pembangunan dan pengembangan daerah Provinsi Jawa Timur yang termaktub dalam RPJMD 2014-2019. Kabupaten Trenggalek merupakan salah satu dari keenam kabupaten yang ada di Kawasan Selingkar Wilis, dengan kondisi geografis yang kesemuanya dataran tinggi, menjadikan kawasan Kabupaten Trenggalek banyak mempunyai potensi wisata alam yang dapat dikembangkan, salah satunya dengan keberadaan Desa Dompjong di Kecamatan Bendungan, keberadaan desa yang banyak menyimpan keindahan alam tersebut saat ini telah dijadikan desa wisata oleh pemerintah Kabupaten Trenggalek yang mendukung percepatan pengembangan pariwisata di Kawasan Selingkar Wilis. Tulisan ini berupa kajian atas keberadaan Desa Dompjong Kecamatan Bendungan Kabupaten Trenggalek yang telah dibentuk sebagai desa wisata yang dapat digunakan sebagai percontohan serta mendukung percepatan daerah wisata di Kawasan Selingkar Wilis.

Kata kunci : Desa Wisata, Percepatan

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan suatu kegiatan yang secara langsung berhubungan dan melibatkan masyarakat setempat sehingga membawa berbagai dampak terhadap peningkatan ekonomi dan sosial dari masyarakat lokal, dengan kata lain dapat dikatakan bahwa pariwisata merupakan energi pendorong bagi pembangunan dan pengembangan masyarakat. Sejalan dengan dinamika perkembangannya, pariwisata merambah dalam berbagai terminologi seperti, *sustainable tourism development*, *village tourism*, *ecotourism*, yang menjadi pendekatan pengembangan kepariwisataan yang berupaya untuk menjamin agar wisata dapat dilaksanakan di daerah tujuan wisata bukan perkotaan saja (<http://koranmemo.com>).

Pariwisata juga tidak tergantung hanya satu dimensi saja, tetapi pariwisata merupakan kegiatan yang multi dimensi dan saling terkait satu dengan yang lain, ada beberapa sektor yang dapat menjadi pembentuk dan penguat dari pariwisata, diantaranya keberadaan sumber daya alam dan sumber daya manusia, faktor demografi juga dapat menjadi acuan dalam penguat dari pariwisata.

Seiring berjalannya waktu keberadaan *ecotourism* menjadi sangat populer, *ecotourism* (ekoturisme) atau ekowisata merupakan salah satu kegiatan pariwisata yang berwawasan lingkungan dengan mengutamakan aspek konservasi alam, aspek pemberdayaan sosial budaya ekonomi masyarakat lokal serta aspek pembelajaran dan pendidikan (<https://id.wikipedia.org>). Ekowisata ini saat ini banyak dikembangkan oleh daerah-daerah di Indonesia, termasuk juga di Kabupaten Trenggalek, Provinsi Jawa Timur yang mengembangkan Desa Dompjong sebagai desa berbasis ekowisata.

Selain hal tersebut, keberadaan Desa Dompjong juga sangat berpengaruh terutama pada keberadaan Kawasan Selingkar Wilis. Kawasan Selingkar Wilis ini merupakan sebuah kawasan yang melingkar di sekeliling Gunung Wilis, kawasan ini terdiri dari enam kabupaten diantaranya Kabupaten Tulungagung, Trenggalek, Ponorogo, Madiun, Nganjuk, dan Kediri (Tunggal Rogo Mandiri). Kawasan ini merupakan kawasan strategis yang akan segera dibuka oleh pemerintah Provinsi Jawa

Timur dengan tujuan pengembangan daerah, terutama untuk daerah Provinsi Jawa Timur di bagian barat. Konsep Tunggul Rogo Mandiri ini sejatinya merupakan persamaan dari kesuksesan Kawasan BTS (Bromo Tengger Semeru) yang lebih dulu ada dan sukses di Provinsi Jawa Timur.

PEMBAHASAN

Desa Wisata Dompjong, Kecamatan Bendungan, Kabupaten Trenggalek

Desa Dompjong merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Bendungan Kabupaten Trenggalek, berjarak sekitar 20 km dari pusat pemerintahan Kabupaten Trenggalek dan berada di wilayah pegunungan Dilem Wilis yang termasuk dalam Kawasan Selingkar Wilis. Secara geografis Desa Dompjong berada di daerah pegunungan yang berada pada ketinggian 729 meter di atas permukaan laut dengan luas wilayah 1.782 Ha.

Jumlah penduduk di Desa Dompjong menurut data demografi tahun 2016 adalah sebanyak 3.725 yang tersebar di wilayah 4 dusun. Desa Dompjong berbatasan dengan beberapa desa lain di Kecamatan Bendungan dan desa lain yang telah masuk dalam wilayah Kabupaten Ponorogo, adapun batas wilayah Desa Dompjong adalah sebagai berikut :

Sebelah utara	: Desa Botoputih, Kecamatan Bendungan
Sebelah timur	: Desa Depok, Kecamatan Bendungan
Sebelah selatan	: Desa Surenlor, Kecamatan Bendungan
Sebelah barat	: Desa Jurug, Kecamatan Sooko, Kab. Ponorogo

Keberadaan Desa Dompjong yang dijadikan sebagai destinasi wisata baru banyak menawarkan pesona wisata alam, diantaranya Air Terjun Coban Rambat yang dilengkapi pembangkit listrik peninggalan Belanda yang hingga kini masih bisa dimanfaatkan bahkan dikembangkan dengan mengakomodasi teknologi modern. Kebun Dilem Wilis yang merupakan kebun kopi lengkap dengan keberadaan pabrik peninggalan Belanda, selain itu pada momen tertentu, wisatawan juga bisa menikmati hiburan tradisional berupa atraksi reog dan jaranan, serta bisa menikmati beberapa kuliner khas Kecamatan Bendungan, Kabupaten Trenggalek.

Kawasan Selingkar Wilis, Provinsi Jawa Timur

Kawasan Selingkar Wilis merupakan salah satu deretan pegunungan yang termasuk dalam cincin api pasifik di Provinsi Jawa Timur. Kawasan Selingkar Wilis dalam hal ini adalah Kabupaten Tulungagung, Kabupaten Trenggalek, Kabupaten Ponorogo, Kabupaten Madiun, Kabupaten Nganjuk, dan Kabupaten Kediri, keenam daerah tersebut mempunyai sebutan Tunggul Rogo Mandiri, seperti diberitakan dalam laman resmi Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Jawa Timur disebutkan bahwa untuk mengoptimalkan potensi besar yang dimiliki, maka Gunung Wilis akan dikelola oleh enam daerah yang terletak disekitarnya.

Dalam pelaksanaannya, kesepakatan bersama tentang kerjasama pembangunan daerah di Kawasan Selingkar Wilis belum final, meskipun sudah ada nota kesepahaman atas apa yang akan dilakukan dalam rangka pengembangan kawasan tersebut. Kesepakatan dalam bentuk nota kesepahaman telah ditandatangani oleh enam kepala daerah yang berada di Kawasan Selingkar Wilis pada tanggal 11 Juni 2014, sesuai dengan latar belakang terbentuknya, maksud dari nota kesepahaman ini adalah untuk memaduserasikan program-program pembangunan pada enam kabupaten yang terlibat, sedangkan tujuan dari kesepakatan bersama ini adalah untuk mengoptimalkan pengelolaan potensi dan sumber daya secara efektif dan efisien guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Salah satu tujuan kerjasama ini adalah untuk menyinergikan program-program pembangunan daerah bidang infrastruktur seperti infrastruktur jalan yang terintergarasi di perbatasan daerah di wilayah Selingkar Gunung Wilis sebagai sarana optimalisasi pengembangan potensi daerah baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia. Dengan terbukanya akses jalan diharapkan dapat mendorong perkembangan bidang-bidang lain seperti kemudahan dalam mobilitas orang dan barang baik dalam satu wilayah kabupaten maupun ke kabupaten lain. Disamping itu,

akan mendorong pertumbuhan potensi daerah seperti jasa pariwisata, pertanian dan perkebunan. Hasil identifikasi awal oleh anggota tim kerjasama Selingkar Wilis diperoleh data panjang trase jalan yang akan diplot/dikerjasamakan adalah sebagai berikut: 1) Tulungagung $\pm 29,394$ Km; 2) Trenggalek $\pm 18,950$ Km; 3) Ponorogo $\pm 40,400$; 4) Madiun $\pm 31,300$ Km; 5) Nganjuk $\pm 34,855$ Km; 6) Kediri $\pm 57,952$ Km.

Dukungan Terhadap Pengembangan Desa Wisata Dompjong

Pengembangan Desa Dompjong menjadi sebuah desa wisata rujukan tentunya memerlukan dukungan dari berbagai pihak, baik dari pemerintah; swasta; dan masyarakat.

1. Pemerintah

Pemerintah dalam hal ini adalah Pemerintah Kabupaten Trenggalek, baik SKPD yang berkepentingan yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek ataupun pemerintahan yang berada dibawahnya, yaitu pemerintah Kecamatan Bendungan atau pemerintah Desa Dompjong. Pemerintah daerah dalam hal ini telah mencanangkan Desa Dompjong sebagai Desa Wisata mulai tahun 2016 yang meliputi wisata Air Terjun (Coban Rambat), Kandang Koloni dan Pabrik Kopi Peninggalan Belanda (Sya'diyah, 2017).

Selain itu bentuk dukungan yang diberikan oleh pemerintah kecamatan dan pemerintah desa juga dalam bentuk kerjasama untuk penataan objek kunjungan agar lebih indah dan dapat menarik wisatawan lebih banyak lagi, baik dalam atau luar negeri.

2. Swasta

Asosiasi Desa Wisata (ASIDEWI) Kabupaten Trenggalek dalam hal ini mempunyai peran penting dalam rangka pengembangan Desa Wisata Dompjong. Andi Yuwono selaku Ketua ASIDEWI Indonesia menyampaikan bahwa desa wisata merupakan salah satu potensi wisata baru yang mampu meningkatkan taraf perekonomian masyarakat melalui potensi alam yang ada dimasing-masing desa. Dengan keberadaan ASIDEWI ini Desa dompyong mendapat pendampingan selama tiga bulan untuk penataan dan penyadaran masyarakat tentang keberadaan desa wisata. Dari hal tersebut akhirnya dapat dilihat kemajuan Desa Dompjong salah satunya adalah wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Dompjong dapat menikmati keindahan alam di lereng Gunung Wilis serta arena uji adrenalin seperti *flying fox*. Selain itu wisatawan juga disuguhkan suasana asri desa hutan dengan menginap di rumah penduduk setempat.

3. Masyarakat

Strategi pengembangan desa melalui pembinaan masyarakat juga dapat dilaksanakan supaya satu orang dengan yang lain memiliki pemikiran yang sama. Walau pada proses awal melalui tahap *brainstorming* yang memungkinkan masing-masing orang memiliki wacana (Syah, 2017). Keberadaan masyarakat sebagai pelaku dalam desa wisata ini merupakan kunci pokok untuk keberlangsungan dan keberlanjutan keberadaan Desa Wisata Dompjong, setelah dukungan dari pemerintah serta adanya pendampingan dari pihak swasta, selanjutnya dikembalikan kepada masyarakat. Dari pengamatan yang telah dilakukan bahwasanya masyarakat sampai saat ini masih menjaga keberlangsungan dari Desa Wisata Dompjong, masyarakat ikut menjaga bahkan memberikan bantuan tenaga dan materiil untuk apa yang dibutuhkan, sebagai contoh masyarakat berkerja bakti membuat papan petunjuk arah objek wisata, menyediakan lahan parkir di area pekarangan, serta masih menerima jika ada wisatawan yang berkunjung dan menginap di Desa Dompjong.

Desa Wisata Dompjong Sebagai Rujukan Desa Wisata pada Kawasan Selingkar Wilis

Nuryanti (1992) mendefinisikan desa wisata merupakan suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku, selain itu Pearce (1995) mengartikan pengembangan desa wisata sebagai suatu proses yang menekankan cara untuk mengembangkan atau memajukan desa

wisata. Secara lebih spesifik, pengembangan desa wisata diartikan sebagai usaha-usaha untuk melengkapi dan meningkatkan fasilitas wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Masyarakat lokal berperan penting dalam pengembangan desa wisata karena sumber daya dan keunikan tradisi dan budaya yang melekat pada komunitas tersebut merupakan unsur penggerak utama kegiatan desa wisata.

Keberlangsungan dan keberlanjutan desa wisata Dompjong menjadi bahan rujukan dari desa-desa lain yang berada di Kawasan Selingkar Wilis, keberadaan desa wisata ini nampaknya menjadi magnet utama untuk menarik para wisatawan agar datang ke daerah tersebut, tawaran destinasi sebagai penarik wisatawan untuk datang juga sangat diperlukan, oleh karena itu pemerintah, pihak swasta, dan masyarakat juga harus terus berinovasi agar desa wisata Dompjong tetap bisa eksis. Terdapat beberapa kunci pokok dalam pengembangan desa wisata agar tetap bisa berjalan sesuai dengan harapan, yaitu:

1. Adanya inovasi dan terobosan tentang pengembangan objek wisata yang ada di desa wisata, jangan sampai wisatawan ada kejenuhan tentang terlalu monotonnya objek wisata yang ada di desa tersebut.
2. Kearifan lokal masyarakat yang tetap terjaga, hal ini juga sebagai penarik kunjungan wisatawan untuk datang ke desa tersebut, karena sesungguhnya wisatawan datang karena kealamian dan keasrian masyarakat dan lingkungannya.
3. Kolaborasi yang terbentuk antara masyarakat lokal, pemerintah, dan pihak swasta harus tetap dilaksanakan dengan baik, karena tidak akan bisa berjalan dengan sendiri satu pihak tanpa ada pihak lainnya.

PENUTUP

Desa wisata Dompjong merupakan salah satu desa di Kawasan Selingkar Wilis yang telah sukses menjadikan desanya menjadi sebuah desa wisata, keberhasilan desa ini diharapkan menjadi patokan desa lain yang ada di Kawasan Selingkar Wilis untuk menata kembali desanya sesuai dengan potensi yang ada agar desanya juga tidak terbelakang ketika nantinya jalur di Kawasan Selingkar Wilis ini dibuka, keberadaan desa wisata Dompjong secara langsung akan juga berdampak pada kemajuan perekonomian masyarakat lokal oleh karena itu peran dari tiga elemen yang ada yaitu pemerintah, swasta, dan masyarakat harus tetap juga terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

- _____. 2016. Data Demografi Desa Dompjong, Kecamatan Bendungan Kabupaten Trenggalek.
- Nuryanti, W. 1999. *Heritage, Tourism and Local Communities*. Yogyakarta: UGM Press.
- Sya'diyah, Halimatus. 2017. *Pendampingan kelompok wanita tani (KWT) Argosari dalam meningkatkan perekonomian komunitas melalui pengolahan hasil pertanian di Desa Dompjong Kecamatan Bendungan Kabupaten Trenggalek*. Skripsi. UIN Sunan Ampel Surabaya
- Syah, Firman. 2017. *Strategi Mengembangkan Desa Wisata*. Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers Unisbank Ke-3 (Sendi_U 3). Universitas Stikubank Semarang.
- Pearce, D. 1995. *Tourism a Community Approach*. 2: Harlow Longman.

**PERANAN SEKTOR PARIWISATA DALAM PENYERAPAN
TENAGA KERJA DAN PENINGKATAN UMKM DI
KECAMATAN PACIRAN KABUPATEN LAMONGAN**

Ika Devy Pramudiana S.IIp M.Kp
Universitas Dr. Soetomo Surabaya
Ik.pramudiana@gmail.com

ABSTRAK

Pariwisata merupakan salah satu upaya pengembangan industri di kecamatan Paciran karena wilayah pesisir yang merupakan lokasi yang berpotensi tinggi untuk dijadikan daerah wisata. Terlebih lagi dengan melihat adanya trend wisata yang akan memberikan peluang terhadap pengembangan pariwisata yang akan berimbas untuk kesempatan kerja yang ada pada sektro wisata tersebut. Berkembangnya Sektor Wisata Sektor pariwisata dapat dikatakan sektor yang siap dalam penyerapan tenaga kerja karena tidak hanya menciptakan lapangan pekerjaan baru tetapi juga dapat menghidupkan pekerja yang ada disekitar tempat wisata tersebut. Hal ini dapat menggambarkan bahwa pembangunan-pembangunan yang baik secara langsung maupun tidak langsung yang berhubungan dengan sektor pariwisata dapat menyerap tenaga kerja seperti berkembangnya UMKM dan pembangunan hotel, restoran dan yang lain-lain.

Metode pengumpulan data menggunakan tiga teknik dalam pengumpulan data sesuai dengan jenis penelitiannya yakni penelitian diskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu melakukan wawancara kepada yang terkait dan survey/observasi wilayah penelitian, serta dokumen resmi, buku, hasil penelitian yang berwujud laporan, dan sebagainya.

Dengan pengembangan obyek Wisata di sekitar Paciran telah memberikan Kontribusi positif Terhadap Penyerapan Tenaga kerja di Kecamatan Paciran khususnya dan Masyarakat Lamongan pada umumnya. Hal ini terlihat pada berkurangnya tingkat pengangguran secara presentase Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Lamongan sebesar 5%, kemudian turun menjadi 4,1% tahun 2016, dan turun lagi kembali menjadi 3,56% pada tahun 2017. Selain itu juga berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat yang semakin meningkat pendapatannya dikarenakan mempunyai pekerjaan tambahan.

Kata Kunci : Pariwisata, Tenaga Kerja.

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia baik sebagai salah satu sumber penghasil devisa maupun sebagai pencipta lapangan kerja serta kesempatan berusaha, dengan berkembangnya sektor wisata masyarakat dapat merasakan manfaatnya secara langsung melalui terbukanya lapangan usaha yang menciptakan kesempatan kerja baru serta mampu meningkatkan pendapatan baik bagi masyarakat maupun pemerintah daerah. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang RI No 10. Tahun 2009 pasal 4, Kepariwisata bertujuan untuk: a. meningkatkan pertumbuhan ekonomi; b. meningkatkan kesejahteraan rakyat. Masalah ketenagakerjaan merupakan salah satu masalah yang sering muncul dan selalu dihadapi setiap kabupaten atau kota salah satunya adalah kabupaten Lamongan. Hal ini diakibatkan karena terjadinya pertambahan penduduk yang tidak diimbangi oleh pertambahan penyedia lapangan pekerjaan sehingga menimbulkan pengangguran.

Dalam Undang-Undang Pokok Ketenagakerjaan No.4 tahun 1969 dinyatakan bahwa, tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan, baik dalam maupun diluar hubungan kerja guna menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Tenaga kerja menurut ketentuan ini meliputi tenaga kerja yang bekerja di dalam maupun di luar hubungan kerja dengan alat produksi utamanya dalam proses produksi adalah tenaga kerja sendiri baik tenaga

kerja fisik maupun tenaga kerja pikiran (Soeroto, 2006). Kesempatan kerja menurut Simanjuntak (2005) mengemukakan bahwa besarnya permintaan perusahaan akan tenaga kerja pada dasarnya permintaan masyarakat terhadap barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan tersebut.

Di Kabupaten Lamongan pada tahun 2015 secara presentase Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Lamongan sebesar 5%, kemudian turun menjadi 4,1% tahun 2016, dan turun lagi kembali menjadi 3,56% pada tahun 2017, dari total jumlah penduduk setempat yang mencapai sekitar 1,5 juta. Permasalahan ketenagakerjaan merupakan masalah yang belum dapat terselesaikan sampai pada saat ini, maka dari itu peran dari pemerintah sangat dibutuhkan untuk mengurangi atau bahkan menyelesaikan permasalahan ketenagakerjaan ini. Semakin tingginya pertumbuhan penduduk maka semakin sempit lapangan pekerjaan yang tersedia dan dengan semakin berkembangnya zaman para penyedia lapangan pekerjaan yang layak memiliki kriteria sumberdaya tertentu dalam menerima tenaga kerja seperti memiliki kemampuan dan lebih terampil dalam bekerja, sehingga sumberdaya yang tidak memiliki kemampuan dan keterampilan khusus akan tersingkirkan dari pasar tenaga kerja dan tidak mendapatkan pekerjaan yang layak, bahkan menjadi pengangguran yang mengakibatkan terjadinya ketimpangan kesejahteraan di setiap daerah. Sehingga meningkatnya tingkat kriminalitas dan tingkat kemiskinan, maka dari itu dorongan dari sektor-sektor dalam pariwisata sangat dibutuhkan dan menjadi salah satu solusi dalam mengatasi masalah ketenagakerjaan dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat maupun pendapatan Kabupaten Lamongan.

Kabupaten Lamongan merupakan salah satu kabupaten di Propinsi Jawa Timur dengan kondisi geografis yang cukup potensial sehingga memungkinkan kegiatan ekonomi yang cukup beragam. Dari perkembangan wisatanya Lamongan menjadi salah satu Daerah Tujuan Wisata (DTW) di Jawa Timur. Salah satu wujud nyata keberhasilan pemerintah Kabupaten Lamongan dalam membangun industri pariwisata adalah keberadaan Wisata Bahari Lamongan (WBL), Maharanizoo, Pantai Kutang, Pemandian Sendang Duwur, Makam Sunan Drajat, Pantai Brondong, Musium Sunan Drajat, makam Sunan Sendang, dan Pohon Trinil. Kini masing-masing wisata tersebut menjadi daya tarik untuk mengundang wisatawan dan sebagian besar lokasi pariwisata ini terdapat di pesisir Pantai utara Lamongan tepatnya di kecamatan Paciran, Objek wisata yang masih dikelola oleh masyarakat umumnya belum dikembangkan dan dikelola dengan baik, seperti Pemandian Air Panas Brumbun, Desa Sendang Dhuwur yang merupakan sentra industri perak dan terdapat Makam Sunan Sendang Dhuwur (Disbudpar, 2015). Meskipun demikian keberadaan pariwisata mampu menghidupkan kekreatifan masyarakat dan adanya penggalian ekonomi dari dampak adanya pariwisata. Masyarakat memanfaatkan kesempatan tersebut untuk berjualan di sekitar lokasi wisata karena memang pengelolaan dilimpahkan ke desa wisata tersebut.

Sektor pariwisata dapat dikatakan sektor yang siap dalam penyerapan tenaga kerja karena tidak hanya menciptakan lapangan pekerjaan baru tetapi juga dapat menghidupkan pekerja yang ada disekitar tempat wisata tersebut. Hal ini dapat menggambarkan bahwa pembangunan-pembangunan yang baik secara langsung maupun tidak langsung yang berhubungan dengan sektor pariwisata dapat menyerap tenaga kerja seperti pembangunan hotel, restoran dan yang lain-lain. Apabila kita melihat pada kegiatan perekonomian yang sebenarnya pertumbuhan ekonomi berarti perkembangan fisik produksi barang dan jasa yang berlaku disuatu negara, seperti pertumbuhan dan jumlah produksi barang industri, perkembangan infrastruktur, pertumbuhan produksi sektor jasa, pertumbuhan produksi barang modal dan pertumbuhan jumlah sekolah.

Kegiatan pariwisata membuka ruang bagi ekonomi lainnya dan membuka lapangan kerja. Efek yang dihasilkan dari kegiatan pariwisata tentu saja mendorong Pemerintah Daerah lebih berperan aktif memajukan sektor pariwisata. Pemerintah Daerah dengan mendorong kemajuan sektor pariwisata berarti membantu peningkatan pertumbuhan ekonomi daerah. Peran Pemerintah Daerah semakin Penting dan diperlukan pasca berlakunya otonomi daerah dimana pemerintah daerah harus aktif dan kreatif memaksimalkan seluruh potensi yang dimiliki (Kusworo dan

Damanik, 2002).Maka penelitian ini untuk melihat seberapa besar peran pariwisata dalam penyerapan tenaga kerja di kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan.

LANDASAN TEORI

Definisi Pariwisata

Menurut Lundberg, Stavenga, & Krishnamoorty (1997), pariwisata adalah suatu konsep umum yang sejarahnya balik ke tahun 1811 atau sebelumnya, dan definisinya terus berubah. Istilah “tourism” (kepariwisataan) mencakup orang-orang yang melakukan perjalanan pergi dari rumahnya dan perusahaan-perusahaan yang melayani mereka dengan memperlancar atau mempermudah perjalanan mereka atau membuatnya lebih menyenangkan. Menurut Soekadijo (1996), pariwisata ialah segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Sedangkan menurut UU RI No. 9 tahun 1990 pasal 7 tentang kepariwisataan, berbunyi “pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha obyek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata, dan usaha lain dibidang tersebut”.

Kemudian menurut UU RI No.10 tahun 2009 pasal 1 ayat 3 tentang kepariwisataan, berbunyi “pariwisata adalah 24 berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah”. Pariwisata sebagai suatu konsep dapat dipandang dari berbagai perspektif yang berbeda. Perspektif mengenai pariwisata merupakan suatu kegiatan melakukan perjalanan dari rumah untuk maksud usaha atau bersantai. Dan perspektif mengenai pariwisata ialah suatu bisnis dalam menyediakan barang dan jasa bagi wisatawan dan menyangkut setiap pengeluaran oleh atau untuk wisatawan atau pengunjung dalam perjalanannya. Serta perspektif mengenai kepariwisataan adalah suatu lingkup usaha yang terdiri atas ratusan komponen usaha, ada usaha besara dan ada usaha kecil. Tetapi, sebagian besar usaha kecil, termasuk didalamnya angkutan udara, kapal-kapal pesiar (cruise), kereta api, agen-agen penyewaan mobil, pengusaha tour dan biro perjalanan, penginapan, restoran dan pusat-pusat konveksi.

Pengertian pariwisata menurut Yoeti (1996) menyatakan bahwa: “Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari satu tempat ke tempat yang lain dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam” Selanjutnya pengertian pariwisata dikemukakan oleh Pendit (1994) menyatakan bahwa: “Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan Bergeraknya manusia dan benda yang membawa dinamika dalam kehidupan.”

Peran Sektor Pariwisata

Sektor pariwisata memiliki peran penting dalam laju pertumbuhan ekonomi dimana sektor pariwisata ini mencakup transportasi, akomodasi, jasa boga, rekreasi dan jasa-jasa perjalanan yang merupakan produk dari sektor pariwisata yang dibutuhkan oleh para wisatawan dalam setiap melakukan pariwisata. Sektor pariwisata sangat berpeluang banyak dalam menciptakan lapangan pekerjaan. Sebab, sarana-sarana pariwisata seperti hotel dan perusahaan perjalanan merupakan usaha-usaha padat karya (labour intensive). Menurut perbandingan jauh lebih banyak dibutuhkan tenaga kerja untuk hotel dan restoran dari pada usah-usah lain. 25 Untuk setiap tempat tidur di hotel dibutuhkan kira-kira 2 orang tenaga kerja (Soekadijo, 1996). Itu semua mengenai tenaga kerja yang langsung berhubungan dengan pariwisata. Disisi lain, pariwisata juga menciptakan kesempatan kerja di bidang-bidang yang secara tidak langsung berhubungan dengan pariwisata seperti di bidang kontruksi bangunan dan jalan. Banyak bangunan yang didirikan untuk hotel, rumah makan, toko-toko dan jalan-jalan yang harus dibuat dan ditingkatkan kondisinya. Industri pariwisata merupakan industri terbesar di dunia, dimana industri ini selalu mengalami perkembangan disetiap zamannya dengan berbagai faktor-faktor yang dapat mempengaruhinya antara lain sebagai berikut:

1. Suatu pertambahan jumlah penduduk baik di negara-negara maju maupun di negara-negara berkembang sehingga makin banyak orang yang dapat dan mungkin berminat untuk berwisata.
2. Tingkat pendapatan per kapita yang terus bertambah dan makin banyak jumlah penduduk. Walaupun inflasi terjadi yang memberikan dampak buruk namun tidak mempengaruhi semua efisiensi dalam produktivitas akibat teknologi canggih dan banyaknya uang yang dibelanjakan di perjalanan.
3. Peningkatan lama waktu luang/senggang rata-rata bagi setiap orang dapat terus bertambah sehingga hal itu bisa memungkinkan dia makin banyak kesempatan untuk berwisata.
4. Peningkatan kesempatan rata-rata belajar bagi setiap orang. Pendidikan memperluas cakrawala wawasan perhatian orang dan karena itu orang terdorong mencari pengalaman dengan berwisata.
5. Makin meningkatnya harapan umur panjang. Jika hal ini dikaitkan dengan orang ingin pensiun dengan umur yang lebih muda, terbukalah segmen pasaran wisata baru.
6. Makin meningkatnya hasrat bepergian karena pengalaman berwisata pada waktu sebelumnya. Karena itu, orang terpacu untuk berwisata terus pada tahun-tahun berikutnya.
7. Penyempurnaan yang terus-menerus di bidang teknologi angkutan sehingga dapat lebih mempermudah, mempercepat, serta memberikan rasa aman dan nyaman pada saat berwisata.

Hubungan Sektor Pariwisata Dengan Penyerapan Tenaga Kerja

Sektor industri memegang peran penting dalam pembangunan ekonomi disuatu negara sebab melalui pembangunan disektor industri diharapkan dapat menciptakan penyerapan tenaga kerja yang lebih besar sehingga dapat pula meningkatkan pendapatan masyarakat. Peningkatan permintaan tenaga kerja pada suatu perusahaan dapat terjadi apabila kondisi permintaan masyarakat terhadap suatu barang/jasa tertentu mengalami peningkatan produksi pada perusahaan tersebut, dengan asumsi tingkat upah tetap. (Simanjuntak, 1985). Dengan kata lain, jika pembangunan industri terus berlangsung maka dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi angkatan kerja. Sektor industri pariwisata salah satunya yang merupakan industri yang selalu mengalami pembangunan baik secara langsung terkait dengan sektor pariwisata maupun yang tidak terkait secara langsung, sehingga dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja.

Menurut Wahab (1992) pemasaran pariwisata di masa yang mendatang berorientasi pada daerah tujuan wisata. Pariwisata mempunyai hubungan positif dengan pertumbuhan ekonomi, artinya ketika sektor pariwisata mengalami kenaikan maka pertumbuhan ekonomi dapat mengalami kenaikan juga dan begitupun sebaliknya disaat mengalami penurunan maka pertumbuhan ekonomi ikut turun. Sehingga apabila sektor pariwisata mengalami pembangunan maka dapat terciptanya penyerapan tenaga kerja melalui sub-sub sektor yang baik secara langsung maupun tidak langsung berhubungan atau terkait dengan sektor pariwisata.

Tenaga Kerja

Pengertian Tenaga Kerja Menurut Badan Pusat Statistik, Tenaga Kerja adalah penduduk usia kerja (15 tahun atau lebih) yang bekerja atau punya pekerjaan namun sementara tidak bekerja, dan yang sedang mencari pekerjaan. Berdasarkan UU No. 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, yang disebut tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat. Terdapat beberapa definisi mengenai tenaga kerja. Menurut Undang-Undang No. 25 Tahun 1997 Bab 1 pasal 1 ayat 2 disebutkan bahwa "tenaga kerja adalah setiap orang laki-laki atau wanita yang sedang dalam dan/atau akan melakukan pekerjaan, baik di dalam maupun diluar hubungan kerja guna menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat". Menurut Subri (2003), tenaga kerja merupakan penduduk usia kerja (berusia 15-64 tahun) atau jumlah seluruh penduduk dalam suatu negara yang dapat

memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan terhadap tenaga mereka, dan jika mereka mau berpartisipasi dalam aktivitas tersebut. Sedangkan menurut Sudarsono (2009), tenaga kerja merupakan semua orang yang bersedia atau sanggup untuk bekerja, meliputi mereka yang bekerja untuk diri sendiri atau keluarganya yang tidak menerima upah maupun yang menerima upah, mereka yang bersedia dan mampu bekerja, dalam artian menganggur dengan terpaksa karena tidak ada kesempatan kerja.

Menurut Kusumowindo (2001) memberikan pengertian tenaga kerja sebagai berikut: tenaga kerja adalah jumlah semua penduduk dalam suatu negara yang dapat memproduksi barang atau jasa jika ada permintaan terhadap tenaga kerja, mereka pun berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Tenaga kerja atau manpower terdiri dari angkatan kerja dan bukan angkatan kerja. Angkatan kerja terdiri dari :

1. Golongan yang bekerja dan
2. Golongan yang menganggur dan mencari pekerjaan.

Sedangkan kelompok bukan angkatan kerja terdiri dari :

1. Golongan yang bersekolah,
2. Golongan yang mengurus rumah tangga dan
3. Golongan lain- lain yang menerima pendapatan, misalnya orang yang memperoleh tunjangan pensiun, bunga atas pinjaman dan sewa milik dan mereka yang hidupnya tergantung dari orang lain karena lanjut usia, cacat, dalam penjara atau sakit kronis.

Ketiga golongan bukan angkatan kerja sewaktu-waktu dapat menawarkan jasanya untuk bekerja (Simanjuntak, 2001). Ada empat hal yang berkaitan dengan tenaga kerja, yaitu:

1. Bekerja (employed) Jumlah orang yang bekerja sering dipakai sebagai petunjuk tentang luasnya kesempatan kerja. Dalam pengkajian ketenagakerjaan kesempatan kerja sering dipicu sebagai permintaan tenaga kerja.
2. Pencari kerja (unemployed) Penduduk yang menawarkan tenaga kerja tetapi belum berhasil memperoleh pekerjaan dianggap terus mencari pekerjaan. Secara konseptual mereka yang dikatakan penganggur harus memenuhi persyaratan bahwa mereka juga aktif mencari pekerjaan.
3. Tingkat partisipasi angkatan kerja TPAK suatu kelompok penduduk tertentu adalah perbandingan antara jumlah angkatan kerja dengan penduduk dalam usia kerja dalam kelompok yang sama. TPAK dipengaruhi oleh jumlah penduduk yang masih bersekolah dan mengurus rumah tangga, umur, tingkat upah, dan tingkat pendidikan.
4. Profil angkatan kerja Profil angkatan kerja meliputi umur, seks, wilayah kota dan pedesaan dan pendidikan.

Penyerapan Tenaga Kerja Menurut Kuncoro (2002), Penyerapan tenaga kerja adalah banyaknya lapangan kerja yang sudah terisi yang tercermin dari banyaknya jumlah penduduk bekerja. Penduduk yang bekerja terserap dan tersebar di berbagai sektor perekonomian. Terserapnya penduduk bekerja disebabkan oleh adanya permintaan akan tenaga kerja. Oleh karena itu, penyerapan tenaga kerja dapat dikatakan sebagai permintaan tenaga kerja. Penyerapan tenaga kerja dalam penelitian ini adalah jumlah atau banyaknya orang yang bekerja atau dipekerjakan oleh pengusaha industri pariwisata. Dalam penelitian ini, penyerapan tenaga kerja dapat dikatakan sebagai permintaan tenaga kerja. Ada perbedaan antara permintaan tenaga kerja dan jumlah tenaga kerja yang diminta oleh perusahaan. Permintaan tenaga kerja adalah keseluruhan hubungan antara berbagai tingkat upah dan jumlah orang yang diminta untuk dipekerjakan. Jumlah tenaga kerja yang diminta lebih ditujukan pada kuantitas atau banyaknya permintaan tenaga kerja pada suatu tingkat upah tertentu (Rejekiingsih, 2004).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif, dimana peneliti bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisa Peranan Sektor Pariwisata dalam Penyerapan Tenaga Kerja dan Peningkatan UMKM di Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan. Jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data tersebut dikumpulkan dengan teknik wawancara dan dokumentasi. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisa kualitatif. Proses analisa data dimulai dengan menelaah seluruh data yang telah diperoleh dari berbagai sumber. Kemudian dilakukan reduksi data dengan jalan membuat abstraksi. Langkah selanjutnya adalah menyusun data dalam satuan-satuan. Satuan-satuan itu kemudian dikategorisasikan pada langkah berikutnya. Pengkategorian itu dilakukan sambil membuat koding. Tahap terakhir adalah mengadakan pemeriksaan keabsahan data. Setelah tahap ini selesai, maka baru dilakukan penafsiran data (Moleong, 1990). Sehingga tahap-tahap dalam analisa data kualitatif meliputi: pemrosesan satuan data, reduksi data, pengkategorisasian data termasuk pemeriksaan keabsahan data, dan penafsiran data.

PEMBAHASAN

Penyerapan tenaga kerja merupakan salah satu faktor pendukung pembangunan ekonomi yang dilakukan oleh negara-negara berkembang mempunyai tujuan antara lain untuk menciptakan pembangunan ekonomi yang hasilnya secara merata. Salah satu usaha untuk meningkatkan kesempatan kerja adalah melalui pembangunan di sektor pariwisata pada umumnya. Dapat dikatakan bahwa pariwisata memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara karena melalui pembangunan pariwisata tersebut dapat diharapkan akan dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak lagi dan pada gilirannya nanti dapat meningkatkan pendapatan masyarakat secara keseluruhan. Jadi jelasnya pembangunan pariwisata akan dapat menciptakan kesempatan kerja, yang sekaligus dapat menampung angkatan kerja yang terus-menerus meningkat setiap tahunnya. Dalam perencanaan penyerapan tenaga kerja, dengan melalui penambahan modal dalam setiap aktifitas pembangunan akan memberikan dampak positif terhadap perkembangan penyediaan lapangan kerja yang cukup besar. Penyediaan lapangan kerja tersebut dapat dilakukan dengan menghasilkan barang dan jasa dimana kegiatan tersebut memerlukan faktor-faktor produksi sehingga dengan adanya proses produksi dapat menciptakan lapangan kerja (Suroto, 2006).

Perkembangan sektor pariwisata di samping memberikan pengaruh positif terhadap PDRB juga dapat memberikan pengaruh negatif terhadap sosial budaya dan lingkungan. Dalam aspek ekonomi, masyarakat lamongan akan diuntungkan melalui peningkatan pendapatan perkapita masyarakat Lamongan karena banyak masyarakat sekitar wisata yang mengembangkan UKM, menjadi tukang parkir, toko dan warung-warung sekitar wisata.

Tabel 1
Jumlah Pengunjung Wisata di Kecamatan Paciran
Kabupaten Lamongan

No	Nama Wisata	Jumlah pengunjung Tahun 2016	Jumlah pengunjung tahun 2017
1	Museum Sunan Drajat	264.775 orang	465.267 orang
2	WBL	958.136 orang	736,288 orang
3	Mazoola	365.580 orang	269.519 orang
4	Waduk Gondang	70.243 orang	79.859 orang

Sumber : Dikelolah sendiri

Dari jumlah pengunjung tahun 2016, statistik pengunjung Museum Sunan Drajat mencapai 264.775 orang, WBL 958.136 orang, Mazoola 365.580 orang, dan

Waduk Gondang 70.243 orang. Tahun 2016 dari jumlah total pengunjung Museum Sunan Drajat 22,98%, WBL 50,82%, Mazoola 20,87%, dan Waduk Gondang 5,3%. Tahun 2017 Makam Sunan Drajat jumlah pengunjung 465.267 orang, Museum Sunan Drajat 272.930 orang, WBL 736,288 orang, Mazoola 269.519 orang, Waduk Gondang 79.859 orang, dan Makam Sendang Dhuwur 16.383 orang. Dari data pengunjung di atas maka dapat diketahui adanya kegiatan ekonomi di sekitar wisata yang berada di kecamatan Paciran, banyak munculnya UMKM kecil di sekitar wisata. Hal itu terlihat dengan menjamurnya UMKM di sekitar area wisata seperti berjualan baju atau kaos, pernik-pernik, Makanan khas Paciran dll.

Selain itu juga terdapat usaha-usaha lainnya yang dikelola oleh masyarakat sekitar seperti Parkir disekitar wisata. Selain itu dari hasil wawancara menyebutkan bahwa 95% pegawai di WBL adalah asli warga Paciran pada khususnya dan masyarakat Lamongan pada umumnya. Dan yang 5% adalah teknisi yang berasal dari kota lain. Selain menyerap tenaga kerja di Lamongan juga menyerap tenaga kerja di sekitar wilayah-wilayah perbatasan Lamongan seperti Gresik dan Tuban. Sehingga bisa dikatakan Berkembangnya suatu daerah pariwisata suatu daerah tidak hanya membuka lapangan kerja bagi penduduk setempat, tetapi juga menarik pendatang-pendatang baru dari luar daerah, justru karena tersedianya lapangan kerja tadi. Selain itu juga dengan tumbuhnya sektor pariwisata maka bermunculan Hotel di sekitar dan tentunya menyerap tenaga kerja.

Laju pertumbuhan ekonomi kabupaten Lamongandari muai tahun 2011 samai dengan 2015 mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Laju pertumbuhan ekonomi kabupaten Lamongan bila dibandingkan dengan kabupaten yang lain dengan pertumbuhan terakhir saat tanun 2015 sebesar 5,77 persen dan lebih besar dari pada kabupaten sekitarnya yaitu Bojonegoro dan Tuban. Perekonomian Lamongan tahun 2016 yang diukur berdasarkan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku mencapai Rp31708 milyar dan PDRB perkapita mencapai Rp.26,7juta. Ekonomi Lamongan tahun 2016 tumbuh 5,86 persen lebih tinggi dibanding capaian tahun 2015 sebesar 5,77persen. Berdasarkan data terbaru Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pengangguran terbuka di Lamongan mencapai 22.115 orang. Jumlah pengangguran itu sebesar 3,56 persen dari total jumlah penduduk Kota Soto / Lamongan. Data terbaru BPS baru di-*realisasi* di provinsi, pengangguran terbuka Lamongan mencapai 22.115 orang, (Kepala Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Lamongan, M. Kamil kemarin (14/3/2017)).

Jumlah pengangguran terbuka mengalami penurunan sekitar 3.837 jiwa dibanding tahun lalu yang mencapai 25.952 jiwa atau 4,1 persen dari total jumlah penduduk Lamongan. Bupati Fadeli menargetkan pada 2021 nanti pengangguran terbuka Lamongan tidak lebih dari 3 persen. (Disnaker , 15/03/2017). Penduduk usia kerja di Lamongan mencapai 925.620 jiwa, meningkat di banding tahun sebelumnya sebanyak 922.450 jiwa. Angkatan kerja di Lamongan mencapai 621.200 jiwa, menurun dibanding tahun sebelumnya 2016 yang sebanyak 633.070 jiwa. Juga, warga bekerja sebanyak 599.070 jiwa, sedangkan tahun lalu 607.100 jiwa. Kemudian pencari kerja sebanyak 22.130 jiwa, menurun dibanding tahun sebelumnya 25.950 jiwa.

Tabel 2
Jumlah Penduduk Berumur 15 Tahun Keatas yang Bekerja
Menurut Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Lamongan, 2016

Kelompok Umur <i>Age Group</i>	Jenis Kelamin Sex		
	Laki-laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	Jumlah <i>Total</i>
15-19	10689	4349	15038
20-24	30439	18247	48686
25-29	35434	17556	52990
30-34	36608	19719	56327
35-39	41497	26066	67563

40-44	43424	32307	75731
45-49	42721	36998	79719
50-54	41502	30942	72444
55-59	35177	22835	58012
60+	47518	33068	80586

Sumber : Survei Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS)

Dari data di atas terlihat adanya penurunan jumlah pengangguran, di harapkan dengan adanya sector wisata ini mampu memberikan dampak yang baik untuk penyerapan tenaga kerja karena secara umum ada beberapa keuntungan yang diharapkan dapat diperoleh dalam pengembangan sektor pariwisata antara lain sebagai berikut: peningkatan pertumbuhan urbanisasi sebagai akibat adanya pembangunan prasarana dan sarana kepariwisataan dalam suatu wilayah atau daerah tujuan, kegiatan beberapa industri yang berhubungan dengan pelayanan wisatawan seperti perusahaan angkutan, akomodasi, perhotelan, restoran, kesenian daerah, perusahaan meubel dan lain-lain, meningkatnya produk hasil kebudayaan disebabkan meningkatnya konsumsi oleh para wisatawan, menyebabkan pemerataan pendapatan, meningkatkan kesempatan kerja dan berusaha, salah satu usaha pemerintah dalam rangka meningkatkan penghasilan devisa negara, memperluas pasaran barang-barang yang dihasilkan dalam negeri. Pariwisata dapat memulihkan kesehatan baik jasmani maupun rohani serta dapat menghilangkan prasangka dan membantu terciptanya saling pengertian antara penduduk yang datang dengan penduduk negara yang dikunjunginya.

Pariwisata menjadi sektor yang sangat potensial untuk dikembangkan sebagai sektor andalan, karena sebagai sebuah industri, pariwisata banyak membawa efek (multiplier effect) dalam pembangunan di berbagai sektor serta diyakini sebagai sebuah industri masa depan yang mampu meningkatkan kualitas hidup masyarakat ke arah yang lebih baik. Dibanyak negara, kepariwisataan merupakan sektor penting sebagai katalisator perkembangan perekonomian, sebab industri pariwisata dipercaya dapat meningkatkan devisa negara (foreign exchanges) dan sekaligus dapat menyedot kesempatan kerja bagi masyarakat setempat (Yoeti, 1996). Berdasarkan penelitian UNDP/ILO (2004), pada tahun 2004 tenaga kerja dalam sektor pariwisata adalah hanya 8%.

Apabila rangkaian tenaga itu dilengkapi tenaga kerja pada industri penunjang pariwisata, seperti perusahaan kerajinan, dekorasi hotel, toko souvenir dan sebagainya, maka jumlah tenaga kerja yang diserap makin banyak lagi. Selisih tenaga kerja terampil di bidang pariwisata dengan jumlah tenaga kerja saat ini cukup besar, sehingga dibutuhkan tenaga ahli kepariwisataan. Tenaga ahli yang memiliki wawasan luas, baik di bidang perencanaan, pengembangan, maupun pemasaran. Semuanya itu, baik tenaga-tenaga terampil di industri maupun tenaga-tenaga ahli tadi harus memiliki sikap yang benar-benar profesional (Spillane, 2002). Perkembangan industri pariwisata berpengaruh positif pada perluasan kesempatan kerja, walaupun khususnya bidang perhotelan bersifat padat karya. Namun demikian tenaga kerja yang dibutuhkan adalah mereka yang memiliki keterampilan teknis dan manajerial. Untuk itu diperlukan pendidikan kejuruan yang efektif. Berhubung investasi yang dibutuhkan sangat besar (gedung, peralatan, tenaga ahli), maka ditinjau dari segi komersial semata-mata tidak menguntungkan (Spillane, 2002).

PENUTUP

Sektor pariwisata memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia baik sebagai salah satu sumber penghasil devisa maupun sebagai pencipta lapangan kerja serta kesempatan berusaha, dengan berkembangnya sektor wisata masyarakat dapat merasakan manfaatnya secara langsung melalui terbukanya lapangan usaha yang menciptakan kesempatan kerja baru serta mampu meningkatkan pendapatan baik bagi masyarakat maupun pemerintah daerah. Masalah ketenagakerjaan merupakan salah satu masalah yang sering muncul dan selalu dihadapi setiap kabupaten atau kota salah satunya adalah kabupaten Lamongan. Salah satu wujud nyata keberhasilan pemerintah Kabupaten Lamongan dalam membangun industri

pariwisata adalah keberadaan Wisata Bahari Lamongan (WBL), Maharanzoo, Pantai Kutang, Pemandian Sendang Duwur, Makam Sunan Drajat, Pantai Brondong, Musium Sunan Drajat, makam Sunan Sendang, dan Pohon Trinil. Kini masing-masing wisata tersebut menjadi daya tarik untuk mengundang wisatawan dan sebagian besar lokasi pariwisata ini terdapat di pesisir Pantai utara Lamongan tepatnya di kecamatan Paciran.

Dari hasil beberapa data terlihat adanya signifikan pengunjung sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa ada kegiatan ekonomi dalam sector pariwisata, menumbuhkan UMKM baru di sekitar pariwisata, selain itu juga masyarakat menjadi disediakan lapangan pekerjaan dalam sector wisata tersebut selain itu dampak yang ditimbulkan dengan wilayah pariwisata adalah dibangunnya Hotel dan restoran-restoran disekitar daerah wisata. Sehingga bisa di katakana peranan pariwisata di kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan ini mendukung terserapnya tenaga kerja baik masyarakat paaciran pada khususnya dan masyarakat Kabupaten Lamongan pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Kuncoro. 2002. Manajemen Perbankan, Teori dan Aplikasi. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kusworo, Hendri A. dan Janianton Damanik. 2002. "Pengembangan SDM Pariwisata: Agenda Kebijakan untuk Pembuat Kebijakan". Jurnal Ilmu Sosial dan Politik, Vol. 6, No. 1, 105-120.
- Lundberg, D. E., Stavenga, M. H., & Krishnamoorthy, M. (1997), Ekonomi Pariwisata, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Moleong, Lexy J. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : remaja Rosda Karya
- Pendit, I Nyoman, S. 1999. Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar Perdana. Cetakan Keenam (Edisi Revisi). Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Soekadijo, R. G. (1996), Anatomi Pariwisata (Memahami Pariwisata sebagai "Systemic Linkage"), PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rejekiingsih, Tri Wahyu. 2004. Mengukur Besarnya Peranan Industri Kecil dalam Perekonomian di Propinsi Jawa Tengah. Jurnal Dinamika Pembangunan Vol. 1.No. 2. Semarang
- Spilane 2002, Ekonomi Pariwisata, Sejarah Dan Proseknya, Penerbit Kanisius Yoeti, O. A. (1994), Hotel Marketing, PT Pertja, Jakarta.
- Simanjuntak, Payaman J, 1985. *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia*, BPFE UI, Jakarta.
- AU No 11 Tahun 2009 pasal 1 dan 2 tentang Kesejahteraan
- Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah
- UU RI No. 9/ 1990 tentang Kepariwisata
- UU RI No. 10/2009 tentang Kepariwisata

PERAN SERTA PEMERINTAH DALAM PEMBANGUNAN DESA MELALUI KEBIJAKAN DESA WISATA

Ian Aji Hermawan, S.H, M.H.

Dosen Fakultas Hukum
Universitas Nahdlatul Ulama Surakarta
Ian_adjieher@yahoo.com

ABSTRAK

Kebijakan kepala desa sebagai pimpinan pemerintahan desa menjadikan desa yang dipimpinnya menjadi desa wisata merupakan bentuk keseriusan kepala desa dalam membangun desa melalui sektor pariwisata, dimana sektor ini membutuhkan infrastruktur dan suprastruktur yang cukup memadai sebagai sarana agar desa tersebut dapat dijangkau dari berbagai arah juga dapat dituju dengan berbagai transportasi apapun.

Dukungan dari pimpinan teratas yakni bupati hingga gubernur sangatlah dibutuhkan karena kebutuhan pendanaan apa lagi menggunakan APBN harus melalui prosedur yang dapat dikatakan rumit yakni rancangan dari bupati dinaikan ke gubernur dan dilaporkan ke menteri keuangan dan dibahas di DPR bila disetujui oleh kedua belah pihak maka anggaran tersebut baru dapat turun, yang menjadi persoalan terkadang ada perubahan dimana antara rancangan anggaran dengan anggaran yang disetujui sering kali berbeda. Program desa wisata dalam pelaksanaannya harus mempunyai asas kemanfaatan untuk semua pihak bagi pemerintah desa, masyarakat desa maupun bagi pemerintah daerah itu sendiri. Bagi pemerintah desa dengan adanya program desa wisata sedikit banyak dapat membantu keseimbangan pengelolaan keuangan desa, desa di seluruh Indonesia hampir semuanya masih mengandalkan Anggaran Belanja Pendapatan Desa (APBDes) mengandalkan tanah bengkok/ tanah adat/ tanah khas desa.

Potensi masyarakat dapat diketahui dari mayoritas mata pencaharian yang dijalani baik yang bertani dan bernelayan maupun yang berwirausaha. Pemerintah desa tidak perlu mengada adakan sesuatu yang tidak dikuasai masyarakatnya, misalkan masyarakat desa mayoritas petani dan nelayan namun pemerintah desa dan pemerintah daerah justru mengembangkan potensi kerajinan anyaman, hal itu menjadikan petani dan nelayan yang tidak mempunyai ketrampilan tersebut harus dipaksakan belajar hal baru, bila sudah demikian yang ada menjadi beban bagi masyarakat karena secara tidak langsung mengubah mata pencaharian dari petani dan nelayan menjadi pengrajin.

Peran serta pemerintah daerah sangat diperlukan terutama untuk membantu secara kekuasaan berupa perijinan maupun berupa subsidi anggaran pembangunan. Selain itu pemerintah daerah pula yang mempunyai kewenangan dalam mencari dan mengesahkan investor pengelola desa wisata bila hal itu diperlukan. Proses untuk mencapai hal tersebut tidaklah mudah karena membutuhkan kerja keras serta kerja sama yang sinergis antara pemerintah desa, masyarakat desa dan pemerintah daerah. Baik dari segi pembangunan sampai pada pemasaran desa wisata tidak dapat dilakukan dengan cara singkat namun membutuhkan proses dan waktu yang relatif lama karena bersamaan dengan penataan kekurangan – kekurangan yang harus dilengkapi demi kenyamanan wisatawan desa wisata.

Kata kunci : idnetifikasi,potensi, sinergis,aplikasi,infrastruktur.

ABSTRACT

The policy of the village head as the leader of the village government makes the village he leads into a tourist village is a form of the village head's keenness in rebuilding the village through the tourism sector, where this sector requires adequate

infrastructure and superstructure as a means to reach the village from various directions with any transportation.

Support from the top leadership of the Regent to the Governor is very necessary because the funding needs of anything else using the state budget must go through complicated procedures that is the design of the Regent raised to the Governor and reported to the Minister of Finance and discussed in the Parliament when approved by both parties then the budget can only come down, the problem sometimes there is a change where between the budget draft with the approved budget is often different. The tourism village program in its implementation should have the principle of usefulness for all parties for the village government, the village community as well as for the local government itself. For village government with the existence of tourism village program can help balance the management of village finance, villages throughout Indonesia almost all still rely on village income budget (APBDes) relying on crooked land / traditional land / village land.

The potential of the community can be known from the majority of livelihoods undertaken by both farmers and fishermen and entrepreneurs. The village government does not need to invent something that is not controlled by the community, for example the majority villagers of farmers and fishermen but the village government and local government actually develop the potential of woven crafts, it makes farmers and fishermen who do not have these skills should be forced to learn new things, so that there is a burden for society because it indirectly change the livelihood of farmers and fishermen into craftsmen. The participation of local government is needed, especially to help in the form of licensing and in the form of subsidy of development budget. In addition, local governments also have the authority in finding and legalizing the village tour manager if it is necessary. The process of achieving this is not easy because it requires hard work and synergistic cooperation between village government, village communities and local government. Both in terms of development to the marketing of tourist villages can not be done in a short way but requires a long process and time relative because together with the arrangement of deficiencies - the lack of which must be equipped for the convenience of tourist village tourists.

Keywords: identification, potential, synergies, applications, infrastructure.

PENDAHULUAN

Pasca disahkannya Rancangan Undang -undang Desa menjadi Undang – undang yakni No 6 Tahun 2014 tentang desa, peran pemerintah desa lebih dimaksimalkan. Ketika kita mendengar kata desa selalu identik dengan tempat yang terpencil, terisolir, tidak mempunyai infrastruktur pendukung serta sumber daya manusia yang rendah, baik rendah dalam pendidikan maupun ketrampilan.

Sejak republik ini berdiri, pengelolaan desa oleh pemerintah pusat selalu berubah-ubah, pada masa pemerintahan Soekarno keberadaan desa hampir tidak diperhatikan atau tersentuh baik pembangunan infrastruktur maupun pembangunan sumber daya manusia dan alamnya, karena Soekarno pada waktu itu lebih mengutamakan pembangunan mercusuar dikota - kota besar khususnya di Jakarta yang notabnya sebagai ibu kota negara sedangkan desa hanya menjadi formalitas dalam struktur pemerintahan dalam hukum tata negara saja.

Kebijakan penguasa berubah lagi, ketika terjadi pergantian kekuasaan dari orde lama berubah menuju orde baru. Pada masa orde baru peranan desa di maksimalkan dalam hal swasembada pangan, dengan kata lain masyarakat di desa lebih dimaksimalkan untuk menggarap sawah serta kebun, guna memenuhi kebutuhan pangan nasional. Pemerintah Pusat orde baru hingga pada waktu itu sampai membentuk kelompok – kelompok tani agar dapat dikoordinir dengan baik.

Sempat pula ada kelompok pencapir yang merupakan kepanjangan dari kelompok pendengar, pembaca dan pemirsa dimana beranggotakan para petani dan nelayan di seluruh Indonesia yang mempunyai prestasi dan kemudian melakukan pertemuan –

pertemuan dengan para petani dan nelayan lain guna tukar pengalaman dan prestasi dalam bertani dan bernelayan.

Pemerintahan berganti pengelolaan terhadap desa pun mengikuti kebijakan yang baru. Pada masa Presiden Susilo Bambang Yudoyono mempunyai program dalam pembangunan desa dimana pada waktu itu pemerintah membentuk kementerian daerah tertinggal, yang bertujuan agar pembangunan daerah tertinggal khususnya desa untuk lebih fokus dan maksimal. Selain itu pemerintah juga membuat kebijakan yang disebut Program Nasional Pengembangan Masyarakat (PNPM) dimana bertujuan masyarakat khususnya di pedesaan yang tidak mempunyai atau kurang modal untuk berwirausaha atau berkarya, serta mereka yang mempunyai kesulitan dalam melakukan pemasaran produk industri rumahan dapat terbantu dengan baik.

PNPM selain membantu permodalan untuk berwirausaha juga mempunyai program bantuan infrastruktur bagi desa yang dianggap pemerintah masih minim akan fasilitas umum dan memang benar – benar harus dibantu seperti jalan umum yang rusak, tempat peribadahan, pengadaan air bersih, irigasi dan lain sebagainya. Program tersebut lebih menfokuskan pada masyarakat atau lebih tepatnya individu – individu yang mempunyai kesulitan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari yang diakibatkan oleh kekurangan secara ekonomi maupun ketrampilan.

Keberadaan program PNPM tersebut tidak dapat membantu mengembangkan pedesaan secara menyeluruh, karena dana anggaran yang ada di PNPM semuanya sudah teralokasi melalui musyawarah perencanaan pembangunan desa (Musrenbangdes). Penggunaannya pun harus melalui pengesahan dari pimpinan pusat seperti bupati hingga presiden. Nilai nominal yang di cairkan dengan yang diusulkan atau direncanakan juga dapat berubah dan perubahan tersebut biasanya lebih sedikit dari usulan, dan hal itu sudah menjadi hal yang lumrah dalam pengelolaan anggaran di negara kita.

Keberadaan program PNPM memang dapat membantu masalah perekonomian di masyarakat, namun tidak jarang pula dalam pengelolaan anggarannya PNPM yang disalahgunakan oleh petugas atau pengurus dari PNPM itu sendiri, sehingga banyak sekali dana tidak sampai pada masyarakat yang membutuhkan karena disalahgunakan sehingga penyelesaiannya berujung pada ranah hukum pidana yaitu korupsi atau penggelapan. Peristiwa tersebut secara langsung maupun tidak langsung berimbas pada masih adanya ketimpangan sosial di masyarakat pedesaan dan desa pun masih mengalami ketertertinggalan secara pembangunan, baik berupa pembangunan sumber daya alam maupun pembangunan sumber daya manusianya.

Banyak desa yang secara mandiri berinisiatif mencoba mengembangkan desa dan masyarakatnya melalui kebijakan yang dibuat oleh kepala desa berupa Peraturan desa (Perdes) yang mempunyai tujuan untuk memajukan kesejahteraan masyarakat pedesaan, seperti membuat kelompok wirausaha tani atau warga selain itu mengembangkan potensi yang dimiliki oleh masyarakat hingga mengembangkan potensi sumber daya alam desa dengan membuat desa wisata.

Inisiatif pemerintah desa melalui peraturan desa dalam hal ini kepala desa untuk menjadikan desanya sebagai desa wisata merupakan hal yang baik selain untuk membangun dan mengembangkan potensi yang dimiliki desa, selain itu tujuannya juga untuk membantu masyarakat pedesaan tersebut serta tidak kalah penting adalah untuk mengeksplorasi potensi sarta ketrampilan yang dimiliki masyarakat, seperti ketrampilan membuat batik, membuat anyaman atau sebagainya sehingga desa tersebut bisa menjadi desa/ kampung yang lebih baik dari sebelumnya terutama dalam hal kesejahteraan masyarakat..

Keberadaan Undang – Undang No 32 tahun 2004 tentang pemerintahan daerah itu secara tegas menjelaskan bahwa desa bukanlah bawahan dari pemerintahan kabupaten/ kota. Meskipun desa merupakan bagian wilayah dari kabupaten/ kota namun mempunyai kewenangan untuk mengelola wilayahnya sendiri dengan cara apapun itu dan pemerintah kabupaten/ kota hanya mendukung dan mengetahui.

Kenyataan dilapangan sering sekali terjadi kebijakan kepala desa dalam bentuk peraturan desa (Perdes) yang bertujuan untuk menjadikan desanya sebagai desa wisata berbenturan dengan kebijakan serta kepentingan pejabat di atasnya sehingga tidak jarang terjadi tarik ulur kepentingan dimana pemerintah desa

menganggap mempunyai hak dan kewenangan penuh terhadap wilayahnya desanya tersebut, namun di satu sisi pemerintah kabupaten / kota juga beranggapan mempunyai hak dan kewenangan atas wilayah desa tersebut yang sebagai dasar bahwa desa itu adalah wilayah bagian dari kabupten / kota yang secara konstitusi adalah kekuasaan dari bupati.

Pemerintah desa mempunyai dasar hukum yang kuat yakni berdasarkan Undang – Undang No 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah serta PP no 72 Tahun 2005 Tentang Desa Pasal 20 berbunyi pelaksanaan kewenangan berdasar hak asal usul dan kewenangan lokal bersekala desa sebagaimana dimaksud pada pasal 19 huruf a dan huruf b diatur dan diurus oleh desa.

Sinergisitas Antar Lembaga Pemerintahan

Kebijakan kepala desa sebagai pimpinan pemerintahan desa menjadikan desa yang dipimpinnya menjadi desa wisata merupakan bentuk keseriusan kepala desa dalam membangun desa melalui sektor pariwisata, dimana sektor ini membutuhkan infrastruktur dan suprastruktur yang cukup memadai sebagai sarana agar desa tersebut dapat dijangkau dari berbagai arah juga dapat dilalui dengan berbagai transportasi apapun.

Dukungan dari pimpinan teratas yakni bupati hingga gubernur sangat dibutuhkan karena kebutuhan penandanaan apa lagi menggunakan APBN harus melalui prosedur yang dapat dikatakan rumit yakni rancangan dari bupati dinaikan ke gubernur dan dilaporkan ke menteri keuangan dan di bahas di DPR bila disetujui oleh kedua belah pihak maka anggaran tersebut baru dapat turun,yang menjadi persoalan terkadang ada perubahan dimana antara rancangan anggaran denga anggaran yang disetujui sering kali berbeda.

Anggaran yang disetujui bisa lebih sedikit,sehingga menjadikan pemerintah desa dalam hal ini kepala harus mencari jalan lain guan menutup kekurangan anggaran agar terealisasi desa wisata,dalam hal ini investor sangat dibutuhkan,sejalan kewenangan untuk melakukan pelelangan investor adalah kewenangan pemerintah daerah.

Bila pemerintah desa berinisiatif melakukan kegiatan penggalangan investor untuk memulai kegiatan pembangunan desa wisata maka hal itu dapat dipersalahkan oleh pihak – oihak bersangkutan khususnya pimpinan diatasnya karena hal itu menyalahi dan melangkahi wewenang.Jabatan kepala desa adalah sebahai pelaksanana tugas bagi pemerintah daerah dengan kata lain tidak dapat mengambil suatu kebijakan apalagi kebijakan yang berkaitan dengan maslahat masyarakat desa.

Dilematis desa menjadi persoalan sendiri, bila tergantung menunggu keputusan dan kebijakan dari pemeirntah daerah tidak dapat dipastikan waktu keputusannya, namun bila mengambil keputusan sendiri menjadi menyalahi kewenangan,hal itu menjadi penghambat pelaksanaan desa wisata.

Kerjasama yang baik sangat dibutuhkan agar pelaksanaan atas desa wisata dapat terealisasi. Kerumitan dalam birokrasi dalam hal ini administrasi dan perijinan yang sering kali berlarut – larut menjadikan semakin panjang proses dalam pelaksanaan kegiatan desa wisata.

Pemangkasan atau kemudahan dalam prosedur sangatlah di utamakan agar pemerintah desa lebih semangat dalam menjalankan proses tersebut.Selain Penyingkatan birokrasi yang juga dibutuhkan dalam hal ini adalah pembiayaan yang ringan atau terjangkau bila perlu tidak perlu dipungut biaya, karena kegiatan desa wisata mempunyai tujuan baik selain dapat membantu kesejahteraan masyarakat desa juga mampu membantu mengangkat desa dan kabupaten/ kota lebih dikenal lagi di seluruh Indonesia bila perlu Internasional.

Asas Kemanfaatan

1. Manfaat Untuk Desa

Program desa wisata dalam pelaksanaannya harus mempunyai asas kemanfaatan untuk semua pihak bagi pemerintah desa,masyarakat desa maupun bagi pemerintah daerah itu sendiri.Bagi pemerintah desa dengan adanya program desa wisata sedikit banyak dapat membantu keseimbangan pengelolaan keuangan desa

,desa diseluruh Indonesia hampir semuanya masih mengandalkan anggaran belanja pendapatan desa (APBD) mengandalkan tanah bengkok/tanah adat /tanah khas desa.

Keberadaan tersebut menjadikan pemerintahan desa dari kepala desa, kepala urusan (kaur) desa dan perangkat lainnya tidak dapat fokus menjalankan program – program kerjanya, mereka lebih disibukan dengan kegiatan sampingan guna menambah penghasilan untuk mencukupi keluarganya.

Kondisi keuangan sedikit banyak mengganggu kinerja pemerintahan desa, dimana perangkat desa yang harusnya masuk jam kerja jam 07.30 Wib pagi seringkali terlambat menjadi jam 10.00 Wib dikarenakan masih ada keperluan di luar. Padahal mereka sebagai perangkat desa sangat dibutuhkan oleh masyarakat desa baik dalam kaitannya dengan administrasi kependudukan maupun sebatas untuk berkonsultasi.

Jangan sampai keberadaan program desa wisata menjadi beban pemerintah desa karena harus mengelola sendiri baik dari segi penganggaran, perawatan serta pengembangan desa wisata. Bila hal itu terjadi maka program desa wisata hanya menjadi program sesaat yang hanya menguntungkan beberapa pihak saja sedangkan masyarakat yang menempati atau tinggal di desa tersebut tidak mendapatkan apapun selain persoalan baru.

Dijelaskan dalam Undang – Undang No 6 Tahun 2014 pasal 80 ayat 4 bahwa: Prioritas, program, kegiatan, dan kebutuhan Pembangunan Desa sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dirumuskan berdasarkan penilaian terhadap kebutuhan masyarakat Desa yang meliputi: a. peningkatan kualitas dan akses terhadap pelayanan dasar; b. pembangunan dan pemeliharaan infrastruktur dan lingkungan berdasarkan kemampuan teknis dan sumber daya lokal yang tersedia; c. pengembangan ekonomi pertanian berskala produktif; d. pengembangan dan pemanfaatan teknologi tepat guna untuk kemajuan ekonomi; dan e. peningkatan kualitas ketertiban dan ketenteraman masyarakat Desa berdasarkan kebutuhan masyarakat Desa.

2. Manfaat Untuk Masyarakat

Masyarakat desa yang mayoritasnya bermata pencaharian petani dan nelayan yang memiliki kecenderungan juga tidak berpendidikan tinggi mungkin hanya sampai Sekolah Dasar (SD) atau Sekolah Menengah Pertama (SMP) sehingga pengetahuan masyarakat desa yang bertani dan nelayan hanya didasari dari pengalaman serta ajaran yang diterima secara turun menurun dari orang tua maupun pengalaman sendiri yang dihadapi ketika dilapangan.

Selain mayoritas petani dan nelayan adapula masyarakat yang mempunyai keterampilan atau keahlian lain seperti membuat anyaman, membatik dan lain sebagainya. Melihat hal itu pemerintah desa sebagai pemangku serta pamong masyarakat desa harus mampu mengidentifikasi potensi apa yang kira – kira dapat diangkat dan layak dijual pada masyarakat luar desa sehingga orang – orang penasaran dan ingin berkunjung ke desa wisata.

Pengidentifikasian terhadap potensi desa oleh pemerintah desa sangat diperlukan agar tidak salah dalam mengambil keputusan. desa wisata diadakan dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat. Bila potensi yang ingin diangkat desa tidak melibatkan masyarakat desa dalam hal ini ketrampilan atau keahlian masyarakat desa hal itu akan menimbulkan persoalan antara masyarakat dan pemerintah desa.

Apabila mayoritas masyarakat desa adalah petani, pemerintah desa bisa menjadikan sawah atau kebun sebagai obyek wisata cara bercocok tanam atau wisata panen kebun yang dapat dinikmati langsung di tempat dengan biaya terjangkau. Sedangkan masyarakat minoritas yang mempunyai ketrampilan dan keahlian lain seperti pengrajin anyaman, batik dan atau pengrajin lainnya.

Apabila masyarakat desa mayoritas nelayan pemerintah desa mengembangkan wisata lautnya atau bisa juga budidaya hasil tangkapan lautnya, atau sebagai pelengkap wisata bisa berupa kuliner hasil tangkapan laut para nelayan yang mungkin agar lebih menarik secara penyajiannya berbeda dan belum pernah dilihat dan dinikmati oleh masyarakat luar desa tersebut.

Bagi masyarakat yang mempunyai ketrampilan membuat kerajinan dari hasil laut misalkan berupa kalung dari kerang-kerangan, tas dari rumput laut dan lain

sebaginya. Kerajinan – kerajinan tersebut bila ingin berkembang menjadi lebih baik maka harus ada inovasi setiap waktu dan jika ingin produknya dikenal masyarakat luar desa sebaiknya tidak hanya dijual di tempat desa wisata saja namun juga dapat dijual keluar daerah bisa hingga dikenal secara nasional dan bila perlu hingga ke tingkat internasional.

Sebisanya mungkin pemerintah desa dan pemerintah daerah membantu mengembangkan potensi masyarakat desa tersebut bisa dengan bentuk pembekalan, pelatihan dan pengembangan pada potensi yang dimiliki, agar masyarakat desa mampu selalu berinovasi dengan karya – karya yang dibuatnya, selain itu dukungan berupa bantuan modal yang ringan serta terjangkau juga cukup membantu masyarakat.

Potensi masyarakat dapat diketahui dari mayoritas mata pencaharian yang dijalani masyarakat desa, misalkan masyarakat yang mayoritas bertani dan bernelayan maupun yang berwirausaha. Pemerintah desa tidak perlu mengada-adakan sesuatu yang tidak dikuasai masyarakatnya, misalkan masyarakat desa mayoritas petani dan nelayan namun pemerintah desa dan pemerintah daerah justru mengembangkan potensi kerajinan anyaman, hal itu menjadikan petani dan nelayan yang tidak mempunyai ketrampilan tersebut harus dipaksakan belajar, bila sudah demikian yang ada menjadi beban dimasyarakat karena secara tidak langsung mengubah mata pencaharian mereka dari semula petani dan nelayan menjadi pengrajin.

Ketepatan dalam memilih apa yang akan dikembangkan dan dikenalkan dalam desa wisata sangat membantu untuk pengembangan desa dan masyarakat desa karena bila tidak tepat akan menjadi permasalahan pada semua pihak dan program tersebut tidak mampu bertahan lama dancenderung memunculkan konflik di masyarakat desa.

Masyarakat desa juga mempunyai hak dan kewenangan untuk melakukan pengawasan pembangunan desa seperti yang telang tertuang dalam Undang – Undnag No 6 Tahun 2014 tentang desa pemantauan dan pengawasan pembangunan desa pasal 82 (1) masyarakat desa berhak mendapatkan informasi mengenai rencana dan pelaksanaan pembangunan desa. (2) Masyarakat desa berhak melakukan pemantauan terhadap pelaksanaan pembangunan desa. (3) Masyarakat desa melaporkan hasil pemantauan dan berbagai keluhan terhadap pelaksanaan pembangunan desa kepada pemerintah desa dan Badan Permusyawaratan Desa (BPD) . (4) Pemerintah desa wajib menginformasikan perencanaan dan pelaksanaan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa, Rencana Kerja Pemerintah Desa, dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa kepada masyarakat desa melalui layanan informasi kepada umum dan melaporkannya dalam Musyawarah Desa paling sedikit 1 (satu) tahun sekali. (5) Masyarakat desa berpartisipasi dalam musyawarah desa untuk menanggapi laporan pelaksanaan Pembangunan Desa.mengenai

3. Manfaat Untuk Pemerintah Daerah

Pemerintah desa mempunyai kepentingan dalam program desa wisata,dimana dengan djalankannya kebijakan desa wisata pemerintah daerah juga bisa menjalankan program – program kerja lainnya seperti program bantuan UMKM, program kesejahteraan masyarakat dan program – program lainnya yang berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat desa.

Keberadaan desa wisata juga merupakan bentuk keperdulian pemerintah daerah terhadap pembangunan dan pengembangan desa, baik pembangunan secara fisik infrastruktur dan struktur maupun pembangunan sumber daya manusia yang diharapkan mampu mandiri dan mengembangkan desa dan pribadinya.

Peran serta pemerintah daerah sangat diperlukan terutama untuk membantu secara kekuasaan berupa perijinan maupun berupa subsidi anggaran pembangunan. Selain itu pemerintah daerah pula yang mempunyai kewenangan dalam mencari dan mengesahkan investor yang berhak untuk mengelola desa wisata bila hal itu diperlukan.

Desa wisata juga menjadi bentuk eksistensi desa serta pemerintah daerah. Desa wisata memperlihatkan bahwa adanya sinergisitas antara pemerintah desa dan pemerintah daerah untuk memajukan daerah serta masyarakatnya. Program –

program rakyat dari pemerintah pusat hingga pemerintah daerah dapat tersampaikan dan terrealisasi pada masyarakat yang benar - benar membutuhkan.

Apabila desa wisata tersebut berprestasi, maka secara langsung maupun tidak langsung dapat mengangkat nama baik desa sekaligus pemerintah daerah, apa lagi bila prestasinya hingga tingkat internasional, maka namanya juga semakin dikenal di seluruh dunia, bahkan bisa saja menjadi rekomendasi wisata para turis baik turis domestik maupun luar negeri.

Proses untuk mencapai hal tersebut tidaklah mudah karena membutuhkan kerja keras serta kerja sama yang sinergis antara pemerintah desa, masyarakat desa dan pemerintah daerah, baik dari segi pembangunan sampai pada pemasaran desa wisata tidak dapat dilakukan sendir oleh pemerintah desa saja atau sebaliknya namun perlu kerja sama, dan untuk memperkenalkan desa wisata tidak bisa dengan cara singkat namun membutuhkan waktu yang relatif lama karena bersamaan dengan penataan kekurangan – kekurangan yang harus dilengkapi demi kenyamanan wisatawan di desa wisata.

Lebih baiknya wisata pada desa wisata diambil dari ciri khas desa atau daerah di sekitarnya dimana hal itu tidak dimiliki oleh daerah atau tempat lain. Bila perlu dalam bentuk hal yang unik, perbedaan tersebut dapat menjadi daya tarik tersendiri pada wisatawan untuk berkeinginan berkunjung menikmati desa wisata. Selain itu sarana dan prasarana juga sangat penting seperti akses menuju desa wisata, bila desa wisata sudah terkonsep dengan baik dan tinggal pelaksanaan, namun jalan menuju desa wisata masih rusak atau tidak dapat dilewati kendaraan umum baik roda dua maupun roda empat maka akan sulit desa wisata tersebut akan mendapat wisatawan yang banyak karena tidak ada wisatawan mau datang.

Tempat yang nyaman dan aman juga memiliki pengaruh dalam menggaet wisatawan untuk datang, desa wisata harus mencerminkan karakter yang sesungguhnya dari masyarakat desa tersebut, misalkan masyarakat desa yang kuat mempunyai hukum adat dan nilai religi yang kuat, maka tidak akan ada tindakan atau perilaku masyarakat di desa wisata, atau mengadakan kegiatan yang mungkin dirasa melanggar norma masyarakat desa dan agama.

Kenyamanan sangatlah dibutuhkan wisatawan untuk menikmati semua destinasi yang ditawarkan oleh desa wisata, hal itu dapat dirasakan mungkin ketika tinggal dipenginapan maupaun dilokasi wisata tersebut. Bila kondisi desa tenang, nyaman, tentram masyarakatnya ramah dan juga sopan, maka wisatawan tidak akan ragu suatu saat pulang nanti, tidak akan ragu untuk kembali ke desa tersebut bahkan mengajak saudara atau teman – teman untuk ikut datang bila pun tidak dapat kembali setidaknya orang – orang yang pernah datang merekomendasikan keluarga atau rekan dekat untuk datang.

Selain kenyamanan hal yang tidak kalah penting bagi pariwisata adalah keamanan, bila ada meskipun sedikit terjadi gangguan keamanan dalam suatu tempat wisata mampu mempengaruhi banyak sedikitnya wisatawan yang berkunjung, contoh yang benar – benar terjadi ketika terjadi teror bom di bali, hal itu secara langsung maupun tidak langsung menjadikan berkurangnya wisatawan domestik maupun wisatawan luar negeri yang datang ke bali, dikarenakan wisatawan takut akan teror tersebut dan khawatir bila terulang kembali keteka mereka datang.

Kondisi tersebut berpengaruh pula pada pendapatan masyarakat desa yang mengadakan penghasilan kesehariannya pada sektor pariwisata yakni kunjungan wisatawan, masyarakat desa menjadi mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari – hari pasca terjadi teror, karena sedikitnya wisatawan yang datang untuk berkunjung sehingga berkurang juga wisatawan yang menggunakan jasa mereka maupun membeli karya tangan yang mereka buat dan jual.

Pajak serta domestik dan redistribusi pariwisata yang juga membantu anggaran pendapatan asli desa (APBDes) dan pendapatan anggaran dan belanja daerah (APBD) mengalami penurunan, hal itu juga mempengaruhi program kerja lainnya dari pemerintah baik desa maupun daerah. Begitu sensitifnya dunia pariwisata dengan keadaan keamanan mengharuskan semua pihak baik pemerintah desa, masyarakat desa dan pemerintah daerah saling menjaga lingkungan ditempat wisata dibantu oleh aparat penegak hukum yakni kepolisian.

Peran pemerintah daerah dalam pembangunan kawasan desa dijelaskan undang – undang No 6 Tahun 2014 Tentang Desa Pasal 83 (1) Pembangunan Kawasan Perdesaan merupakan perpaduan pembangunan antar-Desa dalam 1 (satu) Kabupaten/Kota. (2) Pembangunan (2) Pembangunan Kawasan Perdesaan dilaksanakan dalam upaya mempercepat dan meningkatkan kualitas pelayanan, pembangunan, dan pemberdayaan masyarakat Desa di Kawasan Perdesaan melalui pendekatan pembangunan partisipatif. (3) Pembangunan Kawasan Perdesaan meliputi: a. penggunaan dan pemanfaatan wilayah Desa dalam rangka penetapan kawasan pembangunan sesuai dengan tata ruang Kabupaten/Kota; b. pelayanan yang dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat perdesaan; c. pembangunan infrastruktur, peningkatan ekonomi perdesaan, dan pengembangan teknologi tepat guna; dan d. pemberdayaan masyarakat Desa untuk meningkatkan akses terhadap pelayanan dan kegiatan ekonomi.

Kebijakan yang Berkelanjutan

1. Saling Melengkapi

Ketika pemerintah desa maupun pemerintah daerah mengeluarkan suatu kebijakan dalam rangka pelaksanaan program desa wisata, maka pemerintah desa dan pemerintah daerah tidak hanya membuat kebijakan pendirian desa wisata namun juga kebijakan pendukung lainnya seperti kebijakan penataan pedagang di area desa wisata, kebijakan larangan yang ada didalam desa wisata yang wajib dipatuhi baik masyarakat desa maupun pengunjung atau wisatawan.

Artinya kebijakan yang dibuat harus mengikuti kebijakan yang sebelumnya guna melengkapi aturan yang dianggap masih kurang dalam peraturan sebelumnya atau belum ada aturannya sama sekali. seperti kebijakan transportasi, angkutan umum apa saja yang mempunyai hak untuk menjalankan trayek dari terminal menuju desa wisata, karena bila akomodasi tersebut tidak diatur dengan tegas dapat menimbulkan masalah bahkan konflik di kalangan masyarakat khususnya pengusaha transportasi yang berebut lahan jalur wisata.

Tidak hanya itu saja intinya hal – hal yang mempunyai manfaat untuk menopang desa wisata harus ditertibkan melalui legalitas dalam bentuk suatu peraturan baik itu peraturan desa maupun peraturan daerah yang tentunya tidak boleh bertentangan dengan peraturan di atasnya seperti peraturan pemerintah dan undang – undang. Harus ada evaluasi kebijakan yang bertahap maupun kontinyu, agar dapat mengetahui sejauh mana pelaksanaan program desa wisata apakah sudah cukup baik ataukah masih banyak hal yang harus diperbaiki khususnya dalam kaitannya dengan kebijakan seperti kebijakan ketertiban bagi pedagang yang berlokasi di desa wisata, kebijakan fasilitas desa wisata dan kebijakan – kebijakan lain tentang pengelolaan desa wisata.

Kebijakan yang dibuat oleh kepala desa berupa Peraturan desa (Perdes) tentang pengelolaan desa wisata tidak boleh bertentangan dengan peraturan di atasnya seperti peraturan daerah (Perda), Peraturan Gubernur (Pergub), Peraturan Perintah (PP), serta Undang – undang. Begitu pula sebaliknya peraturan - peraturan yang ada di atasnya seperti Peraturan Pemerintah (PP), Peraturan Gubernur (Pergub), dan Peraturan Daerah (Perda) sebaiknya juga tidak boleh bersinggungan dengan kearifan lokal, peraturan desa atau hukum adat. Apabila Peraturan di atas bersinggungan dengan hukum adat kearifan lokal dapat memantik konflik lokal yang dapat mengganggu program kerja dari desa wisata.

Sehingga perlu ada saling melengkapi peraturan yang ada, bila peraturan yang lain belum mampu mengatasi persoalan atau belum ada aturannya, maka tidak perlu saling menyalahkan satu sama lain menyalahkn kewenangan siapa, siapa yang harus bersikap dan bertindak, karena dengan adanya saling lempar tanggungjawab hal itu memperlihatkan kurang harmonis serta kurang mampunya berkoordinasi antar phak baik pemerintah desa maupun pemerintah daerah, dan yang terkena imbas langsung dari persoalan tersebut adalah masyarakat khususnya yang tinggal di desa wisata tersebut.

2. Pembagian Kewenangan yang Transparan

Kondisi pariwisata yang sensitif dengan situasi keamanan dan kenyamanan, bila terganggu sedikit saja mampu mempengaruhi semua elemen pendukung. Berkaitan dengan hal itu pihak yang berwenang harus secara inisiatif mengambil tindakan cepat dan tegas agar segera terselesaikan persoalan yang muncul didalam masyarakat desa wisata.

Menurut undang – undang No 6 Tahun 2014 Tentang Desa Pasal 79 (1) Pemerintah Desa menyusun perencanaan Pembangunan Desa sesuai dengan kewenangannya dengan mengacu pada perencanaan pembangunan Kabupaten/Kota.

(2) Perencanaan Pembangunan Desa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disusun secara berjangka meliputi: a. Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa untuk jangka waktu 6 (enam) tahun; dan b. Rencana Pembangunan Tahunan Desa atau yang disebut Rencana Kerja Pemerintah Desa, merupakan penjabaran dari Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa untuk jangka waktu 1 (satu) tahun.

Pemerintah desa mempunyai kewenangan untuk membuat perencanaan jangka pendek, menengah dan panjang, hal itu demi pemasukan desa yang berkelanjutan hingga jangka panjang seperti yang telah tertulis dalam Undang – Undang No 6 Tahun 2014 tentang desa (3) Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa dan Rencana Kerja Pemerintah Desa sebagaimana dimaksud pada ayat (2) ditetapkan dengan Peraturan Desa. (4) Peraturan Desa tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa dan Rencana Kerja Pemerintah Desa merupakan satu-satunya dokumen perencanaan di Desa. (5) Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa dan Rencana Kerja Pemerintah Desa merupakan pedoman dalam penyusunan Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa yang diatur dalam Peraturan Pemerintah. (6) Program Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah yang berskala lokal Desa dikoordinasikan dan/atau didelegasikan pelaksanaannya kepada Desa. (7) Perencanaan Pembangunan Desa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan salah satu sumber masukan dalam perencanaan pembangunan Kabupaten/Kota.

Pelaksanaan pembangunan desa juga dijelaskan pada Pasal 81 (1) Pembangunan Desa dilaksanakan sesuai dengan Rencana Kerja Pemerintah Desa. (2) Pembangunan Desa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Pemerintah Desa dengan melibatkan seluruh masyarakat Desa dengan semangat gotong royong. (3) Pelaksanaan Pembangunan Desa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan memanfaatkan kearifan lokal dan sumber daya alam Desa.

(4) Pembangunan (4) Pembangunan lokal berskala Desa dilaksanakan sendiri oleh Desa. (5) Pelaksanaan program sektoral yang masuk ke Desa diinformasikan kepada Pemerintah Desa untuk diintegrasikan dengan Pembangunan Desa.

Pemerintah daerah juga mempunyai wewenang menata tata kelola daerahnya termasuk desa sesuai dengan undang – undang no 32 tahun 2004 tentang otonomi daerah, sehingga pemerintah desa harus mengikuti serta tunduk pada kebijakan dari pemerintah daerah, namun sebagai catatan selama kebijakan dari pemerintah daerah tersebut tidak merugikan desa maupun masyarakat pedesaan itu sendiri.

Selain itu undang- undang no 32 Tahun 2009 tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup dimana di dalam pasal 4 menjelaskan Perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup meliputi : a.perencanaan; b.pemanfaatan; c.pengendalian; d.pemeliharaan; e.pengawasan dan f.penegakkan hukum. Pengelolaan desa wisata tentunya tidak lepas dengan pengelolaan lingkungan hidup dimana dalam setiap kegiatan didalamnya tentunya menghasilkan limbah yang biasa disebut sampah, baik itu berupa sampah cair seperti pembuangan sisa hasil produksi rumah tangga atau pun kegiatan kuliner yang ada dalam desa wisata atau sampah padat seperti sisa bungkus makanan, atau produk lain yang mungkin hasil dari kerajinan masyarakat desa yang diperjual belikan didalam desa wisata.

Terlihat seperti sederhana namun bila tidak dikelola dengan baik dan benar lingkungan hidup yang berada di desa wisata maka menjadikan kegiatan yang ada didalamnya menjadi terganggu, bila desa wisata tersebut banyak sampah menumpuk tanpa ada yang mengelola (menampung dan membuang ke suatu daerah) maka dapat mempengaruhi penilaian wisatawan untuk berkunjung ke desa wisata.

3. Kearifan Lokal dan Hukum Positif

Kebijakan yang dibuat juga harus memperhatikan kearifan lokal dengan kata lain peraturan tersebut mengesampingkan kebiasaan atau hukum adat yang telah lama dijalankan oleh masyarakat dimana dengan adanya hukum adat tersebut mampu membentuk masyarakat desa yang sekarang, menjadi masyarakat yang selalu menjaga toleransi dan saling menghormati satu sama lain.

Hukum positif memang sangat diperlukan juga dalam menjaga keamanan dan ketertiban masyarakat, namun bila menjadikan kearifan lokal yang ada pada masyarakat desa hilang digantikan oleh hukum positif maka hal itu sama saja perlahan namun pasti mengubah karakter masyarakat desa yang tadinya biasa menyelesaikan masalah melalui mekanisme kekeluargaan musyawarah untuk mufakat berubah menyerahkannya pada pihak yang berwenang yakni kepolisian dan hingga sampai dipersidangan.

Menjaga kearifan lokal sangatlah penting, karena hal itu seperti menjaga identitas masyarakat pedesaan yang sesungguhnya, dimana setiap aturan yang berlaku di desa tidak hanya sekedar memberi sanksi bagi yang melanggarnya, namun juga mengandung nilai moral serta tanggungjawab baik itu bagi si pelaku pelanggaran maupun masyarakat pedesaan itu sendiri. Memang kearifan lokal dalam hal ini adalah hukum adat seolah – olah tidak ada legalitas atau hitam diatas putih seperti dalam hukum positif, namun masyarakat desa lebih meyakini bahwa sanksi moral disertai sanksi sosial lebih berat daripada sanksi pidana seperti dalam hukum positif.

Kesadaran bersama dalam menjaga desa dari suatu tindakan yang melanggar hukum harus digalakan, karena kepastian hukum juga sangat diperlukan demi menjaga nama baik negara dan pemerintah baik pusat hingga desa. Sehingga hukum positif juga sangat dibutuhkan di pedesaan (desa wisata) namun bukan menjadi alat utama dalam menyelesaikan masalah di masyarakat desa, bila masalahnya ringan dan tidak menimbulkan keresahan bahkan korban jiwa maka dapat diselesaikan secara hukum adat, namun bila perbuatannya sudah berat hingga menimbulkan korban jiwa maka hukum positiflah yang menyelesaikannya.

Apabila kepastian hukum tersebut dapat diterapkan dalam suatu desa khususnya dalam desa wisata maka para wisatawan yang datang berkunjung pun akan merasa nyaman karena merasa terlindungi dan juga wisatawan pun tidak bisa secara seenaknya berbuat sesuka hati dengan melanggar norma atau hukum adat yang berlaku di desa karena akan mendapat sanksi adat yang mungkin sanksinya akan lebih berat dibanding dengan hukum positif.

PENUTUP

Kebijakan desa wisata merupakan suatu terobosan baru dalam hal pembangunan dan pengembangan desa beserta masyarakatnya. Dimana dengan keberadaan program desa wisata masyarakat pedesaan diajarkan untuk mampu mandiri dalam berwirausaha dan selalu berinovasi menyesuaikan dengan perkembangan jaman dan pengetahuan yang ada serta kebutuhan dan keinginan wisatawan.

Keberadaan kebijakan desa wisata janganlah karena pemenuhan janji politik atau ksmpsnye dalam pemilihan umum atau kegiatan yang latah karena mengikuti desa – desa di Indonesia juga melakukan hal sama yakni program desa wisata, apabila desa wisata semat mata karena dua hal itu maka keberadaannya tidak akan dapat bertahan lama, desa wisata hanya sebagai formalitas belaka sedangkan tindak lanjut setelahnya tidak ada maka masyarakat pun akan mengalami kegamangan dalam mengelola desa wisata.

Setiap kebijakan yang dikeluarkan guna mendukung pelaksanaan desa wisata harus saling berkesesuaian agar tidak ada tumpang tindih peraturan antara peraturan desa dan peraturan daerah, serta tumpang tindih kewenangan antara pihak pihak yang berwenang dalam pengelolaan wisata desa.

Kebijakan yang dibuat hendaklah mempunyai sinergisitas dengan kebijakan yang sebelumnya atau dengan kebijakan yang lebih tinggi agar tidak ada kekosongan hukum dalam pengelolaan program desa wisata. Kebijakannya pun harus berkelanjutan artinya jangan sampai kebijakan yang baru justru menjadikan

kemunduran dalam pengelolaannya. Contoh kebijakan tentang siapa saja pihak – pihak yang boleh mengelola keuntungan dari desa wisata pada kebijakan sebelumnya sudah cukup jelas ada 3 (tiga) lembaga yang sudah dianggap cukup mampu mengelola, namun kebijakannya yang baru menjadikan hanya 1 (satu) lembaga, hal itu tentunya menjadikan persoalan baru baik konflik di masyarakat pedesaan maupun antar lembaga itu sendiri dan permasalahan itu secara langsung dapat mempengaruhi kegiatan dalam desa wisata.

Evaluasi pelaksanaan juga harus secara berkala dilakukan agar selalu ada perbaikan dalam segala hal baik kebijakannya maupun fasilitasnya. Sehingga desa wisata mampu menyesuaikan dengan kondisi dan keinginan wisatawan sehingga menciptakan suasana yang nyaman dan menyenangkan agar wisatawan ingin datang berkunjung ke desa wisata di lain waktu.

DAFTAR PUSTAKA

Anak Agung Istri Adriyani, Akademi Militer Magelang, Edhi Martono, Fakultas Pertanian Universitas Gajah Mada, Muhammad Fakultar Pascasarjana Universitas Gajah Mada “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Implikasinya terhadap Ketahanan Sosial Budaya (Studi Di Desa Wisata Panglipuran Bali), Jurnal Ketahanan Nasional, ISSN: 0853-9340, Volume No.1.27 April 2017 Halaman 1-16

Aprisiami Putriyanti 08401241005, 2012 “Skripsi Penerapan Otonomi Desa Dalam Menguatkan Akuntabilitas Pemerintahan Desa dan Pemberdayaan Masyarakat di Desa Aglik, Kecamatan Grabag, Kabupaten Purworjo” Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.

Eko Nur Fatmawati, Emmelia Nadira Satiti, Hapsari Wahyuningsih “Pengembangan potensi Desa Wisata Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Pongok, Kabupaten Klaten (Dosen pada Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta), Surakarta.

Erick Elmar, 2011, Dosen Pembimbing: Drs. Raja Muhammad Amin, M.Si. Jurusan Ilmu Pemerintahan-Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik- Universitas Riau. “Analisis Pelaksanaan Fungsi Pemerintah Desa dalam Bidang Pemerintahan dan Kemasyarakatan (Study Desa Lipatkain Selatan Kecamatan Kampar Kiri Kabupaten Kampar Tahun 2007-2011)”, Kampar.

Muchtar Wisnu Wardoyo dan Bahtarudin, 2003, “Kebijakan Pengembangan Kepariwisata (Studi Kasus Perumusan Kebijakan Desa Wisata di Desa Ketenger, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas)” UNSOED, Jurnal Pembangunan Pedesaan Volume III No 1 April 2003 ISSN 9-4411-9251, Banyumas

Undang – undang :

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan Dan Pengelolaan Lingkungan Hidup

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2015 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata
Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa

Undang -undang Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2007 Tentang Penataan Ruang
Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 44 Tahun 2016 Tentang Kewenangan Desa

Dokumen :

Komisi Informasi Provinsi Jawa Tengah Pedoman Standar Layanan Informasi Publik untuk Pemerintah Desa

Koran Online :

Kusuma Barry “Bali Genkot 100 Desa Wisata Tahun ini”,Kompas Online,
<https://travel.kompas.com/read/2017/02/21/091700927/bali.genkot.100.desa.wisata.tahun.ini>

Ayu Sulistyowati,Desa Wisata Jadi Perhatian Utama”,Kompas Online,
<https://travel.kompas.com/read/2017/05/22/191500727/desa.wisata.jadi.perhatian.utama>

Wahyu Suryana dan” Hazliansyah”Ini Peraih Penghargaan di Festival Desa
Wisata 2017”Republika Selasa 19 Desember 2017 20:46 WIB

**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
DALAM PENGELOLAAN DESA WISATA KAKI LANGIT
DI DESA MANGUNAN, KECAMATAN DLINGO, KABUPATEN BANTUL**

Johan Bhimo Sukoco
Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Universitas Slamet Riyadi
johanbhimo@yahoo.co.id

ABSTRAK

Pemberdayaan masyarakat ditujukan untuk memandirikan masyarakat marginal agar lebih berdaya. Hal ini sesuai dengan prinsip dalam paradigma *New Public Service* yang menempatkan masyarakat sebagai *citizen* yang berperan aktif dalam pembangunan. Desa Wisata Kaki Langit di Desa Mangunan, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul dipilih sebagai lokasi penelitian, karena dianggap telah memberdayakan masyarakat dengan baik, yang dibuktikan dengan terpilihnya desa ini mewakili DI Yogyakarta dalam lomba desa wisata tingkat nasional tahun 2017 lalu. Penelitian ini akan mendiskripsikan mengenai proses pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan desa wisata tersebut.

Kata kunci : pemberdayaan masyarakat, desa wisata.

PENDAHULUAN

Potensi desa wisata di Indonesia sangat besar dan perlu dikembangkan lebih lanjut. Hal ini mengingat bahwa dari sekitar 74.954 desa di Indonesia, terdapat sekitar 1.902 desa yang memiliki potensi unggulan untuk dikembangkan menjadi desa wisata. Konsep desa wisata ini sangat unik, karena menggabungkan konsep “desa” dengan konsep “wisata”. Oleh karena itu, dalam pengembangannya memerlukan strategi khusus yang mampu mengakomodir kebutuhan desa dan wisata sekaligus.

Pengembangan desa wisata memerlukan dukungan dari masyarakat sekitar. Hal ini sesuai dengan prinsip *New Public Service* dalam paradigma keilmuan administrasi negara, dimana pembangunan memerlukan partisipasi aktif dari *citizen* atau warga negara. Dewasa ini, masyarakat bukan hanya berperan pasif dalam pembangunan melainkan didorong untuk lebih aktif terlibat dalam kegiatan pembangunan. Menurut Sandel (Thoha, 2008), dalam rangka mewujudkan *citizenship* yang demokratis, diperlukan keterlibatan aktif dari warga negara dalam berbagai proses pemerintahan. Pengembangan desa wisata ini memerlukan keterlibatan masyarakat dalam mendorong potensi unggulan wisata, dengan mengintegrasikan antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas dengan nilai-nilai atau tradisi yang berlaku dalam desa tersebut.

Pelibatan masyarakat dalam pengembangan desa wisata ini diharapkan dapat memberikan keberdayaan bagi masyarakat sekitar objek wisata tersebut untuk lebih dapat meningkatkan potensinya. Oleh karena itu, pendekatan pemberdayaan masyarakat perlu dilakukan dalam pengembangannya. Masyarakat marginal di sekitar objek wisata diharapkan dapat terberdayakan melalui peran serta atau aktif terlibat dalam pengembangan objek wisata berbasis desa ini. Bernard Crick (Azizy, 2003) menyebutkan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan bentuk-bentuk usaha untuk menjadikan masyarakat semakin berdaya dalam berpartisipasi dalam setiap proses pengambilan keputusan, dimana hal ini merupakan syarat terwujudnya demokrasi.

Penelitian ini mengambil lokasi di Desa Wisata Kaki Langit yang terletak di Desa Mangunan, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul. Lokasi ini dipilih sebagai, karena dianggap telah memberdayakan masyarakat dengan baik, yang dibuktikan dengan terpilihnya desa ini mewakili DI Yogyakarta dalam lomba desa wisata tingkat nasional tahun 2017 lalu. Penelitian ini akan mendiskripsikan mengenai pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan desa wisata tersebut.

PEMBAHASAN

Desa Wisata Kaki Langit terletak di Desa Mangunan, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul. Desa wisata ini memiliki 8 (delapan) destinasi wisata unggulan, meliputi : Atap Langit, Langit Ilalang, Langit Hijau, Langit Terjal, Budaya Langit, Karya Langit, Rasa Langit, dan Langit Cerdas. Destinasi Atap Langit merupakan penggambaran akomodasi dan fasilitas desa wisata yang ada di desa tersebut. Langit Ilalang ialah destinasi wisata atraksi di desa wisata ini termasuk pula permainan tradisional desa. Langit Hijau ialah destinasi wisata alam, meliputi areal hijau persawahan atau perbukitan hijau. Langit Terjal ialah destinasi wisata penyedia jasa *off road* menggunakan mobil *jeep* atau motor *trail* menyusuri area-area terjal di desa ini.

Berikutnya, Budaya Langit merupakan berbagai atraksi kebudayaan lokal di desa tersebut, semisal tari-tarian, tradisi mitoni, sampai dengan menumbuk padi di lesung. Karya Langit merupakan produk karya tangan penduduk setempat yang menjadi produk unggulan khas, semisal gerabah, dan lain sebagainya. Rasa Langit merupakan konsep kuliner tradisional yang ditawarkan di desa wisata ini. Langit Cerdas ialah penggambaran desa wisata ini sebagai area yang mendukung ilmu pengetahuan dan menambah wawasan. Kedelapan konsep tersebut merupakan konsep dasar pengembangan Desa Wisata Kaki Langit.

Konsep pengembangan Desa Wisata Kaki Langit ini terbagi menjadi 2 (dua) konseptual utama, yaitu Desa Wisata (Dewi) dan Sahabat Rimba (Sari). Untuk Sahabat Rimba (Sari) ini, memiliki konsep Wana Wisata Budaya Mataram. Konsep ini juga mengembangkan koperasi yang didirikan dengan berbadan hukum Nomor 31/Bh/XV.J/J/206 tanggal 20 Januari 2016. Koperasi ini menggunakan system atau kerjasama skema bagi hasil, 25 % dan 75 %. Beberapa dasar hukum pengelolaan hutan wisata di desa ini, antara lain : Permenhut Nomor 22/Permenhut-ii/2012, Permenhut Nomor 39/Permenhut-ii/2013, Permenhut Nomor 47/Permenhut-ii/2013, Perda Nomor 7 tahun 2015, dan Pergub Nomor 84 tahun 2016.

Beberapa pengembangan hutan wisata di Kaki Langit ini, meliputi destinasi yang tergabung dalam Resort Pengelolaan Hutan (RPH) Mangunan, sebagai berikut : Pinus Pengger, Puncak Becici, Pintu Langit Lembah Dahromo, Lintang Sewu, Pinus Asri, Pinus Sari, Seribu Batu, Bukit Panguk, Bukit Mojo. Hasil kajian menunjukkan rata-rata jumlah kunjungan wisata di masing-masing destinasi wisata cenderung meningkat dari bulan ke bulan dalam tenggang waktu tahun 2017 lalu. Kondisi ini juga berbanding lurus dengan pendapatan yang diterima dari masing-masing destinasi wisata. Berikut dapat diperhatikan dalam Tabel 1 terkait jumlah kunjungan wisata dan pendapatan destinasi Pinus Pengger per 3 Februari 2017 s/d 31 Desember 2017 :

Tabel 1.
Jumlah Kunjungan Wisata & Pendapatan
Destinasi Pinus Pengger
Per 3 Februari 2017 s/d 31 Desember 2017

Bulan	Kuantitas Kunjungan	Pendapatan
Februari	3.891	Rp 3.029.000,00
Maret	5.788	Rp 4.541.500,00
April	19.691	Rp 15.474.750,00
Mei	33.213	Rp 26.249.250,00
Juni	8.768	Rp 6.989.250,00
Juli	55.223	Rp 48.406.750,00
Agustus	31.308	Rp 25.059.750,00
September	39.109	Rp 31.595.000,00
Oktober	43.874	Rp 35.712.000,00
November	29.038	Rp 23.997.250,00
Desember	62.218	Rp 50.125.750,00
JUMLAH	332.121	Rp 271.180.250,00

Sumber
: Data
Primer.

Tabel 1 tersebut menunjukkan terjadi peningkatan yang signifikan dari jumlah kunjungan wisata dari bulan Februari 2017 ke bulan Desember 2017. Pada bulan Februari 2017, jumlah kunjungan sebanyak 3.891 pengunjung dan cenderung mengalami peningkatan hingga di akhir tahun 2017 sebanyak 62.218 pengunjung. Kunjungan dengan kuantitas terbanyak terdapat pada bulan Juli 2017, yaitu sebanyak 55.223 pengunjung. Di sisi lain, jumlah kunjungan terkecil terdapat pada bulan Februari 2017 sebanyak 3.891 pengunjung. Secara umum, dapat dilihat bahwa kuantitas kunjungan cenderung mengalami peningkatan secara signifikan dari bulan ke bulan, dengan kuantitas akhir tahun 2017 sebanyak 332.121 pengunjung. Hal ini menunjukkan proses pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan desa wisata ini sudah berjalan dengan baik.

Pengembangan destinasi wisata Pinus Pengger ini melibatkan partisipasi masyarakat sekitar. Keterlibatan masyarakat ini memang mutlak dibutuhkan dalam pengembangan desa wisata. Partisipasi aktif ini merupakan ukuran dari proses pemberdayaan masyarakat yang berhasil pula. Hal ini seperti yang dituliskan Wrihatnolo dan Dwijowidjoto (2007) yang menuliskan bahwa partisipasi merupakan ukuran yang digunakan dalam mengkaji pemberdayaan masyarakat yang dilihat dari dimensi masyarakat yang berperan sebagai subjek pembangunan.

Kondisi ini juga dapat dikaji dari pendapatan yang diterima dari pengembangan desa wisata tersebut. Pada bulan Februari 2017, jumlah pendapatan sebanyak Rp 3.029.000,00 dan meningkat secara bertahap hingga pada Desember 2017 meningkat menjadi Rp 50.125.750,00. Jumlah pendapatan terkecil ada di awal bulan Februari sebesar Rp 3.029.000,00, sedangkan jumlah pendapatan terbesar ada di bulan Desember 2017 sebesar Rp 50.125.750,00. Secara keseluruhan, jumlah pendapatan untuk destinasi Pinus Pengger sebesar Rp 271.180.250,00. Keberdayaan masyarakat dalam pengembangan desa wisata terlihat outputnya melalui pendapatan yang meningkat signifikan tersebut.

Objek wisata berikutnya, yaitu destinasi Puncak Becici, dapat dilihat terkait jumlah kunjungan wisata dan pendapatan per 3 Februari 2017 s/d 31 Desember 2017 dalam Tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 2.
Jumlah Kunjungan Wisata & Pendapatan
Destinasi Puncak Becici
Per 3 Februari 2017 s/s 31 Desember 2017

Bulan	Kuantitas Kunjungan	Pendapatan
Februari	20.370	Rp 15.989.000,00
Maret	16.596	Rp 13.104.750,00
April	25.379	Rp 20.066.000,00
Mei	31.567	Rp 25.438.250,00
Juni	6.435	Rp 5.139.000,00
Juli	85.964	Rp 75.542.500,00
Agustus	39.739	Rp 34.234.750,00
September	43.086	Rp 35.754.750,00
Oktober	48.145	Rp 39.350.250,00
November	34.641	Rp 28.561.000,00
Desember	75.963	Rp 61.279.750,00
JUMLAH	427.885	Rp 354.460.000,00

Sumber : Data Primer.

Tabel 2 tersebut menunjukkan bahwa kuantitas kunjungan wisata ke destinasi Puncak Becici cenderung mengalami peningkatan dari bulan ke bulan. Pada awal bulan Februari 2017, jumlah kunjungan sebesar 20.370 pengunjung, cenderung meningkat hingga pada bulan Desember 2017 sebesar 75.963 pengunjung. Jumlah kunjungan terkecil ialah bulan Juni, sebesar 6.435 pengunjung. Untuk jumlah

pengunjung terbesar ada pada bulan Juli 2017 sebesar 85.964 pengunjung. Total kunjungan pada tahun 2017 sebesar 427.885 pengunjung.

Pendapatan yang diterima dari destinasi Puncak Becici ini secara keseluruhan sebesar Rp 354.460.000,00. Jumlah pendapatan terkecil ada pada bulan Juni 2017 sebesar Rp 5.139.000,00. Untuk jumlah pendapatan terbesar ada pada bulan Juli 2017 sebesar Rp 75.542.500,00. Hasil kajian menunjukkan terjadi peningkatan pendapatan yang signifikan dari bulan ke bulan. Hal ini menunjukkan masyarakat sekitar sudah terberdayakan dengan baik dalam pengembangan destinasi wisata ini. Hal ini sesuai dengan arahan Bank Dunia (Narayan, ed, 2002), yang menuliskan “*Empowerment is the expansion of assets and capabilities of poor people to participate in, negotiate with, influence, control, and hold accountable institutions that affect their lives.*” (pemberdayaan merupakan sebuah ekspansi asset dan kemampuan masyarakat miskin untuk berpartisipasi, bernegosiasi, berpengaruh, dan mengontrol akuntabilitas lembaga yang mempengaruhi hidup mereka).

Objek wisata berikutnya, destinasi Lintang Sewu, dapat dilihat perihal kunjungan wisata dan pendapatan dalam Tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3.
Jumlah Kunjungan Wisata & Pendapatan
Destinasi Lintang Sewu
Per 3 Februari 2017 s/d 31 Desember 2017

Bulan	Kuantitas Kunjungan	Pendapatan
Februari	167	Rp 126.000,00
Maret	151	Rp 123.250,00
April	1.586	Rp 1.251.500,00
Mei	5.986	Rp 4.726.000,00
Juni	1.124	Rp 897.250,00
Juli	11.765	Rp 10.843.750,00
Agustus	9.177	Rp 7.165.250,00
September	9.911	Rp 7.991.500,00
Oktober	11.519	Rp 9.288.250,00
November	6.632	Rp 5.475.000,00
Desember	13.561	Rp 12.209.750,00
JUMLAH	71.579	Rp 60.097.500,00

Sumber : Data Primer.

Tabel 3 tersebut menunjukkan jumlah pengunjung wisata di destinasi Lintang Sewu sangat meningkat signifikan. Hal ini terlihat dari awal bulan Februari 2017, jumlah kunjungan hanya sebesar 167 pengunjung, meningkat tajam pada akhir Desember 2017 sebesar 13.561 pengunjung. Jumlah kunjungan terkecil ialah pada bulan Februari 2017, sebesar 167 pengunjung. Lebih lanjut, jumlah kunjungan terbesar ada pada bulan Desember 2017 sebesar 13.561 pengunjung. Jumlah total kunjungan selama tahun 2017 sebesar 71.579 pengunjung.

Keberdayaan masyarakat sekitar dalam mengoptimalkan destinasi Lintang sewu ini terlihat dari pendapatan yang cenderung meingkat. Hal ini sejalan dengan pernyataan Swift dan Levin (Mardikanto, 2010) yang menuliskan bahwa pemberdayaan merujuk pada kemampuan kelompok rentan dan lemah untuk dapat memiliki akses sumber produktif, sehingga memungkinkan mereka meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang atau jasa yang dibutuhkan.

Pada bulan Februari 2017, pendapatan awal sebesar Rp 126.000,00. Angka ini meningkat sangat cepat hingga pada bulan Desember 2017 jumlah pendapatan sebesar Rp 12.209.750,00. Pendapatan terkecil ada di bulan Maret 2017, sebesar Rp 123.250,00. Untuk jumlah pendapatan terbesar ada di bulan Desember 2017 sebesar

Rp12.209.750,00. Destinasi wisata Lintang Sewu ini berhasil membukukan pendapatan di tahun 2017 sebesar Rp 60.097.500,00 .

Objek wisata berikutnya, yaitu destinasi Pinus Asri berhasil membukukan pencapaian seperti dalam Tabel 4 sebagai berikut ini :

Tabel 4.
Jumlah Kunjungan Wisata & Pendapatan
Destinasi Pinus Asri
Per 3 Februari 2017 s/d 31 Desember 2017

Bulan	Kuantitas Kunjungan	Pendapatan
Februari	8.990	Rp 7.144.500,00
Maret	8.580	Rp 6.897.250,00
April	12.752	Rp 10.206.750,00
Mei	15.964	Rp 12.806.500,00
Juni	3.472	Rp 2.822.750,00
Juli	34.590	Rp 29.393.250,00
Agustus	12.421	Rp 10.096.250,00
September	12.065	Rp 10.186.500,00
Oktober	9.305	Rp 8.625.250,00
November	5.163	Rp 5.018.250,00
Desember	15.545	Rp 13.378.000,00
JUMLAH	138.847	Rp 116.575.250,00

Sumber : Data Primer.

Tabel 4 tersebut menunjukkan jumlah pengunjung destinasi Pinus Asri pada tahun 2017 berhasil dibukukan sebesar 138.847 pengunjung. Kuantitas pengunjung terkecil ada pada bulan Juni 2017 sebesar 3.472 pengunjung. Lebih lanjut, kuantitas pengunjung terbesar ada pada bulan Juli 2017 sebesar 34.590 pengunjung. Kondisi ini dapat dikatakan mengalami peningkatan yang signifikan pula.

Di sisi lain, jumlah pendapatan yang berhasil dibukukan destinasi wisata Pinus Asri pada tahun 2017 sebesar Rp 116.575.250,00. Jumlah pendapatan terendah ada pada bulan Juni 2017 sebesar Rp 2.822.750,00. Untuk jumlah pendapatan terbesar ada pada bulan Juli 2017 sebesar Rp 29.393.250,00. Kondisi pendapatan di tahun 2017 untuk destinasi Pinus Asri ini dapat dikatakan naik turun.

Untuk objek wisata berikutnya, destinasi Pinus Sari, jumlah kunjungan wisata dan pendapatan per 3 Februari 2017 s/d 31 Desember 2017 dapat dilihat dalam Tabel 5 sebagai berikut :

Tabel 5.
Jumlah Kunjungan Wisata & Pendapatan
Destinasi Pinus Sari
Per 3 Februari 2017 s/d 31 Desember 2017

Bulan	Kuantitas Kunjungan	Pendapatan
Februari	63.500	Rp 58.230.375,00
Maret	52.367	Rp 50.332.000,00
April	81.742	Rp 74.944.375,00
Mei	95.861	Rp 92.262.000,00
Juni	16.502	Rp 17.988.000,00
Juli	138.012	Rp 132.167.375,00
Agustus	64.797	Rp 60.235.125,00
September	67.538	Rp 62.489.625,00
Oktober	69.083	Rp 61.381.625,00

November	42.992	Rp 39.324.750,00
Desember	108.248	Rp 94,872,125.00
JUMLAH	800.642	Rp 744.227.375,00

Sumber : Data Primer.

Tabel 5 tersebut menunjukkan kuantitas kunjungan di destinasi Pinus Sari mengalami peningkatan. Pada bulan Februari 2017, jumlah kunjungan sebesar 63.500 pengunjung, meningkat hingga pada bulan Desember 2017 sebesar 108.248 pengunjung. Jumlah kunjungan terkecil ada pada bulan Juni 2017 sebesar 16.502 pengunjung. Untuk jumlah kunjungan terbanyak ada pada bulan Juli 2017 sebesar 138.012 pengunjung. Total kunjungan destinasi Pinus Sari tahun 2017 sebesar 800.642 pengunjung.

Untuk jumlah pendapatan, destinasi Pinus Sari berhasil membukukan pendapatan pada tahun 2017 sebesar Rp 744.227.375,00. Pendapatan terkecil ada pada bulan Juni 2017 sebesar Rp 17.988.000,00. Di sisi lain, untuk pendapatan terbesar ada pada bulan Juli 2017 sebesar Rp 132.167.375,00. Jumlah total pendapatan destinasi Pinus Sari tahun 2017 sebesar Rp 744.227.375,00.

Destinasi wisata Pinus Sari ini merupakan destinasi yang berhasil menghimpun jumlah kunjungan dan pendapatan terbesar di kawasan desa wisata Kaki Langit. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat sekitar telah terberdayakan dengan baik dalam mengelola sumber daya lokal. Hal ini seperti yang dituliskan Subejo dan Supriyanto (2005), bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan usaha yang memfasilitasi masyarakat lokal dalam mengelola sumber daya lokal yang mereka miliki melalui *collective action* dan *networking*, sehingga menghasilkan kemandirian secara ekonomi, ekologi, dan sosial.

Obyek wisata berikutnya, destinasi Seribu Batu dapat dilihat jumlah kunjungan wisata dan pendapatannya dalam Tabel 6 sebagai berikut L

Tabel 6.
Jumlah Kunjungan Wisata & Pendapatan
Destinasi Seribu Batu
Per 3 Februari 2017 s/d 31 Desember 2017

Bulan	Kuantitas Kunjungan	Pendapatan
Februari	958	Rp 759.250,00
Maret	7.210	Rp 5.381.750,00
April	41.199	Rp 28.155.250,00
Mei	54.734	Rp 43.000.750,00
Juni	10.498	Rp 7.901.250,00
Juli	73.550	Rp 67.790.250,00
Agustus	36.009	Rp 28.304.000,00
September	35.827	Rp 29.102.000,00
Oktober	39.202	Rp 29.019.500,00
November	24.504	Rp 18.033.500,00
Desember	64.950	Rp 49.675.250,00
JUMLAH	388.641	Rp 307.122.750,00

Sumber : Data Primer.

Tabel 6 tersebut menunjukkan jumlah kunjungan destinasi Seribu Batu pada tahun 2017 sebesar 388.641 pengunjung. Kuantitas kunjungan terkecil ada pada bulan

Februari 2017 sebesar 958 pengunjung. Untuk jumlah kunjungan terbesar ada pada bulan Juli 2017 sebesar 73.550 pengunjung.

Untuk jumlah pendapatan yang berhasil dibukukan oleh destinasi Seribu Batu pada tahun 2017 sejumlah Rp 307.122.750,00. Pendapatan terkecil ada pada bulan Februari 2017 sebesar Rp 759.250,00. Untuk jumlah pendapatan terbesar ada pada bulan Juli 2017 sebesar Rp 67.790.250,00.

Objek wisata berikutnya, yaitu destinasi Bukit Panguk dapat dilihat jumlah kunjungan wisata dan pendapatannya dalam Tabel 7 sebagai berikut :

Tabel 7.
Jumlah Kunjungan Wisata & Pendapatan
Destinasi Bukit Panguk
Per 3 Februari 2017 s/d 31 Desember 2017

Bulan	Kuantitas Kunjungan	Pendapatan
Februari	6.672	Rp 5.294.500,00
Maret	5.253	Rp 4.171.250,00
April	6.462	Rp 5.113.750,00
Mei	9.818	Rp 7.748.000,00
Juni	4.485	Rp 3.568.000,00
Juli	14.721	Rp 12.810.750,00
Agustus	6.709	Rp 5.756.000,00
September	5.644	Rp 5.845.750,00
Oktober	4.677	Rp 4.845.500,00
November	3.665	Rp 3.899.750,00
Desember	9.489	Rp 8.297.500,00
JUMLAH	77.595	Rp 67.350.750,00

Sumber : Data Primer.

Tabel 7 tersebut menunjukkan jumlah kunjungan di destinasi Bukit Panguk selama tahun 2017 sebanyak 77.595 pengunjung. Kuantitas kunjungan terendah ada pada bulan November 2017 sebanyak 3.665 pengunjung. Lebih lanjut, kuantitas kunjungan tertinggi ada pada bulan Juli 2017 sebanyak 14.721 pengunjung. Hasil kajian menunjukkan trend kunjungan cenderung naik turun. Kondisi ini perlu mendapatkan perhatian agar pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan desa wisata dapat berjalan secara optimal. Diperlukan keterlibatan atau inklusi yang lebih efektif serta membangun partisipasi demokrasi masyarakat sekitar dalam pengembangan destinasi wisata tersebut. Hal ini seperti yang dinyatakan Wandersman, dkk (2005), bahwa beberapa prinsip evaluasi pemberdayaan salah satunya ialah *inclusion* dan *democratic participation*.

Destinasi Bukit Panguk berhasil membukukan pendapatan selama tahun 2017 sebesar Rp 67.350.750,00. Kuantitas kunjungan terendah ada pada bulan Juni 2017 sebesar Rp 3.568.000,00. Untuk jumlah kunjungan terbesar ada pada bulan Juli 2017 sebesar Rp 67,790,250.00.

Objek wisata berikutnya, yaitu destinasi Bukit Mojo, menghasilkan jumlah kunjungan dan pendapatan yang dapat dilihat dalam Tabel 8 sebagai berikut :

Tabel 8.
Jumlah Kunjungan Wisata & Pendapatan
Destinasi Bukit Mojo
Per 3 Februari 2017 s/d 31 Desember 2017

Bulan	Kuantitas Kunjungan	Pendapatan
Februari	6.700	Rp 5.191.250,00
Maret	5.442	Rp 4.192.000,00

April	6.100	Rp 4.773.250,00
Mei	6.393	Rp 5.023.500,00
Juni	1.407	Rp 1.089.250,00
Juli	5.796	Rp 5.121.250,00
Agustus	2.947	Rp 2.242.250,00
September	2.305	Rp 1.871.500,00
Oktober	1.843	Rp 1.492.000,00
November	1.253	Rp 1.051.500,00
Desember	1.623	Rp 1.371.500,00
JUMLAH	41.809	Rp 33.419.250,00

Sumber : Data Primer.

Tabel 8 tersebut menunjukkan kuantitas kunjungan wisata dan pendapatan di destinasi Bukit Mojo cenderung mengalami penurunan dari bulan ke bulan selama tahun 2017. Hal ini terlihat dari awal bulan Februari 2017 jumlah kunjungan sebesar 6.700 pengunjung, namun cenderung terus menurun di bulan-bulan berikutnya, hingga pada bulan Desember 2017 jumlah kunjungan hanya sebanyak 1.623 pengunjung. Jumlah kunjungan terbesar ada pada bulan Februari 2017 sebesar 6.700 pengunjung, sedangkan jumlah kunjungan terendah ada pada bulan November 2017 sebesar 1.253 pengunjung. Kondisi ini menunjukkan masyarakat masih perlu diberdayakan dalam mengembangkan objek wisata di destinasi Bukit Mojo ini. Rendahnya kunjungan ini perlu segera mendapatkan penanganan yang serius agar jumlah kunjungan tidak terus menerus mengalami penurunan.

Berbanding lurus dengan penurunan jumlah kunjungan, jumlah pendapatan di destinasi Bukit Mojo juga mengalami penurunan dari bulan ke bulan selama tahun 2017. Pada tahun 2017 destinasi Bukit Mojo membukukan pendapatan sebesar Rp 33.419.250,00. Kuantitas ini jika dibandingkan dengan destinasi wisata lainnya tentu cukup rendah. Pada bulan Februari hingga Desember, jumlah pendapatan cenderung mengalami penurunan. Pendapatan terendah ada pada bulan November 2017 sebesar Rp 1.051.500,00. Untuk pendapatan tertinggi ada pada bulan Februari 2017 sebesar Rp 5.191.250,00.

Penurunan jumlah kunjungan dan pendapatan di destinasi wisata Bukit Mojo ini perlu mendapatkan perhatian yang serius. Diperlukan strategi pemberdayaan masyarakat yang lebih efektif dari sebelumnya. Hal ini dikarenakan beberapa pendekatan bottom-up seringkali memerlukan bentuk-bentuk pendekatan yang lebih optimal. Hal ini seperti yang dituliskan Dreyer (Smith, 2008), "*The final problematic element of the bottom-up approach is the critical lack of knowledge about community participation held.....*," (Elemen akhir yang bermasalah dalam pendekatan *bottom-up* ialah kurangnya pengetahuan kritis tentang partisipasi masyarakat)..

Objek wisata selanjutnya, yaitu destinasi Dahromo, merupakan destinasi baru sehingga data yang diperoleh dimulai per 1 November 2017 s/d 31 Desember 2017. Berikut ini dapat dilihat dalam Tabel 9 :

Tabel 9.
Jumlah Kunjungan Wisata & Pendapatan
Destinasi Dahromo
Per 1 November 2017 s/d 31 Desember 2017

Bulan	Kuantitas Kunjungan	Pendapatan
November	2.654	Rp 2.218.750,00
Desember	7.786	Rp 6.179.250,00
JUMLAH	10.440	Rp 8.398.000,00

Sumber : Data Primer.

Tabel 9 tersebut menunjukkan kenaikan jumlah kunjungan yang sangat besar dari destinasi Dahromo. Destinasi ini berhasil membukukan jumlah kunjungan sebesar 10.440 pengunjung selama dua bulan pencatatan. Pada bulan November 2017 jumlah kunjungan hanya sebesar 2.654 pengunjung, meningkat sangat tinggi pada bulan Desember 2017 sebanyak 7.786 pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun objek wisata Dahromo cenderung masih baru, namun memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Masyarakat sekitar perlu lebih diberdayakan dalam menggali potensi wisata di daerah tersebut.

Destinasi Dahromo berhasil membukukan pendapatan sebesar Rp 8.398.000,00 selama tahun 2017. Pada bulan November 2017 lalu pendapatan yang diperoleh sebesar Rp 2.218.750,00. Jumlah ini meningkat sangat tinggi pada bulan berikutnya sebesar Rp 6.179.250,00. Pendapatan yang melonjak tinggi hanya dalam jangka dua bulan ini pencatatan ini menunjukkan objek wisata Dahromo sangat berpotensi untuk meningkatkan keberdayaan masyarakat dilihat dari sector perekonomian hasil wisata.

Jumlah total kunjungan wisata dan pendapatan di Kawasan Resort Pengelolaan Hutan (RPH) Mangunan per 3 Februari 2017 s/d 31 Desember 2017 dapat dilihat dalam Tabel 10 sebagai berikut :

Tabel 10.
Jumlah Total Kunjungan Wisata & Pendapatan
Kawasan Resort Pengelolaan Hutan (RPH) Mangunan
Per 3 Februari 2017 s/d 31 Desember 2017

Bulan	Kuantitas Kunjungan	Pendapatan
Februari	111,248	Rp 95.763.875,00
Maret	101,387	Rp 88.743.750,00
April	194,911	Rp 159.985.625,00
Mei	253,536	Rp 217.254.250,00
Juni	52,691	Rp 46.394.750,00
Juli	419,621	Rp 382.075.875,00
Agustus	203,107	Rp 173.093.375,00
September	215,485	Rp 184.836.625,00
Oktober	227,648	Rp 189.714.375,00
November	150,542	Rp 127.579.750,00
Desember	359,383	Rp 297.388.875,00
JUMLAH	2,289,559	Rp 1.962.831.125,00

Sumber : Data Primer.

Tabel 10 tersebut menunjukkan kuantitas kunjungan total selama tahun 2017 di Kawasan Resort Pengelolaan Hutan (RPH) Mangunan sebesar 2.289.559 pengunjung. Untuk kuantitas kunjungan terendah ada pada bulan Juni 2017 sebesar 52.691 pengunjung. Lebih lanjut, kuantitas kunjungan terbesar ada pada bulan Juli 2017 sebesar 419.621 pengunjung.

Destinasi wisata di Kawasan Resort Pengelolaan Hutan (RPH) Mangunan ini berhasil membukukan pendapatan pada tahun 2017 sebesar Rp 1.962.831.125,00. Jumlah pendapatan terendah ada pada bulan Juni 2017 sebesar Rp 46,394,750.00. Untuk jumlah pendapatan tertinggi ada pada bulan Juli 2017 sebesar Rp 382.075.875,00.

PENUTUP

Desa Wisata Kaki Langit di Desa Mangunan, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul memiliki 8 (delapan) konsep destinasi wisata unggulan, meliputi : Atap Langit, Langit Ilalang, Langit Hijau, Langit Terjal, Budaya Langit, Karya Langit, Rasa Langit, dan Langit Cerdas. Pengembangan hutan wisata di Kaki Langit ini, meliputi destinasi yang tergabung dalam Resort Pengelolaan Hutan (RPH)

Mangunan, sebagai berikut : Pinus Pengger, Puncak Becici, Pintu Langit Lembah Dahromo, Lintang Sewu, Pinus Asri, Pinus Sari, Seribu Batu, Bukit Panguk, hingga Bukit Mojo.

Kuantitas kunjungan terbesar di tahun 2017 ada pada destinasi Pinus Sari. Destinasi ini berhasil mendatangkan wisatawan sebesar 800.642 pengunjung. Destinasi Pinus Sari berhasil membukukan pendapatan sebesar Rp 744.227.375,00. Di sisi lain, kuantitas kunjungan terendah ada pada destinasi Bukit Mojo. Destinasi Bukit Mojo hanya mampu mendatangkan wisatawan sebesar 41.809 pengunjung. Angka ini cukup rendah dibandingkan dengan perolehan kunjungan destinasi-destinasi lainnya. Destinasi Bukit Mojo hanya mampu membukukan pendapatan sebesar Rp 33.419.250,00.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa desa wisata Kaki Langit memiliki kondisi yang berbeda antar destinasi satu dengan lainnya. Beberapa destinasi wisata sudah berjalan dengan baik dan mampu memberdayakan masyarakat, sehingga mampu mendatangkan pengunjung sangat banyak dan mampu membukukan pendapatan yang tinggi. Kondisi ini tentu dapat berdampak pada peningkatan keberdayaan masyarakat, utamanya dalam sektor perekonomian pariwisata. Namun demikian, di sisi lain beberapa destinasi wisata masih menunjukkan rendahnya jumlah kunjungan maupun pendapatan. Kondisi tersebut menunjukkan masyarakat masih perlu diberdayakan dalam mengembangkan objek wisata tersebut secara optimal. Diperlukan strategi pemberdayaan masyarakat yang lebih efektif dalam memberdayakan masyarakat sekitar dalam pengembangan destinasi wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizy, Ahmad Qodri A. 2003. *Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Kehidupan Berdemokrasi di Indonesia*. Jakarta: Lembaga Executive Club (LEC) Press.
- Mardikanto, Totok. 2010. *Konsep-Konsep Pemberdayaan Masyarakat*. Surakarta: Fakultas Pertanian UNS dengan UPT Penerbitan dan Percetakan UNS (UNS Press).
- Narayan, Deepa. (ed). 2002. *Empowerment And Poverty Reduction: A Source book*. Washington, DC: PREM - The World Bank.
- Smith, Julia L. 2008. A Critical Appreciation of The “Bottom-Up” Approach to Sustainable Water Management : Embracing Complexity Rather Than Desirability. *Local Environment Journal*. Vol 13, No. 4, 353 - 366
- Subejo dan Supriyanto. 2005. Kerangka Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan Menuju Pembangunan yang Berkelanjutan. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*. No.1 Juli (2005). 17-32.
- Thoha, Miftah. 2008. *Ilmu Administrasi Publik Kontemporer*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Wandersman, Abraham; Jessica Snell-Johns; Barry E. Lentz; David M. Fetterman; Dana C. Keener; Melanie Livet; Pamela S. Imm; dan Paul Flaspohler. 2005. The Principles of Empowerment Evaluation. dalam David M. Fetterman dan Abraham Wandersman (ed.). *Empowerment Evaluation Principles in Practice*. London: The Guilford Press. hal. 27-41.
- Wrihatnolo, Randy R dan Riant Nugroho Dwidjowojoto. 2007. *Manajemen Pemberdayaan: Sebuah Pengantar dan Panduan Untuk Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

PERENCANAAN STRATEGIS DENGAN PENDEKATAN SCENARIO DALAM PENGEMBANGKAN PARIWISATA DAERAH

Wulan Kinasih

Universitas Slamet Riyadi
Wulankinasih00@gmail.com

ABSTRAK

Perencanaan strategis menjadi titik tolak dalam menentukan langkah yang tepat dalam pengelolaan sector pariwisata. Perencanaan strategis dengan pendekatan scenario menawarkan perencanaan yang fleksibel dan sesuai dengan perkembangan sehingga mampu menjadi solusi dalam menghadapi kondisi persaingan pariwisata yang sangat ketat dan perubahan trend pariwisata yang cepat. Tujuan dari tulisan ini adalah mendeskripsikan perencanaan strategis dengan pendekatan scenario dalam pengembangan pariwisata di daerah.

Penelitian ini adalah penelitian studi pustaka yang berusaha memberikan gambaran dan membandingkan perencanaan strategis dengan pendekatan scenario dengan pendekatan tradisional. Perencanaan strategis dengan pendekatan scenario dalam tulisan ini menggunakan pendekatan dari Schwenker (2013) yang meliputi enam tahap *definition of scope, perception analysis, Trend and Uncertainty Analysis, Scenario Building, Strategy definition* dan *monitoring*.

Kata Kunci: Perencanaan, Strategi, Scenario, Pariwisata, Daerah

PENDAHULUAN

Sistem desentralisasi yang terbentuk dalam konsep otonomi daerah memberikan kewenangan kepada daerah untuk dapat menggali dan memberdayakan potensi yang ada sebagai penerimaan pendapatan daerah. Pasal 40 UU No. 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah menyebutkan bahwa pendanaan penyelenggaraan pemerintahan daerah berasal dari dana bantuan yang bersumber dari APBN, pendapatan asli daerah dana perimbangan dan pendapatan lain yang sah. Berdasarkan peraturan ini tentunya membawa konsekuensi pada perbedaan perkembangan yang terjadi pada setiap daerah. Hal ini disebabkan oleh perbedaan pendapat daerah masing-masing. Menteri keuangan Sri Mulyani juga menyatakan bahwa selama ini daerah masih banyak tergantung dengan dana dari pusat, ditingkat provinsi 46,6% APBD masih tergantung pada daerah sedangkan untuk kota dan kabupaten 66,4% APBD tergantung sama pusat. (Adinda Ade, Kontan.co.id). Kondisi tersebut menjadi faktor pemicu bagi masing-masing daerah untuk menggali dan mengembangkan potensi daerahnya untuk peningkatan PAD sebagai modal pembangunan sehingga lebih berkembang dan tidak menggantungkan APBD pada APBN.

Indonesia memiliki potensi dan daya tarik wisata yang sangat tinggi dan tersebar di setiap daerah di Indonesia. Potensi yang dimilikipun beragam mulai dari potensi alam, maupun budaya. Berberapa Daerah sudah mulai memahami potensi mereka sehingga berlomba-lomba untuk mempercantik diri dan melakukan promosi seperti yang digalakkan oleh Kabupaten Banyuwangi, Solo, Jember, Batu, Lombok dan lain-lain. Namun, juga masih banyak daerah yang potensinya belum dikembangkan dengan baik walaupun memiliki potensi alam dan budaya yang sangat Indah. Tingginya potensi wisata daerah ini diharapkan mampu menjadi salah satu sumber PAD sehingga mengurangi ketergantungan dengan pusat.

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Purwanti (2014) yang menyatakan bahwa program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata daerah dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi daerah. Pengembangan sector pariwisata memiliki dampak positif bagi masyarakat dan pendapatan daerah. Masyarakat mendapatkan keuntungan dari bidang akomodasi, rumah makan, jasa persewaan, saufenir dan oleh-oleh khas daerah sedangkan pendapatan daerah meningkat dengan

adanya perolehan masukan kas (A. Hari karyono, 1997). Joyosuharto (1995) juga menyampaikan, bahwa pengembangan “pariwisata memiliki tiga fungsi yaitu menggalakkan ekonomi, memelihara kepribadian bangsa dan kelestarian fungsi dan mutu lingkungan hidup, dan memupuk rasa cinta tanah air dan bangsa. Sejalan dengan Pendit (1990) juga menyatakan “pariwisata mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi, karena dapat menyediakan lapangan kerja, menstimulasi berbagai sector produksi, serta memberikan kontribusi secara langsung bagi kemajuan dalam usaha-usaha pembuatan dan perbaikan pelabuhan, jalan raya, pengangkutan serta mendorong pelaksanaan program kebersihan dan kesehatan, proyek sarana budaya, pelestarian lingkungan hidup dan sebagainya yang dapat memberikan keuntungan dan kesenangan baik kepada masyarakat setempat maupun wisatawan dari luar”. Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, pengembangan sector pariwisata memiliki dampak positif bagi masyarakat, pelestarian budaya daerah dan pendapatan asli daerah.

Perencanaan strategis merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan pengembangan pariwisata daerah. Perencanaan strategis adalah “proses pemilihan tujuan-tujuan organisasi; penentuan strategi, kebijaksanaan dan program-program strategik yang diperlukan untuk tujuan-tujuan tersebut; dan penetapan metoda-metoda yang diperlukan untuk menjaga bahwa strategi dan kebijaksanaan telah diimplementasikan” (T Hani Handoko, 2003). Rangkuti (2004) menyatakan perencanaan strategis adalah proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi-strategi. Hal yang sama juga disampaikan oleh Schoemaker, 1995 yang menyatakan “*Scenario planning is a method for developing and analyzing possible future states and development paths*”. Berdasarkan pernyataan tersebut, Perencanaan strategis adalah alat yang digunakan dalam menentukan langkah yang tepat sehingga tujuan dapat tercapai terutama adalah tujuan pengembangan pariwisata yaitu peningkatan PAD dan pemberdayaan masyarakat.

Salah satu perencanaan strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan pariwisata adalah perencanaan strategis melalui pendekatan scenario (Scenario based strategic planning). Perencanaan strategis ini tepat digunakan saat ini karena kondisi persaingan pariwisata yang sangat ketat dan cepatnya perubahan trend pariwisata. Dalam menghadapi berbagai kondisi yang selalu berubah dengan trend yang sangat tepat itulah diperlukan perencanaan strategis yang fleksibel dan sesuai dengan perkembangan. “*Scenario planning develops different possible views of the future, thus providing a basis for generating strategies that deal with different contingencies*” (van der Heijden, 2005). “*It takes uncertainty into account and allows strategists to deal more effectively with complexity, volatility and change when making strategic choices*” (Porter, 1985). Berdasarkan latar belakang tersebut, paper ini mendeskripsikan Scenario based strategic planning dalam Pengembangan Pariwisata Daerah.

PEMBAHASAN

Perencanaan strategis dengan pendekatan scenario terdiri dari beberapa tahap. Edward Sallis (2012) menyampaikan perencanaan strategis terdiri dari tahap Visi, Misi dan Tujuan, Analisa Pasar, Analisis SWOT dan faktor penting sukses, Perencanaan Operasi dan bisnis, kebijakan dan perencanaan mutu, biaya mutu dan tahap terakhir monitoring dan evaluasi. Michael Alison dan Jude Kaye (2004) menyampikan tujuh tahapan perencanaan strategi yaitu persiapan, mempertegas visi-misi, menilai lingkungan, menyepakati prioritas, penulisan rencana strategis, pelaksanaan rencana strategis dan memantau dan evaluasi. Rohm (2002) juga menyampikan, perencanaan strategis dengan balanced scorecard meliputi tahap menilai dasar organisasi, membuat strategi organisasi, menjabarkan strategi utama organisasi, dan membuat strategic map. Sedangkan, Schwenker (2013) menyampaikan perencanaan strategis dengan pendekatan scenario terdapat enam tahap yaitu *definition of scope, perception analysis, Trend and Uncertainty Analysis, Scenario Building, Strategy definition* dan *monitoring*. Berdasarkan uraian tersebut terdapat berbagai macam pendekatan dengan tahapan perencanaan strategis yang berbeda-beda. Dari berbagai pendekatan tersebut, sebagian besar memiliki tahapan

yang hampir sama, mulai dari menilai dasar organisasi, analisis lingkungan, penetapan prioritas sampai dengan evaluasi dan monitoring. Perbedaan antara pendekatan scenario dengan pendekatan yang lain terletak dari penentuan scope strategi, analisis persepsi, dan prediksi kondisi kedepan (*Uncertainty*).

Perencanaan strategis dengan pendekatan scenario dalam pengembangan potensi daerah dilakukan dengan melakukan proses berikut secara bertahap.

1. *Definition of Scope: framing checklist*

Tahap ini digunakan untuk meyakinkan bahwa semua aspek kunci dalam pengembangan pariwisata telah dipahami. Hal ini sangat penting untuk dilakukan karena menjadi dasar bagi pengelola untuk memahami scenario yang digunakan. Lindgren/Bandhold (2009) menyampikan “*If the basic intention of the overall scenario development process is not specified from the outset, the overall planning activity is destined to end in disaste*”. Aspek kunci dalam hal ini adalah the goal, strategic level of analysis, participants, time horizon and stakeholders to be included in the process.

Penentuan tujuan dari adanya strategi merupakan panduan utama dalam menentukan langkah selanjutnya. Schwenker (2013) menyatakan “*Defining the project goal is particularly important as it sets the scope for the entire analysis*”. Tujuan memuat target atau capaian, ruang lingkup atau ranah strategi dan waktu yang dibutuhkan dalam mencapai keberhasilan strategi. Hasil dari proses yang dilakukan harus memiliki ranah dan jangkauan yang jelas. Sector pariwisata juga memiliki beberapa jenis yang dapat dikembangkan yaitu wisata alam, wisata budaya, religi, kerajinan dan wisata buatan lain. focus pengembangan juga bisa dilihat dari ruang lingkup wilayah yang akan dikembangkan. Pemerintah daerah perlu memilih focus pengembangan sector wisata baik dari jenis wisata yang akan dikembangkan maupun dari ruang lingkup wilayah pengembangan. Tujuan akan diperoleh setelah semua item dalam ceklist telah dilakukan.

Ceklist pertama adalah *Strategic level of analysis*. Menentukan pada tingkat mana strategi ini dilaksanakan. Tingkat korporasi, atau hanya tingkat manajemen tertentu, atau pada tingkatan eksternal organisasi pada wilayah tertentu. Strategi pada pengembangan pariwisata di daerah memiliki cangkupan wilayah tertentu pengembangan pada cakupan wilayah tertentu dan sasaran tertentu. Baik itu ruang lingkup organisasi atau dinas dalam pariwisata atau pada level pengelola lokasi wisata tertentu. Selanjutnya adalah menentukan participants yang terlibat dalam proses perencanaan strategi mulai dari awal sampai dengan akhir. “*the project leader must identify the relevant internal departments and individuals who should represent the organization and participate in scenario development from start to finish. If the wrong individuals are identified, the organization will not accept the outcome of the scenariobased strategic planning exercise*” (Schwenker, 2013). Penentuan pihak yang terlibat menjadi faktor penentu keberhasilan dalam perencanaan strategi. Perencanaan strategi dalam pengembangan pariwisata daerah melibatkan dinas pariwisata, Bappeda dan pengelola tempat wisata. Dengan demikian perlu dilakukan pemilihan individu yang tepat dari setiap lembaga agar strategi dapat dijalankan dengan optimal.

Tahap terakhir adalah penentuan jangka waktu dan stakeholders yang terlibat dalam proses. Batas waktu dalam perencanaan strategis perlu dilakukan mengingat hal ini menjadi dasar dalam pelaksanaan kebijakan dan program. Keluesan strategi sangat diperlukan dalam menghadapi kondisi yang dinamis dan terus berubah. untuk itu waktu yang digunakan untuk perencanaan strategi juga perlu dipersingkat. Langkah terakhir adalah Penentuan stakeholders yang terlibat dalam pengembangan sector pariwisata. Jones dalam Selviyanna (2010) membagi *stakeholder* kedalam dua kategori yaitu inside dan outside stakeholders. Inside stakeholders merupakan pihak yang berkepentingan dalam organisasi dan outside stakeholders adalah pihak yang berkepentingan luar organisasi. Pada sector wisata Inside stakeholders meliputi SDM yang terdapat dalam dinas pariwisata, dan SDM pengelola tempat wisata. Outside stakeholders meliputi penyedia penginapan dan restoran, kelompok karangtaruna setempat, UMKM setempat seperti pengrajin, tokoh masyarakat setempat seperti ulama atau orang yang dituakan, jasa tour and travel, blogger atau vlogger setempat.

Definition of scope, dalam pendekatan scenario memiliki kelebihan yaitu adanya analisis stakeholder. Analisis stakeholder ini menjadi landasan bagi pembuat strategi dalam melakukan analisis lingkungan. Dengan adanya berbagai macam stakeholder yang terlibat baik dari dalam maupun luar organisasi memberikan gambaran yang lebih luas tentang kondisi lingkungan. Pada pendekatan tradisional analisis lingkungan, dilakukan dengan melakukan observasi atau survey yang dilakukan oleh actor dalam organisasi, sehingga sudut pandang yang dilihat adalah sudut pandang yang lebih sempit dan internal.

2. *Perception Analysis: 360 stakeholder feedback*

Hasil dari penentuan stakeholder digunakan untuk menggali kondisi internal dan eksternal dan memprediksi kondisi lingkungan dimasa depan. Wulf et al menyatakan (2010) tujuan dari tahap ini adalah “*compile a comprehensive list of factors that could influence a company's future, evaluate these factors according to their potential impact on performance and their degree of uncertainty, and then benchmark of the views of different stakeholder groups with regard to these factors of influence*”. Hal yang sama juga disampaikan Solihin (2012) bahwa Analisis lingkungan memiliki peran yang sangat penting yaitu untuk menghindari organisasi dari kondisi yang tidak diprediksi sebelumnya karena perubahan lingkungan, mengidentifikasi peluang dan ancaman sehingga dapat ditemukan solusi baru dalam perubahan lingkungan, memperoleh keunggulan kompetitif dan memperbaiki perencanaan jangka pendek dan jangka panjang. Dalam menganalisis kondisi lingkungan ini digunakan perspektif Blind spots dan weak signals. “*Blind spots are developments that a company knowingly or unknowingly overlooks. Weak signals can be described as initial indicators of future changes in the environment* (Wulf et al., 2010).

Tahap ini terdiri dari dua tahap survey. Setiap stakeholder baik internal maupun eksternal stakeholder dalam pengembangan pariwisata seperti yang sudah dipilih pada tahap sebelumnya akan diberikan sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan faktor yang dapat mempengaruhi pariwisata pada saat ini dan masa depan dan bagaimana faktor tersebut dapat diukur. Pertanyaan berkaitan dengan faktor lingkungan internal dan faktor eksternal pengelolaan pariwisata. David (2012) menyatakan faktor eksternal dibagi menjadi lima kategori yaitu ekonomi; sosial, budaya, demografis dan lingkungan; teknologi; politik, pemerintahan dan hukum; teknologi; dan kekuatan kompetitif. Sedangkan faktor internal menurut Hunger dan Wheelen (2001) terbagi menjadi tiga yaitu struktur, budaya dan sumber daya. Hasil dari survey pertama kemudian menjadi bahan bagi pemimpin dan partisipan yang terlibat dalam perumusan strategi untuk mengelompokkan dan mensintesis faktor-faktor yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan pariwisata. Hasil dari sintesis ini akan dikembalikan lagi kepada setiap stakeholder untuk memberikan penilaian dengan menggunakan angka 1 sampai 10 sebagai indikator seberapa kuat faktor tersebut mempengaruhi perkembangan pariwisata. Dengan ini pemimpin akan mendapatkan kesimpulan faktor yang berpengaruh dalam pariwisata sehingga bisa menilai yang menjadi kekuatan, kelemahan internal, peluang dan ancaman eksternal yang terjadi pada saat ini dan blind spot atau perubahan di masa yang akan datang. Hasil ini menjadi panduan bagi partisipan untuk menentukan dua ketidakpastian utama dalam perkembangan pariwisata.

Perception Analysis menghasilkan analisis yang lebih luas tentang kondisi lingkungan. Pada pendekatan tradisional khususnya dengan teknik SWOT kondisi lingkungan, dianalisis dengan IFAS dan EFAS sehingga diperoleh faktor-faktor kuat dan lemah yang mempengaruhi organisasi. Kelebihan dari perception analysis adalah menghadirkan prediksi terhadap lingkungan kedepan yang tidak menentu sehingga memudahkan organisasi untuk mengantisipasi kondisi kedepan

3. *Trend and Uncertainty Analysis: The Impact/uncertainly grid*

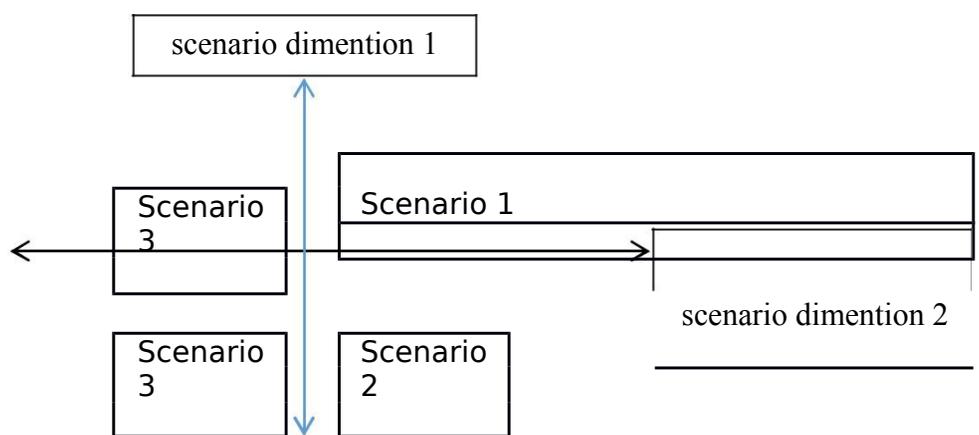
Tahap ini didasarkan dari hasil tahap sebelumnya yang sudah terdapat kesimpulan atau diagram tentang kekuatan, kelemahan internal, peluang dan ancaman eksternal yang terjadi pada saat ini dan dan blind spot atau perubahan di masa yang

akan datang. Inilah yang membedakan pendekatan scenario dengan pendekatan strategi tradisional pada umumnya. Pada pendekatan tradisional, analisis lingkungan akan menghasilkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dan belum melihat dampak, atau kondisi lingkungan kedepan. Pendekatan Scenario menghadirkan tinjauan lebih jauh tentang kondisi lingkungan yang akan datang atau dalam tahap ini disebut the Impact/uncertainty grid. Kelebihan ini memudahkan pengelola pariwisata dalam menghadirkan langkah-langkah yang sesuai dengan kondisi mendatang. The Impact/uncertainty grid dijabarkan dalam bentuk matriks dua dimensi: ketidakpastian pada sumbu x dan dampak potensial (pada kinerja masa depan) pada sumbu y. faktor yang sangat kuat mempengaruhi seperti yang telah diperoleh pada data sebelumnya ditempatkan pada sumbu yang terjauh dari titik nol atau lemah sehingga akan didapatkan gambaran tentang kondisi yang akan datang.

Langkah selanjutnya adalah mengelompokkan faktor-faktor yang relevan menjadi secondary elements, trend dan, critical uncertainties. Secondary elements memiliki dampak yang lemah dan dapat memiliki ketidakpastian yang rendah atau tinggi sehingga bisa diabaikan. Trend memiliki dampak yang kuat dan ketidakpastian rendah hingga sedang. Critical uncertainties memiliki dampak yang kuat terhadap kesuksesan masa depan perusahaan dan terpapar ketidakpastian yang tinggi. Trend dan Critical uncertainties perlu mendapatkan perhatian karena paling sulit dalam pengelolaan. Critical uncertainties kemudian dikelompokkan ke dalam kategori meta berdasarkan elemen atau topik umum. Dua dari meta-kategori ini dipilih untuk meletakkan fondasi untuk langkah pembuatan scenario atau yang disebut dengan ketidakpastian kunci. Hal inilah yang menjadi dasar dalam menentukan scenario apa yang akan digunakan dalam berbagai kondisi.

4. *Scenario Building: Scenario matrix*

Hasil dari tahap The Impact/uncertainty grid menjadi dasar dalam menentukan scenario matrik. Scenario menghasilkan empat scenario berdasarkan dua kunci ketidakpastian. Dalam membangun scenario matrik dilakukan dalam empat tahap. Tahap pertama yaitu identifikasi scenario. Pada tahap ini matrik disusun berdasarkan dua ketidakpastian/scenario dimension pada sumbu X dan Y. Dari diagram itu memunculkan scenario pada empat ruang diagram seperti yang terlihat dalam gambar berikut



Gambar 1 Scenario Matrix

Langkah selanjutnya adalah membuat cerita dibelakang layar. These stories describe the paths along which the world will arrive at the four alternative scenarios (van der Heijden, 2005). Perumus strategi memberikan hubungan antara trend, uncertainty dengan scenario dimension sehingga terlihat jelas alur ceritanya. Ketika sebuah tren 1 maka akan menghubungkan dengan kondisi Uncertainty yang seperti apa sehingga akan diperoleh scenario dimension yang tepat. Hasil dari tahap ini kemudian dideskripsikan dalam bentuk scenario. Menghubungkan antara peristiwa yang satu dengan yang lainnya. Berdasarkan hal ini terlihat bagaimana sebuah peristiwa bisa mempengaruhi peristiwa yang lain dan berbagai alternatif strategi yang bisa dilakukan.

5. *Strategy definition: Strategy manual*

Tahap kelima dari perencanaan scenario adalah memilih strategi inti dari keempat strategi yang telah dibuat. Tim harus menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan skenario yang dimaksud. Dua faktor utama adalah dua sumbu dari skenario dan ketidakpastian kritis yang sesuai. Kedua faktor ini mendorong pengembangan skenario dan membentuk fokus strategi. Tim perumus strategi harus benar benar melakukan analisis terhadap segala kemungkinan terhadap berbagai alternatif strategi yang telah diperoleh pada tahap sebelumnya. Berbagai alternatif strategi ini direncanakan dan dibandingkan dengan kemungkinan-kemungkinan yang terjadi pada masa mendatang. Alternatif strategi yang paling memungkinkan dengan resiko yang paling kecil dan sesuai dengan perkembangan yang akan datang dipilih menjadi strategi inti.

6. *Monitoring: Scenario cockpit*

Tujuan dari skenario kokpit adalah untuk memonitor perkembangan eksternal. Langkah pertama adalah mengidentifikasi indikator untuk perkembangan eksternal. Umpan balik pemangku kepentingan 360 ° dapat memberikan beberapa petunjuk di sini, tetapi cara yang lebih efektif untuk menemukan indikator adalah dengan melihat diagram pengaruh yang dibuat pada tahap keempat dari proses perencanaan skenario. Diagram pengaruh ini didasarkan pada hasil umpan balik pemangku kepentingan 360 ° dan menunjukkan interaksi faktor-faktor yang diperlukan untuk dimensi skenario tertentu. Dari sini dikembangkan indikator penilaian dan pengecekan terhadap indikator sehingga bisa memantau arah pergerakan dari lingkungan, mendiskusikan setiap perubahan dan mengidentifikasi apa yang melatarbelakangi sehingga dapat segera diambil keputusan strategis

KESIMPULAN

Pariwisata merupakan salah satu sector yang dapat meningkatkan PAD. Sejumlah daerah mulai berlomba lomba dalam mengembangkan pariwisata masing-masing. Perencanaan strategis yang matang menjadi faktor penting dalam keberhasilan dalam pengembangan. Pendekatan scenario menawarkan perencanaan strategis yang luwes dan fleksibel. Pendekatan ini terdiri dari enam tahap yaitu *definition of scope, perception analysis, Trend and Uncertainty Analysis, Scenario Building, Strategy definition* dan *monitoring*. Pendekatan ini sedikit berbeda dengan pendekatan yang lain karena melibatkan semua stakeholder dalam sector pariwisata. Keterlibatan stakeholder ini memberikan gambaran yang lebih luas dan mendalam tentang kondisi lingkungan eksternal maupun internal organisasi. Hasil analisis persepsi juga menyuguhkan gambaran trend dan prediksi lingkungan pada masa mendatang. Pendekatan ini memberikan berbagai alternatif strategi sesuai dengan kondisi pada masa depan. Dengan mengamati kondisi lingkungan, tim penyusun strategi akan lebih mudah dalam menentukan strategi yang paling tepat dan sesuai perkembangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alison Michael & Kaye, Jude. 2004. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Nirlaba*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- David, Fred R. 2002. *Manajemen Strategi: Konsep*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Prenhallindo
- Handoko, T Hani. 2003. *Manajemen Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE
- Heijden, K Van Der. 2005. *Scenarios: The Art of Strategic Conversation*. Chichester: Wiley
- Joyosuharto, Sunardi. 1995. *Aspek Ketersediaan (Suplay) dan Tuntutan Kebutuhan (Demand) dalam Pariwisata*. (Fandeli, Ed) dalam *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Liberty
- Karyono, A. Hari. (1997). *Kepariwisata*. Jakarta: Grasindo
- Lindgren M., Bandhold H. 2009. *Scenario Planning-The Link Between Future and Strategy*. Houndmills: Palgrave Macmillan
- Metz B., Davidson OR., Bosch PR., Dave R., Meyer LA. 2007. *Climate Change 2007: Mitigation*. Cambridge: Cambridge University Press

- Mustami, Ade Adinda, 2017. *Sri Mulyani: Pemda Masih Ketergantungan pada APBN*. Online. Kontan.co.id
- Pendit, Nyoman S. 1994. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Edisi Revisi. Jakarta: Pradnya Paramita
- Porter, M E. 1985. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior*. New York: Three Free Press
- Purwanti, Novi Dwi. 2014. *Pengaruh jumlah kunjungan wisatawan terhadap pendapatan asli daerah di Kabupaten Mojokerto Tahun 2006-2013*. Jurnal ilmiah. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rohm, Howard. 2002. *Improve Public Sector Results With A Balanced Scorecard: Nine Steps To Success*. On Line. www.balancedscorecard.org
- Sallis, Edward. 2012. *Total Quality Manajemen in Education*. Jogjakarta: IRCiSod
- Schwenker, Burkhard & Wulf, Torsten (Eds). 2013. *Scenario-Based Strategic Planning*. Wlesbaden: Springer Gabler
- Selviyanna, Irma Selly .2012. *Interrelasi Multistekahlder dlam Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Bidang Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Skripsi. Bandar Lampung: Universitas Lampung
- Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga
- UU No. 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah
- Wheelen, Thomas I & J.David Hunger. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta
- Wulf T., Meibner P., Stubner S. 2010. *A Scenario-based Approach to Strategic Planning-Integrating Planning and Process Perspectives of Strategy*. Leipzig: HHL Working Paper

**PENGARUH PEMBANGUNAN DI DESA WISATA GANCIK
DI DAERAH SELO BOYOLALI****Lilis Setyowati, Asmoro Cendani L, dan Mutiara Kurnia Vany**

Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Slamet Riyadi Surakarta
mutiaravany2@gmail.com
081578585363

ABSTRAK

Pembangunan desa wisata untuk meningkatkan jumlah pengunjung wisatawan Bukit Gancik, Desa Selo, Boyolali. Dalam meningkatkan jumlah wisatawan yang masuk maka perlu ditingkatkan pembangunan infrastrukturnya. Dan pengembangan pembangunan infrastruktur yang dapat menunjang meningkatkan pariwisata. Dalam pengembangannya sehingga dapat meningkatkan daya tarik wisatawan Bukit Gancik harus diperbaiki dalam hal fisik maupun non fisik.

Kata Kunci : Pariwisata, Pembangunan, Infrastruktur, SDM

PENDAHULUAN

Desa memiliki segudang manfaat dan potensi yang bisa digali untuk menumbuhkan perekonomian seperti pembentukan desa wisata, keindahan dan keunikan bisa menjadi destinasi wisata. Potensi yang sangat besar harus bisa dimanfaatkan dan diambil peluangnya oleh pemerintah selaku pembuat kebijakan. Di zaman sekarang banyak trik dan upaya yang bisa digunakan dalam memanfaatkan potensi desa wisata yang juga harus diikuti dengan pembangunan infrastruktur yang memadai dan akses komunikasi yang terjangkau.

Pariwisata sebagai penggerak sektor ekonomi dapat menjadi salah satu solusi pemerintah dalam meningkatkan pembangunan ekonomi, kegiatan pariwisata tidak hanya dapat dinikmati oleh kalangan atas saja tetapi juga dapat dinikmati oleh kalangan bawah, seperti contoh masyarakat yang memiliki akses dekat dengan daerah wisata bisa menambah perekonomian mereka dengan memberikan layanan jasa seperti penginapan, transportasi, warung, area parkir dan lain –lain.

Pengembangan kepariwisataan bisa memberikan banyak keuntungan dan manfaat, namun pengembangan kepariwisataan juga berkaitan erat dengan pembangunan kepariwisataan daerah hal tersebut dapat diarahkan sebagai potensi daerah yang bisa dijadikan daya saing. Menurut Pitana dan Gayatri (2009) pariwisata merupakan industri terbesar dan menjadi sektor andalan di dalam pembangunan ekonomi di berbagai negara.

Pembangunan menjadi titik utama dalam pembentukan desa wisata baik dari pembangunan fisik dan non fisik, pembangunan fisik seperti pembangunan infrastruktur yaitu akses jalan dan komunikasi sedangkan pembangunan non fisik seperti pembangunan SDM nya agar bisa mengelola desa wisata tersebut. Pembangunan sendiri menurut Jakti (1987) adalah bentuk perubahan yang menyiratkan pilihan pilihan tujuan untuk mencapai sesuatu dan juga bentuk pertumbuhan.

Kabupaten Boyolali memiliki banyak destinasi wisata menarik salah satunya di Dusun Selo Duwur Desa Selo Kecamatan Selo tempat destinasi wisatnya diberi nama Gancik Hill Top, akses menuju ke tempat ini bisa dilalui dari arah Boyolali-Selo atau bisa dari arah Jogja-Magelang-Selo jadi bisa dikatakan akses jalannya sangat mudah, tempat ini merupakan bukit yang letaknya di lereng gunung Merbabu yang menyuguhkan keindahan berupa pemandangan alam gunung merapi di Magelang.

Obyek Wisata Gancik Hill Top merupakan tempat wisata yang masih terbilang baru di Boyolali, karena tempat ini baru diresmikan tahun 2016 walaupun tergolong baru namun tempat wisata ini ramai dikunjungi wisatawan dari sejumlah daerah pada awal pembukannya. Banyak sekali fasilitas yang ditawarkan di tempat ini, namun jika ditinjau lebih lanjut masih banyak pembangunan infrastruktur yang belum memadai dan peran aktif masyarakat dalam mengelola juga masih kurang.

Dalam pembentukan dan pemanfaatan potensi untuk desa wisata di Boyolali ini masih banyak kendala yang dialami pemerintah seperti dari segi pembangunannya. Pemerintah harus bisa menerapkan prinsip-prinsip kebijakan dalam pembangunan dan rencana pembangunan yang akan dilakukan dalam pembentukan desa wisata, perlu adanya manajemen dan pengelolaan dengan kelembagaan yang solid dan masyarakat bisa bekerja sama dalam mengelola dan memanfaatkan potensi dari adanya desa wisata.

Pemerintah sedang gencar-gencarnya melakukan pembangunan untuk desa wisata dalam rangka memenuhi pembangunan yang berkelanjutan, namun kenyataan di lapangan pembangunan yang dicanangkan oleh pemerintah belum berjalan dengan baik pemerintah hanya melihat dari potensi yang bisa dikembangkan tanpa melihat bagaimana pemenuhan pembangunan yang seharusnya dilakukan, seperti masih kurangnya promosi dari pemerintah sendiri dan juga kurangnya pembangunan infrastruktur dan pembangunan SDM nya.

Dari penjabaran di atas yang akan dibahas adalah mengenai bagaimana pengaruh kurangnya pembangunan infrastruktur dan pembangunan SDM di daerah desa wisata Boyolali dan apa upaya yang seharusnya pemerintah Boyolali lakukan untuk menyikapi kurangnya pembangunan baik di infrastruktur dan SDM dan tujuan dari pembahasan ini adalah dapat mengetahui desa wisata yang berkembang di daerah tersebut dan mengetahui pengaruh kurangnya pembangunan infrastruktur dan pembangunan SDM di daerah desa wisata tersebut serta upaya Pemerintah dalam mengatasi hal tersebut.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kurangnya Pembangunan Infrastruktur dan Pembangunan SDM

Pembangunan desa wisata sedang marak digencarkan oleh pemerintah, pembentukan desa wisata ini didorong oleh pariwisata sebagai pendorong sektor ekonomi dan pemerintah memanfaatkan dengan mengangkat potensi-potensi di daerah pedesaan untuk membentuk daerah wisata. Dilihat dari penduduk pedesaan yang masih memegang nilai-nilai tradisi dan juga faktor lainnya seperti makanan yang biasanya terdapat di tempat tersebut, pertaniannya dan sistem sosial budaya inilah yang dilirik pemerintah untuk dijadikan pariwisata.

Selain dari faktor-faktor tersebut sumber daya yang melimpah dan lingkungan yang masih asri dan terawat menjadi faktor penting dari sebuah kawasan desa wisata. Kawasan desa wisata juga diberi kewajiban untuk memiliki berbagai fasilitas agar dapat menunjangnya sebagai kawasan desa wisata. Keberadaan fasilitas ini sangat penting adanya agar dapat memudahkan para pengunjung saat mengunjungi daerah tersebut, fasilitas-fasilitas ini seyogyanya diimbangi dengan akses yang mudah dijangkau.

Tempat wisata Gancik di Kabupaten Boyolali ini memiliki kekurangan pada pembangunan infrastruktur dan pembangunan SDM-nya walaupun untuk akses transportasinya sudah mudah untuk dijumpai, contoh di pembangunan infrastrukturnya adalah belum adanya penginapan untuk pelancong yang kemungkinan datang dari jauh dan membutuhkan penginapan, minimnya WC umum, akses jalan yang masih belum memadai, dan akses komunikasi yang masih sulit.

Untuk pembangunan di sumber daya manusianya masih sangat kurang perlu adanya bimbingan dari pemerintah agar masyarakat setempat bisa ikut memanfaatkan adanya pembangunan desa wisata tersebut dan masyarakat bisa meningkatkan perekonomiannya, masyarakat dan pemerintah harus bisa lebih bekerja sama dalam menata, mengelola, memanfaatkan potensi-potensi di daerah sekitarnya, karena selain menambah perekonomian masyarakat juga dapat meningkatkan daya saing dengan daerah lain.

Pengaruh kurangnya pembangunan infrastruktur di desa wisata adalah daerah tersebut menjadi kurang dinikmati karena kurangnya fasilitas yang memadai, ditambah lagi dengan daerahnya yang begitu pelosok dan kurangnya promosi pemerintah menyebabkan masyarakat enggan untuk berkunjung. Dan dari pembangunan SDM nya menyebabkan masyarakat menjadi enggan untuk memanfaatkan potensi karena kurangnya kerja sama dengan pemerintah.

Rekomendasi Pembangunan Infrastruktur dan SDM

Upaya yang seharusnya dilakukan Pemerintah adalah selaku pembuat kebijakan kewajiban mereka tidak hanya sekedar melihat potensi kemudian memanfaatkannya tanpa memikirkan pembangunan keberlanjutan yang masih kurang. Pemerintah harus membangun banyak fasilitas umum untuk menunjang desa wisata yang bisa berdaya saing, seperti transportasi, akomodasi dan akses komunikasi. Desa wisata merupakan suatu bentuk penyatuan antara akomodasi dan fasilitas lainnya.

Bentuk penyatuan ini dipaparkan oleh pengelola dalam suatu struktur sosial masyarakat dengan tata cara, budaya dan tradisi yang berlaku. Keberadaannya harus bisa memberikan kenyamanan dan keamanan bagi pengunjung, seperti halnya infrastruktur yang bagus (akses jalan dan fasilitas umum), dan ketersediaan akomodasi (penginapan) sehingga bisa lebih mempermudah pengunjung, dan juga harus diimbangi dengan kesadaran masyarakat agar bisa mengembangkan potensi dan peluang yang ada.

Pembangunan yang harus diupayakan oleh pemerintah adalah kerja sama pemerintah dan masyarakat untuk memanfaatkan potensi yang ada, memanfaatkan sarana dan prasarana, mengutamakan potensi yang lebih bisa menguntungkan warga sekitar, mengajak warga sekitar dalam berbagai event pariwisata, mengembangkan produk andalan warga sekitar, meningkatkan pemasukan dari pertanian dan kegiatan yang bersifat tradisional lainnya.

Pelaksanaan pembangunan SDM bisa dilakukan melalui pendidikan, pelatihan, keikutsertaan dalam event pariwisata, diskusi dan lain sebagainya. Pendidikan diperlukan untuk tenaga kerja yang akan dipekerjakakan. Pelatihan diberikan kepada tenaga kerja yang bertugas berhubungan langsung dengan wisatawan, sedangkan ikut serta dalam event dan diskusi diberikan kepada pengelola desa wisata, bukan diberikan kepada masyarakat yang hanya memiliki kemampuan bertani.

PENUTUP

Desa wisata pada dasarnya merupakan kawasan perdesaan yang memiliki karakter khusus untuk dapat dijadikan sebagai desa wisata. Dalam mewujudkannya perlu adanya perencanaan pembangunan yang matang sehingga dapat menciptakan daerah wisata yang berdaya saing dan perlunya kegiatan promosi juga sangat penting adanya, perencanaan pembangunan lebih difokuskan pada pembangunan infrastruktur dan pembangunan SDM nya. Peran pemerintah dan kerja sama dengan masyarakat juga sangat diperlukan dimana pemerintah selaku pembuat kebijakan dan masyarakat sebagai pelaksana kebijakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cooper et.al. 1988, *Tourism: Principles and Practices*, London: Adison Wesley Longman
- Jakti, Dorodjatun Kuntjoro. 1987. *Manajemen Pembangunan Untuk Negara Berkembang*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- Pitana, I Gde, Prof. Dr dan Ir Putu G Gayatri. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Publisher
- Priasukmana, Soetarso dan R. Muhammad Mulyadin (2001) *Pembangunan Desa Wisata: Pelaksanaan UU Otonomi Daerah. Info Sosial Ekonomi .Vol 2*
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan

MANAJEMEN PENGELOLAAN PARIWISATA DI PULAU AMBON

Bimantoro Aji, Basna Waemese dan Yoga Hidayanto

Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Slamet Riyadi Surakarta

ABSTRAK

Promosi pariwisata di Maluku sudah banyah dilakukan oleh pemerintah, namun belum efektif. Maluku mempunyai potensi wisata yang sangat besar namun belum dikembangkan secara maksimal, khususnya wisata di Pulau Ambon. Pulau Ambon merupakan sebuah yang terletak di timur Indonesia tepatnya provinsi Maluku. Pulau Ambon memiliki banyak potensi wisata yang dapat dijadikan destinasi wisatawan lokal maupun mancanegara, diantaranya ialah wisata pantai dan tempat-tempat bersejarah. Wisatawan akan lebih mengenal tempat-tempat wisata di Pulau Ambon dan juga cerita dibalik tempat-tempat tersebut, serta dapat menjadi media promosi efektif tersebut.

Kata Kunci : Manajemen, Pariwisata, Promosi.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu tempat rekreasi atau dimana tempat kita bersantai bersama keluarga, teman dan kerabat untuk menikmati keindahan pemandangan yang cukup menarik. Menikmati hawa sejuk sambil menenangkan diri dan menikmati makanan khas. Tempat wisata adalah tempat yang sangat cocok untuk kita berlibur bersama keluarga atau teman. Pengembangan pariwisata tersebut peluang dan tantangan. Pariwisata di Indonesia memiliki potensi alam yang begitu mempesona yang dapat dijadikan destinasi wisata bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Namun demikian, belum banyak tempat wisata di Indonesia yang terpublikasikan dengan baik, terutama tempat-tempat wisata di Indonesia timur.

PEMBAHASAN

Tujuan dasar manajemen adalah *planning* (perencanaan). Maka dalam manajemen pariwisata perlu adanya perencanaan seperti perencanaan memperbaiki tempat wisata agar kedepannya lebih maju dan dikenal oleh seluruh masyarakat di luar daerah. Demikian pula dengan pengembangan objek wisata di Pulau Ambon, diharapkan manajemen pariwisata ini diarahkan pada promosi bahwa di Ambon ada tempat wisata yang begitu menarik, tidak kalah saing dengan tempat wisata di daerah lainya agar menciptakan daya saing yang tinggi.

Manajemen pariwisata ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) di bidang kepariwisataan. Manajemen pariwisata yang baik diharapkan akan dapat meningkatkan kualitas infrastruktur pariwisata. Melalui manajemen pariwisata yang baik ini diharapkan dapat meningkatkan kemajuan pariwisata di Pulau Ambon yang masih banyak hal yang perlu diperbaiki. Masyarakat di sekitar objek wisata di Pulau Ambon tentu berharap agar objek wisata di pulau tersebut lebih diperhatikan oleh pemerintah setempat. Diperlukan promosi yang baik oleh dinas pariwisata setempat supaya pariwisata di Pulau Ambon dikenal oleh kalangan luar daerah. Diharapkan agar semua kalangan luar daerah mengetahui bahwa di Pulau Ambon juga ada wisata yg menarik.

Pariwisata di Pulau Ambon perlu didorong dalam pemerataan pembangunan agar dapat meningkatkan kontribusi terhadap pendapatan daerah. Selain itu, melalui manajemen pariwisata yang baik, diharapkan dapat meningkatkan kualitas pembangunan pariwisata di Pulau Ambon agar dapat menarik para pengunjung pariwisata. Manajemen pariwisata yang baik diharapkan dapat mendukung pengembangan objek wisata-objek wisata di Pulau Ambon. Diharapkan

pengembangannya juga lebih diperhatikan oleh pemerintah setempat. Oleh karena itu, dalam pengembangannya diperlukan : (1) rencana pembangunan tujuan wisata; dan (2) rencana pengembangan sarana dan prasarana.

Beberapa objek wisata di Pulau Ambon yang belum dipromosikan dengan baik, antara lain :

1. Nusa Pombo
Objek wisata Nusa Pombo menawarkan panorama pantai yang luar biasa indah. Banyak objek yang menarik untuk dijelajahi di Nusa Pombo ini.
2. Pantai Liang
Pantai di Pulau Ambon ini memiliki hamparan pasir putih dipadu dengan air jernih kebiruan yang membuat wisatawan tidak akan pernah bosan menikmati keindahannya.
3. Pantai Natsepa
Masih berlokasi di kecamatan yang sama dengan Pantai Liang, terdapat Pantai Natsepa. Pantai Natsepa ini juga menawarkan keindahan khas pantai. Air laut di tempat wisata ini sangat jernih, sehingga anda bisa melihat ikan berenang dari permukaan air.
4. Pantai Pintu Kota
Pantai ini menjadi ikon sekaligus tempat wisata di Pulau Ambon, yang banyak dikunjungi. Berbeda dengan pantai-pantai sebelumnya yang memiliki hamparan pasir untuk berjemur, Pantai Pintu Kota ini justru dipenuhi oleh batuan karang. Tapi bukan berarti Pantai Pintu Kota kalah cantik dengan pantai-pantai yang lain. Hal yang menarik dari pantai ini adalah adanya tebing karang raksasa yang menjorok ke laut dengan lubang besar menyerupai pintu percikan air dari ombak yang menghantam tebing karang menjadi salah satu pemandangan favorit pengunjung.
5. Pemandian Air Panas Negeri Tulehu
Tempat wisata ini berada sekitar 30 km dari pusat Kota Ambon dan berada di daerah perbukitan. Terdapat dua buah kolam dengan suhu air berbeda. Suhu di pemandian air hangat ini adalah antara 57-70 derajat Celcius dan dipercaya dapat menyembuhkan penyakit kulit dan rematik.

PENUTUP

Pulau Ambon memiliki begitu banyak objek wisata baik wisata tempat bersejarah, wisata alam, maupun wisata kulinernya. Namun demikian, kajian ini menemukan bahwa kurang adanya promosi terhadap tempat-tempat wisata tersebut. Selain itu, media promosi dan informasi yang telah difasilitasi pemerintah setempat dirasa belum efektif tersampaikan kepada khalayak. Media promosi pariwisata yang dibuat oleh pemerintah dirasa belum efektif. Beranjak dari hal ini, diperlukan manajemen pariwisata yang baik, melalui media promosi dan informasi yang lebih menarik agar mampu menjadi magnet bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke Pulau Ambon. Penggunaan media promosi melalui internet atau website dirasa dapat dijadikan rekomendasi dalam pengembangan pariwisata di Pulau Ambon.

DAFTAR PUSTAKA

Casofa, Fachmy & Isa, Alib. 2013. Gerbang Kreatifitas: Jagat Desain Grafis, PT. Bumi Aksara, Jakarta

MOMENTUM MEMAJUKAN KAMPUNG PENGRAJIN GITAR MANCASAN MENJADI DESTINASI WISATA YANG BARU

Bintari Wahyuningtyas, Puspa Gratia Apridita, dan Fauzi Sri Perdana Putra

Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Slamet Riyadi Surakarta
puspagratiaa92@gmail.com

ABSTRAK

Kampung gitar yang terletak di Desa Mancasan, Kecamatan Baki, Kabupaten Sukoharjo merupakan salah satu tempat yang pantas dijadikan sebagai tempat wisata baru. Hal tersebut dikarenakan desa Mancasan identik dengan daerah penghasil pengrajin industri gitar yang sangat baik di Jawa Tengah. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan keberdayaan masyarakat, utamanya dalam bidang ekonomi kewirausahaan, dan dapat meningkatkan daya saing masyarakat di Jawa Tengah. Beranjak dari itu, diperlukan peran pemerintah dalam mengembangkan Desa Mancasan agar dapat dijadikan destinasi wisata baru yang menarik perhatian masyarakat domestik maupun mancanegara. Sehingga diarahkan untuk maju pada rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional Indonesia tahun 2010-2025.

Jenis penelitian yang kami angkat ini adalah deskriptif kualitatif, penelitian mendeskripsikan tentang pengembangan pariwisata dan pembangunan untuk memajukan kampung pengrajin gitar Mancasan menjadi destinasi wisata baru yang berpotensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran pemerintah yang belum optimal, memberikan pembangunan desa kepada masyarakat desa Mancasan untuk menjadikan Desa Mancasan sebagai desa yang dapat dijadikan sebagai tempat wisata baru di Kabupaten Sukoharjo.

Kata Kunci : kepariwisataan, pemberdayaan masyarakat, pembangunan desa

PENDAHULUAN

Pariwisata di Indonesia mempunyai pengaruh yang tinggi dalam bidang ekonomi. Maka tak jarang apabila pemerintah melihat dan berusaha mengembangkan kepariwisataan di Indonesia ini. Karena pariwisata sendiri tak bisa dipisahkan dari suatu potensi baik alam maupun kebudayaan. Indonesia adalah negara yang memiliki beragam kebudayaan dan sumber daya alam serta sumber daya manusia hal itu seperti halnya memudahkan sektor pariwisata dalam pemasukan devisa negara. Pemerintah terus berupaya mengembangkan sektor pariwisata agar tingkat pemasukan dalam segi perekonomian semakin tinggi. Dengan adanya pengembangan sektor pariwisata yang dilakukan pemerintah maka wisata yang ada di Indonesia semakin bertambah karena pemerintah terus menggali potensi wisata yang ada di Indonesia.

Pengembangan sektor pariwisata yang dilakukan pemerintah tampaknya membuat perubahan yang signifikan hal itu terlihat dari adanya pembaharuan destinasi wisata di Indonesia. Seperti salah satu daerah yang ada di Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo tepatnya di Desa Mancasan. Di desa ini mempunyai potensi budaya yang sangat tinggi yaitu berwujud kerajinan ukir gitar dimana para warga disini berprofesi sebagai pengrajin gitar dan hal ini dikarenakan sudah menjadi budaya dan tradisi serta warisan dari nenek moyang warga Desa Mancasan bahwa mereka harus meneruskan warisan leluhur. Hal ini bisa menjadi kesempatan bagi warga kampung Mancasan apabila pemerintah dapat melihatnya bukan tidak mungkin kampung Mancasan bisa dijadikan destinasi wisata baru karena Desa Mancasan sudah mempunyai prospek yang bagus bila dijadikan destinasi wisata baru, dan kemungkinan besar dapat menambah pemasukan perekonomian apabila desa Mancasan dapat dijadikan destinasi wisata baru Kabupaten Sukoharjo bahkan untuk

Jawa Tengah karena potensinya yang sangat besar dan mempunyai keunikan yang sangat langka. Berangkat dari latar belakang masalah, dapat diambil rumusan masalah, yaitu Bagaimana peran pemerintah terhadap pembangunan kampung pengrajin gitar Mancasan menjadi destinasi wisata yang baru?

Penelitian ini bertujuan, antara lain : untuk mengembangkan potensi yang ada di Desa Mancasan, Kecamatan Baki, Kabupaten Sukoharjo, Provinsi Jawa Tengah supaya bisa dijadikan sebagai destinasi wisata baru, dan untuk memecahkan permasalahan produksi dan distribusi barang yang belum memiliki *brand*. Penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam pengayaan kajian teori organisasi dan manajemen melalui pengelolaan sistem organisasi dan manajemen. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam pengelolaan pariwisata, bagi pemerintah maupun pihak-pihak yang berkepentingan terkait topik ini.

LANDASAN TEORI

1. Pemerintah Daerah

Menurut Undang-undang No. 32 Tahun 2004 yang dimaksud dengan pemerintah daerah adalah penyelenggaraan urusan pemerintah oleh pemerintah local dan DPRD menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip ekonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip NKRI sebagaimana dimaksud dalam UUD Republik Indonesia Tahun 1945.

Widarta (2005) menyatakan bahwa pemerintah daerah adalah pelaksanaan fungsi-fungsi pemerintah daerah yang dilakukan oleh lembaga pemerintah daerah, yaitu pemerintah daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Pemerintahan daerah dalam rangka meningkatkan efisiensi dan efektifitas penyelenggaraan otonomi daerah perlu memperhatikan hubungan antara susunan pemerintahan dan antar pemerintah daerah, potensi, dan keaneragaman daerah.

2. Konsep Pariwisata

Pengertian pariwisata adalah segala hal atau kegiatan aktivitas manusia yang berkaitan tentang mereka yang melakukan perjalanan atau untuk meghibur diri mereka untuk menikmati kegiatan yang sedang mereka lakukan. Pariwisata adalah bentuk suatu proses kegiatan yang dilalakukan guna untuk melakukan niat berpergian dari satu tempat ke tempat yang lain untuk bersenag-senang dan menenangkan pikiran yang bersifat positif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Penelitian ini mendeskripsikan pengembangan pariwisata dalam pembangunan untuk memajukan kampung pengrajin gitar mancasan menjadi destinasi wisata yang berpotensi. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Sukoharjo, Desa Mancasan, Baki, Jawa Tengah. Desa Mancasan dipilih sebagai lokasi penelitian dikarenakan memiliki potensi pengembangan industri pengerajin gitar. Beranjak dari hal ini, maka kabupaten sukoharjo menarik untuk dijadikan lokasi penelitian ini. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu dengan mewancarai melalui pembinaan di Kabupaten Sukoharjo, Desa Mancasan, Baki, Jawa Tengah.

Penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara mendalam dan non partisipasi. Selain itu penelitian ini menggunakan analisis dokumen. Peneliti melakukan wawancara mandalam kepada informan dengan menggunakan pedoman wawancara sebagai acuan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis interektif dengan interaksi antar komponen pokok maupun dengan proses pengumpulan data berbentuk siklus. Menurut Milles & Huberman (Sutopo, 2002) analisis interaktif dilakukan dengan memperhatikan 3 (tiga) macam komponen pokok yang meliputi : Reduksi Data, Sajian Data, dan Penarikan Kesimpulan.

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Potensi Desa Mancasan Kabupaten Sukoharjo

Kabupaten Sukoharjo, sebagai lokasi yang dipilih dalam penelitian ini mempunyai banyak objek yang bisa dijadikan destinasi wisata baru. Kabupaten Sukoharjo yang notabennya mempunyai dua belas kecamatan diantaranya yaitu (Kecamatan Baki, Kecamatan Bendosari, Kecamatan Bulu, Kecamatan Gatak, Kecamatan Grogol, Kecamatan Kartasura, Kecamatan Nguter, Kecamatan Mojolaban, Kecamatan Polokarto, Kecamatan Sukoharjo, Kecamatan Tawang Sari, dan Kecamatan Weru) sebenarnya menyimpan banyak destinasi baru yang bisa dijadikan objek wisata.

Salah satu destinasi yang bisa dijadikan objek wisata adalah kampung gitar yang terletak di Desa Mancasan, Kecamatan Baki, Kabupaten Sukoharjo. Kampung ini bisa dijadikan destinasi pariwisata baru bagi Kabupaten Sukoharjo dan sangat tepat untuk diteliti, karena di kampung ini para warganya berprofesi sebagai pengrajin gitar dan ukir alat musik. A01 selaku konsumen gitar di Mancasan menyatakan pendapatnya sebagai berikut: “Desa Mancasan mempunyai potensi yang besar salah satunya dalam hal kerajinan, yaitu kerajinan dan ukir gitar karena mata pencaharian warga Mancasan mayoritas adalah pengrajin.” (wawancara 26 April 2018).

Alat musik yang dihasilkan para pengrajin di Kampung Mancasan ini sangat berkualitas dan mempunyai nilai seni yang tinggi sehingga tidak heran apabila produk yang dihasilkan para pengrajin dari Kampung Mancasan ini dipesan oleh masyarakat dari masyarakat domestik maupun masyarakat mancanegara. Walaupun mempunyai potensi kerajinan yang sangat besar, namun pengrajin kampung gitar Mancasan masih terkendala dalam proses produksi dan pembuatan *brand* hal itu dikarenakan setiap pengrajin gitar hanya membuat barang sesuai pemesanan konsumen untuk dikirim sehingga pemasaran masih terkendala. Karena di Mancasan sendiri jarang ditemui toko yang membuat *brand* sendiri sehingga apabila konsumen membeli barang di pengrajin gitar jarang ada yang mempunyai *brand* dari kampung gitar Mancasan. Disini para pengrajin gitar di Mancasan hanya membuat barang untuk dikirim ke konsumen yang notabennya adalah penjual dan distributor gitar.

Hal ini nampaknya sangat merugikan pengrajin Mancasan karena apabila pengrajin kampung Mancasan memiliki *brand* sendiri maka akan lebih banyak meraih keuntungan, dan seharusnya pengrajin Mancasan mendapat perhatian lebih dari pemerintah dalam proses promosi dan produksi dikarenakan masih banyak kendala dari pengrajin gitar di Mancasan salah satunya yaitu masih banyak warga sekitar Kabupaten Sukoharjo yang belum mengetahui Desa Mancasan adalah penghasil kerajinan Gitar dan masih banyak ditemui pengrajin gitar di Mancasan yang belum mempunyai *brand* sendiri.

Hal itu seperti yang diuraikan A01 selaku konsumen gitar di Mancasan sebagai berikut: “Desa Mancasan adalah gudangnya para pengrajin gitar, kualitas barang yang dihasilkan sangat bagus serta ukiran pahatannya juga sangat tinggi nilai seninya sehingga para konsumen baik dari masyarakat domestik maupun mancanegara banyak yang melakukan pemesanan di kampung Mancasan. Namun masih banyak juga warga sekitar Kabupaten Sukoharjo yang belum mengetahui bahwa kampung Mancasan adalah penghasil gitar terbaik se-Jawa Tengah.” (wawancara 26 April 2018).

B. Faktor Penghambat dan Pendorong Destinasi Wisata Kampung Mancasan

1. Faktor Penghambat

- a. Akses jalan yang cukup jauh dari pusat Kabupaten.
- b. Akses pasar yang minim dikarenakan keterbatasan promosi, modal, dan tenaga kerja.
- c. Masih adanya kompetisi antar pengrajin gitar kampung Mancasan.

2. Faktor Pendorong

- a. Kualitas ukir dan pembuatan barang sangat bagus.
- b. Mayoritas warga kampung Mancasan berprofesi sebagai pengrajin gitar.
- c. Mempunyai suasana kampung dan pedesaan yang unik.

C. Dampak Positif dan Negatif Pengembangan Destinasi Kampung Mancasan**1. Dampak Positif**

- a. Pemberdayaan masyarakat di kampung Mancasan akan meningkat dan kesejahteraan warga akan terpenuhi.
- b. Peningkatan pendapatan dalam sektor ekonomi bagi Kabupaten Sukoharjo dan Jawa Tengah.
- c. Menambah lokasi wisata Baru bagi Kabupaten Sukoharjo.

2. Dampak Negatif

- a. Kompetisi diantara para pengrajin semakin meningkat.
- b. Perubahan suasana di area kampung Mancasan.
- c. Tingkat keamanan perlu ditingkatkan

PENUTUP**Kesimpulan**

Beranjak dari hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pembangunan pariwisata di desa Mancasan belum optimal, dikarenakan kurangnya perhatian dari pemerintah sehingga desa Mancasan belum terekspos dengan baik. Diharapkan dengan melakukan penelitian ini pemerintah bisa membantu permasalahan yang ada di kampung Mancasan baik dari segi promosi maupun permasalahan yang ada dalam lingkungan pengrajin, karena peran pemerintah sangat dominan sebagai inisiator pembangunan pariwisata.

Rekomendasi

Beranjak dari hasil penelitian dapat direkomendasikan bahwa pembangunan pariwisata dapat di realisasikan ketika kebijakan pembagunan dan strategi pembagunan kepariwisataan yang berkelanjutan dapat disusun secara multidisiplin. Selain itu, untuk mewujudkan keinginan tersebut, maka dapat dibutuhkan berbagai faktor pendukung yang meliputi jasa transportasi, akomodasi, restaurant, pusat perbelanjaan, fasilitas keamanan dan fasilitas umum seperti tempat kursus bermain musik secara gratis, lain yang disediakan oleh para pemangku kepentingan pariwisata disuatu negara seperti pemerintah, penduduk lokal, para pengusaha, dan tidak ketinggalan para politisi.

DAFTAR PUSTAKA

- Gamal suwanto. 1997. Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta : Andi Publishing.
Hari A. Karyono. 1997. Kepariwisata. Jakarta : Grasindo.
Kusdianto Hadinoto. 2002. Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Wisata. Jakarta : Penerbit Universitas Indonesia.
Oka A . Yoeti . 1996. Perencanaan dan Pengembangan Kawasan Wisata Secara Umum. Jakarta : Pradnya Paramita.
..... 1997. Perencanaan Dan Pengembangan Kawasan Wisata. Jakarta : Pradnya Pramita.

KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP PENGELOLAAN WISATA KEBUN TEH KEMUNING DI KABUPATEN KARANGANYAR

Jh Roksa Luki Iarmina, Deshinta Dwi Rohmadhoni, dan Intan Kurniasari

Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Slamet Riyadi Surakarta

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji mengenai kebijakan Pemerintah Kabupaten Karanganyar dalam pengembangan sektor pariwisata kebun teh kemuning. Hasil kajian menunjukkan pengelolaan pariwisata oleh masyarakat sekitar dan pengawasan pemerintah dalam wisata kebun teh kemuning menunjukkan adanya dampak positif dan negatif. Diperlukan pendekatan dalam mengembangkan sektor pariwisata ini agar pengelolaannya dapat terus berjalan untuk mengikuti perkembangan kepariwisataan pada umumnya.

Kata Kunci : Kebijakan, Pariwisata.

PENDAHULUAN

Di provinsi Jawa Tengah terdapat sebuah kabupaten yaitu Kabupaten Karanganyar, dimana Kabupaten Karanganyar ini tepatnya di kawasan Gunung Lawu Jawa Tengah yang memiliki sebuah pemandangan dan keindahan alam yang sangat mempesona dan memukau karena banyaknya pepohonan yang sangat hijau dan rimbun. Kabupaten Karanganyar memiliki suatu potensi yang sangat tinggi didalam bidang pengembangan maupun pengelolaan pariwisata, selain itu kawasan Gunung Lawu memiliki kesuburan tanah yang baik karena dapat dimanfaatkan untuk sebuah lahan perkebunan maupaun pertanian.

Salah satunya yaitu Desa Kemuning di Kabupaten Karanganyar yang memiliki perkebunan teh yang sangat luas dan berhektar-hektar dimana untuk dapat menuju lokasi kebun teh kemuning harus menempuh jalan yang berkelok-kelok dari pusat Kabupaten Karanganyar. Namun, jalan yang berkelok-kelok ini tidak terasa memusingkan karena jalanan cukup halus ditambah suatu pemandangan yang sangat indah di sepanjang jalan pun sangat menghibur, seperti pemandangan para pemetik teh, kuli yang mengangkat berkarung-karung teh ke atas truk, para petani yang mencuci hasil panennya, warga sekitar dan anak-anak yang ramah, air sungai yang jernih semua menyatu menjadi suatu pertunjukan wisata yang sangat indah untuk dipandang mata dan sejuknya udara untuk dirasakan.

Penelitian ini bertujuan untuk mewujudkan kawasan wisata agro teh kemuning sebagai ikon baru yang dapat menjadi identitas bagi Kabupaten Karanganyar, mengkaji media promosi yang tepat dalam pengembangan wisata kebun teh kepada kalangan masyarakat luas. Serta meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke wisata kebun teh.

PEMBAHASAN

Kebijakan Pembangunan Pariwisata Kabupaten Karanganyar

Dimana salah satu pencapaian sebuah sasaran pembangunan maupun pengelolaan desa wisata yaitu dapat meningkatkan kualitas hidup pada masyarakat tersebut serta menentramkan dan mengurangi sebuah ketergantungan yang berada pada pihak lain maupun pihak tertentu, dalam pengembangan dan pembangunan sektor wisata yang berada dikabupaten karanganyar karena pariwisata yang berada di kemuning jawa tengah yang ada di kabupaten karanganyar menjadi sebuah sektor andalan dimana sektor tersebut mampu untuk menggalakkan kegiatan ekonomi dan mampu untuk menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat tersebut. Dan karena

adanya desa wisata tersebut dapat meningkatkan devisa karena adanya pengembangan dan pembangunan pariwisata yang tinggi desa maupun kota tersebut.

Di dalam kepariwisataan ada pembangunan yang diharapkan yaitu terpeliharanya bangsa, kelestarian, dan mutu lingkungan hidup. Jadi, kepariwisataan itu harus perlu ditata secara keseluruhan dan mengikutsertakan sektor yang lainnya dalam suatu keutuhan yang dapat memberikan harapan baik. Usaha yang dapat dilakukan demi terwujudnya perkembangan wisata kebun teh kemuning yang pesat. Pariwisata ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan perkapita. Demi terwujudnya daerah-daerah dikawasan kebun teh kemuning lebih maju serta masyarakatnya yang tenteram.

Dalam suatu pembangunan mengharapkan sesuatu yang mampu untuk meratakan dan memerluas lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar daerah wisata tersebut guna mengurangi pengangguran yang tinggi dan diharapkan pariwisata yang ada dikabupaten Karanganyar khususnya kebun teh kemuning dapat lebih terjaga kelestarian alam dan juga kelestarian budaya yang masih asli dan asli tersebut agar lebih indah untuk dipandang mata. Dalam kepariwisataan tentunya memiliki tujuan-tujuan tersendiri yaitu meningkatkan sektor pariwisata yang ada dikebun teh kemuning agar lebih terkenal dimasyarakat sekitar dan masyarakat luar. disamping itu juga dapat menyeimbangkan kualitas pariwisata kebun teh kemuning agar tidak tersaing oleh wisata lainnya.

Dampak Positif dan Negatif Terhadap Kawasan Wisata Kebun Teh Kemuning

1. Dampak Positif

Dilihat dari bidang ekonomi, pariwisata kebun teh kemuning Karanganyar dapat memberikan peluang besar bagi masyarakat untuk mendapatkan pekerjaan dan keuntungan besar. Contohnya, seperti, masyarakat dapat bekerja pada kebun teh kemuning untuk menambah penghasilan atau masukan tambahan. Dan juga dapat mengurangi pengangguran, dan memberikan kegiatan-kegiatan tambahan yang positif bagi masyarakatnya yang nganggur. Dilihat dari bidang sosial budaya, pariwisata kebun teh kemuning Karanganyar dapat meningkatkan pemasaran didaerah tersebut, dapat meningkatkan mutualisme dari daaun teh segar alami. dan memperkenalkan teh segar alami pada kalangan masyarakat sekitar dan masyarakat luas.

2. Dampak Negatif

Dilihat dari bidang ekonomi, kurangnya perhatian dan kesadaran akan masyarakat terhadap persaingan-persaingan diluar sana dalam pengelolaan daerah pariwisata khususnya kebun teh kemuning. Hal ini dapat menimbulkan kurangnya minat masyarakat. Dilihat dari bidang sosial budaya, penyalahgunaan tempat disekitar kawasan kebun teh yang disalah gunakan untuk hal-hal yang seharusnya tidak patut dilakukan (pacaran, seks bebas). yang dapat memunculkan kriminalitas (kejahatan-kejahatan di sekitar kebun teh).

PENUTUP

Kesimpulan

Pariwisata merupakan asset negara yang penting dan pariwisata bisa menjadi industri yang memajukan indonesia, dimana salah satunya kebun teh kemuning di Jawa Tengah. Objek wisata ini adalah kebun teh yang dikelola dan dikembangkan untuk menghasilkan produk teh kemasan. Selain itu, kebun teh kemuning juga dijadikan tempat pariwisata karena tempat dan lokasi yang sejuk dan asri yang memikat para wisatawan untuk berkunjung ditempat tersebut. Dan selain bisa menjadi tempat pariwisata juga dapat dijadikan lapangan pekerjaan untuk masyarakat setempat dan menciptakan usaha baru yang dikelola swasta serta menghasilkan omset yang sangat besar. Pemerintah perlu lebih memperhatikan daerah wisata kebun teh kemuning agar lebih maju dan bisa terkelola dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Ismayanti. 2009. Pengantar Pariwisata. Jakarta: PT.Grasindo
Marpaung, Happy. 2002. Pengetahuan Kepariwisata. Bandung : Penerbit Alfabeta.

STRATEGI PEMERINTAH DALAM MENGEMBANGKAN KEPARIWISATAAN DI KABUPATEN KARANGANYAR

Eli Hardiyanti, Beti Puspitasari dan Nur Asyiyah

Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Slamet Riyadi Surakarta

ABSTRAK

Penelitian ini mengenai kebijakan pemerintah Kabupaten Karanganyar dalam sektor kepariwisataan yang diwujudkan dengan adanya pemilihan putra-putri lawu. Penelitian ini menjelaskan bagaimana strategi pemerintah Kabupaten Karanganyar mengembangkan destinasi wisatanya. Salah satu strateginya adalah dengan diadakannya pemilihan putra-putri lawu. Adapun tugas dari putra-putri lawu adalah sebagai brand ambassador mempromosikan wisata di Karanganyar, dan juga sebagai duta kepariwisataan yang harus bisa bekerjasama dengan masyarakat untuk memajukan wisata Karanganyar. Dengan demikian diharapkan destinasi wisata Karanganyar berkembang dan dikenal publik sehingga memajukan kepariwisataan Kabupaten Karanganyar. Bukan hanya itu saja, tetapi juga bisa membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitarnya. Sehingga masyarakat Karanganyar bisa sejahtera.

Kata Kunci : Kepariwisataan, Kebijakan, Putra-Putri Lawu.

PENDAHULUAN

Suatu negara dikatakan sejahtera apabila masyarakatnya tercukupi sandang, pangan, dan papannya. Dalam meningkatkan kesejahteraan bisa dilihat dari pendapatan perkapita. Bisa dari sektor kesehatan, pendidikan, pajak, maupun kepariwisataan. Dari salah satu sektor diatas Indonesia memiliki keunggulan dalam sektor kepariwisataannya. Di Indonesia sendiri terdapat destinasi wisata yang memiliki daya tarik tersendiri untuk dikunjungi para wisatawan, baik wisatawan asing maupun wisatawan lokal. Destinasi wisata tersebut seperti pegunungan, pemandangan bawah laut, tempat-tempat bersejarah, maupun tempat yang mengandung unsur budaya yang memiliki daya tarik tersendiri. Seperti yang di kemukakan oleh Spilanne (1991) bahwa pariwisata yaitu suatu upaya menyeimbangkan atau menyasrakan didalam lingkungan, merasakan kebahagiaan dalam dimensi sosbud, alam, serta ilmu.

Dalam pembangunan, pengembangan dan kelestarian pariwisata juga diperlukan peran pemerintah dan masyarakat untuk meningkatkan dan menjaga wisata-wisata yang ada agar tetap lestari. Seperti yang di kemukakan oleh Bagyono (2007) upaya pemeliharaan, perlindungan, dan pelestarian obek wisata / daya tarik wisata adalah undang-undang No.5 tahun 1992 berisi bahwa benda cagar budaya yaitu pemahaman dan sejarah pengembangan, ilmu pengetahuan dan budaya merupakan warisan budaya bangsa yang paling penting. Jika wisata masih terjaga kelestariannya tentunya para wisatawan senang dan puas mengunjungi dan mereka bisa jadi mempunyai rencana untuk mengunjungi lagi sehingga bisa menaikkan pendapatan perekonomian di daerah tempat wisata itu berada. Melestarikan lingkungan bukan tugas pemerintah atau masyarakat saja, tetapi keduanya. Pemerintah dan masyarakat perlu bekerjasama untuk mencapai tujuan yakni melestarikan lingkungan tersebut. Terry (1992) mengatakan bahwa “tata hubungan (*communication*) merupakan faktor dari berhasilnya penggerakan (*actualing*)”. Jadi, hubungan masyarakat dengan pemerintah sangat diperlukan guna melaksanakan suatu kegiatan dengan baik.

Karanganyar adalah salah satu kabupaten yang terletak di Jawa Tengah, Indonesia yang memiliki banyak destinasi wisata. Karanganyar mempersembahkan panorama keindahan alam pegunungan sebagai destinasi wisatanya. Seperti perkebunan teh, air terjun, dan candi-candi bersejarah yang terletak di pucuk gunung lawu. Kebanyakan tempatnya masih lestari karena lingkungannya yang asri dan jauh dari keramaian kota. Tapi yang menjadi permasalahannya adalah belum banyak wisata Karanganyar yang dikenal publik. Padahal Karanganyar memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan pendapatan daerahnya dalam sektor kepariwisataan.

Untuk meningkatkan dan mengembangkan wisata-wisata di daerah Karanganyar pemerintah Karanganyar membuat suatu kebijakan. Pemerintah yang baik adalah yang mampu dan ikut andil dalam pembuatan suatu kebijakan untuk kesejahteraan masyarakatnya. *“leadership situations were enormously variable – what was appropriate behavior in terms of visionary leadership varied from one situation to another, particularly with respect to the leaders influence over others and influence over change* (Tonny Manning & Bob Robertson, 2002). Dengan demikian pemerintah Karanganyar membuat program pemilihan putra-putri lawu sebagai brand ambassador yang berguna untuk mewakili dan mempromosikan wisata-wisata yang ada di karanganyar. Peran dari putra-putri lawu ini diharapkan mampu menarik para wisatawan mengunjungi destinasi wisata Karanganyar. Sehingga kabupaten Karanganyar bisa dikenal oleh masyarakat luas tentang destinasi wisatanya.

Penelitian ini akan mengkaji upaya pemerintah dalam mengembangkan destinasi wisata di karanganyar agar pendapatan daerah meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan kepariwisataan di Karanganyar kepada masyarakat luas dengan diadakannya pemilihan putra-putri lawu sebagai grand ambassador. Penelitian ini ditujukan kepada semua masyarakat luas sesuai dengan adanya program pemilihan putera-putri lawu ini masyarakat dapat ikut serta dalam menjaga kelestarian dan mengembangkan wisata yang ada di karanganyar.

LANDASAN TEORI

1. Konseptual Pariwisata

Menurut Spillane, (1991) pariwisata merupakan suatu rekreasi dari satu tempat ke tempat yang lain dilakukan oleh sekelompok orang ataupun seseorang bersifat sementara. Jenis pariwisata menurut tujuannya (Spillane, 1991) :

- a. pariwisata untuk menikmati perjalanan
- b. pariwisata untuk rekreasi
- c. pariwisata untuk kebudayaan
- d. pariwisata untuk olahraga
- e. pariwisata untuk urusan usaha dagang
- f. pariwisata untuk berkonvensi

Prasarana dan sarana pariwisata sangat berpengaruh untuk banyak tidaknya wisatawan yang akan masuk disuatu kawasan wisata. Maka dari itu peran pemerintah dan masyarakat sangatlah penting untuk memberikan prasarana dan sarana yang pantas untuk para wisatawan. Bagyono (2007) menyatakan pariwisata memiliki peran dan strategi penting dalam suatu daerah/Negara khususnya dibidang ekonomi menyangkut penerimaan valuta asing, penyerapan tenaga kerja dan penciptaan lapangan kerja dan penciptaan peluang kerja baru serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan pemerataan.

Organisasi kepariwisataan merupakan organisasi yang secara langsung yang mempunyai kewajiban dalam kebijakan dan perumusan pariwisata dalam cangkupan Nasional . Oleh karena itu organisasi kepariwisataan juga bertugas melaksanakan pengawasan dan memberi arah dalam pengembangan kepariwisataan. Dan ada beberapa undang-undang yang mengatur tentang pariwisata yakni antara lain: UU No. 9 tahun 1990, UU No. 5 tahun 1999, UU No. 22 tahun 1999 dan beberapa peraturan pemerintah yakni antara lain: peraturan pemerintah No. 34 tahun 1979, No. 10 tahun 1999, No. 20 tahun 1990, No. 27 tahun 1999, No. 6 tahun 1998 serta Keputusan Presiden yakni antara lain: No. 30 tahun 1969, No. 15 tahun 1983, No. 60 tahun 1992 (Bagyono, 2007).

Dunn (2003) berpendapat analisis kebijakan ialah kegiatan menciptakan pengetahuan dalam prosedur membuat aturan atau kebijakan. Yang dilakukan analisis kebijakan yaitu meneliti sebab akibat, program pemerintah serta kinerja administrator. Dengan adanya suatu kebijakan dalam menjalankan dan membuat suatu program pariwisata bisa dapat terarahkan tanpa melanggar aturan yang telah ditetapkan oleh pembuat kebijakan.

PEMBAHASAN

Kabupaten Karanganyar adalah salah satu kabupaten yang terletak di bagian timur Kota Solo . Di Kabupaten Karanganyar terdapat berbagai pegunungan, berbagai perkebunan yang sangat luas dan di Kabupaten Karanganyar mempunyai banyak pariwisata seperti Candi Cetho, Kemuning, Grojokan Sewu, Hutan Pinus, Kebun Strawberry, Taman Balikambang, Bukit Cinta, Taman Sondokoro, dll. Kabupaten Karanganyar merupakan kabupaten yang berpotensi di pariwisatanya karena terdapat banyak obyek wisatanya, dimana mampu menarik para wisatawan untuk berkunjung ke karanganyar. Dengan adanya wisata tersebut banyak para wisatawan yang datang ke karanganyar. Bukan hanya penduduk di sekitar Karanganyar saja yang berkunjung ke tempat-tempat wisata Karanganyar, tapi masyarakat yang bertinggal diluar Karanganyar juga berdatangan mengunjungi destinasi wisata Karanganyar. Penduduk di sekitarnya seperti berasal dari Sragen, Sukoharjo, Surakarta, dll.

Dalam mengembangkan kepariwisataan di Karanganyar, pemerintah melalui Dinas Pariwisata dan masyarakat Karanganyar juga melakukan berbagai rencana dan usaha agar tujuan pariwisata di Karanganyar tetap terjaga dan lestari. Terry (2014) menyatakan bahwa perencanaan merupakan suatu sistem untuk menentukan tujuan yang dicapai selama beberapa waktu kedepan. Dengan adanya manajemen perencanaan maka pelaksanaan dalam mewujudkan tujuan kepariwisataan lebih mudah tercapai. Perencanaan memudahkan organisasi dalam mewujudkan tujuannya sebab dengan adanya suatu perencanaan suatu program untuk mewujudkan tujuan dapat terarah dan mengetahui kekurangan-kekurangan yang ada dan dapat di perbaiki. Suatu perencanaan juga dapat mengetahui dimana kekuatan dan kelemahan dari suatu organisasi secara interna dan eksternal.

Pengembangan pariwisata ini memerlukan suatu cara efektif untuk menambah pertumbuhan ekonomi dan pendapatan di daerah Karanganyar. Karena banyaknya wisata-wisata yang ada di Karanganyar sehingga mampu menarik para wisatawan yang datang dari daerah-daerah lainnya untuk berwisata bersama keluarga atau bersama teman-temannya. Dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui bidang pariwisata pemerintah membuat suatu program yaitu dengan cara pemilihan putra-putri lawu sebagai grand ambassador.

Pemilihan putra-putri lawu adalah salah satu acara kompetisi tahunan untuk mendapat pasangan siswa dan siswi SMA sederajat dikabupaten karanganyar sebagai duta kepariwisataan selama satu tahun kedepan. Kompetisi tersebut dapat dikatakan sebagai acara tahunan karena dilakukan setiap tahun sekali. Banyak siswa dan siswi SMA sederajat berlomba-lomba mencalonkan diri sebagai duta kabupatennya. Dari banyaknya kontestan yang ingin mengikuti kompetisi tersebut hanya akan dipilih satu pasangan putra dan putri saja untuk menjadi duta kepariwisataan di kabupaten karanganyar. Sebelum para siswa dan siswi SMA sederajat mencalonkan diri sebagai calon putra-putri lawu mereka harus memiliki atau memenuhi persyaratan terlebih dahulu. Persyaratan untuk mengikuti pemilihan putra-putri lawu tidak lah sulit. Para calon harus memiliki syarat seperti dibawah ini:

1. Asli dari Kabupaten Karanganyar
2. Masih berstatus sebagai pelajar di Kabupaten Karanganyar
3. Memiliki tinggi dan berat badan ideal, laki-laki min. 165 cm dan perempuan min. 160 cm
4. Memiliki pengetahuan tentang pariwisata di Kabupaten Karanganyar
5. Dan lain-lain.

Sebelum para calon duta kepariwisataan memasuki semi final, mereka harus mengikuti beberapa seleksi tes tertulis terlebih dahulu. Setelah peserta putra-putri

lawu mengikuti penilaian tes tertulis mereka diajak berkunjung ke obyek wisata yang ada di Karanganyar untuk mengamati keadaan-keadaan obyek wisata yang ada di sana. Setelah itu para peserta putra-putri lawu diberi pertanyaan bagaimana tanggapan mereka mengenai obyek wisata tersebut dan bagaimana cara mereka mengembangkan dan tetap menjaga obyek wisata tersebut supaya menjadi destinasi wisata yang menarik untuk di kunjungi para wisatawan. Dan mereka yang lolos dari semi final dan masuk final akan diberikan pertanyaan oleh bupati serta tamu-tamu penting seperti dinas pariwisata dan lain sebagainya. Setiap pasangan calon putra-putri lawu akan diberikan pertanyaan dengan bobot yang sama kemudian akan dinilai oleh juri. Setelah penilaian juri dikumpulkan maka akan segera diumumkan mana pasangan putra-putri lawu yang pantas menyandang sebagai duta kepariwisataan dikabupaten karanganyar. Setelah diumumkan hasil penilaian juri maka akan dipilih satu pasangan putra-putri lawu yang akan menyandang gelar sebagai duta kepariwisataan dikabupaten karanganyar selama satu tahun kedepan.

Setelah terpilih menjadi putra-putri lawu mereka memiliki tugas sebagai duta kepariwisataan sebagai brand ambassador untuk mempromosikan suatu destinasi wisata melainkan juga harus dapat bekerjasama dengan masyarakat sekitar untuk memajukan pariwisata di Kabupaten Karanganyar dari segi apapun. Para putra-putri lawu juga mengikuti berbagai penyuluhan bersama pemerintah dan masyarakat dalam mempromosikan wisata yang ada di Karanganyar. Serta mengikuti berbagai *event* atau acara kepariwisataan dikaranganyar. Misalnya memberikan pengetahuan bagaimana untuk membuka lapangan usaha di kawasan wisata seperti dikemuning, grojogan sewu dan lain sebagainya.

Faktor pendorong diadakannya pemilihan putra-putri lawu di Kabupaten Karanganyar yaitu sebagai duta wisata untuk mempromosikan, serta memperkenalkan destinasi wisata. Sehingga wisata yang ada di kabupaten karanganyar dapat di kenal oleh masyarakat luas tidak hanya masyarakat karanganyar saja yang mengetahuinya. Dan juga untuk meningkatkan pertumbuhan perekonomian di karanganyar. Jika destinasi wisata yang ada di karanganyar dapat di kenal oleh masyarakat luas atau dari daerah- daerah lainnya sehingga banyak wisatawan yang datang ke Karanganyar untuk berwisata atau liburan. Apabila banyak wisatawan yang datang maka masyarakat miliki peluang untuk membuka lapangan pekerjaan sekaligus mendapatkan penghasilan tambahan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari sehingga mampu mengurangi pengangguran yang ada dimasyarakat. Dengan adanya wisatawan dalam negeri maupun asing dapat meningkatkan pendapatan daerah atupun devisa Negara. Semakin banyak pengunjung wisata maka pendapat daerah juga akan semakin meningkat. Selain dari pendapatan dari pariwisata adanya pembangunan pertumbuhan pariwisata di Karanganyar.

KESIMPULAN

Pariwisata mempunyai suatu peranan penting terutama di bidang ekonomi, dalam rangka mengembangkan dan mempromosikan kepariwisataan yang ada di karanganyar pemerintah Kabupaten Karanganyar membuat suatu program yaitu dengan acara pemilihan putra-putri lawu sebagai grand ambassador yang mewakili putra-putri di kabupaten karanganyar, untuk ikut serta mempromosikan wisata-wisata di karanganyar. Tujuan di adakan pemilihan putra putri lawu yaitu untuk memperkenalkan wisata dan budaya di Karanganyar agar dapat di kenal oleh masyarakat luas sehingga destinasi wisata di karanganyar dapat terkenal semua masyarakat lokal maupun internasional yang mau berkunjung berwisata di Karanganyar.

Dengan adanya program ini dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Karanganyar yaitu dapat membuka peluang pekerjaan bagi masyarakat yang ada di Kabupaten Karanganyar, meningkatkan taraf hidup masyarakat di Karanganyar menjadi lebih baik lagi, meningkatkan pendapatan di daerah Karanganyar. Pemerintah dan masyarakat harus saling berkerja sama dalam mengembangkan, membangun, mempromosikan, mejaga kelestarian wisata dan budaya untuk kepentingan bersama agar destinasi wisata dikabupaten karanganyar dapat

meningkatkan taraf hidup masyarakat, penyumbangan dana paling besar untuk pendapatan daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Spillane, James. 1991. *Ekonomi Pariwisata Sejarah Dan Prospeknya*. Yogyakarta : Kanisius.
- Bagyono. 2007. *Pariwisata Dan Perhotelan*. Bandung : Alfabeta.
- Terry, George R dan Rue, Leslie W. 2016. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Angkasa.
- Tony Manning, Bob Robertson. 2002. The dynamic leader-leadership development beyond the visionary leader, *Industrial And Commercial Taining*, Vol.34 Issue:4,Pp.137-143
- Dunn, William N. 2003. *Analisis Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press

**PENGELOLAAN DESA WISATA KAMPOENG AIR DESA WATUGENUK
KELURAHAN KRAGILAN KECAMATAN MOJOSONGO KABUPATEN
BOYOLALI**

Silvia Suci Maharani, Kuspiyanti Wulandaari, dan Alfiah Rofi'ati

Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Universitas Slamet Riyadi Surakarta
alfiahrofiati58@gmail.com
Phone: 082139118420

ABSTRAK

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang penting dalam bidang perkembangan ekonomi, sehingga perlu adanya perkembangan dalam sektor-sektor kepariwisataan. Wisata Kampoeng Air Kragilan adalah tempat rekreasi air untuk berenang yang memanfaatkan mata air lereng Watu Genuk, Kragilan, Mojosongo, Boyolali. permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah Bagaimana faktor-faktor pengembangan desa wisata Kampoeng Air, dalam merumuskan manajemen dan program pengelolaan, sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisata. Dengan tujuan penelitian yang akan dicapai yaitu untuk mengetahui faktor-faktor pengembangan desa wisata Kampoeng Air, desa Watu Genuk kelurahan Kragilan kecamatan Mojosongo dalam meningkatkan jumlah wisatawan.

Manajemen pengelolaan desa wisata yang baik sangat dibutuhkan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di kampoeng air desa watugenuk, Kelurahan Kragilan, Kecamatan Mojosongo, Kabupaten Boyolali. Manajemen pengelolaan pariwisata yang baik perlu adanya planning, organizing, staffing, motivasi, actuating, dalam pengembangan desa wisata tersebut. Selain itu untuk meningkatkan daya tarik pengunjung, desa wisata kampoeng air harus melakukan perbaikan fisik maupun non fisik.

Kata kunci : Pengelolaan, Pariwisata, Manajemen.

ABSTRACT

Tourism is one of the most important sectors in the field of economic development, so there is a need for developments in tourism sectors. Kampoeng Air Kragilan is a recreation place for swimming that utilizes the springs of Watu Genuk, Kragilan, Mojosongo, Boyolali. The problems discussed in this research is the factors of Kampoeng Air village development, in formulating management and program, so as to increase of tourist visits. the purpose of research to be achieved is to determine the factors of village tourism development Kampoeng air, Watu Genuk, Kragilan, Mojosongo district in increasing the number of tourists.

The management of the tourism village is very much needed to increase the number of tourists visiting kampoeng water watugenuk village, Kragilan Village, Mojosongo District, Boyolali District. Good management of tourism management needs planning, organizing, staffing, motivation, actuating, in the development of the tourist village. In addition to increasing the attractiveness of visitors, kampoeng water tourist village must perform physical and non physical repair.

Keywords: Management, Tourism

PENDAHULUAN

Salah satu sektor yang paling penting dalam bidang perekonomian adalah pariwisata, sehingga perlu adanya perkembangan dalam sektor-sektor kepariwisataan. Disetiap negara, khususnya negara Indonesia berusaha mengembangkan dan mengelola sektor pariwisata yang ada di setiap daerah di Indonesia. Nilai-nilai

kebudayaan dapat dilestarikan dengan adanya pengembangan dan pengelolaan pariwisata dengan baik. Pariwisata merupakan perpindahan lokasi yang satu menuju lokasi yang lain dengan tujuan mencari kebahagiaan, yang dilakukan sementara (Spillane, 1987).

Kabupaten Boyolali merupakan salah satu kabupaten yang ada di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata. Kabupaten Boyolali dekat dengan gunung merapi dan merbabu sehingga memiliki keindahan alam dan menarik untuk dikunjungi. Kabupaten Boyolali lebih dikenal dengan kota penghasil susu sapi, tetapi juga terkenal dengan sektor kepariwisataan terutama sektor wisata alamnya. Potensi wisata di Kabupaten Boyolali sebenarnya cukup banyak, namun masih kurang tereksposnya serta masih dalam tahap pengembangan sehingga sedikit wisatawan mengetahui keberadaanya.

Salah satu dinas yang berperan penting dalam membawa obyek-obyek pariwisata di Boyolali lebih maju dan berpotensi agar dapat lebih dikenal oleh wisatawan lokal, wisatawan nasional, dan bahkan internasional adalah Dinas Kepariwisata dan Kebudayaan kabupaten Boyolali. Fungsi manajemen Dinas Pariwisata dan Kebudayaan harus sesuai dapat mengembangkan dan mengelola dengan baik pariwisata yang ada di Boyolali. Salah satunya yakni wisata Kampoeng Air di desa Watu Genuk kelurahan Kragilan kecamatan Mojosongo yang perlu perhatian dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Boyolali.

Wisata Kampoeng Air adalah tempat rekreasi air untuk berenang yang memanfaatkan mata air lereng watu genuk. Upaya pengembangan wisata tersebut perlu dilakukan, karena terbatasnya sumber daya manusia yang profesional, faktor cuaca juga menjadi penghambat pengembangan wisata Kampoeng Air, dan promosi untuk wisata juga belum optimal sehingga perlu adanya peningkatan promosi (Kurniawati, Wahyuningsih dan Satiti, 2015). Hal ini karena potensi wisata yang masih dalam tahap pengembangan dan pembangunan. Dari permasalahan di atas dapat dikaji mengenai faktor-faktor yang menentukan pengembangan wisata Kampoeng Air, sebagai pedoman dalam merumuskan manajemen dan program pengelolaan desa Wisata Kampoeng Air sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisata, memberdayakan masyarakat dan dapat meningkatkan kesejahteraannya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka permasalahan yang dibahas adalah Bagaimana faktor-faktor pengembangan desa wisata Kampoeng Air, dalam merumuskan manajemen dan program pengelolaan, sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisata.

Tujuan penelitian yang akan dicapai adalah Untuk mengetahui faktor-faktor pengembangan desa wisata Kampoeng Air, desa Watu Genuk kelurahan Kragilan kecamatan Mojosongo dalam meningkatkan jumlah wisatawan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, metode ini dilakukan dalam mengumpulkan data, menganalisis permasalahan, dan mencari faktor-faktor apa saja yang dapat mengembangkan potensi wisata yang telah ada di desa wisata Kampoeng Air, desa Watu Genuk kelurahan Kragilan kecamatan Mojosongo ini sehingga bisa menjadi lebih diminati oleh wisatawan dan juga dapat menguntungkan bagi pemerintah daerah. Pendekatan kualitatif ini dipilih karena mampu memperoleh gambaran diskriptif yang lebih luas terhadap fenomena yang diamati (Moeloeng, 1995). Observasi langsung dilakukan dalam pengambilan data yakni dengan mengunjungi desa wisata Kampoeng Air, desa Watu Genuk kelurahan Kragilan kecamatan Mojosongo, agar dapat mengetahui destinasi wisata seperti apa yang diinginkan oleh pengunjung sehingga bisa dijadikan acuan dalam pengembangan lokasi desa wisata tersebut.

PEMBAHASAN

Kampoeng Air ini terletak di Desa Watu Genuk, Kelurahan Kragilan, Kecamatan Mojosongo, Kabupaten Boyolali, Propinsi Jawa Tengah. Wisata alam kampung air ini buka dari jam 08.00-17.00. Lokasi wisata ini cukup strategis hanya berjarak sekitar 5 km dari pusat kota Boyolali, lebih tepatnya untuk menuju ke tempat

wisata Kampoeng Air Kragilan Boyolali bisa diakses melalui jalur Semarang Solo kemudian menuju ke arah pertigaan Pasar Mojosongo yang melewati di pertigaan Wika. Lalu menuju utara ke arah Tlatar, berjalan lurus terus hingga sampai di SMP Kragilan. Dilanjutkan di jalan samping SMP Kragilan kemudian belok ke kiri atau ke arah barat sepanjang 1 km. Wisatawan kemudian akan melewati RS Alhidayah Boyolali. Perhatikan ada pertigaan yang terdapat di tengah perkebunan. Lalu belok ke kiri sekitar 100 m akan menemukan jembatan. Tempat wisata air ini berada di bawah jembatan. Disini akan ditemukan gerbang masuk wisata air Kragilan.

Tempat yang dulunya terlihat mencekam dan angker ini diubah menjadi tempat tujuan wisata air yang alirannya sangat jernih dengan udara yang sangat sejuk sehingga menjadi daya tarik tersendiri untuk wisatawan yang datang di Wisata Alam Kampoeng Air ini. Pemandangan hijau yang berada ditebing juga menambah kesejukan yang berada di Kampoeng Air.

Harga tiket masuk ke tempat wisata air Kragilan Boyolali ini tidak terlalu mahal. Wisatawan cukup membeli tiket masuk sebesar Rp. 7500,00 saja per orang. Tempat wisata ini sangat pas untuk berwisata menikmati liburan bersama keluarga. Anak-anak kecil pasti akan suka bermain di tempat ini karena pengelola menyediakan mini zoo dan arena permainan anak-anak. Yang istimewa dari kampoeng wisata ini yaitu dengan adanya rumah batu. Pendirian rumah batu ini diilhami dari Rumah Herry Potter sehingga juga dinamakan sebagai Rumah Herry Potter. Rumah batu tersebut menambah daya tarik bagi wisatawan yang senang berfoto dan berselfi.

Faktor pendorong dari wisata Kampoeng Air adalah memberi lapangan pekerjaan kepada masyarakat dan memberdayakan masyarakat setempat, lingkungan yang masih asri, dekat dengan pusat kota hanya 5 km, dan suasana yang nyaman sehingga membantu sektor pariwisata ini lebih berkembang. Sedangkan faktor penghambat yakni sumber daya manusia yang mengelola kurang profesional, kurangnya pengembangan karyawan, cuaca hujan yang menghambat pengembangan, promosi yang kurang optimal, kurangnya perhatian atau kepedulian dari Dinas Kepariwisata dan Kebudayaan kabupaten Boyolali, dan kurangnya petunjuk arah menuju pariwisata sehingga menghambat dalam pengembangan pariwisata.

Manajemen pengelolaan merupakan suatu dasar dalam pengembangan suatu organisasi, begitu pula dengan pengembangan pariwisata Kampung Air Kragilan ini. Salah satunya yakni planning dalam pengembangan pariwisata yang berupa promosi yang optimal, meningkatkan kualitas dari pariwisata tersebut. Kemudian organizing dalam meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas, menempatkan sumber daya manusia sesuai dengan tugasnya masing-masing agar lebih efektif dan efisien. Menurut Terry dan Leslie (2016) mengembangkan pegawai adalah suatu yang pokok, ia adalah tiang dasar dari manajemen yang baik. Usaha-usaha terencana diperlukan untuk perkembangan. Ketergantungan dari perkembangan dan asosiasi informal adalah lambat dan seringkali tidak efektif.

Kualitas para pegawailah, yang biasanya membuat perbedaan antara keberhasilan dan kegagalan sebuah organisasi (Terry dan Leslie, 2016) sehingga dalam pengelolaan dan pengembangan desa wisata Kampoeng Air, diperlukan staffing agar dapat meningkatkan kinerja, mengerahkan pegawai yang ada agar dapat terus memajukan wisata, serta melatih dan mengembangkan sumber daya manusia yang ada untuk terus meningkatkan daya tarik wisatawan agar berwisata di Kampoeng Air desa Watu Genuk kelurahan Kragilan Kecamatan Mojosongo. Diperlukan juga adanya motivasi pegawai agar terus bersemangat dalam menyelesaikan pekerjaannya (Terry dan Leslie, 2016), memotivasi pegawai dalam mempromosikan desa wisata Kampoeng Air sehingga dapat dikenal oleh seluruh masyarakat, bukan hanya kota Boyolali saja tetapi juga masyarakat diluar kota Boyolali.

Dalam mengembangkan manajemen dan pengelolaan desa wisata Kampoeng Air pekerjaan yang dilakukan pegawai juga perlu adanya pengawasan agar pelaksanaan kerja itu dilakukan dengan baik serta apa yang dikerjakan dapat diperbaiki sehingga membantu mencapai hasil-hasil yang telah direncanakan (Terry

dan Leslie, 2016), Seperti memperbaiki sistem manajemen pegawai agar lebih mengembangkan desa wisata Kampoeng Air.

Untuk meningkatkan daya tarik pengunjung desa wisata Kampoeng Air harus dilakukan perbaikan baik itu secara fisik maupun non fisik. Perbaikan fisik berupa meningkatkan kebersihan tempat wisat sehingga pengunjung lebih nyaman, peningkatan fasilitas seperti penambahan tempat bermain anak, penambahan binatang pada mini zoo yang telah ada, menambahkan ruang atau tempat untuk pertemuan atau rapat, melakukan pemeliharaan secara berkala pada fasilitas-fasilitas yang telah ada, pemasangan petunjuk arah menuju lokasi wisata kampung air kragilan tersebut. Kemudian perbaikan non fisik seperti promosi baik itu secara online melalui instagram, facebook, dan lain-lain yang menjurus kepada anak muda, membuat website tentang wisata kampung air kragilan ini agar memudahkan wisatawan yang akan mengetahui fasilitas-fasilitas yang ada, promosi offline melalui penyebaran panflet dan pemasangan baliho ditempat-tempat yang strategis. Meningkatkan kualitas karyawan sehingga memberikan kesan yang baik terhadap pengunjung.

PENUTUP

KESIMPULAN

Wisata yang dulunya terlihat mencekam dan angker ini diubah menjadi tempat tujuan wisata air yang alirannya sangat jernih dengan udara yang sangat sejuk sehingga menjadi daya tarik tersendiri untuk wisatawan yang datang. Faktor pendorong yaitu memberi lapangan pekerjaan kepada masyarakat dan memberdayakan masyarakat setempat sedangkan faktor penghambat yakni sumber daya manusia yang mengelola kurang profesional, kurangnya pengembangan karyawan, cuaca hujan yang menghambat pengembangan, promosi yang kurang optimal, kurangnya perhatian dari Dinas Kepariwiataan dan Kebudayaan kabupaten Boyolali, minimnya petunjuk arah menuju tempat wisata. Perlunya planning berupa promosi yang optimal, meningkatkan kualitas dari pariwisata tersebut. Organizing dalam meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas agar lebih efektif dan efisien. Staffing agar dapat meningkatkan kinerja, mengerahkan pegawai yang ada agar dapat terus memajukan wisata, adanya motivasi pegawai agar terus bersemangat dalam menyelesaikan pekerjaannya(Terry dan Leslie, 2016. Untuk meningkatkan daya tarik pengunjung desa wisata Kampoeng Air harus dilakukan perbaikan baik itu secara fisik maupun non fisik.

REKOMENDASI

Dari simpulan tersebut dapat disarankan, bahwa manajemen pengelelolaan desa wisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Kampoeng Air Desa Watugenuk, Kelurahan Kragilan, Kecamatan Mojosongo, Kabupaten Boyolali perlunya pengelolaan yang baik dengan memperbaiki berbagai fasilitas baik perbaikan fisik maupun nonfisik serta perlunya planning, organizing, staffing dan motivating agar dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi. Serta perlunya peran dari Dinas Kepariwiataan dan Kebudayaan kabupaten Boyolali untuk meningkatkan kepariwisataan Kabupaten Boyolali.

DAFTAR PUSTAKA

Freddy, Rangkuti. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

- George R. Terry dan Leslie W. Rue. 2016. *Dasar-Dasar Manajemen*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kurniawati, Diah Suci H., Wahyuningsih dan Emmilia Nadira Satiti. 2017. *Strategi Pengembangan Produk Wisata untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Kampoeng Air Di Desa Kragilan Kabupaten Boyolali*. Vol 13, No 1.
- Oka A. Yoeti. 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradaya Paramita. Jakarta.
- Oka A. Yoeti. 2005. *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Pradaya Paramita. Jakarta.
- Rashidpour, L., et.al. 2010. *The Pattern of Local Community-Based Management for Sustainable Rural Development in West Azarbaijan Province*. American Journal of Agricultural and Biological Sciences.
- Spillane, James J. (1987). *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius. Jogjakarta.
- undang-undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009.

KRATON KASUNANAN JANTUNG WISATA KOTA SURAKARTA

Rayja Yanda Destiantara, Yoni Dwi Kuncoro, dan Muhamad Mustofa Azis

Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Universitas Slamet Riyadi Surakarta

ABSTRAK

Pemerintah kota Surakarta telah mengupayakan agar budaya di kota Surakarta ini semakin dikenal oleh masyarakat luas, dan dapat diteruskan oleh masyarakat kota Surakarta itu sendiri agar tidak punah di era zaman modern. Peneliti menggunakan metode pengumpulan data penelitian melalui observasi, studi pustaka, dan studi dokumen yang disajikan secara deskriptif kualitatif tentang penggambaran wisata kraton. Observasi mengenai kraton tentang tempat, sarana dan prasarana dan potensi wisata baru yang berpotensi dikembangkan di wilayah kraton, melalui studi pustaka dan studi dokumen kami dapat memperkuat data yang kami peroleh melalui observasi.

Kata Kunci : Wisata, faktor pendukung, faktor penghambat

PENDAHULUAN

Kota Surakarta merupakan kota yang kecil di Indonesia, Kota ini terletak di Jawa tengah. Berada dekat dengan Semarang dan Yogyakarta. Kota Surakarta terkenal dengan istilah Solo the spirit of java yang artinya solo adalah kota jiwa semangat pulau jawa. Kota Surakarta juga terkenal akan budaya kerajaan yang masih ada hingga sekarang. Budaya di kota Surakarta sendiri belum di tinggalkan oleh masyarakatnya sendiri, karena budaya tersebut diturunkan dari orang tua ke anaknya, sehingga budaya tersebut masih ada hingga sekarang dan dapat dinikmati oleh generasi sekarang, walaupun zaman sekarang kita telah masuk ke dalam generasi modern dimana teknologi dapat menggerus budaya nenek moyang.

PEMBAHASAN

Kraton Surakarta sebenarnya perpecahan dari kerajaan mataram islam yang dipecah menjadi kraton Yogyakarta, Kraton mangkunegaran, Kraton kartusura dan Kraton Surakarta. Berdasarkan observasi yang kami lakukan disana, kami menyimpulkan dua aspek yaitu aspek sosial dan aspek fisik. Untuk karakteristik aspek sosial yaitu kegiatan sehari-hari masyarakat sekitar kraton dan system adat di daerah tersebut. Untuk karakteristik aspek fisik yaitu sarana dan prasarana yang terdapat di kraton masih terdapat peninggalan-peninggalan yang masih ada dan dirawat. dahulu. Sebagian besar orang lanjut usia bekerja di lingkungan kraton. Untuk system adat istiadat masyarakat yang masih banyak menganut budaya kejawen dan sudah banyak masyarakat yang menganut agama islam.

Faktor-faktor pendukung dan daya tarik yang terdapat di kraton Surakarta :

1. Banyak masyarakat yang membuat kerajinan dari anyaman, yang dapat menjadi daya tarik wisatawan.
2. Masih memegang erat adat istiadat budaya yang berlangsung sejak lama, seperti budaya jawa yang masih melekat.
3. Kraton Surakarta berada di tempat strategis yaitu di Baluwarti, Pasar Kliwon, Kota Surakarta, Jawa Tengah yang dapat dengan mudah dijangkau oleh wisatawan melalui mode transportasi darat dan udara, di kota Surakarta sendiri memiliki Stasiun keretaapi solo balapan, Purwosari, Terminal tirtonadi, serta bandara udara Adi soemarmo.
4. Julukan kota Surakarta sebagai kota budaya
5. Karena kraton Surakarta merupakan cagar budaya yang wajib dilestarikan.
6. Kraton Surakarta sebagai media pembelajaran.

7. Setiap tahun Kraton Surakarta mengadakan tradisi Grebek Syawal, yang menjadi daya tarik tersendiri bagi warga Surakarta maupun wisatawan dari luar kota. Tradisi grebek syawal yaitu tradisi berebut bahan makanan yang dirangkai dalam sebuah tumpeng raksasa atau gunung dan dilaksanakan tiga kali dalam setahun yaitu saat Idul Fitri, Idul Adha dan tahun baru Hijriyah, sebelum di perebutkan warga, gunung tersebut dikirab dari kraton menuju masjid agung untuk didoakan.
8. Adanya tradisi kebo bule di kraton kasunanan Surakarta, yaitu tradisi yang dilaksanakan setiap malam satu suro, tradisi ini sangat unik karena diadakan kirab yang menggiring kerbau mengelilingi kota Surakarta pada malam satu suro, kebo ini merupakan kerbau albino yang dipercaya sebagai penunggu pusaka kyai slamet yang merupakan salah satu pusaka milik kraton yang kasat mata.

Konsep atau cara pengembangan pariwisata kraton kasunanan Surakarta:

1. Sarana Transportasi menuju kraton kasunanan Surakarta harus memadai, tersedianya fasilitas pendukung di sekitar kawasan kraton seperti petunjuk arah, papan informasi, serta fasilitas umum yang lainnya.
2. Pemerintah kota Surakarta harus bekerjasama dengan dinas pariwisata untuk mendukung kraton kasunanan Surakarta sebagai objek wisata yang memadai dan layak dikunjungi.
3. Peran serta warga masyarakat dalam mempromosikan kraton kasunanan Surakarta ke masyarakat luas, misalnya melalui media sosial, elektronik, maupun cetak.
4. Membuka toko souvenir atau kerajinan tangan sebagai oleh-oleh wisatawan yang berkunjung ke kraton kasunanan Surakarta dengan memanfaatkan tenaga kerja masyarakat sekitar kraton, dengan begitu pula juga ikut dengan terbukanya lapangan pekerjaan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil observasi kami, maka dapat kami paparkan yaitu kegiatan masyarakat sekitar kraton yaitu sebagai abdi dalem dan masyarakat luar kraton secara umum. Sekitar kraton yang berpotensi untuk dikembangkan adalah alun alun kidul yang dapat ditata sehingga dapat menjadi salah satu daya tarik wisatawan luar kota Surakarta, menyediakan rute wisata sehingga wisatawan dapat mudah mengunjungi wisata - wisata yang ada disekitar kraton sehingga tidak hanya satu wisata saja yang terkenal, menyediakan transportasi khusus bagi wisatawan agar semakin mudah akses karena dari hasil yang kami pantau di lingkungan wisata kraton masih ada wisatawan yang harus berjalan kaki untuk menuju wisata lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

www.kompasiana.com
www.okezone.news.com

KEBIJAKAN DAERAH DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA

Retno Aprilianti Rosa dan Zulfa Nur Aini

Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Universitas Slamet Riyadi Surakarta
Retnoaprianti14@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengenai kebijakan pemerintah kabupaten sukoharjo dalam sektor pariwisata dengan adanya desa wisata Telaga Claket yang terletak disebelah waduk colo, Nguter, sukoharjo. Telaga Claket ini belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Dengan demikian diharapkan desa wisata Telaga Claket di kabupaten sukoharjo berkembang dan dikenal oleh masyarakat luas sehingga meningkatkan pariwisata di kabupaten sukoharjo.

Kata Kunci : Desa Wisata, Kebijakan Daerah, Pengembangan

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata di negara Indonesia semakin pesat. Hal ini juga diikuti dengan perkembangan pariwisata pada setiap daerah. Mengingat bahwa Indonesia memiliki beraneka ragam wisata dan budaya. Mulai dari wisata alam, taman budaya, dan berbagai wisata kulinernya. Pada setiap daerahnya juga memiliki potensi pariwisata yang berbeda-beda sehingga dibutuhkan peran pemerintah dalam perkembangannya agar mencapai hasil yang maksimal.

Pada setiap daerah tentu memiliki kebutuhan yang berbeda-beda dalam pengembangan pariwisata tersebut. Maka ditetapkan undang – undang tentang otonomi daerah yang dapat memberi kebebasan terhadap pemerintah daerah untuk menjalankan kebijakan tersebut tanpa mencampuri pemerintah pusat. Selain lebih efektif dan efisien hal ini juga membuat daerah di indonesia berlomba-lomba meningkatkan potensi yang ada pada daerahnya tersebut. Dengan otonomi daerah pemerintah daerah dapat fokus pada mengembangkan tempat wisata yang masih tersimpan atau belum banyak pengunjung. Tetapi kenyataannya pengembangan pariwisata di daerah ini belum maksimal walaupun sudah ada kebijakan daerah.

Dalam menetapkan Kebijakan pememerintah daerah kebanyakan memutuskan kebijakan tersebut tanpa mempertimbangkan secara kompleks. Sehingga ini dapat menyebabkan pengaliran dana yang banyak pada suatu objek wisata tapi tidak digunakan secara maksimal, dan meyebabkan kegagalan dalam pengelolaan dana maupun objek wisata tersebut. Kabupaten Sukoharjo adalah salah satu kabupaten diprovinsi Jawa Tengah yang sekarang sedang mengembangkan pariwisatanya.

Kabupaten Sukoharjo merupakan kawasan di karasidenan surakarta yang terkenal dengan slogannya yaitu “Sukoharjo Makmur”. Terkenal akan industrinya yang banyak tidak mengalahkan akan wisata-wisata alamnya. Di sukoharjo ini banyak wisata alamnya yang wajib dikunjungi saat berlibur disukoharjo. Obyek dan daya tarik wisata di kabupaten sukoharjo ini beragam, tetapi obyek dan daya tarik wisata di sini belum cukup dikembangkan. Wisata-wisata alam ini belum banyak masyarakat luas mengetahuinya. Salah satunya adalah Telaga Claket yang terdapat di sebelah waduk colo, Nguter, Sukoharjo. Telaga Claket ini salah satu desa wisata yang wajib datang saat berlibur di Sukoharjo.

Tujuan pembuatan makalah ini untuk memberi informasi guna mengembangkan desa wisata Telaga Claket dikabupaten sukoharjo yang belum dikelola oleh pemerintah yang meliputi aspek-aspek untuk meningkatkan potensi wisata dan budaya daerah tersebut. Pembangunan pariwisata telaga claket secara maksimal sehingga obyek wisata ini dapat menjadi salah satu ciri khas dari daerah tersebut sesuai kebijakan pemerintah kabupaten sukoharjo.

PEMBAHASAN

Kabupaten Sukoharjo adalah salah satu kota kecil yang terletak di sebelah selatan kota Surakarta. Kota yang nyaman dan asri yang menjadi harapan sesuai dengan slogannya yaitu Sukoharjo Makmur. Memang banyak wisata-wisata alam di Sukoharjo yang belum banyak diketahui oleh masyarakat luas. Di Sukoharjo ini terdapat salah satu desa wisata Telaga Claket yang terletak di sebelah bendungan Colo, Nguter, Sukoharjo. Telaga Claket adalah salah satu wisata di Sukoharjo yang berupa telaga yang mulai dikenal masyarakat melalui TV lokal dan koran lokal dan sosmed-sosmed wisatawan yang pernah berkunjung ke Telaga ini. Bisa ditempuh perjalanan 60 menit dari Solo. Pemandangan alam yang masih natural ini, tidak heran tak sedikit orang mengatakan bahwa Telaga Claket mirip dengan Ranu Kumbolo di Gunung Semeru. Bahkan diibaratkan surga yang tersembunyi. Luasnya Telaga Claket kurang lebih satu hektar di bawah kaki perbukitan. Bagi wisatawan yang suka mendaki bisa mendaki pada bukit ini. Warga sekitar telah memberi nama pada bukit ini yaitu Bukit Widodari, yang begitu indah ketika senja tiba.

Suasana di wisata Telaga Claket cukup tenang, sehingga cocok dengan wisatawan yang ingin mencari ketenangan. Wisata Telaga Claket tidak hanya menyuguhkan keindahan telaganya saja namun terdapat juga peternakan kambing dan kolam pembudidayaan ikan lele. Obyek wisata yang cukup lengkap untuk liburan. Karena obyek wisata ini masih terlalu sepi oleh wisatawan, maka wisatawan yang datang masih cukup bebas untuk selfie ataupun foto. Banyak terdapat spot-spot menarik di Telaga Claket ini, seperti jembatan di atas telaga, gethek, saung, dan perahu kayu. Terdapat juga gubuk-gubuk yang bisa digunakan untuk berteduh, beberapa warung makan, dan bisa juga mengadakan outbound di sini.

Untuk akses jalan menuju Telaga Claket ini belum cukup bagus. Pasalnya, masih banyak jalan berlubang. Tentunya minat masyarakatnya masih kurang terhadap wisata Telaga Claket ini. Karena akibat dari akses jalan yang kurang bagus dan masih banyak jalan yang berlubang, membuat masyarakat ragu untuk datang ke wisata Telaga Claket ini. Padahal di wisata Telaga Claket ini wisata nya cukup bagus dan menarik. Dan kini harga tiket masuknya semakin meningkat yaitu berkisar antara Rp. 10.000 dan itupun mendapatkan satu minuman gratis. Dengan peningkatan harga tiket masuk, fasilitas wisata semakin bermutu. Seperti halnya pada parkir motor yang cukup luas dan terjaga ketat oleh penjaga wisata tersebut. Semakin banyak spot-spot yang menarik.

Peran serta pemerintah sangat diperlukan dalam pengembangan wisata telaga claket ini, dengan kebijakan pemerintah daerah yang dapat membentuk meningkatkan pengembangan infrastruktur baik dari akses jalan, pemanfaatan sumber daya alam, sumber daya manusia yang ada. Pemerintah memiliki peran penting dalam pembinaan, pengawasan dan kerja sama dalam pengelolaan dan pengembangan wisata ini. Dalam penyelenggaraan pengembangan obyek wisata ini juga harus diikuti dengan pemeliharaan kelestarian alam dan perlindungan lingkungan. Sehingga meningkatkan perekonomian di Sukoharjo dan memberikan manfaat kesejahteraan bagi masyarakat di wilayah tersebut. Selain itu juga meningkatkan pendapatan per kapita di kabupaten tersebut.

PENUTUP

Pariwisata merupakan suatu obyek wisata yang dapat menghasilkan pendapatan bagi suatu daerah tersebut untuk menunjang kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat. Dengan peran serta pemerintah terhadap pembangunan obyek wisata tersebut maka akan mengembangkan daya tarik masyarakat terhadap obyek wisata tersebut. Untuk mewujudkan berkembangnya pariwisata Telaga Claket menjadi lebih terkenal, diharapkan pemerintah memberikan kebijakan yang berkaitan dengan Telaga Claket ini. Selain itu, pemerintah juga meningkatkan pengembangan infrastruktur baik akses jalan, pengelolaan, penyelenggaraan pengembangan objek wisata. Guna tercapainya mutualisme pada wisata Telaga Claket ini dan menyejahterakan kehidupan masyarakat luas, khususnya masyarakat daerah wisata Telaga Claket.

DAFTAR PUSTAKA

Oka A. Yoeti. 1996. Pengantar ilmu pariwisata. Oka A. Yoeti. 1996. Bandung :
Angkasa

Kusudianto Hadianto. 1996. Perencanaan pengembangan destinasi pariwisata.
Kusudianto Hadinoto. Jakarta : Penerbit UI.

STRATEGI PENGELOLAHAN WISATA PANTAI DI NUSA TENGGARA TIMUR

Riana Andan Dewi, Heru Pratiwi, dan Yunita Kolo

Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Universitas Slamet Riyadi Surakarta

ABSTRAK

Pantai motadikin adalah salah satu pantai yang letaknya di Desa umakatahan-Kecamatan Malaka tengah-Nusa Tenggara Timur. Pantai motadikin memiliki keindahan alam. Hal tersebut sudah ada kebijakan pemerintah kepariwisataan namun belum ada pelaksanaan dalam pengelolaan pantai motadikin, sehingga belum ada pembangunan fasilitas seperti tempat pengunjung, wc, dan belum ada lahan parkir untuk para pengunjung, namun saat ini masyarakat juga masih belum sadar untuk berpikir bagaimana permasalahan ini perlu di diatasi oleh pemerintah. Hal tersebut sangat dikhawatirkan jika permasalahan wisata ini membiarkan begitu saja dan tidak ada perencanaan untuk mengolah.

Masyarakat saat ini meminta agar pemerintah bekerja sama dengan dinas keparawisataan untuk untuk membangun dan mengembangkan pantai motadikin yang ada di daerahnya demi meningkatkan kenyamanan para pengunjung, setelah beberapa lama menunggu dinas pariwisata malaka sekarang akan fokus meningkatkan pembangunannya khususnya di pantai motadikin, selain itu pihak dinas pariwisata berencana untuk membangun infrastruktur pendukung pembangunan wisata bahari seperti pembangunan gedung utama, gazebo, puluhan rumah panggung, wc umum, penataan dan perbaikan jalan yang lebih lagi. Masyarakat dan pemerintah bekerjasama untuk mengelola wisata tersebut. Untuk meningkatkan penghasilan masyarakat.

Kata Kunci : Strategi, wisata, pantai.

PENDAHULUAN

Wisata pantai merupakan salah satu tempat refreking yang baik .Salah satu wisata yang memiliki masalah yang akan di kajikan dari beberapa permasalahan, Sering kali orang mengunjungi pantai bersama keluarga maupun orang lain pasti adakalanya orang merasa bosan ataupun tidak asik lagi di kunjungi.Salah satu wisata pantai ini adalah pantai motadikin sebagaimana memiliki banyak masalah.dan bagaimana pandangan masyarakat kepada sumber daya alam tersebut hal ini berkaitan dengan dinas keparawisataan untuk segera mengatasi permasalahan ini.

Dalam permasalahan ini,dapat dilihat tidak kreatif dan bahkan tidak memiliki perubahan dan ini membuat para pengunjung merasa bosan dan tidak dapat di kunjungi.Hal ini perlu mengatasi bagaimana cara mengimplementasikan suatu kegiatan dengan meningkatkan kualitasnya agar masyarakat tidak merasa bosan.harus diadakan perubahan atau mengembangkan pantai motadikin maka pemerintah dan masyarakat harus turun tangan untuk mengelola pantai motadikin seperti yang di kemukakan Oleh Oka A.Yotie”Pariwisata sebagai alat kebijaksanaan ekonomi” disini juga masyarakat dapat mengambil keuntungan dari pengelolaan pantai tersebut seperti meningkatkan perekonomian masyarakat.

Namun di balik keindahan pantai mutadikin memiliki permasalahan-permasalahan di antaranya seperti akses jalan yang sulit untuk dilalui, faktor kondisi alam sekitar yang sebagian area perbukitan dan jalannya yang sempit, sulitnya akomodasi umum untuk menuju kekawasan pantai.Permasalahan lain yaitu kurang meluasnya pengunjung wisatawan yang datang ,kurangnya media promosi

tentang keberadaan pantai ini menjadi penyebab utama kurangnya pengetahuan masyarakat.

PEMBAHASAN

Salah satu tempat lokasi adalah di lakukan di wisata pantai motadikin karna seperti yang di ketahui pada dasarnya kualitas dalam keparawisataan motadikin belum begitu bagus dan masih banyak terdapat permasalahan. Hal ini berkaitan dengan masyarakat dan pemerintah yang belum menyadari untuk mengolah sumber daya alam yang ada. Adakalanya wisata pantai motadikin ini tidak ada yang menggerakkan dalam suatu usaha kegiatan. Bahkan orang tidak peduli dengan tempat itu padahal pantai itu sangat bagus dan sangat indah di nikmati oleh siapa saja.

Dalam masalah ini seperti kurang meningkatkan sumber daya alam, ekonomi yang rendah, belum ada pembaangunan para pengunjung, masih tersebar kotoran yang ada di pesisir pantai, sehingga menimbulkan dan merusak laut dan membuat air kotor. lingkungan yang tidak bersih dan alam yang tidak kreatif. letak daerah itu sendiri adalah berada di provinsi nusa tenggara timur salah satu tempatnya berada di malaka tengah. Pantai masih memiliki banyak masalah dalam hal ini, fasilitas tempat pengunjung belum tertata secara rapi, belum mengolah tempat-tempat yang masih kotor di pesisir pantai, tidak ada bangunan di tempat pantai untuk para pengunjung. Sangat di sayangkan bila suatu tempat yang indah dan berpotensi baik masi kurang melakukan promosi kepada masyarakat luas seperti pendapat *Syahrui Gani* " yang menjelskan tentang pertumbuhan pariwisata" maka dari itu kita sebagai manusia perlu melestarikan, mengembangkan dan menjaga wisata yang ada di sekitar kita.

Di dalam buku pengantar kebijakan publik bersangkutan dengan kepariwisataan yang mendefinisikan evaluasi kebijakan adalah usaha-usaha apa saja yang dikerjakan sesuai yang diinginkan ataukah tidak. Seperti yang di kemukan oleh *Moekijat (1995:180) evaluasi adalah usaha-usaha untuk menyelidiki apakah program yang dilaksanakan sesuai dengan apa yang di inginkan atau kah tidak*" oleh karena itu setiap progam perbaikan yang dilakukan oleh pemerintah dan dinas kepariwisataan dalam memperbaiki pengelolaan wisata pantai motadikin harus mendokumentasikan yang terjadi dan juga mengapa hal itu terjadi agar masyarakat sekitar mengetahui kegiatan apa saja yang di lakukan oleh dinas kepariwisataan dalam upaya memperbaiki pantai motadikin.

Hal ini dapat bermasalahan yang perlu dikelola oleh pemerintah. Masalah pantai ini harus di selidiki oleh pemerintah untuk turun dalam berpartisipasi untuk mengolah tempat yang ada di pantai tersebut. Sehingga perlu di kelola dengan baik dan menjadi tempat para pengunjung lagi. Dan sisi lain, untuk masyarakat yang belum sadar terhadap lingkungan alam sendiri perlu di sadari dan berpartisipasi dalam bekerja sama dengan pemerintah untuk mengatasi masalah tersebut.

Dengan demikian, masalah ini dapat di selesaikan secara baik dan bertanggung jawab sehingga bisa mencapai tujuan. Mari kita sebagai masyarakat dan pemerintah untuk bekerja sama dalam mengatasi masalah ini dengan baik agar wisata pantai motadikin lebih menarik untuk menjadi obyek wisata yang diminati oleh kalangan masyarakat pengembangan parawisata juga bertujuan mendorong kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan pendapatan daerah wisata pantai motadikin.

PENUTUP

Setelah mengetahui masalah dan cara penyelesaiannya di harapkan pemerintah dan dinas kepariwisataan yang ada di NTT khususnya yang ada didaerah malaka tengah untuk meningkatkan lagi kinerja dalam membangun pantai motadikin dan msyarakat juga harus berpartisipasi dalam pengelolaan pantai motadikin dengan lebih memperkenalkan lebih luas lagi agar menarik banyak pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Yoeti A.Oka, (1994) Pariwisata indonesia siasat ekonomi dan rekayasa kebudayaan. yogyakarta: kanisius.
- Gani Syahrul(1987)parawisata indonesia siasat ekonomi dan rekayasa kebudayaan.yogyakarta: kanisius.
- Moekijat (1995:180) pengantar kebijakan publik. Yogyakarta: Calpul

**PENGEMBANGAN DAN PENGELOLAAN OBYEK WISATA
GOA PINDUL DALAM PENINGKATAN JUMLAH
WISATAWAN DI DESA WISATA BEJIHARJO,
KECAMATAN KARANGMOJO, KABUPATEN GUNUNG
KIDUL**

Rizky Widhiastuti, Ritwan Tri Saputro, dan Sanggita Kharisma Devi

Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Universitas Slamet Riyadi Surakarta
ritwantri@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang strategi dalam pengembangan dan pengelolaan obyek wisata Goa Pindul di desa wisata Bejiharjo, Kabupaten Gunung Kidul. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan identifikasi cara pemerintah dan masyarakat setempat guna mengembangkan obyek wisata Goa Pindul dalam hal menarik banyaknya wisatawan. Penelitian ini disajikan secara deskriptif kualitatif yang berupa penggambaran dari informasi tentang obyek wisata Goa Pindul di Kabupaten Gunung Kidul. Metode pengumpulan data penelitian ini melalui observasi, studi pustaka dan studi dokumen, hasil luaran dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan masyarakat dan pemerintah setempat untuk melakukan pengembangan dan pengelolaan wisata Goa Pindul.

Obyek wisata ini pada kenyataannya mempunyai beberapa masalah yaitu sumber daya manusia yang kurang, kurangnya perhatian dari pemerintah itu ditandai dengan fasilitas yang kurang memadai, tidak terurus dan banyaknya sampah di lokasi. Dapat disimpulkan bahwa obyek wisata Goa Pindul memiliki potensi yang baik untuk menjadi obyek wisata geologi, namun karena kurangnya perhatian dan keseriusan dari pemerintah maupun masyarakat setempat sehingga obyek wisata ini belum optimal dalam pengembangan dan pengelolannya. Untuk itu peran dari pemerintah diperlukan dalam hal ini sehingga dengan begitu diharapkan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan di goa pindul.

Kata Kunci : Desa Wisata, Pemerintah, Goa pindul

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha atau bisnis atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Pariwisata sebagai salah satu penggerak perekonomian perlu adanya pengelolaan yang tepat. Peran warga sekitar dan pemerintah sangat berpengaruh dalam pemeliharaan tempat wisata. Dengan adanya pengelolaan dan pengembangan tempat wisata dapat meningkatkan perekonomian di daerah wisata tersebut. Selain itu, pengunjung juga merasa nyaman dan senang karena adanya penataan tempat wisata yang baik.

Desa wisata adalah suatu kawasan yang memiliki karakteristik tersendiri yang mempunyai potensi untuk dijadikan obyek wisata. Karakteristik tersebut diantaranya yaitu adat, budaya, sosial, tempat dan sebagainya yang biasa dijadikan untuk obyek wisata. Rata-rata sebuah desa dapat dijadikan desa wisata karena mempunyai ciri khas tersendiri seperti mempunyai tempat pemandangan yang bagus. Seperti di Kabupaten Gunung Kidul tepatnya di daerah Bejiharjo mempunyai potensi untuk dijadikan desa wisata. Salah satu ciri khas dari desa Bejiharjo yaitu terdapat sebuah gua yang mempunyai pemandangan yang sangat bagus yaitu Goa Pindul.

Goa pindul sebagai wisata yang mencolok merupakan salah satu penghasil perekonomian di desa Bejiharjo. Sejak pertama kali wisata Goa Pindul dibuka banyak wisatawan yang berbondong-bondong untuk berwisata kesana. Seiring berjalannya waktu, para pengunjung mulai merasa kejanggalan yaitu semakin mahalnya harga tiket masuk yang tidak diimbangi dengan penyuguhan pemandangan yang lebih menarik, fasilitas yang kurang memadai, dan juga semakin lama sampah disekitar wisata tersebut kurang terealisasi. Untuk itu perlu adanya pengelolaan dan pengembangan serta penataan ulang agar wisatawan tidak merasa bosan berkunjung ke Goa Pindul. Pemerintah harus membuat kebijakan-kebijakan baru di wisata tersebut dan warga sekitar juga harus ikut andil dalam pengelolannya.

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data penelitian ini melalui observasi, studi pustaka dan studi dokumen yang disajikan secara deskriptif kualitatif berupa penggambaran dari informasi obyek wisata Goa pindul. Observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan melakukan pengamatan di tempat wisata Goa Pindul mengenai keadaan tempat, sarana dan prasarana, kebersihan dan potensi-potensi wisata baru yang bisa untuk dikembangkan serta peran pemerintah dan warga setempat. Melalui studi pustaka dan studi dokumen dapat memperkuat data yang disajikan melalui deskriptif kualitatif baik berupa gambar, tulisan maupun video.

PEMBAHASAN

Desa Bejiharjo berada di kecamatan Karangmojo, Kabupaten Gunung kidul yang mempunyai topografi seperti sungai dan goa, memang sangat mendukung untuk melakukan berbagai aktivitas alam. Beberapa obyek wisata yang dikembangkan di desa Bejiharjo antara lain Cave Tubing Goa Pindul dan River Tubing Sungai Oyo yang dimana para wisatawan diajak menyusuri sungai sejauh 2km menggunakan ban karet, Offroad Sungai Oyo, susur Gua Gelatik, dan susur Gua Sriti. Selain wisata alam, di Desa Bejiharjo ini wisatawan juga bisa belajar mengenai sejarah dari Situs Sokoliman dimana para wisatawan bisa mengenali kehidupan di jaman Megalitik, dan Monumen Panglima Besar Jendral Sudirman yang akan membawa wisatawan kembali ke jaman kemerdekaan. Desa Wisata Bejiharjo juga menawarkan wisata edukasi serta seni budaya melalui Doger, Wayang beber Mangunjoyo, egrang, Gejog lesung, cerita legenda Gedong gelaran. Ada juga kunjungan di sentra penyulingan minyak kayu putih, pembuatan Blangkon, dan budidaya lele skala rumah tangga.

Di Desa Bejiharjo juga menyediakan beberapa umum yang dapat di sewa dan di manfaatkan oleh wisatawan – wisatawan asing yang dari luar kota, antara lain :

1. Pemandu Wisata untuk menyusuri Goa Pindul, Sungai Oyo, dan tempat wisata lainnya.
2. Tempat penginapan untuk yang ingin bermalam di Desa Bejiharjo.
3. WC umum atau pemandian umum.
4. Jasa Sewa pick up atau motor offroad untuk yang rombongan wisatawan.
5. Petunjuk Jalan atau sering disebut joki area untuk yang belum tau akses jalan menuju Goa Pindul.

Ketika anda mulai memasuki Daerah Kabupaten Gunung kidul, maka akan anda jumpai banyak sekali joki joki area yang ada di pinggir jalan dengan plakat atau pamphlet yang bertuliskan “ANTAR GRATIS WISATA GOA PINDUL” dan itu nanti anda akan di antar oleh warga setempat atau petugas Yang memang sudah di tugaskan untuk menjemput para wisatawan yang tidak mengetahui jalan atau akses untuk sampai di tempat wisata Goa Pindul. Setelah sampai di tempat wisata Goa Pindul anda akan di antar oleh pemandu wisata untuk membeli tiket dan untuk diberi penjelasan teknis tentang wisata Goa Pindul ini Sendiri.

Berikut untuk beberapa jenis dan harga paket wisata yang ada di Desa Wisata Goa Pindul ini, seperti :

1. Paket Offroad Goa Pindul, mempunyai jalur yang lumayan cukup panjang kurang lebih 13KM dan melewati track jalan perkampungan yang mempunyai

track medium, ekstrem sampai track yang super extreme. Untuk melewati track ini diperlukan waktu kurang lebih selama 2 jam anda di paksa untuk melewati adrenalin naik dan jalan kubangan yang penuh lumpur dan air, untuk biaya paket offroad ini Rp. 450.000/mobil.

2. Paket River Tubing Sungai Oyo, River tubing berbeda dengan rafting, untuk rafting biasanya penelusuran menggunakan perahu karet, tetapi untuk Sungai Oyo ini menggunakan Ban karet, satu orang menaiki satu ban karet dan tentu saja nanti akan di temani pemandu yang sudah mahir dan berpengalaman dalam bidang ini. sungai oyo merupakan sungai yang membentang di Dusun Gelaran desa Bijaharjo yang airnya mengalir sepanjang tahun, lokasinya pun masih dalam satu kawasan dengan Goa Pindul. Untuk penelusuran sungai oyo ini menempuh jarak kurang lebih 1,5 Km yang akan menghabiskan waktu paling lama kurang lebih 2 jam. Untuk harga paket river Tubing ini dikenakan harga Rp. 50.000/orang itu nanti akan dapat fasilitas seperti : Jaket pelampung, Ban Karet, Jasa pemandu, dan Transportasi dari rest area ke sungai oyo.
3. Paket Tracking Goa Gelatik, panjang tracking goa gelatik kurang lebih 400 meter, goa gelatik mempunyai runtuhan yang sempit dan saat anda melewati goa ini anda di paksa untuk merunduk. Waktu yang di tempuh untuk penelusuran Goa ini kurang lebih 1,5 jam. Dan untuk biaya penelusuran Goa Gelatik ini adalah Rp. 30.000/orang itu nanti akan dapat fasilitas sebagai berikut : Pelindung Kepala, Senter yang nanti akan dibawa oleh pemandu, Pemandu yang sudah profesional, dan Tabung oksigen.
4. Paket Cave Tubing Goa Pindul, merupakan kegiatan penyusuran sungai bawah tanah yang ada di dalam Goa menggunakan Ban Karet. Panjang dari Goa Pindul ini kurang lebih 350 meter dan waktu yang di butuh kan untuk penelusuran kurang lebih 50 menit. Sedangkan untuk menelusuri Goa ini dikenakan biaya yaitu Rp 50.000/orang yang nantinya juga akan dapat fasilitas seperti : Jaket Pelampung untuk safety, Ban Karet satu orang satu, dan pemandu wisata yang sudah berpengalaman.

KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan dapat kita simpulkan bahwa Wisata di Goa Pindul tidak hanya menyuguhkan sebuah panorama yang indah tetapi juga memberikan paket wisata yang lengkap dengan pemandu. Akan tetapi hanya saja akses jalan menuju Goa Pindul masih belum banyak yang tahu, sehingga memerlukan Joki untuk mengantarkan ke tujuan. Selain akses jalan yang jauh biaya untuk masuk ke Wisata Goa Pindul juga termasuk mahal. Rata-rata kurang lebih waktu yang diperlukan untuk menyusuri track 1,5 jam. Kemudian fasilitas yang diberikan pun sudah lengkap. Selain itu pemandunya juga sudah berpengalaman semua.

DAFTAR PUSTAKA

- <http://www.landasanteori.com>. Diakses 3 Mei 2018
<https://visitingjogja.com>. Diakses 29 April 2018.
<http://goapindul.co.id>. Diakses 3 Mei 2018

**STRATEGI PENGEMBANGAN DALAM MENINGKATKAN
DAYA TARIK WISATAWAN DI TAMAN SATWA TARU JURUG
SURAKARTA****Nurvia Mar'atun Naba'ah, Vinda Tri Utami, dan Shafira Wahyu Prahesty**Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Universitas Slamet Riyadi Surakarta
*shafirawahyuprahesty@gmail.com***ABSTRAK**

Penelitian ini mengenai Taman Satwa Taru Jurug yang sedang dalam perkembangan. Penelitian ini berusaha untuk mengetahui apa saja upaya yang telah dilakukan Pemerintah Kota Surakarta dalam mengembangkan obyek wisata TSTJ. Terlihat pada saat kami mengunjungi TSTJ, tidak terlalu banyak wisatawan yang berkunjung. Sebagian pengunjung lebih di dominasi oleh para anak-anak TK yang sedang berwisata. Untuk itu perlu adanya pengembangan obyek wisata TSTJ agar lebih diminati banyak wisatawan dan perlu adanya kerja sama antara Pemerintah dengan pekerja yang bersangkutan dalam upaya mengembangkan TSTJ. Pengembangan tersebut bisa meliputi penataan ruang, penambahan satwa atau yang lainnya. Pengembangan TSTJ tidak dapat dilakukan dengan waktu yang singkat dan pengembangan tersebut memerlukan dana yang tidak sedikit.

Kata Kunci: Startegi, Pengembangan, Kerja Sama.

PENDAHULUAN

Peran pariwisata bagi Indonesia tidak usah dipertanyakan lagi, karena Indonesia memiliki berbagai ragam kebudayaan dan sumberdaya yang melimpah. Salah satunya yang dimiliki Indonesia adalah pariwisata dengan ciri khas tersendiri. Indonesia merupakan Negara kepulauan yang memiliki potensi besar disektor pariwisata. Hal tersebut terdapat alam yang indah dari sabang-merauke dimana keindahan alam di Indonesia diakui oleh wisatawan yang berkunjung di Indonesia. Yang jelas jika semua kegiatan tidak mendatangkan wisatawan, maka kegiatan tersebut dianggap gagal (Soekadijo,1996). Obyek wisata sendiri memiliki pengertian yaitu kegiatan yang dilakukan dengan mengunjungi tempat wisata tertentu untuk tujuan menenangkan hati dan pikiran serta menyegarkan otak.

Khususnya di provinsi Jawa Tengah kota Surakarta yang memiliki banyak obyek wisata. Surakarta merupakan kota yang banyak nuansa budaya yang memiliki tradisi jawa yang dibanggakan masyarakatnya. Surakarta juga memiliki obyek wisata yang beragam jenis, wisata peninggalan sejarah seperti Keraton Kasunan dan Keraton Mangkunegaraan. Tidak hanya itu saja, di daerah Laweyan juga terdapat produksi batik Surakarta. Selain itu, terdapat beberapa obyek wisata di kota Surakarta contohnya di Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ).

Taman Satwa Taru Jurug merupakan obyek wisata yang dibangun pada tahun 1878. Obyek wisata taman jurug ini asalnya atau dahulunya berada di Taman Sriwedari tetapi karena terdapat kendala sedikit, maka Taman Jurug ini di pindahkan. Pada obyek wisata Taman Jurug ini, ada berbagai macam dan beraneka ragam satwa seperti, penangkaran burung dengan berbagai jenis, ada juga satwa lainnya seperti, gajah, burung, rusa dan lain sebagainya. Selain itu Taman Jurug ini juga terdapat taman yang di namakan dengan Taman Pelangi. Taman pelangi ini biasanya banyak dikunjungi wisatawan pada saat malam hari, karena di malam hari berbagai jenis lampu akan menyala, contohnya seperti lampion. Jika lampu-lampu tersebut menyala maka taman itu akan terlihat indah.

Obyek wisata Taman Jurug ini alangkah baiknya ada suatu pembaruan dan perubahan pada tata ruang penempatan dan pembersihan lingkungan yang terlihat masih kotor. Tata ruang penempatan pun seharusnya bisa dibuat lebih menarik lagi

agar para wisatawan tertarik untuk berkunjung ke Taman Jurug ini. Pemerintah sebaiknya juga mempunyai strategi perencanaan untuk dapat lebih mengembangkan lagi obyek wisata tersebut. Dengan adanya perencanaan dalam pengembangan berguna untuk memperbaiki bangunan yang sebelumnya tidak layak pakai menjadi bangunan yang layak pakai. Dan pembangunan tersebut harus benar-benar dilakukan dan harus diagendakan dengan baik. Dalam pembangunan kepariwisataan perlu dijaga agar terpeliharanya pelestarian fungsi dan mutu lingkungan hidup (Pendit, 1990). Serta menyediakan sarana dan prasarana yang belum terdapat di Taman Jurug. Maka dari itu, obyek wisata Taman Jurug harus lebih dikembangkan lagi agar dapat menarik para wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata tersebut.

Upaya yang harus dilakukan dalam mengembangkan daya tarik wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata taman jurug salah satunya dengan menambah satwa-satwa lainnya, menambah bermacam permainan. Dalam mengembangkan obyek wisata dan daya tarik wisatawan serta kegiatan pemasarannya terus ditingkatkan secara terencana, terarah, terpadu, dan efektif (Pendit, 1990). Selain dengan menambah satwa dan permainan, cara lain untuk dapat mengembangkan taman jurug dan menarik para wisatawan adalah dengan mempromosikan wisata tersebut, sehingga para wisatawan dari daerah lain dapat mengetahui jika di Surakarta juga terdapat kebun binatang sekaligus tempat rekreasi. Kegiatan promosi sendiri sangat mendukung dalam pembangunan pariwisata. Soekadijo (1996) mengemukakan bahwa kegiatan promosi tersebut diadakan merupakan suatu usaha untuk dapat memperbesar daya tarik suatu produk terhadap calon pembeli atau biasa disebut dengan konsumen. Dengan begitu jumlah daya tarik wisatawan yang akan mengunjungi obyek wisata tersebut dapat meningkat. Yoeti (1996) mengemukakan bahwa wisatawan merupakan semua orang yang sudah memenuhi syarat, yaitu syarat pertama mereka meninggalkan kediamannya dalam jangka waktu kurang dari satu tahun dan syarat kedua, sementara mereka pergi, mereka akan mengeluarkan uang ditempat yang akan mereka kunjungi sebagai tempat wisata, tidak dengan mencari nafkah di tempat tersebut.

PEMBAHASAN

Secara umum, pariwisata merupakan suatu kegiatan yang terdapat beberapa orang atau yang bisa disebut dengan wisatawan. Adapun terdapat beberapa pengertian pariwisata dari beberapa para ahli antara lain : Menurut Robert McIntosh bersama Shashikant Gupta mengungkapkan jika pariwisata merupakan “Gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah tuan rumah serta masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan-wisatawan serta para pengunjung lainnya.”. Selanjutnya, menurut E. Guyer-Freuler di dalam bukunya yang berjudul *Handbuch des Schweizerischen Volkswirtschaft*, mengatakan bahwa pariwisata yakni “Pariwisata dalam arti modern adalah merupakan gejala zaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan dan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuh terhadap keindahan alam, kesenangan dan kenikmatan alam semesta, dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas dalam masyarakat sebagai hasil perkembangan peniagaan, industry dan perdagangan serta penyempurnaan alat-alat pengangkutan.”

Dalam potensi pengembangan obyek wisata harus sangat berkaitan dengan lingkungan hidup dan sumber daya. Selain itu, juga harus ada berbagai keanekaragaman dan memiliki suatu kebudayaan yang berbeda-beda. Dari pengembangan sendiri dapat diartikan sebagai upaya-upaya salah satunya untuk meningkatkan suatu kondisi kepariwisataan atau obyek wisata agar dapat meningkatkan daya tarik wisata yang sangat dan banyak dijumpai banyak orang.

Didalam mengembangkan obyek wisata Taman Jurug Solo, Pemerintah harus bekerja sama dengan pekerja yang terkait dengan obyek wisata tersebut. Pemerintah hanya bisa memberikan masukan dan bantuan tersebut guna untuk pengembangan, perbaikan, pembangunan, penambahan keanekaragaman satwa dan arena-arena bermain yang belum ada di tempat obyek wisata tersebut. Ada pula cara lain yang bisa pemerintah lakukan yaitu dengan mempromosikan suatu obyek wisata tersebut dengan berbagai macam cara.

Kegiatan promosi sendiri bertujuan menarik para wisatawan agar mengunjungi obyek wisata. Ada dua cara promosi yaitu promosi langsung dan tidak langsung. Promosi langsung biasanya dilakukan oleh semua lembaga kepariwisataan yang bersangkutan dengan wisata tersebut. Sedangkan, promosi tidak langsung biasanya dilakukan dengan menggunakan biro perjalanan umum, agen perjalanan, dan cabang-cabangnya. Cara yang digunakan dalam promosi tidak langsung bisaseperti: Informasi dalam bentuk majalah, poster, maupun iklan. Promosi semacam itu tidak terbatas cara-caranya dan tergantung kreatifitas petugas atau pihak lembaga kepariwisataan yang mengadakan promosi.

Upaya yang sudah dilakukan pemerintah dalam meningkatkan daya tarik wisatawan di obyek wisata Taman Jurug Solo seperti halnya di dalam pembangunan, keanekaragaman, kekayaan alam budaya, dan aneka satwa, taman pelangi dan sarana prasarana yang sudah ada. Wisata yang sudah berdiri sejak lama itu jangan sampai dibiarkan begitu saja, jika dibiarkan terus dengan keadaan yang sekarang ini bisa saja jumlah wisatawan yang berkunjung akan mengalami penurunan. Bukan hanya dari tempat wisatanya saja yang akan mengalami penurunan tetapi juga para pencari nafkah yang berkerja di dalam tempat wisata tersebut. Ditaman jurug tersebut perlu adanya perbaikan dan penataan ruang agar taman jurug tersebut bisa lebih mempunyai daya tarik yang semakin tinggi.

Strategi yang perlu dilakukan dalam mengembangkan TSTJ adalah dengan menata ulang tempat seperti letak miniatur-miniatur satwa, merenovasi bagian depan pintu masuk agar lebih terlihat menarik, menata ulang tempat-tempat pedagang, menambah beberapa tempat sampah diberbagai sudut agar para pengunjung tidak membuang sampah sembarangan. Perlu adanya perbaikan di kandang satwa dan ditambahnya koleksi satwa yang lain. Menambah varian tempat berfoto untuk pengunjung yang menarik. Perlu adanya tambahan fasilitas seperti toilet, tempat duduk untuk pengunjung dibeberapa sudut obyek wisata agar pengunjung lebih nyaman dan wifi gratis agar pegunjung juga bisa ikut mempublikasikan obyek wisata tersebut.

Dengan adanya perbaikan di obyek wisata tersebut tidak hanya wisatawan yang tinggal didaerah Solo saja yang berkunjung, bisa jadi wisatawan luar daerah Solo juga akan berkunjung ke obyek wisata tersebut. Dengan begitu wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata tersebut bisa terus bertambah. Bukan lagi di dominasi oleh anak-anak TK yang berwisata, tapi juga akan dikunjungi oleh wisatawan yang berlibur dengan anggota keluarganya. Bertambahnya wisatawan bisa menjadi pemasukan tidak hanya untuk tempat wisatanya, tapi juga untuk pedagang-pedagang yang berjualan didalam Taman Jurug.

PENUTUP

KESIMPULAN

Obyek wisata Taman Satwa Taru Jurug yang terletak di Kota Surakarta tersebut perlu adanya perbaikan dan pengembangan lebih baik lagi. Agar lebih jumlah wisatawan yang berkunjung bisa meningkat. Dengan adanya kerja sama antara Pemerintah dan pekerja yang terkait bisa mewujudkan obyek wisata tersebut lebih menarik perhatian para wisatawan. Karna obyek wisata tersebut sudah lama didirikan jangan sampai dibiarkan begitu saja. Jika dibiarkan dengan keadaan yang seperti sekarang ini, bisa saja obyek wisata tersebut hanya akan dikunjungi oleh para anak-anak TK yang sedang berwisata.

REKOMENDASI

Pemerintah harus lebih bisa bekerja sama dengan baik dengan para pekerja yang terkait. Dengan merencanakan perkembangan, seperti menambah aneka satwa, menambah arena bermain untuk anak-anak, tempat untuk berekreasi yang bisa digunakan untuk anak-anak maupun orang-orang dewasa, memperbaiki penataan ruang agar Taman Jurug lebih terlihat rapi dan menarik baik dari luar maupun di dalam tempat wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Yoeti, Oka A, Drs. H. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Edisi Revisi.
Pendit S. Nyoman. 1990. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta : Edisi Terbaru.
Soekadijo R.G. 1996. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

**KINERJA SUMBER DAYA MANUSIA
DALAM PENGELOLAAN OBJEK PARIWISATA DI TAWANGMANGU****Reka Fajar P.S, Arnette Monica Rezqi, dan Yessika Indrawati**Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Universitas Slamet Riyadi Surakarta**ABSTRAK**

Makalah ini mengenai kinerja masyarakat dalam mengelola aset di daerah Tawangmangu khususnya dalam objek wisata Grojogan Sewu. Adapun faktor yang mempengaruhi objek wisata Grojogan Sewu adalah kinerja masyarakat sekitar. Tidak hanya dalam sumber daya manusia namun adanya kerjasama diantara masyarakat desa setempat dengan pihak Dinas Pariwisata, Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar merupakan salah satu faktor yang paling penting. Karena hal tersebut akan membantu kinerja sumber daya manusia untuk mengelola objek wisata Grojogan Sewu.

Kata kunci: Pariwisata, Sumber Daya Manusia, Pengelolaan Pariwisata.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan suatu kegiatan untuk menyenangkan hati seseorang maupun kelompok yang bertujuan untuk menambah wawasan ilmu tentang alam sekitar. Menurut definisi yang luas, Pariwisata adalah perjalanan dari suatu lokasi ke lokasi yang lain, yang bersifat tidak menetap atau sementara, dengan tujuan mencari keseimbangan dan kebahagiaan (Spillane, 1991). Dalam suatu daerah mempunyai banyak objek wisata yang bertujuan untuk meningkatkan otonomi daerah. Pariwisata dalam suatu daerah dapat berkembang pesat bila sumber daya manusia diberdayakan oleh pemerintah dengan maksimal. Salah satu faktor yang penting untuk perkembangan objek wisata suatu daerah adalah sumber daya manusia, karena sumber daya manusia berperan untuk mengelola tempat tersebut dibawah naungan Dinas Pariwisata, Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar. Dalam proses meningkatkan kualitas dan kemampuan manusia dalam mencapai tujuan pembangunan negara diperlukan adanya sumber daya manusia (Notoatmodjo, 1998).

Tawangmangu merupakan suatu daerah di Kabupaten Karanganyar yang mempunyai cukup banyak objek wisata. Salah satu pariwisata yang terkenal di daerah tersebut adalah Grojogan Sewu. Di Tawangmangu terdapat beberapa fasilitas yang dapat menarik wisatawan antara lain, adanya vila yang dijadikan untuk penginapan para wisatawan, pasar yang digunakan untuk tempat penjualan hasil perkebunan asli di Daerah Tawangmangu tersebut. Untuk mengolah wisata-wisata tersebut dibutuhkan kerjasama antara pemerintahan dan masyarakat. Masyarakat berperan penting dalam pengolahan daerah tersebut agar dapat menarik minat wisatawan. Pemerintah berperan untuk menyalurkan dana untuk dilakukan pembangunan di berbagai objek wisata di Tawangmangu dan memberi penyuluhan agar masyarakat sekitar membantu melestarikan objek wisata tersebut.

Dalam konkrit nyata permasalahan yang terdapat di objek wisata Grojogan Sewu salah satunya yaitu masih adanya pelanggaran yang dilakukan oleh pengunjung. Pelanggaran tersebut mengenai tata tertib yang sudah ditetapkan oleh pengelola objek wisata Grojogan Sewu, tata tertib tersebut bahwa pengunjung dilarang untuk mendekati area air terjun. Tetapi masih banyak pengunjung yang masih nekat mendekati air terjun tersebut, bahkan malah mandi tepat dibawah air terjun tersebut. Dengan begitu dapat membahayakan para pengunjung. Maka diperlukan pengawasan yang ketat oleh pihak pengelola objek wisata tersebut.

PEMBAHASAN

Alasan seseorang untuk melakukan perjalanan dalam kegiatan pariwisata berbeda-beda. Adapun persyaratan dalam sebuah perjalanan antara lain : Bersifat tidak lama, Tidak paksaan dan berasal dari diri sendiri, Tidak bekerja yang sifatnya menghasilkan upah ataupun bayaran. Namun, sebelum kita mencoba memberikan upah ataupun bayaran. Kata pariwisata, perlu dijelaskan bahwa kata tersebut tidak selalu memberikan penjelasan yang sama. Misalnya, seseorang dapat melakukan pelancongan atau perjalanan sesuai dengan persyaratan-persyaratan tersebut diatas, baik di dalam negeri (tanpa menyebrang batas wilayah negara), atau keluar negara dimana dia bertempat tinggal. Contoh pertama adalah pariwisata dalam negeri atau pariwisata nasional sedangkan yang kedua adalah pariwisata internasional. Secara umum, pariwisata dapat diartikan sebagai seluruh kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat yang berkaitan dengan perencanaan, pelaksanaan, pengawasan.

Potensi pariwisata merupakan segala sesuatu yang mempunyai nilai lebih dalam bidang pariwisata yang diolah dengan sebaik mungkin sehingga dapat bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Factor pendukung yang diperlukan dalam usaha pengembangan kepariwisataan berupakearifan local masyarakat, fasilitas yang ada dan faktor pendukung lainnya (RS. Damardjat, 2001).

Dalam memasarkan pariwisata diperlukan berbagai cara yang tepat. Pengertian pemasaran pariwisata adalah cara-cara terstruktur dan terinci yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata atau lembaga lainnya pada tariff internasional, lokal yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan wisatawan baik secara kelompok maupun pribadi masing-masing dengan maksud meningkatkan pertumbuhan pariwisata (Salah Wahab,1989). Pemasaran pariwisata dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti pemasaran dalam media sosial yang kini sedang banyak di gunakan. Melalui pemasaran pariwisata dapat mengenalkan suatu objek wisata yang belum diketahui banyak orang sehingga dapatmeningkatkan pertumbuhan pariwisata.

Pariwisata untuk menikmati perjalanan, Pariwisata sebagai rekreasi, Pariwisata untuk kebudayaan, Pariwisata untuk olahraga, Pariwisata untuk urusan dagang, pariwisata untuk konfrensi merupakan jenis-jenis pariwisata yang dikemukakan oleh Spillane (1991).

Hubungan antara sumber daya manusia dengan sumber daya alam merupakan hal yang berhubungan untuk pembangunan suatu daerah. Sumber daya manusia dapat terwujud apabila adanya pendidikan yang baik dan adanya pelatihan yang sesuai dengan kemampuan dari masyarakat sekitar. Kualitas kinerja sumber daya manusia adalah suatu syarat utama dalam pembangunan dalam berbagai bidang yang mencakup dua faktor, yaitu faktor fisik (kualitas fisik), dan faktor non-fisik (kualitas non-fisik) yang menyangkut kemampuan bekerja, berfikir, dan keterampilan-keterampilan lain (Notoatmodjo, 1998). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi sumber daya manusia yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terinci sebagai berikut: 1) adanya misi dan tujuan dalam organisasi, 2) pencapaian tujuan dengan adanya strategi, 3) sifat dan jenis kegiatan, 4) perkembangan teknologi yang digunakan.

Faktor eksternal yang mempengaruhi sumber daya manusia antara lain: 1) Peraturan-peraturanpemerintah, 2) Kebudayaan dalam suatu masyarakat, 3) kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Ruang lingkup pengembangan sumber daya manusia di dalam suatu organisasi atau institusi mencakup 3 pokok kegiatan yang saling berkaitan, yaitu: Perencanaan kinerja masyarakat; Pendidikan dan pelatihan sebagai upaya pengembangan kinerjamasyarakat; dan Manajemen kinerja masyarakat.

Pengelolaan pariwisata meupakan kegiatan yang sangat penting, karena hal tersebut dijadikan daya tarik tersendiri oleh wisatawan. Pengelolaan objek pariwisata antara lain, pengelolaan tempat, kebersihan, keamanan serta keindahan. Oleh karena itu, pengelolaan senantiasa mengamati lingkungan di sekitar lokasi objek wisata. Misalnya dalam segi kebersihan dan keamanan, seharusnya pihak pengelola memberikan peringatan berupa tulisan-tulisan atau peraturan-peraturan tentang kebersihan terhadap lingkungan alam sekitar objek wisata Tawangmangu dan

memberikan peraturan tentang keamanan misalnya tempat parkir yang nyaman dan aman yang dikelola oleh tukang parkir. Untuk pengelolaan tempat misalnya merenovasi tempat-tempat yang awalnya tidak dapat menarik hati pengunjung, membuat tempat-tempat yang baru dan unik untuk dikunjungi wisatawan.

Grojogan sewu bisa termasuk dalam jenis pariwisata untuk menikmati perjalanan karena beberapa orang rela meninggalkan rutinitasnya untuk berlibur, untuk refreking, untuk melihat keindahan alam, untuk mendapatkan ketenangan dan kedamaian di daerah luar kota. Grojogan Sewu menyajikan keindahan air terjun yang mempunyai ketinggian kurang lebih 80 meter. Grojogan Sewu juga termasuk jenis pariwisata rekreasi karena disana disediakan area bermain seperti kolam renang dan Flying Fox.

Di dalam pengelolaan pariwisata khususnya objek wisata Grojogan Sewu diperlukannya kerjasama antara pemerintah dengan masyarakat setempat karena adanya kerjasama tersebut akan memajukan objek wisata. Pendapatan objek wisata tersebut untuk meningkatkan otonomi daerah di Kabupaten Karanganyar. Masyarakat telah berkontribusi dengan pihak pengelola objek wisata Grojogan Sewu misal adanya tukang parkir, petugas kebersihan, penjaga tiket. Dengan begitu peran masyarakat setempat sangat penting terhadap kemajuan Grojogan Sewu.

PENUTUP

Pariwisata merupakan seseorang dapat melakukan pelancongan atau perjalanan sesuai dengan persyaratan-persyaratan tersebut di atas, baik di dalam negeri (tanpa menyebrang batas wilayah negara), atau keluar negara dimana dia bertempat tinggal. Faktor fisik dan faktor non-fisik merupakan salah satu faktor utama dalam pembangunan kinerja sumber daya manusia. Dalam pengelolaan objek wisata Grojogan Sewu masyarakat sebagai pelaku sumber daya manusia sangat penting kemajuan objek wisata tersebut. Hal itu, dikarenakan masyarakat berkontribusi dalam mengelola air terjun Grojogan Sewu. Pemasukan pendapatan dari penjualan tiket di objek wisata Grojogan Sewu dapat meningkatkan pendapatan daerah di Kabupaten Karanganyar.

DAFTAR PUSTAKA

- Notoatmodjo, Soekidjo. 1998. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Cetakan 2. Jakarta: PT RinekaCipta.
- Spillane, James J, DR. 1991. *Ekonomi Pariwisata*. Cetakan 4. Yogyakarta: Kanisius.
- Salah, Wahab. 1992, *Manajemen Kepariwisata*, (terjemahan Frans Gomang). Jakarta: Pradnya Paramita.
- Damardjati, RS. 2001. *Istilah-istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

PERAN PEMERINTAH DALAM MEMAJUKAN POTENSI WISATA DESA PLESUNGAN KARANGANYAR

Ambar Nur Hendras Wari, Cristian Septi Saputri, Tri Widiarti

Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Universitas Slamet Riyadi Surakarta

ABSTRAK

Pariwisata adalah kegiatan mengunjungi suatu tempat ke tempat lain, yang bersifat sementara dan dilakukan perorangan maupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup. Desa Plesungan memiliki potensi wisata yang dapat dikembangkan salah satunya yaitu Sendang Plesungan. Pengembangan potensi wisata memberi dampak positif dikalangan masyarakat seperti adanya peningkatan di bidang ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran umum kondisi potensi pariwisata yang ada dan untuk mengetahui bagaimana peran pemerintah dalam memajukan potensi wisata di Desa Plesungan.

Penelitian ini dilakukan dengan melalui observasi dan wawancara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa potensi wisata di Desa Plesungan dapat menarik wisatawan lokal. Dengan adanya obyek wisata yang memiliki keunikan dan karakteristik yang berbeda serta dapat menarik wisatawan dan dapat dijadikan sebagai wisata budaya di daerah tersebut.

Kesimpulan yang dapat diambil bahwa obyek wisata di Desa Plesungan mempunyai potensi wisata yang bisa dimanfaatkan dan dikelola menjadi aset wisata andalan di Desa Plesungan. Kekurangan dalam hal promosi dan juga fasilitas yang kurang memadai yang menjadi hambatan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan. Kata kunci : pengembangan, potensi, wisata, promosi.

Kata Kunci: potensi, wisata, desa

ABSTRACT

Tourism is the activity of visiting a place to another place, which is temporary and conducted by individuals or groups as an attempt to find balance or harmony and happiness with the environment. Plesungan Village has tourism potential that can be developed one of them is Sendang Plesungan. The development of tourism potential has a positive impact among the community, such as an increase in the economy. This study aims to determine the general picture of the condition of the existing tourism potential and to know how the role of government in promoting tourism potential in the Village Plesungan.

This research is done through observation and interview. The results of this study indicate that tourism potential in Plesungan Village can attract local tourists. With the existence of attractions that have uniqueness and different characteristics and can attract tourists and can be used as cultural tourism in the area.

The conclusion that can be taken that the tourism object in Plesungan Village has the potential of tourism that can be utilized and managed to be the mainstay tourist asset in Plesungan Village. Disadvantages in terms of promotion and also inadequate facilities that become barriers to increase tourist attraction.

Keywords: potential, tourism, village

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah kegiatan perjalanan untuk mendapatkan kepuasan dan kenikmatan jasmani dan rohani setiap manusia, usaha mengurangi tingkat stress dengan cara mengunjungi berbagai tempat yang bernuansa alam seperti pantai, pegunungan dan lain lain. Menurut Pendit (1999 : 30), Pariwisata adalah kepergian orang-orang sementara dalam jangka waktu pendek ke tempat-tempat tujuan di luar tempat tinggal dan bekerja sehari-harinya serta kegiatan-kegiatan mereka selama berada di tempat- tempat tujuan tersebut: mencakup kegiatan untuk berbagai maksud, termasuk kunjungan seharian atau darmawisata/ekskursi. Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pariwisata ialah aktivitas yang bertujuan untuk menghilangkan kepenatan sejenak dari rutinitas yang ada dengan mengunjungi tempat yang dapat menjernihkan pikiran.

Sektor pariwisata dapat meningkatkan pendapatan daerah, memberikan peluang kerja bagi masyarakat yang tinggal disekitar daerah tempat wisata, dan membuat daerah tersebut menjadi lebih terkenal. Dalam hal memajukan sektor pariwisata yang ada Indonesia telah melakukan beberapa rencana strategi yang telah dibuat oleh Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia yang terdiri dari beberapa aspek yaitu ;

1. Dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena melalui pariwisata dapat membuka kesempatan masyarakat setempat untuk membuka usaha dan dapat menjadi lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat.
2. Mewujudkan pembangunan di sektor pariwisata yang berkesinambungan yang dapat memberikan manfaat bagi sosial budaya, sosial ekonomi maupun bagi lingkungan sekitar.
3. Mengutamakan kepuasan wisatawan yang datang dengan cara menyediakan pelayanan dan juga fasilitas sarana prasana pariwisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan dengan nyaman sehingga para wisatawan merasa puas.
4. Melakukan promosi obyek wisata ke berbagai tempat dan juga media agar masyarakat luas dapat mengetahui pariwisata yang ada sehingga pariwisata tersebut dapat lebih dikenal oleh masyarakat.
5. Dalam pengembangan pariwisata harus dapat menciptakan suatu iklim yang kondusif bagi pembangunan pariwisata yang dapat berdaya guna, berhasil guna, dan juga pengelolaannya transparan serta terhindar dari KKN dalam melakukan fungsi pelayanan kepada masyarakat serta akuntabel.

Hal pertama yang harus dilakukan dalam melakukan pengembangan pariwisata yang ada di Indonesia adalah di dahului dengan melakukan pemahaman tentang berbagai tantangan dan hambatan yang akan dihadapi apabila membuat rencana pengembangan pariwisata dan pelaksanaan pengembangan pariwisata. Pengembangan Pariwisata yang ada di suatu daerah dapat dilakukan berdasarkan dengan prinsip pengembangan pariwisata yaitu Undang – Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan tentang Pembangunan Kepariwisataan yang memuat bahwa dalam pelaksanaan pengembangan pariwisata suatu daerah haruslah memperhatikan keanekaragaman, keunikan, dan kebutuhan dari masyarakat untuk berwisata. Selain itu, dalam melakukan pengembangan potensi wisata yang ada dalam suatu daerah pemerintah juga harus dapat bekerja sama dengan lembaga terkait dengan kepariwisataan untuk menyelenggarakan penelitian dan pengembangan potensi wisata di suatu daerah tersebut agar dapat menjadi salah satu obyek wisata yang dapat dinikmati oleh masyarakat setempat maupun masyarakat luas.

Pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan adanya inovasi dari pemerintah desa untuk menggali potensi yang ada dan memperkenalkan potensi wisata tersebut kepada masyarakat luas melauai berbagai media. Untuk meningkatkan peran kepariwisataan sangat berkaitan dengan fasilitas yang ada dalam obyek wisata tersebut. Usaha untuk mengembangkan obyek wisata harus mengamati berbagai aspek yang dapat memberikan dampak bagi lingkungan sekitar.

Desa Plesungan memiliki potensi wisata yang dapat dikembangkan salah satunya yaitu Sendang Plesungan. Namun masih banyak wisatawan yang belum mengetahui adanya obyek wisata tersebut. Oleh karena itu diperlukan peran pemerintah untuk mensosialisasikan obyek wisata tersebut dan manambah fasilitas

yang ada. Berdasarkan latar belakang diatas kami mengambil rumusan masalah yaitu apa saja peran pemerintah dalam memajukan potensi wisata di Desa Plesungan (Sendang Plesungan).

Tujuan penelitian ini berguna untuk mengetahui dan menginformasikan tentang apa saja peran yang harus dilakukan oleh pemerintah dalam memajukan potensi wisata yang ada di Desa Plesungan tersebut dan manfaatnya agar masyarakat dapat mengetahui mengenai obyek wisata Sendang Plesungan dan dapat mengetahui fasilitas yang ada serta daya tarik yang terdapat di obyek wisata Sendang Plesungan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Plesungan. Gondangrejo, Karanganyar. Adapun alasan kami memilih lokasi penelitian ini yaitu kurangnya peran pemerintah untuk mengembangkan Sendang Plesungan tersebut. Pengumpulan data ini bersumber dari wawancara, observasi, studi kepustakaan seperti buku, internet.

PEMBAHASAN

Salah satu obyek wisata di Desa Plesungan yang bisa dijadikan tujuan wisata adalah Sendang Plesungan. Sendang Plesungan merupakan obyek wisata seni budaya yang ada di Desa Plesungan yang dapat di manfaatkan untuk kegiatan outbound dan wahana pendidikan. Sendang Plesungan diresmikan sekitar Desember 2017 oleh bupati Karanganyar sebagai upaya dalam meningkatkan perekonomian warga dan diharapkan menjadi salah satu bagian dalam pelestarian seni budaya tradisi.

Obyek wisata budaya Sendang Plesungan diharapkan pemerintah desa dapat meningkatkan kreatifitas dan inovasi untuk menggali potensi yang ada di Desa Plesungan dan memperkenalkannya kepada masyarakat luas melalui media sosial dan juga sosialisasi kepada masyarakat sekitar. Dengan adanya keberadaan obyek wisata tersebut dapat memberikan pengaruh yang positif dan juga manfaat kepada masyarakat sekitar. Fasilitas yang sudah ada di dalam obyek wisata Sendang Plesungan tersebut antara lain area parkir yang luas, waterboom, rumah makan, pertunjukan kesenian dan kolam renang anak dan dewasa.

Pemerintah Karanganyar memiliki peran penting dalam mengembangkan pariwisata Sendang Plesungan. Davey (1998:21) mengungkapkan bahwa fungsi utama pemerintahan, yaitu pertama untuk penyedia layanan, merupakan peran pemerintahan yang berkaitan dengan penyediaan layanan yang berorientasi pada lingkungan dan masyarakatnya. Kedua, fungsi pengaturan, yaitu fungsi yang berkaitan dengan perumusan dan penegakan peraturan-peraturan. Ketiga, fungsi pembangunan, yaitu fungsi yang berkaitan dengan keterlibatan pemerintah dalam kegiatan ekonomi. Keempat, fungsi perwakilan, yaitu mewakili masyarakat diluar wilayah mereka. Kelima, fungsi koordinasi, yaitu berkaitan dengan peran pemerintah dalam pengkoordinasian, perencanaan, investasi dan tata guna lahan.

Pemerintah Karanganyar telah bekerja secara optimal dalam meningkatkan daya tarik tempat wisata Sendang Plesungan. Hal ini kemudian mampu memberikan nilai tambah bagi Sendang Plesungan anatara lain merupakan objek wisata alam yang dapat dinikmati oleh banyak kalangan, biaya tiket masuk ke Sendang Plesungan terjangkau, lokasi objek wisata Sendang Plesungan masih asri. Disisi lain sendang ini juga memiliki kelemahan antara lain karena objek wisata Sendang Plesungan terbilang masih baru, jadi banyak masyarakat yang belum mengetahui adanya objek wisata ini, fasilitas yang ada di Sendang Plesungan belum banyak, area parkir Sendang Plesungan tidak terlalu luas.

Berbagai Upaya yang telah dilakukan pemerintah desa dalam memajukan potensi obyek wisata Sendang Plesungan. Upaya yang dilakukan antara lain penyebaran brosur dan juga pamflet di jalan raya, menyelenggarakan pertunjukan budaya seperti pertunjukan wayang kulit dalam acara peresmian Sendang Plesungan, Festival Kirab Tumpeng dan lain-lain, Sosialisasi ke masyarakat sekitar. Walaupun telah melakukan berbagai upaya dalam memajukan potensi wisata Sendang Plesungan akan tetapi upaya tersebut dianggap kurang untuk menarik wisatawan yang ada, sehingga perlu adanya strategi lanjutan dari pemerintah desa untuk memajukan wisata Sendang Plesungan.

Beberapa hambatan dalam mempromosikan dan memajukan potensi obyek wisata Sendang Plesungan yakni letak geografis tempat wisata, modal, dan sumber daya manusia yang berkualitas. Sehingga perlu dilakukan kerja sama antara Pemerintah dengan masyarakat untuk dapat memajukan potensi daerah melalui pengelolaan obyek wisata Sendang Plesungan. Selain itu, pemerintah juga harus mengelola obyek wisata dan meningkatkan fasilitas sarana prasarana yang ada dalam obyek wisata tersebut agar para wisatawan dapat lebih tertarik untuk berkunjung. Masyarakat juga harus merawat obyek wisata tersebut, jangan sampai tangan-tangan jahil merusak tempat-tempat wisata tersebut. Pengunjung pun juga harus menjaga kebersihan saat mereka berkunjung dengan tidak membuang sampah sembarangan.

Beberapa metode yang bisa digunakan untuk mengenalkan objek wisata dan budaya Sendang Plesungan, antara lain dengan mendirikan pusat informasi tentang kegiatan wisata dan budaya di Sendang Plesungan dan juga mempromosikan obyek wisata tersebut di media sosial seperti Instagram, Facebook dan lain-lain agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Melalui media informasi yang ada diharapkan objek pariwisata tersebut dapat menaikkan keeksistensian daerah, sehingga masyarakat dapat mengenal lebih dalam mengenai potensi wisata selama ini kurang begitu menonjol di daerah tersebut.

KESIMPULAN

Peran yang harus dilakukan pemerintah dalam upaya mempromosikan obyek wisata Sendang Plesungan agar dapat menarik para wisatawan yaitu:

1. Mempromosikan obyek wisata Sendang Plesungan di berbagai media sosial agar obyek wisata tersebut dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas
2. Meningkatkan fasilitas sarana dan prasarana yang ada dalam obyek wisata tersebut karena fasilitas yang telah ada dinilai masih kurang dan perlu adanya penambahan serta perbaikan

DAFTAR PUSTAKA

- Soekadji, R. G. 2000. *Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata Sebagai Sistematis Linkage*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Yoeti, Oka. A. 1995. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Angkasa.
- Pendit, S, Nyoman. 1999. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.

UPAYA PEMERINTAH DAERAH DALAM MENAMBAH DAYA TARIK MUSEUM KARST DI PRACIMANTORO KABUPATEN WONOGIRI

Sisworini Karya Wijayanti, Bambang Kris Hartanto, dan Noviana Ratna Nagari

Ilmu Administrasi Negara
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Slamet Riyadi Surakarta
Jalan Sumpah Pemuda 18, Kadipiro, Banjarsari, Surakarta
noviana.ratna.nr@gmail.com

ABSTRAK

Wonogiri adalah kota kecil yang terletak di selatan kota Surakarta dan terkenal dengan wilayah yang tandus dan kering. Meskipun wilayah Wonogiri tandus dan kering, di Wonogiri mempunyai kekayaan alam dan keindahan yang luar biasa. Museum Karst memberikan gambaran kehidupan zaman purba. Museum ini terletak di kawasan karst Gunung Sewu, desa Gebangharjo Kecamatan Pracimantoro Kabupaten Wonogiri atau, sebelah barat berbatasan dengan Wonosari Yogyakarta. Museum Karst mempunyai 3 lantai utama dengan tiga tema. Lantai dasar menampilkan kondisi sosial budaya dengan tema karst untuk kehidupan. Lantai 1 berupa peraga dan poster dengan tema karst untuk ilmu pengetahuan, di lantai 2 berupa ruang serbaguna untuk rapat, presentasi dan pemutaran film. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran dan upaya pemerintah daerah dalam membangun potensi obyek wisata Museum Karst guna meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Museum Karst. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dikumpulkan sesuai dengan jenis data yaitu data sekunder dengan menggunakan teknik dokumentasi dan studi kepustakaan mengenai obyek wisata Museum Karst. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang lebih terfokus pada peran dan upaya pemerintah daerah dalam mengembangkan potensi Museum Karst untuk meningkatkan daya tarik wisatawan. Dari hasil penelitian ini, kesimpulannya adalah pemerintah daerah melakukan strategi pengelolaan dengan memperbaiki infrastruktur yang berupa sarana dan prasarana di Museum Karst sehingga dapat menarik wisatawan lokal maupun mancanegara. Upaya pengembangannya, seperti menambah fasilitas di sekitar museum, menanam jenis-jenis bunga atau taman di sekitar museum agar menambah suasana yang asri.

Kata kunci : Museum Karst, wisata, manajemen strategi

ABSTRACT

Wonogiri is a small town located in the south of Surakarta city and a barren region. Although Wonogiri is a barren region, but it has with the richness of nature and it's beautiful of view. Wonogiri has a Karst Museum that is about early humans. Karst Museum is located in Sewu Mountain, Gebangharjo village, Pracimantoro district, Wonogiri. The Karst Museum has 3 main floors. The ground floor has a theme about social and cultural conditions. The first floor there are visual and posters about knowledge and science, the second floor as a meeting room. The purpose of the researcher to know the role and efforts of government build the potential of tourism object. This research using descriptive qualitative method. The data were collected using documentation techniq and literature studies on Karst Museum. The conclusion is that local governments are implementing management strategies in facilities and infrastructure in the museum so as to attract local or foreign tourists. Efforts to develop such facilities and to plant the types of flowers around the Karst Museum.

Keywords : Karst Museum, Tourist, Management Strategy

PENDAHULUAN

Wonogiri terletak di selatan kota Surakarta, merupakan wilayah tandus dan kering. Meskipun wilayah Wonogiri tandus dan kering, di Wonogiri mempunyai kekayaan alam dan keindahan yang luar biasa. Museum menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 19 tahun 1945 tentang Pemeliharaan dan Pemanfaatan Benda Cagar Budaya di Museum, museum adalah lembaga tempat penyimpanan, perawatan, pengamanan serta pemanfaatan bukti-bukti materiil dari hasil budaya manusia serta alam dan lingkungannya untuk menunjang upaya perlindungan dan pelestarian kekayaan budaya bangsa. Museum Karst memaparkan kehidupan jaman purba. Di dalam Museum Karst terdapat ornamen-ornamen yang dibuat dengan menggambarkan kehidupan purba masyarakat saat itu. Serta terdapat berbagai macam bebatuan yang memiliki bentuk unik dan indah, sehingga menjadi ciri khas di Museum Karst. Terdiri dari patung atau sketsa kehidupan masa lalu, yang setiap bagian display menjelaskan tentang sejarah manusia purba yang hidup di sekitar kawasan itu.

Pada akhir tahun 2005 Presiden Republik Indonesia mengeluarkan Instruksi Presiden Nomor 16 tentang Kebijakan Pembangunan dan Kebudayaan dan Pariwisata, diantaranya menginstruksikan kepada Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral untuk mengembangkan kawasan karst sebagai daya tarik wisata. Wisata merupakan suatu kegiatan perjalanan atau sebagian suatu kegiatan tersebut dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata (Kodhyat dan Ramaini, 1992:123). Pengunjung dapat mengajak keluarga atau teman untuk berkunjung di Museum Karst. Wisatawan akan mendapatkan manfaat pengetahuan dan dapat mengetahui bagaimana kehidupan masa lampau, dengan cara melihat gambaran-gambaran kehidupan di Museum Karst. Selain itu, wisatawan bisa mengetahui berbagai macam bentuk bebatuan yang membentuk kawasan di sekitar Museum Karst. Karena di Museum Karst terdapat ornamen-ornamen batu masa lalu yang ditampilkan sedemikian rupa.

Penulis mengambil judul dan obyek wisata yang terletak di daerah Wonogiri tersebut. Alasan mengambil judul ini karena obyek wisata Museum Karst mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan menjadi obyek wisata yang menarik dan diminati wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berkunjung di Museum Karst. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti mengemukakan pernyataan masalah mengenai daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Museum Karst. Berdasarkan pernyataan masalah tersebut, fokus dari rumusan masalah penelitian ini yaitu bagaimanakah peran dan upaya pemerintah daerah dalam menambah daya tarik Museum Karst guna meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Museum Karst? Dengan tujuan dari fokus penelitian yang penulis buat ini adalah untuk mengetahui peran pemerintah daerah dalam membangun potensi obyek wisata Museum Karst guna meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Museum Karst serta menambah pengetahuan dan wawasan tentang peran pemerintah daerah dalam melakukan strategi pengelolaan di Museum Karst

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif, dimulai dari upaya menjelaskan permasalahan yang ada melalui analisa berdasarkan data yang diperoleh. Penelitian ini lebih terfokus pada peran dan upaya pemerintah daerah dalam mengembangkan potensi obyek wisata Museum Karst untuk meningkatkan daya tarik wisatawan, sehingga penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Peneliti dapat memberikan gambaran secara detail mengenai peran dan upaya pemerintah daerah dalam meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Museum Karst.

Data diperoleh dengan cara memperhatikan permasalahan yang muncul dalam mengembangkan potensi Museum Karst. Data-data yang dikumpulkan bersumber dari data sekunder yang didapatkan dari hasil berbagai sumber bacaan, seperti hasil studi, tesis, studi histories. Untuk menyempurnakan data yang telah dikumpulkan sebelumnya, peneliti menggunakan teknik dokumentasi dalam bentuk tulisan ataupun gambar serta teknik studi kepustakaan dari berbagai sumber referensi

baik berupa artikel, sumber dari internet dan sumber-sumber lainnya untuk menambah kebenaran hasil penelitian ini.

Dalam tahap analisis data, peneliti melakukan reduksi data dengan mengumpulkan segala informasi yang telah didapatkan kemudian peneliti bertugas untuk memilih dan memilah bahan data yang dibutuhkan serta membuang teks yang dianggap tidak perlu. Yang kedua, peneliti melakukan penyajian data dimana peneliti melakukan penyajian data dengan cara mengkategorikan data-data yang telah direduksi ke dalam subbab-subbab yang lebih tertata dan sistematis. Sedangkan tahap terakhir, peneliti melakukan penarikan kesimpulan dengan melakukan tinjauan ulang pada catatan yang telah didapatkan di lapangan ataupun melakukan tukar pikiran untuk mengembangkan pemahaman mengenai kesimpulan

PEMBAHASAN

Museum Karst dibangun pada 2 Juli 2008 dan diresmikan pada tanggal 30 Juni 2009. Pada akhir tahun 2005 Presiden Republik Indonesia mengeluarkan Instruksi Presiden Nomor 16 tentang Kebijakan Pembangunan dan Kebudayaan dan Pariwisata, diantaranya menginstruksikan kepada Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral untuk mengembangkan kawasan karst sebagai daya tarik wisata. Museum Karst terletak di kawasan karst Gunung Sewu, desa Gebangharjo Kecamatan Pracimantoro Kabupaten Wonogiri atau, sebelah barat berbatasan dengan Wonosari Yogyakarta. Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Paranggupito dan wilayah Kabupaten Pacitan Jawa Timur. Wilayah selatan Kabupaten Wonogiri yang merupakan wilayah yang tandus karena berbatuan. Batu-batu terbentuk dari karang laut yang mencuat ke permukaan bumi akibat naiknya permukaan bumi pada masa itu. Museum Karst ini mempunyai potensi yang besar untuk dikelola secara maksimal, tidak hanya pemerintah daerah namun juga warga sekitar. Potensi tersebut misalnya menyimpan berbagai macam koleksi dari berbagai jenis karst di Indonesia. Di dalam Museum Karts terdapat berbagai macam ornamen yang sedemikian rupa dengan menggambarkan kehidupan masyarakat purba pada masa itu. Tidak hanya itu saja, tetapi juga terdapat gambar berbagai jenis bebatuan yang menjadi ciri khusus dari karst ini yaitu mempunyai bentuk unik serta indah. Patung atau sketsa kehidupan masa lampau, disetiap bagiannya ditampilkan mengenai tulisan yang menceritakan tentang sejarah manusia purba yang hidup di sekitar kawasan tersebut.

Secara fisik, kondisi Museum Karst cukup bagus dan mewah. Bangunan megah tersebut berdiri di daerah Wonogiri Selatan yang jauh dari keramaian dan kemacetan kota. Museum Karst mempunyai 3 lantai utama dengan tiga tema yaitu Lantai dasar menampilkan keadaan sosial budaya dengan tema karst untuk kehidupan. Lantai 1 berupa peraga dan poster dengan tema karst untuk ilmu pengetahuan dan di lantai 2 berupa ruang serbaguna untuk rapat, presentasi serta pemutaran film yang dilengkapi dengan tata suara, proyektor, dan layar.

Museum Karst adalah jendela ilmu pengetahuan tentang karst dan geologi yang sangat bermanfaat untuk masyarakat. Kondisi tersebut dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin dengan bekerjasama pada tiga instansi yaitu dari Departemen Energi Sumber Daya Mineral, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dan Pemerintah Kabupaten Wonogiri. Kepemilikan Museum Karst dari Departemen Energi Sumber Daya Mineral, yang pengelolaannya dari Badan Geologi dari Museum Geologi Bandung. Fasilitas di luar museum seperti jalan, masjid, pos penjagaan disediakan dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Sedangkan tanah atau lahannya disediakan dari Pemerintah Kabupaten Wonogiri.

Terdapat berbagai potensi dan pengembangan obyek wisata Museum Karst yang dapat berkembang menjadi daerah tujuan wisata, antara lain :

1. Kegiatan yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke Museum Karst, seperti di sekitar Museum Karst ada bukit-bukit yang dikelilingi oleh 7 goa yang mempunyai pemandangan sangat indah di dalam maupun diluar. Sehingga wisatawan dapat berswafoto dan meningkatkan daya tarik wisatawan, serta terdapat panggung gembira yang diselenggarakan pada saat hari libur nasional ataupun hari minggu.

2. Kemudahan akses yang dijangkau oleh wisatawan ke obyek wisata Museum Karst sangat mudah. Karena jarak antara jalan umum dengan Museum Karst sekitar 2 km. Selain itu, perjalanan menuju Museum Karst bisa dilakukan dengan menggunakan sepeda motor, bus pariwisata, dan angkutan umum disekitar kawasan karts.
3. Berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan wisatawan selama berkunjung di Museum Karst, yaitu :
 - a) Adanya home stay atau hotel untuk wisatawan yang ingin menginap.
 - b) Terdapat jasa angkutan disekitar Museum Karst, seperti ojek dan angkutan.
 - c) Adanya toko cinderamata dengan berbagai aksesoris, seperti cincin, gelang, dan kalung.
 - d) Adanya jasa pemandu atau tour guide.
4. Terdapat aktivitas disekitar Museum Karst, yaitu :
 - a) Wisatawan dapat menikmati fasilitas yang ada di Museum Karst seperti aktivitas wisatawan dapat menikmati pemutaran film tentang karst.
 - b) Aktivitas usaha yang dilakukan penduduk setempat, seperti menjual makanan serta menjual hasil panen penduduk kepada wisatawan.

Upaya-upaya yang akan dilakukan dalam pengembangan oleh pihak pengelola yaitu dengan menambah fasilitas yang ada di sekitar kawasan museum karst, seperti penambahan gardu pandang yang dibangun di bukit-bukit, adanya perbaikan mengenai sarana dan prasarana yang ada, seperti perbaikan jalan-jalan yang rusak, membangun area parkir yang luas dan membangun toko-toko kecil di belakang museum. Menanami berbagai macam bunga dan tanaman di sekitar museum agar menambah suasana yang indah dan asri. Pihak pengelola Museum Karst, Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga juga melakukan promosi secara maksimal supaya Museum Karst dikenal oleh masyarakat luas tidak hanya lokal tetapi juga mancanegara, promosi ini dilakukan dengan cara membuat brosur-brosur tentang Museum Karst selain itu promosi tersebut juga melalui media cetak, media elektronik dan melalui situs internet khususnya media sosial.

KESIMPULAN

Museum Karst mempunyai sebuah potensi yang besar dan potensi tersebut dapat dikelola secara maksimal. Potensi yang ada di Museum Karts yaitu menyimpan berbagai koleksi dari berbagai macam karst di Indonesia. Kondisi tersebut dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin dengan bekerjasama pada tiga instansi seperti dari Departemen Energi Sumber Daya Mineral, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dan Pemerintah Kabupaten Wonogiri. Upaya-upaya yang dilakukan dalam pengembangan oleh pihak pengelola adalah menambah fasilitas-fasilitas yang ada di sekeliling museum, yaitu dengan ditambahnya gardu pandang yang didirikan di bukit-bukit, perbaikan sarana dan prasarana, seperti perbaikan jalan-jalan yang sudah rusak, membangun area parkir yang lebih luas dan juga membangun toko-toko kecil di belakang Museum Karts. Menanami berbagai macam bunga dan tanaman di sekitar museum agar menambah suasana yang indah asri.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewigha, A. 2011. Pesona Kota Gaplek “Museum Karst Indonesia”.
<https://andityadewigha.wordpress.com/pesona-kota-gaplek-museum-karst-indonesia/>. Diakses tanggal 4 Mei 2018
- Eike. 2016. Museum Karst Dunia Ada Di Wonogiri, Ini Sejarahnya.
<https://menzanusantara.com/museum-karst-dunia-ada-di-wonogiri-ini-sejarahnya/>. Diakses tanggal 27 April 2018
- Geologi. 2011. Museum Kars Indonesia. <http://geomagz.geologi.esdm.go.id/museum-kars-indonesia/>. Diakses tanggal 27 April 2018
- Perwita, A.I. 2010. Potensi Dan Pengembangan Museum Kawasan Karst Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Wonogiri. <https://eprints.uns.ac.id/8849/>. Diakses tanggal 27 April 2018

MANAJEMEN DESA WISATA MUSEUM KARST KABUPATEN WONOGIRI

Umi Mahmudah, Devi Anggraini, Nur Aini Djulisa

Ilmu Administrasi Negara
Universitas Slamet Riyadi Surakarta
Jalan Sumpah Pemuda 18, Kadipiro, Banjarsari, Surakarta

ABSTRAK

Keanekaragaman dapat menjadi keunggulan bagi Indonesia yang dapat digunakan untuk memajukan masyarakatnya terutama dalam perekonomian. Salah satu sector yang dapat dimanfaatkan adalah sector pariwisata. Di jaman milenium ini banyak sekali cara-cara yang dapat kita lakukan untuk memajukan daerah melalui pariwisata. Setiap daerah pasti memiliki ciri khas masing-masing atau bentuk berbeda. Di desa banyak sekali potensi yang dapat dikembangkan oleh suatu komoditas dan di olah menjadi rencana yang kuat dari pemikiran masyarakat setempat untuk pematangan menjadi desa wisata. Dari penelitian ini kami mengambil sebuah sampel tentang Museum Karst yang terdapat di Desa Gebangharjo kecamatan Pracimantoro, Kabupaten Wonogiri.

Wonogiri adalah sebuah Kabupaten yang di kenal dengan kota "GAPLEK" dan merupakan salah satu dari sekian banyak kabupaten di Jawa Tengah yang banyak sekali potensi menjanjikan untuk masuk dalam Desa Wisata. Salah satu tempat wisata yang masih baru yaitu Museum Karst yang terletak di Kabupaten Wonogiri. Tujuan penelitian ini yaitu bertujuan untuk menyediakan informasi tentang desa wisata terutama Kawasan Karst kepada semua pihak yang berminat. Jenis penelitian yang kami gunakan adalah Deskriptif Kualitatif, data yang kami peroleh untuk penelitian kami berasal dari Web yang terdapat di Internet

Kata kunci: Desa wisata, Museum Karst, Pariwisata

ABSTRACT

The diversity that is the extraordinary characteristic of Indonesia can actually become its own mainstay for Indonesia in advancing its people especially in the economy. In management as well as tourism can actually increase foreign exchange in non oil and gas fields. In this millennial era there are so many ways that we can do to advance the region through tourism. Each region must have the characteristics of each - each or each form of culture - each. In the village a lot of potential that can be developed by a commodity and in if a strong plan of thinking local people to maturation into a tourist village. From this research we take a sampel about Karst Museum which is in Gebangharjo Village Pracimantoro Sub-district, Wonogiri District.

Wonogiri is a regency known as the city of "GAPLEK" and is one of the many districts in Central Java with a lot of promising potential to enter the Tourism Village. One of the new attractions is the Karst Museum located in Wonogiri Regency. The purpose of this study is to provide information about the tourist village, especially Karst Area to all interested viewers. The type of research we use is Qualitative Descriptive, the data we get for our research comes from the Web. Found on the Internet

Keywords: Tourist village, Karst Museum, Tourism

PENDAHULUAN

Belakangan ini hampir di seluruh daerah di Indonesia memiliki potensi daerah untuk dijadikan desa wisata. Desa wisata yang ada di Indonesia terdiri atas Desa wisata yang di kelola oleh Pribadi (masyarakat sekitar) dan ada yang dikelola oleh Pemerintah. Dari Salah satu contoh Desa Wisata yang ada di Jawa Tengah, kami mengambil Museum Karst Wonogiri atau disebut juga Museum Karst Indonesia

adalah salah satu museum menarik di Indonesia. Tempat wisata ini menjadi salah satu destinasi wisata edukasi untuk masyarakat Indonesia yang sudah bosan akan wisata alam. Museum Karst Indonesia diresmikan oleh Bapak Susilo Bambang Yudhoyono pada tahun 2010 dan Desa Gebangharjo dipilih sebagai tempat berdirinya museum ini karena Desa Gebangharjo terbentang perbukitan batuan karst yang cukup panjang.

Masalah kepariwisataan adalah hal yang terus saja menarik untuk di perbincangkan. Membahas tentang pariwisata selalu saja menciptakan suatu gagasan baru untuk dikaji lebih dalam dan menjadikan hal tersebut sebagai suatu pandangan. Baik dari hal tempat, kenyamanan, strategis, ataupun fasilitas dan masih banyak lagi. Pada Kabupaten Wonogiri pada saat ini sedang gencar – gencarnya melakukan pembangunan terkait pariwisata. Kabupaten Wonogiri banyak sekali daya tariknya terutama pada wisata Alamnya seperti halnya Waduk Gajahmungkur, Prasasti Nglaroh, Khayangan, dll. Berbagai keanekaragaman yang terdapat pada kawasan Karst banyak sekali flora dan fauna yang terdapat nilai-nilai keindahan, sejarah, keunikan, dll sehingga hal ini menjadi daya tarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Tujuan dibangunnya museum karst adalah sebagai bentuk pelestarian terhadap sejarah dan sebagai tempat konservasi di wilayah karst, meningkatkan minat masyarakat kawasan karst itu sendiri, membantu dalam dunia pendidikan sebagai tempat wisata dan untuk menambah kas daerah atau menambah pendapatan masyarakat kawasan karst. Oleh sebab itu, meningkatnya jumlah pengunjung di museum karst dapat menjadi tolak ukur keberhasilan pembangunan wisata di Kabupaten Wonogiri. Strategi dalam peningkatan standarisasi kelayakan bagi pengunjung menjadi salah satu kunci untuk keluar dari permasalahan di museum karst yang berkaitan dengan menambah suatu pengetahuan baru dan pengalaman baru untuk masyarakat luas tentang museum karst.

AU no 10 tahun 2009 pasal 6 memuat bahwa pembangunan kepariwisataan di laksanakan berdasarkan pada asas yang sebagaimana dimaksud di dalam pasal 2 yang di lakukan melalui serangkaian pelaksanaan rencana dalam pembangunan pariwisata dengan memperhatikan pada keanekaragaman, keunikan, ciri khas budaya alam, serta sebuah kebutuhan yang diinginkan manusia untuk berwisata. Dengan begitu pelaksanaan wisata ini sebagai aset dari dari kota/ provinsi itu sendiri sebagai tempat pemasukan di kota/ provinsi kita sendiri, tidak hanya masyarakat saja yang membantu dalam program suksesnya kota wisata akan tetapi pemerintah ikut serta dalam kewajibannya untuk menata kelola kota/ provinsi sebagaimana yang tertuang dalam pasal 23 bagian ke-dua UU nomor 10 tahun 2009. Dengan begitu desa wisata harusnya terkelola dengan baik karna tidak hanya di kelola oleh 1 pihak saja tetapi seluruh masyarakat ikut berperan serta dalam pembangunan di desanya sehingga kesadaran untuk berperan bersama sesuai ketrampilan dan kemampuan masing – masing memberdayakan potensi yang lebih kondusif bagi tumbuh kembangnya pariwisata an serta tercapainya pesona alam sehingga tercapai peningkatan sebuah pembangunan di daerah melalui pariwisata dan memanfaatkannya untukl mencapai masyarakat yang berdaya di wilayah itu.

PEMBAHASAN

Sebelum mengatur desa wisata terlebih dahulu harus mengidentifikasi potensi desa. Berikut langkah-langkah untuk mengembangkan desa wisata adalah sebagai berikut.

- A. Identifikasi untuk potensi desa yang dapat di berdayakan dengan cara musyawarah bersama masyarakat kawasan tersebut yang ber-sifat unik, dengan memastikan potensi untuk komoditas yang utama.
- B. Mengidentifikasi berbagai persoalan yang dapat menjadi penghalang atau penghambat dari potensi wisata tersebut, mulai dari internal maupun eksternal atau dapat menjadikan sebuah permasalahan tersebut untuk dijadikan sebuah potensi yang baru bagi desa wisata.
- C. Adanya sebuah komitmen yang sangat kuat dan dilandasi berbagai kepercayaan untuk kemajuan desa wisata yang dilakukan oleh setiap komponen masyarakat daerah tersebut.

- D. Mengidentifikasi berbagai dampak positif maupun negatif dari desa wisata sesuai aturan adat masing masing daerah.
- E. Adanya kerjasama yang kuat dari komponen desa dengan pemerintah daerah untuk memperluas jangkauan tentang desa wisata.
- F. Adanya berbagai aturan ataupun regulasi norma sebagai dasar pengembangan desa wisata dan untuk mengawasi berbagai potensi penyalahgunaan yang terjadi.
- G. Adanya sebuah pelatihan pengembangan tentang manajemen pariwisata yang di ikuti oleh seluruh komponen desa begitu juga pemerintah desa.
- H. Menggunakan fasilitas di media sosial untuk mempublikasikan atau mempromosikan desa wisata, sehingga efektif untuk dapat di ketahui masyarakat di seluruh dunia.
- I. Adanya studi banding atau mempelajari tentang potensi desa lain untuk menjadi acuan

Pengelolaan Desa Wisata

A. Desa Wisata dan Pengelolaannya

Desa wisata adalah suatu konsep kepariwisataan berbasis masyarakat. Hal ini masyarakat sekitar atau lokal turut andil dalam berbagai kegiatan dalam pariwisata tujuannya agar masyarakat sekitar dapat menikmati manfaat dari pariwisata itu sendiri. Desa wisata adalah suatu bentuk dari integrasi antara akomodasi action dan fasilitas pendukung yang di berikan dalam kehidupan bermasyarakat untuk bersatu dengan tata cara dan adat istiadat berlaku. Ini merupakan solusi untuk meningkatkan masyarakat desa agar terberdaya melalui pembangunan pada desa wisata.

Salah satu bentuk dari pengelolaan desa wisata adalah milik masyarakat untuk di kelola secara baik dengan memikirkan beberapa aspek penting di dalam pengelolaan seperti

1. Aspek dari SDM
2. Aspek finansial
3. Aspek material
4. Aspek tata kelola
5. Aspek pasar.

Dalam sebuah wadah organisasi di masyarakat yang berbentuk manajemen korporasi, kemitraan ataupun yayasan sebagai badan yang mengelola desa wisata yang di recrute dari skill masyarakat daerah setempat dan mengutamakan para pemuda pemudi untuk berperan dengan memiliki latar belakang pendidikan dan keterampilan yang di butuhkan. (Sastrayuda,)

B. Daya Dukung bagi Pengelolaan Wisata Desa (Ekowisata)

Masyarakat setempat atau masyarakat lokal dari kawasan yang mempunyai potensi untuk andil sebagai subyek pembangunan yang langsung berkaitan dengan perkembangan objek wisata sebagai daya tarik budaya, yang merupakan acuan untuk wisatawan dapat berkunjung ke objek wisata. Dalam pembangunan kepariwisataan penting adanya suatu produk dalam suatu kawasan wisata untuk mewujudkan desa wisata berwawasan lingkungan. Mengutip pendapat dari Fandeli dan Muhamad Nurdin (2015) yaitu:

1. Atraksi, yang meliputi atraksi alam, heritage, buatan dan budaya yang punya nilai jual tinggi.
2. Infrastruktur, dibangun sesuai dengan kebudayaan masing masing dipadukan dengan lingkungannya.
3. Kelembagaan
4. SDM , Penghasilan dari pariwisata dikawasan tersebut untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
5. Lingkungan, menganalisis adanya dampak dari lingkungan merupakan bentuk kajian untuk menangannya sementara daya dukung di gunakan untuk memperkuat kualitas atraksi'

Menurut Anonim 1945 pariwisata yang bertumpu pada masyarakat memiliki tujuan untuk

1. memajukan taraf hidup masyarakat dan melestarikan tradisi lokal
2. menambah pendapatan
3. berorientasi pada berkembangnya usaha bersekala kecil ataupun menengah dengan tenaga kerja yang besar dan berorientasi pada teknologi tepat guna.
4. Menambah semangat kerja dan berkompetisi
5. Seluruh aset kepemilikan punya bersama beserta sumber pariwisata dengan anggota masyarakat.

KESIMPULAN

Desa wisata adalah suatu bentuk konsep kepariwisataan yang berbasis masyarakat. Hal ini masyarakat setempat atau masyarakat lokal punya peranan dalam kegiatan pariwisata yang bertujuan agar masyarakat tersebut dapat menikmati manfaat dari pariwisata daerah itu. Belakangan ini hampir di seluruh daerah di Indonesia memiliki potensi daerah untuk dijadikan desa wisata. Desa wisata yang ada di Indonesia terdiri atas Desa wisata yang di kelola oleh Pribadi (masyarakat sekitar) dan ada yang dikelola oleh Pemerintah. Salah satu contohnya adalah desa wisata yang terdapat di kabupaten wonogiri yaitu museum karts yang terletak di desa Gebangharjo, kabupaten Wonogiri Museum Karst Wonogiri atau disebut juga Museum Karst Indonesia adalah salah satu museum menarik di Indonesia. Tempat wisata ini menjadi salah satu destinasi wisata edukasi untuk masyarakat Indonesia yang sudah bosan akan wisata alam.

DAFTAR PUSTAKA

[file:///C:/Users/Tehan/Downloads/4636_1364-](file:///C:/Users/Tehan/Downloads/4636_1364-UUTentangKepariwisataannet1.pdf.pdf)

[UUTentangKepariwisataannet1.pdf.pdf](#)

<https://www.majalahhutan.com/2018/01/pengertian-desa-wisata-menurut-para-ahli.html>

www.radarplanologi.com

www.redaksiprodesa.com

menegpp.go.id

pt.scribd.com

media.neliti.com

www.pps.unud.ac.id

lppm.unmer.ac.id

disporabudparsiantar.blogspot.com

argio.staff.uns.ac.id

eprints.undip.ac.id

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DISEKTOR PARIWISATA AIR TERJUN SEMUNCAR AMPEL BOYOLALI

Fajar Pambuko, Rohmad Dwi Errin Saputro, dan Febryitno
Department of Publik Administration
Universitas Slamet Riyadi Surakarta
Sumpah Pemuda Street 18, Kadipiro, Banjarsari, Surakarta, Indonesia
Feb200298@gmail.com
Phone : 085329646566

ABSTRACT

Air Terjun Semuncar adalah wisata alam yang indah, alami dan asri untuk dikunjungi tetapi belum adanya perhatian dari pemerintah dan kurangnya pengelolaan wisata khususnya masyarakat desa Candisari. Dengan adanya kondisi tersebut maka kelompok kami memiliki pandangan untuk melakukan pengabdian masyarakat yaitu pengelolaan wisata dan pelatihan kewirausahaan produk wisata desa tersebut. Dengan adanya pengelolaan wisata diharapkan dapat menumbuhkan dampak yang positif terhadap kelangsungan wisata tersebut. Dengan pemberdayaan kewirausahaan diharapkan dapat menambah pendapatan masyarakat desa tersebut dan sebagai daya tarik wisatawan terhadap produk yang dihasilkan. Dengan pengelolaan wisata diharapkan kami dengan melakukan kajian, penelitian, dan penyuluhan terhadap pengelolaan tempat wisata agar dapat lebih dikenal masyarakat. Dengan kewirausahaan dapat dilakukan dengan penyuluhan dan pelatihan karya, kreatifitas warga masyarakat lokal. Selain itu dari sisi yang lain kita memiliki pandangan untuk mempromosikan wisata tersebut melalui lisan maupun tulisan baik antar sesama maupun melalui media sosial. Kita dapat bekerjasama dengan pihak-pihak yang terlibat agar perkembangan dapat dirasa secara cepat.

Kata Kunci : pemberdayaan masyarakat, pengembangan desa, wisata.

PENDAHULUAN

Kabupaten Boyolali memiliki keragaman potensi wisata meliputi wisata alam dan potensi wisata budaya disertai dengan keramahtamahan masyarakatnya. Kejenuhan terhadap bentuk wisata modern dan ingin kembali merasakan kehidupan di alam pedesaan serta berinteraksi dengan masyarakat dan aktifitas sosial budayanya menyebabkan perkembangannya pariwisata di daerah - daerah pedesaan yang dikemas dalam bentuk desa wisata. Wisata alam merupakan sebuah potensi sumber yang sangat menguntungkan bagi daerah dan masyarakat sekitar. Potensi wisata dapat dikembangkan secara beriringan dengan hasil kehidupan masyarakat sekitar. Semuanya itu tidak terlepas dari kehidupan masyarakat sekitar yang terus terjalin dalam kehidupan sehari-hari.

Kawasan wisata air terjun Semuncar yang berada di lereng Gunung Merbabu, terletak di desa Candisari, Ampel, Boyolali. Air terjun ini masih alami, asri, indah dan masih jarang dikunjungi oleh wisatawan karena publikasinya hanya bersumber dari mulut ke mulut. Selain itu air terjun ini merupakan mata sumber air masyarakat sekitar, selain itu masih ada dua air terjun, yaitu air terjun Tempuran dan Watu Abang dibawah air terjun Semuncar. Meskipun demikian perlu adanya publikasi, promosi serta memperkenalkan kepada publik agar dapat dikenal oleh masyarakat luas. Untuk mencapai di lokasi air terjun tidak terlalu sulit, jika dari arah Semarang atau arah Solo turun dipasar Ampel. Setelah itu bisa disambung dengan naik kendaraan ojek ke desa Candisari dengan jarak sekitar 10 km dari pasar Ampel turun air terjun Semuncar/petilas Sheykh Maulana Maghribi. Letaknya sedikit sulit dijangkau khususnya wisatawan dari Boyolali. Jalannya yang berkelok-kelok, naik turun layaknya jalan pegunungan merupakan salah satu yang dapat dikembangkan dengan kondisi yang ada.

Wisata ini berada di kawasan perdesaan dengan kondisi alami belum terpengaruh dengan kondisi perkotaan, rumah warga tertata rapi terlihat kondisi yang

subur dengan daerah pertanian yang masih asri. Banyak pepohonan yang terlihat hijau dan aktivitas masyarakat sebagai petani, ternak sapi dsb. Karena letaknya didataran tinggi lokasi wisata tersebut memiliki keunikan tersendiri karena letaknya kira-kira dilereng gunung Merbabu yang masih alami. Dengan kondisi masih alami dibarengi air terjun masih jernih namun belum adanya perhatian dari pemerintah, tentu akan menjadi sebuah wisata yang perlu dikembangkan dan dipromosikan agar dapat ditumbuh kembangkan.

Dalam merealisasikan konsep yang telah dijabarkan di atas, perlu kiranya untuk mengembangkan wisata yang mencakup tata kelola wisata dan pengembangan masyarakat sekitar agar saling menguntungkan dan memberi dampak positif. Sehubungan dengan adanya wisata alam yang menarik dan belum adanya perhatian dari pemerintah serta masih kurangnya kompetensi dari masyarakat sekitar untuk mengembangkan wisata tersebut, maka kami memiliki wawasan untuk melakukan pengabdian masyarakat tentang pengelolaan wisata dan kewirausahaan bagi warga sekitar agar dapat menambah pemasukan bagi masyarakat desa tersebut.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, karena data hasil penelitian ini berkenaan dengan interpretasi, dan kuesioner hasil wawancara warga sekitar wisata air terjun Semucar. Jadi dapat diartikan metode penelitian digunakan sebagai proses yang dapat mengetahui keadaan dilokasi yang akan diteliti, misalkan kondisi geografis, keadaan alamiah, sehingga dapat diketahui secara langsung.

PEMBAHASAN

Wisata Air Terjun Semuncar di Ampel Boyolali merupakan sebuah obyek yang memiliki potensi sebagai wisata terletak di Candisari, kecamatan ampel, Boyolali. Air Terjun Semuncar salah satu obyek wisata dengan menyuguhkan keindahan alami namun disayangkan karena tidak termasuk daftar rekomendasi wisata unggulan. Dengan keindahan panorama yang di sajikan tempat tersebut seharusnya mendapatkan perhatian dari pemerintah. Baik dari Dinas pariwisata maupun dari Dinas perhutani, atau keduanya mampu berkolaborasi dalam pengembangan dan memajukan pariwisata tersebut. Masyarakat juga bisa di ajak ikut andil dalam hal tersebut, sehingga dalam pengembangan menjadi lebih mudah dan sesuai dengan keinginan masyarakat.

Disisi lain air terjun semuncar baru saja dibuka sehingga belum memiliki banyak pengunjung seperti di obyek wisata alam lainnya. Padahal tempat tersebut cocok di gunakan untuk tempat bersantai dan menikmati keindahan alam. Air terjun ini belum di buka resmi oleh pemerintah, oleh karena itu wisatawan yang datang belum terlalu banyak. Wisatawan yang datang membayar dana swadaya kepada masyarakat yaitu sebesar 5000 rupiah untuk biaya parkir sepeda motor, uang tersebut di kelola oleh masyarakat sekitar guna pengembangan dan kebersihan wisata tersebut.

Sebelum melakukan perjalanan menuju air terjun tersebut wisatawan dapat menikmati hidangan berupa nasi goreng, mie rebus, nasi pecel dan berbagai macam minuman. Jarak tempuh wisatawan yang di lalui dari tempat parkir sampai lokasi air terjun sekitar 3 km atau 2 jam perjalanan, yang dimana wisatawan di suguhkan dengan kondisi jalan yang masih alami dari tatanan batu dan di kelilingi pepohonan hijau yang masih asri. Dalam perjalanan wisatawan dapat bertemu maupun bersimpangan dengan wisatawan lain dan mereka dapat bertegur sapa, karena jalan yang di lalui masih jalan setapak. Selain jalan yang masih sempit ketika musim hujan jalan menjadi licin dan wisatawan harus berhati – hati karena jalan mencapai kemiringan 60°.

Sesampai di atas wisatawan tidak mungkin menemukan fasilitas seperti toilet, tempat duduk yang bersih, dan fasilitas lainnya yang dibutuhkan di obyek wisata air terjun semucar, banyak wisatawan yang mengeluhkan hal tersebut. Dengan beberapa kendala tersebut dapat menghambat dan mengganggu pengembangan maupun penambahan fasilitas, sarana, dan prasarana yang berada di air terjun semuncar tersebut. Karena sangat penting sekali dalam menarik minat pengunjung jika

fasilitasnya saja belum diperhatikan, dan peran langsung antara masyarakat dan pemerintah daerah belum dilakukan.

Agar lebih berkesan kelompok kami memiliki pandangan untuk melakukan penyuluhan dan pelatihan kewirausahaan kepada masyarakat yang bertujuan untuk menambah penghasilan masyarakat dengan adanya produk kreativitas masyarakat yang dinamakan “Oleh-Oleh Khas Semuncar” berupa kain batik, kaos, sandal, topi, gelang, dan kerajinan lainnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengamatan kami, objek wisata air terjun semuncar memiliki keindahan alam yang masih asri dan alami. Banyak potensi lain yang masih terkandung didalamnya. Karena kurangnya perhatian dari pemerintah sehingga objek wisata air terjun semuncar dalam pengembangannya masih terhambat. Padahal apabila jika dikelola dengan baik tidak hanya menumbuhkan perekonomian masyarakat sekitar tapi juga menambah pendapatan asli daerah, khususnya daerah Kabupaten Boyolali karena objek tersebut berada dikawasan Kecamatan Ampel.

Untuk itu kami memiliki wawasan untuk melakukan penyuluhan dan pelatihan kepada masyarakat agar kelangsungan objek wisata air terjun semuncar dapat berkembang dengan baik dan dikenal masyarakat luas. Selain itu sebagai bentuk pengabdian masyarakat agar masyarakat sekitar mampu mengembangkan kreativitas dan inovasi yang dapat menambah nilai jual.

Selain itu sebagai bentuk untuk mengembangkan wisata air terjun semuncar kami mempublikasikan melalui media massa maupun media sosial, yaitu instagram, whatsapp, BBM, facebook, dan sebagainya. Selain itu dapat melakukan kerjasama dengan media televisi, radio, dan koran agar dapat dikenal oleh semua masyarakat. Kami juga memiliki wawasan untuk membuat papan petunjuk arah wisata tersebut.

**KONSEP PENGEMBANGAN KAWASAN DESA WISATA DI DESA
GUMENG KECAMATAN JENAWI KABUPATEN KARANGANYAR**

Samsul Ilham T, Sigit Hermawan, dan Hendaru Jati A A

Department of Public Administration Universitas Slamet Riyadi Surakarta Sumpah
Pemuda Street 18, Kadipiro, Banjarsari, Surakarta , Indonesia

ABSTRAK

Potensi wisata yang dimiliki Indonesia seharusnya bisa menjadi andalan untuk mengangkat taraf hidup masyarakat. Pariwisata bisa menjadi sektor penopang pemasukan negara. Di era yang semakin maju semakin banyak cara dan strategi untuk mengangkat potensi wisata di suatu daerah. Masing-masing daerah memiliki kekhasan atau penonjolan karakteristik alam maupun sosio kultural dan aspek lainnya. Desa memiliki segudang potensi yang bisa menjadi sebuah daya tarik pariwisata. Dari penelitian ini mengambil contoh Desa Wisata Gumeng Kecamatan Jenawi Kabupaten Karanganyar.

KARANGANYAR merupakan sebuah kabupaten di Indonesia yang biasa di sebut “BUMI INTAN PARI” dan merupakan salah satu Kabupaten di Indonesia yang Mempunyai keindahan alam yang pantas untuk diperhitungkan . Salah satu objek wisata yang masih baru yaitu Kawasan Museum Karst Indonesia Gebangharjo Kecamatan Pracimantoro. Tujuan penelitian ini untuk menyediakan informasi tentang desa wisata terutama Kawasan Karst kepada semua pihak yang bermintat. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian diskripsi kualitatif. Sumber data diperoleh dari beberapa dokumen di web atau blog yang ada di internet.

Kata kunci: Desa wisata, Karst, Pariwisata

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah suatu aktivitas melepas penat dari kegiatan rutin sehari-hari atau pekerjaan untuk merefresh pikiran atau mencari suasana dan hal baru. Pariwisata merupakan suatu kebutuhan bagi masyarakat luas khususnya bagi kaum pekerja untuk melepas penat dari pekerjaannya dan bagi kalangan remaja untuk mencari hiburan dan menjelajah tempat-tempat baru dan hal yang baru juga. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor penggerak perekonomian yang perlu di beri perhatian oleh pemerintah agar dapat berkembang dan penduduk sekitar tempat pariwisata bisa meningkatkan perekonomiannya. Pengembangan tempat pariwisata bisa dimulai dari sarana/akses menuju ke tempat wisata.

Desa wisata merupakan kawasan pedesaan yang memiliki beberapa tempat wisata. Penduduk kawasan biasanya masih berpegang pada tradisi dan relatif yang masih kental. Selain itu, biasanya desa wisata memiliki kuliner/makanan khas yang berbeda dengan daerah lain. Desa Gumeng Kecamatan Jenawi Kabupaten Karanganyar terdapat juga hasil pertanian yang dimanfaatkan untuk kebutuhan pangan masyarakat dan oleh masyarakat setempat dimanfaatkan sebagai obyek pembelajaran.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata merupakan sebuah aktivitas melepas penat, kegiatan rutin sehari-hari atau pekerjaan untuk merefresh pikiran atau mencari suasana dan hal baru. Pariwisata merupakan suatu kebutuhan bagi masyarakat luas khususnya bagi kaum pekerja untuk melepas penat dari pekerjaannya dan bagi kalangan remaja untuk mencari hiburan dan menjelajah tempat-tempat baru dan hal yang baru juga. Jenis-jenis Pariwisata

- Wisata Budaya
- Wisata Cagar Alam
- Wisata Pertanian

- Wisata ziarah

Komponen Pariwisata

Komponen ini dibagi menjadi dua faktor, yaitu :

- Komponen penawaran (supply) dari pariwisata
- Komponen permintaan (demand) dari pariwisata

Desa Wisata merupakan kawasan pedesaan yang memiliki beberapa tempat wisata. Penduduk kawasan biasanya masih berpegang pada tradisi dan relatif yang masih kental. Selain itu, biasanya desa wisata memiliki kuliner/makanan khas yang berbeda dengan daerah lain.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan pendekatan rasionalistik. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara. Responden adalah orang yang berkompeten atau berpengaruh dalam pencapaian sasaran yang diperoleh dengan menggunakan analisa stakeholder.

PEMBAHASAN

Desa Gumeng terdapat dua karakteristik. Yang pertama dalam kehidupan sehari-hari. Dan yang kedua mengenai adat dan istiadatnya, dapat disesuaikan dengan kondisi penggunaan lahan dan dimanfaatkan untuk pertanian. Masyarakat di Desa Gumeng mayoritas mata pencahariannya adalah bertani. Desa Gumeng mempunyai daya tarik bagi para wisatawan untuk dimanfaatkan sebagai tempat untuk berwisata. Faktor-faktor pendukung kawasan desa wisata

- Berada di dataran tinggi yang mempunyai udara yang sejuk
- Berada di kawasan lereng Gunung Lawu
- Terdapat jalur pendakian ke Gunung Lawu
- Berada di perkebunan teh
- Terdapat beberapa situs budaya berupa candi
- Terdapat beberapa air terjun yang hanya ada pada saat musim penghujan

KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa desa Gumeng adalah desa wisata yang baik di kembangkan agar menjadi desa wisata yang dikenal oleh para wisatawan. Karena tempatnya strategis bagi para wisatawan untuk berlibur dan banyak berbagai tempat wisata yang dapat direkomendasikan untuk dikunjungi.

DAFTAR PUSTAKA

//limamarga.blogspot.co.id
Seputarpengertian.blogspot.co.id

**GAYA KEPEMIMPINAN BADAN USAHA MILIK DESA DALAM UPAYA
PENCAPAIAN EFEKTIFITAS OBYEK WISATA UMBUL PONGGOK
KABUPATEN KLATEN****Evin Febriana Riyati, Ken Ndari Nurhadini, Krismon Dwi Aji Pamungkas**Program Studi Ilmu Administrasi Negara Universitas Slamet Riyadi Surakarta Jalan
Sumpah Pemuda 18, Kadipiro, Banjarsari, Surakarta, Indonesiaknurhadini@gmail.com

Phone : 087836213900

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran seorang pemimpin Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Tirta Mandiri dalam melakukan perencanaan strategis untuk mengembangkan sebuah obyek wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. Penelitian ini dilakukan untuk meningkatkan pengelolaan potensi wisata Desa Ponggok. Penelitian ini menggunakan metode interaktif. Metode ini dianggap tepat untuk menggambarkan peran seorang pemimpin BUMDes Tirta Mandiri dalam melakukan perencanaan strategis dengan melihat potensi yang dimiliki obyek wisata tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan kepemimpinan dalam mengembangkan potensi obyek wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. Gaya kepemimpinan yang diterapkan oleh BUMDes Tirta Mandiri yaitu *participative management*. Peran pemimpin yang dapat memanfaatkan secara maksimal potensi yang ada guna tercapainya efektifitas obyek wisata Umbul Ponggok.

Kata Kunci : Kepemimpinan, Umbul Ponggok, BUMDeS

ABSTRACT

This research was aimed to determine the role of a Village Owned Enterprise (BUMDes) "Tirta Mandiri" leader in strategic planning to develop a tourism object Umbul Ponggok, Klaten District. This research is conducted to improve the management of tourism potential of Ponggok Village. This research uses interactive method. This method is considered appropriate to describe the role of a leader in doing strategic planning to see the potential of the tourist. The result of this research indicate that leadership success in developing tourism object Umbul Ponggok, Klaten District. The style of leadership applied by Village Owned Enterprise (BUMDes) "Tirta Mandiri" is participative management. The role of leader who can take full advantage of the potential that exists in order to achieve the effectiveness of tourism object Umbul Ponggok.

*Keyword :Leadership, Umbul Ponggok, Village Owned Enterprise***PENDAHULUAN**

Sektor pariwisata merupakan salah satu potensi suatu daerah yang kemudian dikembangkan sehingga dapat meningkatkan pendapatan nasional maupun pendapatan daerah terkait. Sektor wisata dalam peningkatan pendapatan asli daerah (PAD) berperan sebagai daya tarik para wisatawan untuk berlibur di daerah wisata tersebut. Strategi pemerintah semakin difokuskan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas suatu obyek wisata. Dewasa ini, pariwisata sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat. Terutama bagi orang yang memiliki materi lebih dan waktu senggang sehingga mereka memilih untuk menggunakan materi dan waktunya untuk sekedar berwisata. Di dukung dengan melimpahnya kekayaan alam di Indonesia yang telah dikembangkan, masyarakat dapat memilih obyek wisata sesuai keinginan mereka untuk mencapai kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan batin.

Dampak dari adanya program otonomi daerah salah satunya adalah pemerintah pusat memberikan kewenangan bagi pemerintah daerah untuk menggali, mengolah, dan mengembangkan potensi wisata yang dimiliki masing-masing daerah. Salah satu

potensi wisata yang dimiliki khususnya di Kabupaten Klaten adalah sebuah sumber mata air yang kemudian diberi nama Umbul Ponggok. Didalam obyek wisata Umbul Ponggok tersebut wisatawan disuguhkan pemandangan di bawah permukaan air yang sebelumnya telah dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Tirta Mandiri. Wisatawan dapat menikmati indahnya pemandangan di bawah permukaan air dengan cara snorkeling, yaitu berenang di bawah permukaan air. Umbul Ponggok akan tetap menjadi tujuan utama para wisatawan yang menghabiskan waktunya di Kabupaten Klaten. Maka dari itu, diperlukan perencanaan strategis dari pihak BUMDes Tirta Mandiri untuk mengembangkan obyek wisata tersebut.

Robert N. Anthony menyebutkan perencanaan strategis adalah proses memutuskan program-program yang akan dilaksanakan oleh organisasi dan perkiraan jumlah sumber daya yang akan dialokasikan ke setiap program selama beberapa tahun depan. Sebelum dibentuknya Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), obyek wisata Umbul Ponggok masih dikatakan belum layak untuk dijadikan sebagai prioritas utama wisata di Kabupaten Klaten. Sehingga dibentuknya Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Tirta Mandiri mendapatkan dukungan penuh dari masyarakat sekitar dalam melakukan revitalisasi obyek wisata Umbul Ponggok guna tercapainya efisiensi dan efektivitas.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dalam penelitian ini menggali peran seorang pemimpin dalam melakukan perencanaan strategis guna mengembangkan potensi kekayaan alam di Kabupaten Klaten. Kepemimpinan mempunyai peran yang sangat besar didalam proses perencanaan guna tercapainya tujuan. Pemimpin yang berkualitas pada semua bidang akan mempermudah badan usaha untuk bergerak mencapai tujuan strategisnya. Penelitian ini didasarkan pada pendapat Likert dalam Thoha (2006:60), mengemukakan pemimpin yang berhasil bergaya *participative management*. Obyek wisata di kabupaten ini dipilih untuk diteliti karena memiliki daya tarik yang tinggi. Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan gambaran tentang peran seorang pemimpin dalam mengembangkan obyek wisata Umbul Ponggok.

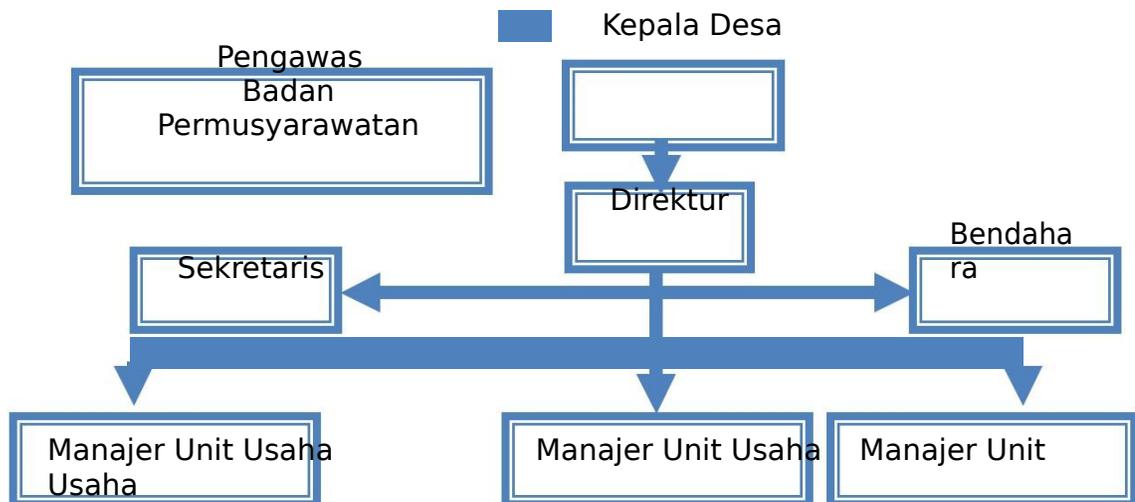
METODE PENELITIAN

Data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara observasi dan dokumentasi. Dokumentasi diperoleh dari profil wisata Umbul Ponggok, RPJMDes Desa Ponggok Tahun 2014-2019, dan buku data monografi Desa Ponggok. Lokasi penelitian adalah di Desa Ponggok, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten dan Kantor Kelurahan Desa Ponggok. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data model interaktif yang terdiri dari reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan serta verifikasi diikuti dengan proses pengumpulan data.

PEMBAHASAN

Sejak di tetapkannya Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, telah memberikan perubahan baru kearah yang lebih baik bagi tatanan pemerintahan desa secara khusus. Umbul Ponggok merupakan salah satu obyek wisata di Kabupaten Klaten yang memanfaatkan kekayaan alam daerah berupa sumber mata air. Sebelum dibentuknya Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) obyek wisata ini masih sangat sepi pengunjung dikarenakan bangunan yang masih sederhana sehingga kurang menarik dimata wisatawan. Namun, setelah dibentuknya Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang diberi kewenangan untuk mengelola sedemikian rupa potensi yang ada sehingga berhasil mempunyai daya tarik yang tinggi bagi para wisatawan. Berawal pada tahun 2008, pemerintah Desa Ponggok mengadakan study banding ke Bali untuk untuk menimba ilmu tentang pengelolaan pariwisata. Secara bertahap, Umbul Ponggok di percantik sedemikian rupa. Investasi dikururkan oleh pemerintah desa secara mandiri, termasuk juga dari warga yang turut berinvestasi. Dana yang terkumpul digunakan untuk perbaikan infrastruktur dan membeli sejumlah peralatan selam. Anak-anak karang taruna Desa Ponggok dilibatkan dalam pengelolaan dengan cara memasukan aneka benda untuk pengunjung berfoto agar terlihat lebih menarik di dalam air. BUMDes Desa Ponggok tidak hanya mengelola sumber daya air tetapi juga di sektor produktif di sektor pertanian dan perikanan.

Struktur Organisasi BUMDes Tirta Mandiri



Pada umumnya, seorang pemimpin menggunakan kekuasaannya dalam menggunakan gaya kepemimpinan, biasanya pemimpin tersebut mengambil keputusan yang kemudian diumumkan kepada bawahannya. Seorang pemimpin yang efektif harus menerapkan gaya kepemimpinan yang tepat agar tidak lagi mendominasi dalam pembuatan sebuah kebijakan. Burns (1978) melakukan studi kepemimpinan yang mendukung terwujudnya efektifitas dan kemudian berhasil mengemukakan gaya kepemimpinan transformasional. Gaya kepemimpinan transformasional ini digunakan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Tirta Mandiri dalam mengembangkan potensi obyek wisata. Pada kepemimpinan ini dinilai berhasil apabila seorang pemimpin berorientasi pada bawahan, dan juga mendasarkan pada komunikasi. Menurut Menurut Bass (1998) dalam Swandari (2003) menyebutkan bahwa kepemimpinan transformasional merupakan pemimpin yang mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi bawahan dengan cara-cara tertentu. Gaya kepemimpinan transformasional cenderung memiliki semangat yang positif untuk para bawahannya sehingga semangat tersebut dapat berpengaruh pada para anggota untuk energik. Gaya kepemimpinan ini dinilai cocok apabila diterapkan oleh Direktur Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) karena BUMDes merupakan lembaga yang dipercaya dalam mengelola aset desa. Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Tirta Mandiri telah berhasil melakukan revitalisasi obyek wisata Umbul Ponggok dengan memperbaiki penataan lahan parkir, penataan kios pedagang agar lebih tertib, pembuatan website sebagai upaya mempromosikan obyek wisata Umbul Ponggok dikalangan masyarakat luas, penambahan petugas keamanan, dan peningkatan pelayanan kepada para wisatawan.

G R Terry (2010) membagi fungsi manajemen menjadi empat bagian yang sering disebut sebagai POAC, yaitu planning (perencanaan), organizing (pengorganisasian), actuating (pelaksanaan), dan controlling (pengawasan). Pada tahap perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan BUMDes Tirta Mandiri telah membuktikan dengan adanya program yang sudah berjalan dengan lancar, yaitu pengoptimalisasi Umbul Ponggok yang tidak hanya menyuguhkan wisatawan untuk berenang tapi juga terdapat hiburan lain seperti kafe dan *live music*. Kemudian pada tahap pengawasan yang bisa dikatakan sudah maksimal dalam mengawasi proses pelaksanaan program yang telah direncanakan.

KESIMPULAN

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang diberi kewenangan untuk mengelola sedemikian rupa potensi yang ada sehingga berhasil mempunyai daya tarik yang tinggi bagi para wisatawan. Secara bertahap, Umbul Ponggok di percantik sedemikian rupa. Gaya kepemimpinan transformasional ini digunakan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dinilai berhasil apabila seorang pemimpin berorientasi pada bawahan, dan juga mendasarkan pada komunikasi. Gaya kepemimpinan ini dinilai cocok apabila diterapkan oleh Direktur Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) karena BUMDes merupakan lembaga yang dipercaya dalam mengelola aset desa. Badan

Usaha Milik Desa (BUMDes) Tirta Mandiri telah berhasil melakukan revitalisasi obyek wisata Umbul Ponggok dengan memperbaiki penataan lahan parkir, penataan kios pedagang agar lebih tertib, pembuatan website sebagai upaya mempromosikan obyek wisata Umbul Ponggok dikalangan masyarakat luas, penambahan petugas keamanan, dan peningkatan pelayanan kepada para wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

Sutrisno, Edi. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Thoha,
M (2006). *Kepemimpinan dalam Manajemen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Peraturan
Desa Ponggok Nomor 6 Tahun 2009 tentang Badan Usaha Milik Desa Wibisono,
Dermawan. *How To Create World Class Company*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka
Utama

PENGEMBANGAN OBJEK MUSEUM KERIS DI KOTA SURAKARTA**Mega Lady Pratiwi, Novia Khoirunnisaa**

Ilmu Administrasi Negara
Universitas Slamet Riyadi Surakarta
Pemuda Street 18, Kadipiro, Banjarsari, Surakarta, Indonesia
noviakhoirunnisaa@gmail.com
Phone : 085726644006

Abstrak

Kuantitas destinasi wisata yang ada di Kota Surakarta jumlahnya cukup besar namun, tidak berbanding lurus dengan pengembangannya. Lambatnya perkembangan destinasi wisata di Kota Surakarta akibat dari kurangnya inovasi, kreatifitas, dan promosi dalam pengemasan destinasinya. Kurangnya sinergitas antara pelaku seni dengan pemerintah juga menjadi penghambat dalam pengembangan destinasi wisata di Kota Surakarta. Museum keris merupakan destinasi wisata budaya baru yang ada di Kota Surakarta, tempat wisata ini bukan hanya menyajikan potensi berupa edukasi tetapi juga menyediakan daya tarik yang lain seperti desain bangunan yang dibuat klasik namun elegan. Namun sayangnya pengembangannya belum maksimal, Museum Keris sendiri belum memiliki website serta akun media sosial. Pembuatan website serta akun sosial media dirasa sangat perlu untuk meningkatkan jumlah wisatawan baik domestic maupun asing untuk berkunjung.

Kata Kunci: Wisata, Budaya, museum keris

Abstract

Quantity of tourist destinations in the city of Surakarta is quite large, but not straight with the development. The slow progress of tourism destinations in the city of Surakarta due to lack of innovation, creativity, and promotion in the packaging of destinations. The lack of synergy between artists and the government is also an obstacle in the development of tourist destinations in the city of Surakarta. Keris Museum is a new cultural tourism destination in Surakarta City, this tourist place not only presents the potential of education but also provides other attractions such as building design that is bolt classic but elegant. But unfortunately not maximal development, Keris Museum itself does not have a website and social media accounts. Making website and social media account is very necessary to increase the number of tourists both domestic and foreign to visit.

Keyword : Wisata, Budaya, museum keris

PENDAHULUAN

Indonesia saat ini terus mengencarkan pembangunan di segala aspek yang dilakukan secara berkesinambungan, terencana dan berkelanjutan demi tercapainya kemakmuran dan kesejahteraan rakyat yang merata dan adil. Pembangunan Nasional dapat dipahami sebagai cara yang dilakukan untuk meningkatkan kesentosaan masyarakat Indoneisa, yang dilakukan secara berkelanjutan, berkesimabungan, dan terencana dengan memperhatikan perkembangan global serta pemanfaatan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. (<http://www.spengetahuan.com>).

Sektor pariwisata bisa menjadi prerogatif utama didalam rencana Pembangunan Nasional, hal ini karena sekto pariwisata dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat yang nantinya akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat secara nasional. Undang-Undang RI No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan menyatakan bahwa, Pariwisata adalah bermacam ragam aktivitas wisata yang didukung dengan bermacam-macam layanan serta fasilitas yang disediakan oleh Pemerintah Pusat, Pemerintah daerah, Swasta (pengusaha), serta Masyarakat.

Hakikat dari pengembangan di sektor pariwisata adalah untuk memanfaatkan daya tarik dan objek wisata yang berupa seni budaya, peninggalan sejarah, kemajemukan budaya, keindahan alam, keberagaman flora dan fauna. Tujuan pengembangan di sektor pariwisata akan berhasil bilamana ditunjang oleh potensi yang dimiliki daerah baik yang bersifat alamiah maupun buatan, yang disertai dengan arahan dalam pengelolaan potensi daerah tersebut. Semakin besar potensi wisata yang ada di dalam Negara oleh suatu Negara maka, akan semakin besar pula capaian dari tujuan pengembangan serta pembangunan pariwisata

Yoeti (1996:5) menyebut bahwa pengembangan suatu daerah, untuk menjadi destinasi wisata tergantung dari potensi daerah itu sendiri. Potensi dan daya tarik daerah dapat berupa, tata cara hidup bermasyarakat, kebudayaan dalam upacara keagamaan, keindahan alam, dan tempat bersejarah. Dalam pengembangan suatu daerah wisata diperlukan aspek-spek yang dapat menopang keberhasilan daerah wisata. Lebih lanjut Suwanto dalam Purnomo, (2012 :2) menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang menjadi poin utama dalam pengembangan daerah atau tempat wisata yakni daya tarik, sarana dan prasarana, tatalaksana, serta masyarakat. Saat menjalankan perannya industri pariwisata harus berpedoman pada panduan serta peraturan yang telah ditetapkan pemerintah dalam pengembangan daerah atau tempat wisata agar, dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun asing yang nantinya dapat meningkatkan perekonomian bagi industri pariwisata serta masyarakat lokal. Selain perlunya mempromosikan daerah atau tempat wisata hal yang tak kalah penting juga bagaimana cara peningkatan pelatihan dan pendidikan pariwisata utamanya bagi masyarakat sekitar, penyediaan sarana dan prasarana yang dapat menunjang keberhasilan dan kesempurnaan daerah atau tempat wisata, serta kemudahan akses untuk menuju ke tempat atau daerah wisata.

Pengembangan pariwisata adalah suatu upaya atau usaha yang dilakukan secara bertahap dengan maksud untuk meningkatkan sumber daya yang dimiliki oleh satu daerah yang memiliki potensi pariwisata, melalui pembangunan komponen fisik maupun non fisik yang nantinya dapat meningkatkan produktifitas daerah tersebut. Dalam hal ini yang dimaksud produktifitas adalah berupa peningkatan pendapatan daerah dan masyarakat sekitar yang berasal dari kunjungan wisatawan domestik maupun asing yang berkunjung. Pengembangan pariwisata dalam kajian ini berkenaan dengan cara-cara yang dibuat oleh pemerintah yang dalam hal ini adalah pemerintah Kota Surakarta untuk mengembangkan sektor wisata di Kota Surakarta.

Menjadi salah satu DTW (Daerah Tujuan Wisata) di Indonesia, Kota Surakarta memiliki jenis destinasi wisata yang beragam seperti wisata budaya, wisata belanja, wisata rekreasi atau hiburan, wisata sejarah serta wisata kuliner. Destinasi wisata budaya yang ada di Kota Surakarta terdiri dari Keraton Kasunanan Surakarta, Pura Mangkunegaran, Kampung Baluarti, Museum Danar hadi, Museum Keris Solo. Sedangkan destinasi wisata belanja di Kota Surakarta terdiri dari Pasar Klewer yang menjadi sentra perdagangan batik terbesar di Jawa Tengah, Pasar Benteng Trade Center (BTC) dan Pusat Grosir Solo sebagai pusat perdagangan tekstil di Kota Surakarta, Kampung Batik Kauman, serta Kampung Batik Laweyan. Sedangkan destinasi wisata rekreasi atau hiburan di Kota Surakarta terdiri dari Taman Taru Jurug (TSTJ), Taman Hiburan Rakyat (THR) Sriwedari, dan Taman Balekambang. Sedangkan destinasi wisata sejarah di Kota Surakarta terdiri dari Benteng Vastenberg dan Monument Pers Nasional. Sedangkan destinasi wisata kuliner di Kota Surakarta terdiri dari Timlo, Tengkleng, Sate Buntel, Sate Kere, Nasi Liwet, Serabi, dan Selat Solo. Kondisi yang demikian menjadikan Kota Surakarta mempunyai nilai tersendiri bagi para wisatawan domestik maupun wisatawan asing.

Kantitas destinasi wisata yang besar ini sayangnya tidak berbanding lurus dengan pengembangannya. Lambatnya perkembangan destinasi wisata di Kota Surakarta akibat dari kurangnya inovasi, kreatifitas, dan promosi dalam pengemasan destinasinya. Kurang nya sinergitas antara pelaku seni dengan pemerintah juga menjadi penghambat dalam pengembangan destinasi wisata di Kota Surakarta. (<https://joglosemar.co>)

Museum keris merupakan destinasi wisata budaya baru bagi masyarakat di Kota Surakarta, museum ini terletak di tengah-tengah Kota Surakarta. Tempat wisata

ini memiliki pesona tersendiri yang dapat memikat wisatawan domestik maupun asing untuk berkunjung, karena tempat wisata ini bukan hanya menyajikan potensi berupa edukasi tetapi juga di dukung oleh daya tarik yang lain seperti desain bangunan yang dibaut klasik namun elegan Beranjak dari hal itu maka perlu dilakukan kajian terkait Pengembangan Objek Wisata Museum Keris di Kota Surakarta. Hasil dari kajian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam Pengembangan Objek Wisata Museum keris di Kota Surakarta, baik bagi pemerintah maupun pihak-pihak yang berkepentingan terkait hal ini.

PEMBAHASAN

Kota Surakarta, sebagai lokasi yang dipilih dalam penelitian ini, dikarenakan terdapat wisata budaya baru yaitu museum keris yang berlokasi di Jalan Bhayangkara No.2, Sriwedari, Laweyan, Sriwedari. Faktor penghambat pada strategi pengembangan Museum Keris di Kota Surakarta terdiri dari berbagai ancaman yang ada di lingkungan eksternal dan kelemahan yang ada di lingkungan internal. Faktor yang membatasi pengembangan Museum Keris di Kota Surakarta yakni ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal dan lingkungan internal. Penyebab hambatan pengembangan Museum Keris di Kota Surakarta diidentifikasi sebagai berikut :

1. Masyarakat lebih tertarik dengan destinasi wisata yang lain.
2. Pemberdayaan masyarakat yang berada di lingkungan museum belum maksimal.
3. Pemanfaatan teknologi yang belum optimal.

Faktor yang menjadi pendukung dalam pengembangan Museum Keris di Kota Surakarta berupa peluang yang berasal dari lingkungan eksternal serta kekuatan yang ada pada lingkungan internal. Penyebab keberhasilan pengembangan Museum keris di Kota Surakarta dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Keadaan politik yang konstan.
2. keterlibatan berbagai *stakeholders*, seperti masyarakat, pemerintah dan sektor private (swasta) yang berjalan dengan baik.
3. Terdapat kelompok kesenian.
4. Terdapat karya seni khas daerah yang banyak diminati.

Hasil Analisis SWOT Berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. menghasilkan isu strategis berupa :

1. Pengembangan objek wisata Museum Keris di Kota Surakarta perlu dikembangkan secara lebih lagi agar nanti nya dapat menjadi daya dukung bagi pembangunan Kota Surakarta sendiri. Seperti penambahan spot foto pada gedung museum.

Pembuatan website dan akun sosial media agar memudahkan wisatawan baik lokal maupun domestik untuk mengakses informasi resmi yang berkaitan dengan Museum Keris di Solo. Di era modern seperti saat ini website serta media sosial sangat bermanfaat utamanya untuk promosi, media informasi, serta sebagai media komunikasi

KESIMPULAN

Pembangunan Nasional dapat dipahami sebagai cara yang dilakukan untuk meningkatkan kesentosaan masyarakat Indonesia, yang dilakukan secara berkelanjutan, berkesinambungan, dan terencana dengan memperhatikan perkembangan global serta pemanfaatan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Faktor yang membatasi pengembangan Museum Keris di Kota Surakarta yakni: Masyarakat lebih tertarik dengan destinasi wisata yang lain, Pemberdayaan masyarakat yang berada di lingkungan museum belum maksimal, Pemanfaatan teknologi yang belum optimal. Penyebab keberhasilan pengembangan Museum keris di Kota Surakarta dapat diidentifikasi sebagai berikut : Keadaan politik yang konstan, Keterlibatan berbagai *stakeholders*, seperti masyarakat, pemerintah dan sektor private (swasta) yang berjalan dengan baik, Terdapat kelompok kesenian, Terdapat karya seni khas daerah yang banyak diminati.

DAFTAR PUSTAKA

<https://media.neliti.com/media/publications/97033-ID-strategi-pengembangan-pariwisata-di-kabu.pdf>

**PENGELOLAAN DESA WISATA KAMPOENG AIR DESA WATUGENUK
KELURAHAN KRAGILAN KECAMATAN MOJOSONGO KABUPATEN
BOYOLALI****Silvia Suci Maharani^a, Kuspiyanti Wulandaari^b, Alfiah Rofi'ati^c**Ilmu Administrasi Negara
Universitas Slamet Riyadi Surakartaalfiahrofiati58@gmail.com

Phone: 082139118420

ABSTRAK

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang penting dalam bidang perkembangan ekonomi, sehingga perlu adanya perkembangan dalam sektor-sektor kepariwisataan. Wisata Kampoeng Air Kragilan adalah tempat rekreasi air untuk berenang yang memanfaatkan mata air lereng Watu Genuk, Kragilan, Mojosongo, Boyolali. permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah Bagaimana faktor-faktor pengembangan desa wisata Kampoeng Air, dalam merumuskan manajemen dan program pengelolaan, sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisata. Dengan tujuan penelitian yang akan dicapai yaitu untuk mengetahui faktor-faktor pengembangan desa wisata Kampoeng Air, desa Watu Genuk kelurahan Kragilan kecamatan Mojosongo dalam meningkatkan jumlah wisatawan.

Manajemen pengelolaan desa wisata yang baik sangat dibutuhkan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di kampoeng air desa watugenuk, Kelurahan Kragilan, Kecamatan Mojosongo, Kabupaten Boyolali. Manajemen pengelolaan pariwisata yang baik perlu adanya planning, organizing, staffing, motivasi, actuating, dalam pengembangan desa wisata tersebut. Selain itu untuk meningkatkan daya tarik pengunjung, desa wisata kampoeng air harus melakukan perbaikan fisik maupun non fisik.

Kata kunci : Pengelolaan, Pariwisata, Manajemen.

ABSTRACT

Tourism is one of the most important sectors in the field of economic development, so there is a need for developments in tourism sectors. Kampoeng Air Kragilan is a recreation place for swimming that utilizes the springs of Watu Genuk, Kragilan, Mojosongo, Boyolali. The problems discussed in this research is the factors of Kampoeng Air village development, in formulating management and program, so as to increase of tourist visits. the purpose of research to be achieved is to determine the factors of village tourism development Kampoeng air, Watu Genuk, Kragilan, Mojosongo district in increasing the number of tourists.

The management of the tourism village is very much needed to increase the number of tourists visiting kampoeng water watugenuk village, Kragilan Village, Mojosongo District, Boyolali District. Good management of tourism management needs planning, organizing, staffing, motivation, actuating, in the development of the tourist village. In addition to increasing the attractiveness of visitors, kampoeng water tourist village must perform physical and non physical repair. Keywords: Management, Tourism

PENDAHULUAN

Salah satu sektor yang paling penting dalam bidang perekonomian adalah pariwisata, sehingga perlu adanya perkembangan dalam sektor-sektor kepariwisataan. Disetiap negara, khususnya negara Indonesia berusaha mengembangkan dan mengelola sektor pariwisata yang ada di setiap daerah di Indonesia. Nilai-nilai kebudayaan dapat dilestarikan dengan adanya pengembangan dan pengelolaan pariwisata dengan baik. Pariwisata merupakan perpindahan lokasi yang satu menuju lokasi yang lain dengan tujuan mencari kebahagiaan, yang dilakukan sementara (Spillane, 1987).

Kabupaten Boyolali merupakan salah satu kabupaten yang ada di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata. Kabupaten Boyolali dekat dengan gunung merapi dan merbabu sehingga memiliki keindahan alam dan menarik untuk dikunjungi. Kabupaten Boyolali lebih dikenal dengan kota penghasil susu sapi, tetapi juga terkenal dengan sektor kepariwisataan terutama sektor wisata alamnya. Potensi wisata di Kabupaten Boyolali sebenarnya cukup banyak, namun masih kurang tereksposnya serta masih dalam tahap pengembangan sehingga sedikit wisatawan mengetahui keberadaanya.

Salah satu dinas yang berperan penting dalam membawa obyek-obyek pariwisata di Boyolali lebih maju dan berpotensi agar dapat lebih dikenal oleh wisatawan lokal, wisatawan nasional, dan bahkan internasional adalah Dinas Kepariwisata dan Kebudayaan kabupaten Boyolali. Fungsi manajemen Dinas Pariwisata dan Kebudayaan harus sesuai dapat mengembangkan dan mengelola dengan baik pariwisata yang ada di Boyolali. Salah satunya yakni wisata Kampoeng Air di desa Watu Genuk kelurahan Kragilan kecamatan Mojosongo yang perlu perhatian dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Boyolali.

Wisata Kampoeng Air adalah tempat rekreasi air untuk berenang yang memanfaatkan mata air lereng watu genuk. Upaya pengembangan wisata tersebut perlu dilakukan, karena terbatasnya sumber daya manusia yang profesional, faktor cuaca juga menjadi penghambat pengembangan wisata Kampoeng Air, dan promosi untuk wisata juga belum optimal sehingga perlu adanya peningkatan promosi (Kurniawati, Wahyuningsih dan Satiti, 2015). Hal ini karena potensi wisata yang masih dalam tahap pengembangan dan pembangunan. Dari permasalahan di atas dapat dikaji mengenai faktor-faktor yang menentukan pengembangan wisata Kampoeng Air, sebagai pedoman dalam merumuskan manajemen dan program pengelolaan desa Wisata Kampoeng Air sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisata, memberdayakan masyarakat dan dapat meningkatkan kesejahteraannya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka permasalahan yang dibahas adalah Bagaimana faktor-faktor pengembangan desa wisata Kampoeng Air, dalam merumuskan manajemen dan program pengelolaan, sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisata. Tujuan penelitian yang akan dicapai adalah Untuk mengetahui faktor-faktor pengembangan desa wisata Kampoeng Air, desa Watu Genuk kelurahan Kragilan kecamatan Mojosongo dalam meningkatkan jumlah wisatawan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, metode ini dilakukan dalam mengumpulkan data, menganalisis permasalahan, dan mencari faktor-faktor apa saja yang dapat mengembangkan potensi wisata yang telah ada di desa wisata Kampoeng Air, desa Watu Genuk kelurahan Kragilan kecamatan Mojosongo ini sehingga bisa menjadi lebih diminati oleh wisatawan dan juga dapat menguntungkan bagi pemerintah daerah. Pendekatan kualitatif ini dipilih karena mampu memperoleh gambaran diskriptif yang lebih luas terhadap fenomena yang diamati (Moeloeng, 1995). Observasi langsung dilakukan dalam pengambilan data yakni dengan mengunjungi desa wisata Kampoeng Air, desa Watu Genuk kelurahan Kragilan kecamatan Mojosongo, agar dapat mengetahui destinasi wisata seperti apa yang diinginkan oleh pengunjung sehingga bisa dijadikan acuan dalam pengembangan lokasi desa wisata tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampoeng Air ini terletak di Desa Watu Genuk, Kelurahan Kragilan, Kecamatan Mojosongo, Kabupaten Boyolali, Propinsi Jawa Tengah. Wisata alam kampung air ini buka dari jam 08.00-17.00. Lokasi wisata ini cukup strategis hanya berjarak sekitar 5 km dari pusat kota Boyolali, lebih tepatnya untuk menuju ke tempat wisata Kampoeng Air Kragilan Boyolali bisa diakses melalui jalur Semarang Solo kemudian menuju ke arah pertigaan Pasar Mojosongo yang melewati di pertigaan Wika. Lalu menuju utara ke arah Tlatar, berjalan lurus terus hingga sampai di SMP Kragilan. Dilanjutkan di jalan samping SMP Kragilan kemudian belok ke kiri atau ke

arah barat sepanjang 1 km. Wisatawan kemudian akan melewati RS Alhidayah Boyolali. Perhatikan ada pertigaan yang terdapat di tengah perkebunan. Lalu belok ke kiri sekitar 100 m akan menemukan jembatan. Tempat wisata air ini berada di bawah jembatan. Disini akan ditemukan gerbang masuk wisata air Kragilan.

Tempat yang dulunya terlihat mencekam dan angker ini diubah menjadi tempat tujuan wisata air yang alirannya sangat jernih dengan udara yang sangat sejuk sehingga menjadi daya tarik tersendiri untuk wisatawan yang datang di Wisata Alam Kampoeng Air ini. Pemandangan hijau yang berada ditebing juga menambah kesejukan yang berada di Kampoeng Air. Harga tiket masuk ke tempat wisata air Kragilan Boyolali ini tidak terlalu mahal. Wisatawan cukup membeli tiket masuk sebesar Rp. 7500,00 saja per orang. Tempat wisata ini sangat pas untuk berwisata menikmati liburan bersama keluarga. Anak-anak kecil pasti akan suka bermain di tempat ini karena pengelola menyediakan mini zoo dan arena permainan anak-anak. Yang istimewa dari kampoeng wisata ini yaitu dengan adanya rumah batu. Pendirian rumah batu ini diilhami dari Rumah Herry Potter sehingga juga dinamakan sebagai Rumah Herry Potter. Rumah batu tersebut menambah daya tarik bagi wisatawan yang senang berfoto dan berselfi.

Faktor pendorong dari wisata Kampoeng Air adalah memberi lapangan pekerjaan kepada masyarakat dan memberdayakan masyarakat setempat, lingkungan yang masih asri, dekat dengan pusat kota hanya 5 km, dan suasana yang nyaman sehingga membantu sektor pariwisata ini lebih berkembang. Sedangkan faktor penghambat yakni sumber daya manusia yang mengelola kurang profesional, kurangnya pengembangan karyawan, cuaca hujan yang menghambat pengembangan, promosi yang kurang optimal, kurangnya perhatian atau kepedulian dari Dinas Kepariwisata dan Kebudayaan kabupaten Boyolali, dan kurangnya petunjuk arah menuju pariwisata sehingga menghambat dalam pengembangan pariwisata.

Manajemen pengelolaan merupakan suatu dasar dalam pengembangan suatu organisasi, begitu pula dengan pengembangan pariwisata Kampung Air Kragilan ini. Salah satunya yakni planning dalam pengembangan pariwisata yang berupa promosi yang optimal, meningkatkan kualitas dari pariwisata tersebut. Kemudian organizing dalam meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas, menempatkan sumber daya manusia sesuai dengan tugasnya masing-masing agar lebih efektif dan efisien. Menurut Terry dan Leslie (2016) mengembangkan pegawai adalah suatu yang pokok, ia adalah tiang dasar dari manajemen yang baik. Usaha-usaha terencana diperlukan untuk perkembangan. Ketergantungan dari perkembangan dan asosiasi informal adalah lambat dan seringkali tidak efektif.

Kualitas para pegawailah, yang biasanya membuat perbedaan antara keberhasilan dan kegagalan sebuah organisasi (Terry dan Leslie, 2016) sehingga dalam pengelolaan dan pengembangan desa wisata Kampoeng Air, diperlukan staffing agar dapat meningkatkan kinerja, mengerahkan pegawai yang ada agar dapat terus memajukan wisata, serta melatih dan mengembangkan sumber daya manusia yang ada untuk terus meningkatkan daya tarik wisatawan agar berwisata di Kampoeng Air desa Watu Genuk kelurahan Kragilan Kecamatan Mojosongo. Diperlukan juga adanya motivasi pegawai agar terus bersemangat dalam menyelesaikan pekerjaannya(Terry dan Leslie, 2016), memotivasi pegawai dalam mempromosikan desa wisata Kampoeng Air sehingga dapat dikenal oleh seluruh masyarakat, bukan hanya kota Boyolali saja tetapi juga masyarakat diluar kota Boyolali.

Pengembangan manajemen dan pengelolaan desa wisata Kampoeng Air pekerjaan yang dilakukan pegawai juga perlu adanya pengawasan agar pelaksanaan kerja itu dilakukan dengan baik serta apa yang dikerjakan dapat diperbaiki sehingga membantu mencapai hasil-hasil yang telah direncanakan (Terry dan Leslie, 2016), Seperti memperbaiki sistem manajemen pegawai agar lebih mengembangkan desa wisata Kampoeng Air.

Upaya meningkatkan daya tarik pengunjung desa wisata Kampoeng Air harus dilakukan perbaikan baik itu secara fisik maupun non fisik. Perbaikan fisik berupa meningkatkan kebersihan tempat wisata sehingga pengunjung lebih nyaman, peningkatan fasilitas seperti penambahan tempat bermain anak, penambahan binatang

pada mini zoo yang telah ada, menambahkan ruang atau tempat untuk pertemuan atau rapat, melakukan pemeliharaan secara berkala pada fasilitas-fasilitas yang telah ada, pemasangan petunjuk arah menuju lokasi wisata kampung air kragilan tersebut. Kemudian perbaikan non fisik seperti promosi baik itu secara online melalui instagram, facebook, dan lain-lain yang menjurus kepada anak muda, membuat website tentang wisata kampung air kragilan ini agar memudahkan wisatawan yang akan mengetahui fasilitas-fasilitas yang ada, promosi offline melalui penyebaran panflet dan pemasangan baliho ditempat-tempat yang strategis. Meningkatkan kualitas karyawan sehingga memberikan kesan yang baik terhadap pengunjung.

KESIMPULAN

Wisata yang dulunya terlihat mencekam dan angker ini diubah menjadi tempat tujuan wisata air yang alirannya sangat jernih dengan udara yang sangat sejuk sehingga menjadi daya tarik tersendiri untuk wisatawan yang datang. Faktor pendorong yaitu memberi lapangan pekerjaan kepada masyarakat dan memberdayakan masyarakat setempat sedangkan faktor penghambat yakni sumber daya manusia yang mengelola kurang profesional, kurangnya pengembangan karyawan, cuaca hujan yang menghambat pengembangan, promosi yang kurang optimal, kurangnya perhatian dari Dinas Kepariwisata dan Kebudayaan kabupaten Boyolali, minimnya petunjuk arah menuju tempat wisata. Perlunya planning berupa promosi yang optimal, meningkatkan kualitas dari pariwisata tersebut. Organizing dalam meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas agar lebih efektif dan efisien. Staffing agar dapat meningkatkan kinerja, mengerahkan pegawai yang ada agar dapat terus memajukan wisata, adanya motivasi pegawai agar terus bersemangat dalam menyelesaikan pekerjaannya(Terry dan Leslie, 2016. Untuk meningkatkan daya tarik pengunjung desa wisata Kampoeng Air harus dilakukan perbaikan baik itu secara fisik maupun non fisik

SARAN

Dari simpulan tersebut dapat disarankan, bahwa manajemen pengelolaan desa wisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Kampoeng Air Desa Watugenuk, Kelurahan Kragilan, Kecamatan Mojosongo, Kabupaten Boyolali perlunya pengelolaan yang baik dengan memperbaiki berbagai fasilitas baik perbaikan fisik maupun nonfisik serta perlunya planning, organizing, staffing dan motivating agar dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi. Serta perlunya peran dari Dinas Kepariwisata dan Kebudayaan kabupaten Boyolali untuk meningkatkan kepariwisataan Kabupaten Boyolali.

DAFTAR PUSTAKA

- Freddy, Rangkuti. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- George R. Terry dan Leslie W. Rue. 2016. *Dasar-Dasar Manajemen*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kurniawati, Diah Suci H., Wahyuningsih dan Emmilia Nadira Satiti. 20017. Strategi Pengembangan Produk Wisata untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Kampoeng Air Di Desa Kragilan Kabupaten Boyolali. Vol 13, No 1.
- Oka A. Yoeti. 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradaya Paramita. Jakarta.
- Oka A. Yoeti. 2005. *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Pradaya Paramita. Jakarta.
- Rashidpour, L., et.al. 2010. *The Pattern of Local Community-Based Management for Sustainable Rural Development in West Azarbaijan Province*. American Journal of Agricultural and Biological Sciences.

Spillane, James J. (1987). *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius.
Jogjakarta.
undang-undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009.

**UPAYA PEMERINTAH DAERAH DALAM MENGEMBANGKAN
PARIWISATA DI KEMUNING NGARGOYOSO KABUPATEN
KARANGANYAR UNTUK MENARIK WISATAWAN LAYAKNYA
WISATAWAN DIUBUD BALI**

Yuyun Riyana¹, Putri Wening², Yessy Sasqia³

Universitas Slamet Riyadi Surakarta

email : pwening1@gmail.com

ABSTRAK

Nowadays, tourism is a byword in the community. Because the development of tourism sector give effect to other sectors, therefore the demand for tourism is increasing in proportion to the level of human needs that are increasing from year to year.

What is the government's strategy to develop tourism in Kemuning? The goal is to know the right government strategy in developing tourism in Kemuning. A leader must have visionary thoughts and actions, planning for long-term tourism monitoring, whether conducted by local government or communities around the area. Therefore, the development of tourism in Kemuning can attract more tourists like in Ubud, Bali that presents the potential of nature that can be the attraction of local and foreign tourists to visit Kemuning.

Kemuning government's strategy and the surrounding community to attract more tourists to come in various ways, such as by doing a free entry for a new tourist attractions and the direction for parking for tourists who come there and also the participation of the surrounding community by giving advice for any tourist attractions which must be visited by tourists who visit Kemuning. There are also efforts of Kemuning regional leaders by working with social media influences who are viral in the community in order to promote new tourist attractions in Kemuning. The local government of Kemuning made a pamphlet along with billboards with photographs of the existing tourist attractions as tempting as possible so that the tourists will be interested in visiting Kemuning and realize that they do not have to go to Ubud Bali to enjoy the nature.

Key word : tourism, strategy, development

PENDAHULUAN

Kepariwisataan saat ini menjadi buah bibir dikalangan masyarakat karena dalam mengembangkan sector pariwisata member pengaruh terhadap sector lain, oleh karena itu permintaan akan pariwisata semakin bertambah sebanding dengan tingkat kebutuhan manusia yang semakin bertambah dari tahun ke tahun. Menurut GBHN 1999, disebutkan bahwa pembangunan kepariwisataan perlu ditingkatkan dan dikembangkan untuk memperbesar penerimaan devisa negara, memperluas dan meratakan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperkaya kebudayaan nasional, dan tetap mempertahankan kepribadian bangsa demi terpilihnya nilai-nilai agama, mempererat persahabatan antar bangsa, memupuk cinta tanah air, serta mempertahankan fungsi dan mutu lingkungan.

Kemuning yang memiliki potensial alam yang sangat baik, karena letak geografisnya strategis dalam mengembangkan pariwisata untuk menarik wisatawan. Salah satu factor daya dukung untuk mengembangkan daerah Kemuning yaitu dengan memiliki pemimpin daerah yang visioner dan memiliki nilai strategi untuk mengembangkan kebudayaan dan menjaga potensi alamnya serta potensi kepariwisataan. Wisata adalah industry yang terkait dengan tujuan wisata, keindahan, keseimbangan, natural, kesehatan, dan kualitas lingkungan yang terjamin. Dengan demikian kami membuat paper ini untuk memberitahukan perkembangan pariwisata di Kemuning bias dijadikan pesona wisata layaknya di Ubud Bali. Serta untuk

mengetahui strategi pemerintah Karanganyar dalam mengembangkan pariwisata di Kemuning. Tujuan dari pembuatan paper ini adalah untuk mengetahui strategi pemerintah yang tepat dalam mengembangkan pariwisata di Kemuning. Manfaat Memberi pengetahuan tentang strategi pemerintah mengenai pengembangan pariwisata di Kemuning

METODE PENELITIAN

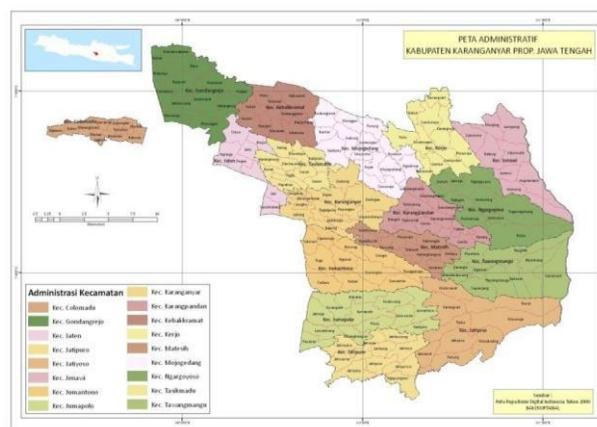
Peneliti masuk kedalam objek penelitian sebagai observer untuk mengamati fenomena-fenomena yang terjadi di dalamnya, seperti strategi pemerintah untuk mengembangkan daya tarik wisatawan berkunjung ke Kemuning. Tujuan dari observasi ini adalah untuk mengetahui strategi pemerintah daerah di Kemuning dalam menarik wisatawan untuk datang. Wawancara, Metode in-depth interview digunakan dengan mewawancarai target. Studi pustaka berasal dari surat kabar serta dokumentasi dari subjek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam undang-undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan pasal 1 ayat 1, Wisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau beberapa orang dengan mengunjungi beberapa tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Sedangkan definisi pariwisata tertuang dalam ayat 3, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan di dukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Beberapa tahun terakhir, sektor pariwisata menjadi aset Indonesia untuk lebih mengenalkan dan menumbuhkan citra serta jati diri bangsa dalam ajang nasional maupun internasional. Selain itu, sektor tersebut menjadi sektor yang penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sektor pariwisata berkembang dan mampu mendorong peningkatan laju pembangunan nasional dikarenakan perannya dalam kontribusi sebagai penyumbang devisa bagi negara.

Kabupaten Karanganyar terdiri atas 17 kecamatan yang dibagi lagi atas sejumlah desa dan kelurahan. Luas wilayah Kabupaten Karanganyar adalah 77.378,64 Ha. Salah satu titik strategis wilayah ini adalah daerah Palur yang menjadi pintu keluar masuk angkutan dan transportasi Jalur Tengah antar Provinsi dari Jawa Timur menuju ke kota Surakarta (Jawa Tengah) dan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Sekitar wilayah ini tumbuh menjadi kawasan pusat perekonomian yang padat yang menyambung hingga ke Kota Solo. Selain itu juga terdapat wilayah yang ditetapkan dalam program pengembangan kawasan industri yang menyangga Wilayah Surakarta dari arah Timur.



Gambar. 1.1 Peta Administrasi Kabupaten Karanganyar
Sumber: DPU Karanganyar, 2015

Kabupaten Karanganyar memiliki sejumlah tempat bersejarah dan alam yang khas (terutama pegunungan) sebagai objek pariwisata. Di Kabupaten Karanganyar terdapat Candi Suku, Candi Cetho, di dekat puncak Gunung Lawu juga ditemukan susunan batuan yang diduga berasal dari peninggalan zaman pra-Hindu (*megalitikum*). Jumlah keseluruhan wisatawan baik lokal maupun mancanegara yang

berkunjung ke Karanganyar tahun 2013 sebanyak 1.100.325 orang. Sedangkan jumlah keseluruhan wisatawan yang berkunjung ke Karanganyar tahun 2014 mencapai 1.120.603 orang.

Undang Undang No. 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dalam melaksanakan sistem politik demokrasinya memberikan motivasi, aspirasi dan meningkatkan partisipasi masyarakat untuk mengembangkan daerahnya. Perlu dipahami bersama bahwa berlakunya peraturan perundangan baru, tanpa mencabut peraturan perundangan yang lama dan relevan, maka peraturan lama dimaksud tetap berlaku dan diberlakukan selama tidak bertentangan. Pembangunan berkelanjutan, pembangunan ramah lingkungan, program konservasi bagi Indonesia merupakan semangat yang sangat cocok untuk diterapkan disegala sektor maupun bidang pembangunan. Isi dokumen Agenda 21 versi Indonesia dalam *Baiquni*, (2007) utamanya untuk pengelola agar pembangunan ekonomi Indonesia berlangsung berkelanjutan dibutuhkan strategi, dan integrasi antar (a) pengembangan pendekatan ekonomi, (b) pengembangan pendekatan pencegahan pencemaran, dan (c) pengembangan sistem neraca ekonomi, sumberdaya dan lingkungan *Kantor Menteri Negara LH dan UNDP*, (1997). Oleh karena itu pelaksanaan otonomi daerah yang berorientasi pelaksanaan sistem demokrasi tetap harus konsisten melaksanakan program-program nasional. Berdasarkan Perda No. 4 tahun 1999, Kawasan Ubud merupakan salah satu dari 15 buah kawasan wisata di Pulau Bali, lingkungannya berada pada ketinggian antara 100 s/d 730 meter dpal, dan terlewati beberapa buah sungai yang berasal dari Bali tengah kearah muara di Bali selatan, dan jarak dari kota Denpasar sekitar 25 Km. Kondisi lokasi geografis dimungkinkan memiliki hawa sejuk, lingkungan perdesaan agraris serta adat budaya yang masih kental, sehingga masyarakat pada kawasan ini terinspirasi untuk optimalisasi pemanfaatan lingkungan dengan usaha menyiapkan sarana jasa pariwisata pondok wisata.

Desa Ubud merupakan salah satu desa pada Kawasan Ubud tahun 2003 memiliki 206 buah pondok wisata, tahun 2006 meningkat pesat menjadi 280 buah atau (80%). Usaha jasa pariwisata ini terus berkembang didorong oleh besarnya jumlah kunjungan wisata di Kawasan Ubud, jumlah kunjungan wisata pertahun sekitar 64.330 orang pengunjung (2000 s/d 2003). Penambahan jumlah sarana jasa pariwisata tersebut pasti mempengaruhi perubahan lingkungan antara lain berupa penyusutan luas lahan sawah dan tegal menjadi lahan pekarangan untuk kemudian digunakan bangunan pondok wisata. Penelitian dari *Goantika Binastra*, (2006) ditemukan bahwa selama 1993 s/d 2003 luasan lahan pekarangan bertambah sekitar 18,04%, penambahan tersebut berasal dari penyusutan lahan sawah dan lahan tegal. Desa Ubud merupakan sentral dan asal mulanya kegiatan pariwisata untuk Kawasan Ubud, hal ini didasarkan pada sejarah yang menginformasikan bahwa dengan kondisi lingkungan yang sejuk, nyaman. Pada tahun 1927 seorang pelukis berkebangsaan Jerman bernama Walter Spies mulai bermukim di desa ini dan melakukan kegiatan keahliannya sebagai seniman pelukis. Kedatangannya atas undangan pemuka desa Tjokorda Gede Agung yang juga ia berjiwa seni, dan tahun 1928 mulailah ia melakukan kegiatan dengan obyek melukis keindahan alam perdesaan. Hasil lukisan kemudian dikoleksi di Desa Ubud dan lukisan-lukisan tersebut menjadi daya tarik wisata, sehingga Desa Ubud menjadi desa wisata seni.

KESIMPULAN

Pembangunan kepariwisataan perlu ditingkatkan dan dikembangkan untuk memperbesar penerimaan devisa negara, memperluas dan meratakan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperkaya kebudayaan nasional, dan tetap mempertahankan kepribadian bangsa demi terpilihnya nilai-nilai agama, mempererat persahabatan antar bangsa, memupuk cinta tanah air, serta mempertahankan fungsi dan mutu lingkungan.

Wisataa dalah industry yang terkait dengan tujuan wisata, keindahan, keseimbangan, natural, kesehatan, dan kualitas lingkungan yang terjamin. Jumlah keseluruhan wisatawan baik lokal maupun mancanegara yang berkunjung ke Karanganyar tahun 2013 sebanyak 1.100.325 orang. Sedangkan jumlah keseluruhan wisatawan yang berkunjung ke Karanganyar tahun 2014 mencapai 1.120.603 orang.

Perbedaan yang membuat wisatawan lebih banyak datang berkunjung ke Ubud Bali di bandingkan dengan banyaknya kunjungan ke Kemuning di sebabkan oleh beberapa faktor di antaranya jika di Ubud Bali telah di beri penyuluhan tentang seminar desa wisata sebagai tujuan wisata nasional oleh menteri kepariwisataan. Sedangkan jika di Kemuning belum dilakukan seminar oleh pemerintah daerah tentang strategi pengembangan kepariwisataan.

REKOMENDASI

Dalam rangka pengembangan pariwisata di Kemuning selain pemerintah, masyarakat disekitar seharusnya ikut andil guna meningkatkan kedatangan parawisatawan di Kemuning.

DAFTAR PUSTAKA

Sujali. 2008. Pengelolaan Usaha Jasa Pariwisata Berbasis Pengembangan Masyarakat Pada Kawasan Ubud Bali. MGI Vol. 22, No. 2, September 2008 (145–164)