

**MEWUJUDKAN DESA WISATA
MENJADI DESTINASI
WISATA BERKUALITAS:
*STAKEHOLDER PERSPECTIVE***

GINTA GINTING
IKE JANITA DEWI



but... What is Sustainable Tourism



Based on UNWTO (The World Tourism Organization)
Sustainable Tourism can be Defined as:

Tourism That Takes Full Account of:
Current and Future Impact of
Addressing the Needs of



PENGANTAR

Pengembangan pariwisata berkualitas (*quality tourism*) membutuhkan perubahan paradigma yang harus dimulai dari titik tolak konsep kepariwisataan yang berkelanjutan (*sustainable tourism*). Pariwisata berkelanjutan merupakan pariwisata yang menghormati penduduk setempat dan wisatawan lain, warisan budaya dan lingkungan. Terdapat tiga pilar yang harus diseimbangkan agar pembangunan pariwisata berkelanjutan dapat berlangsung dalam jangka panjang yaitu pilar sosial (*community*), pilar lingkungan (*environment*) dan pilar ekonomi (*economy*). Dari ketiga aspek tersebut, selama ini penekanan diberikan pada pilar ekonomi dimana pariwisata memberikan manfaat bagi semua pemangku kepentingan yang terlibat, pendistribusian yang adil, kesempatan kerja dan peluang penghasilan.

Kontribusi terbesar dari pengelolaan desa wisata adalah pada pendapatan yang dihasilkan (beberapa desa wisata mendapat penghargaan tingkat nasional, terutama karena jumlah pendapatan yang dihasilkan dari kegiatan pariwisata di tempat tersebut). Padahal, seharusnya keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan harus menjadi dasar pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Penekanan pada aspek ekonomi dalam pengelolaan desa wisata sebagai salah satu bentuk pariwisata berbasis komunitas (*community-based tourism*) selama ini menggunakan indikator kuantitas (jumlah kunjungan). Padahal, desa wisata menawarkan jenis atraksi yang berbasis masyarakat dan budaya lokal. Oleh karena itu, jumlah kunjungan wisatawan yang terlalu banyak justru akan 'merusak' daya tarik tersebut. Pembangunan desa wisata harus memperhatikan kelestarian situs budaya, situs sejarah, bangunan warisan, terjaganya lingkungan yang memproduksi CO₂.





URGENSI MENGEMBANGKAN DESA WISATA SEBAGAI DESTINASI PARIWISATA BERKUALITAS: *COMMUNITY BASED TOURISM* DAN *SUSTAINABILITY*

Desa wisata merupakan suatu wilayah pedesaan yang menawarkan keaslian baik dari segi sosial budaya, adat-istiadat, keseharian, arsitektur tradisional, struktur tata ruang desa yang disajikan dalam suatu bentuk integrasi komponen pariwisata antara lain seperti atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung. Desa wisata sebagai salah satu bentuk pariwisata berbasis komunitas (*community-based tourism*). Menurut Okazaki (2008) terdapat tiga prinsip pokok pembangunan kepariwisataan yang berbasis pada masyarakat atau *community based tourism*, yaitu : (1) Mengikutsertakan anggota masyarakat dalam pengambilan keputusan; (2) Adanya kepastian masyarakat lokal menerima manfaat dari kegiatan kepariwisataan; (3) Pendidikan Kepariwisataan bagi masyarakat lokal. Keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pariwisata mampu memberikan manfaat dalam bentuk penguatan ekonomi lokal, yang antara lain berupa devisa, pendapatan tambahan kepada masyarakat, serta peluang pekerjaan yang dapat ditangkap oleh masyarakat.





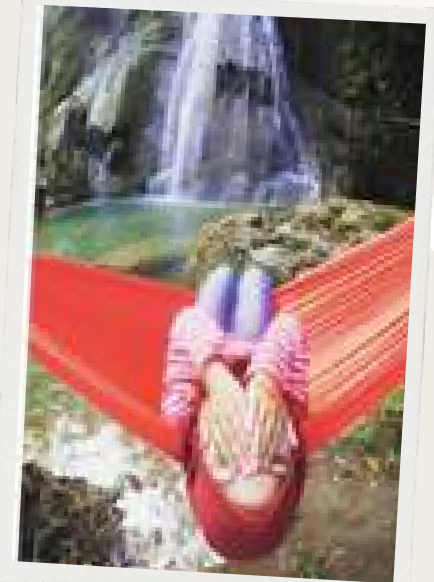
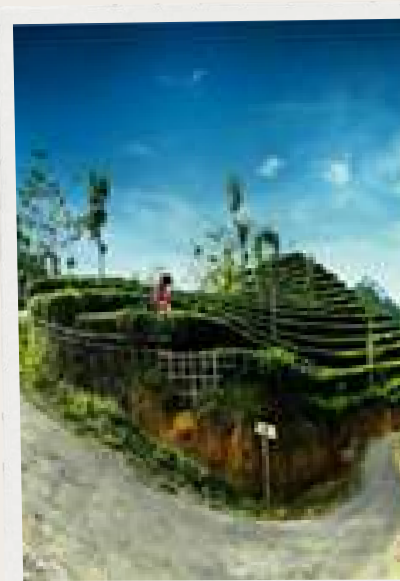
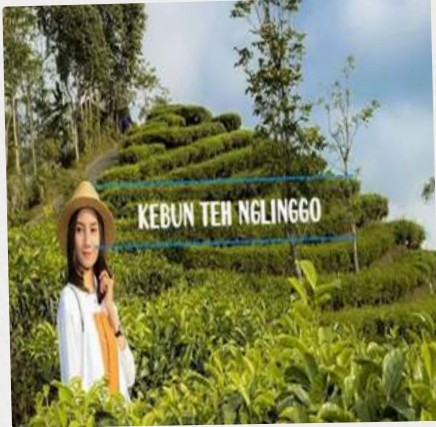
Beberapa prinsip dari *Comunity-Based Tourism* yang harus dilakukan, yaitu: 1) mengenali, mendukung, dan mempromosikan kepemilikan masyarakat dalam pariwisata; 2) melibatkan anggota masyarakat dari setiap tahap pengembangan pariwisata dalam berbagai aspeknya, 3) mempromosikan kebanggaan terhadap komunitas bersangkutan; 4) meningkatkan kualitas kehidupan; 5) menjamin keberlanjutan lingkungan; 6) melindungi ciri khas (keunikan) dan budaya masyarakat lokal; 7) mengembangkan pembelajaran lintas budaya; 8) menghormati perbedaan budaya dan martabat manusia; 9) mendistribusikan keuntungan dan manfaat yang diperoleh secara proporsioanal kepada anggota masyarakat; 10) memberikan kontribusi dengan persentase tertentu dari pendapatan yang diperoleh untuk pengembangan masyarakat; dan 11) menonjolkan keaslian hubungan masyarakat dengan lingkungannya (Sunaryo, 2013; Lu & Nepal, 2003).

BASED PRACTICE : PENTINGSARI



Desa Wisata Pentingsari berlokasi di kawasan dataran tinggi dengan daya tarik utamanya adalah alam dan budaya. Desa Wisata Pentingsari juga merupakan desa wisata yang sudah mendapat penghargaan tingkat nasional dan internasional termasuk penghargaan desa wisata yang *sustainable*, sehingga dapat mewakili desa wisata yang maju. Pengamatan di desa wisata ini akan menghasilkan *critical success factors* yang bisa digunakan dalam menghasilkan model pengembangan desa wisata yang menghasilkan *quality tourism*.

BASED PRACTICE : NGLINGGO



Desa Nglingo merupakan desa wisata yang belum lama dikembangkan. Nilai strategis dari locus ini adalah karena letaknya di Kabupaten Kulon Progo, yang merupakan lokasi bandar udara baru Yogyakarta International Airport dan juga merupakan desa wisata yang relatif dekat dengan Candi Borobudur. Desa Wisata ini baru mengalami tahap pertumbuhan dan bisa mewakili kelompok desa wisata yang baru saja dikembangkan. Keunikan desa wisata ini adalah menyajikan pemandangan indah kebun teh.

BASED PRACTICE : BLEBERAN



Desa Wisata Bleberan terletak di Kabupaten Gunung Kidul yang dulunya merupakan wilayah termiskin di DIY. Dalam beberapa tahun terakhir ini, Kabupaten Gunung Kidul bisa mengurangi angka kemiskinan melalui kegiatan kepariwisataan. Selain itu, Desa Wisata Bleberan termasuk desa wisata yang cukup maju, sehingga dapat mewakili desa wisata dengan tingkat kemajuan menengah.



STAKEHOLDER PARTICIPATION: KEY SUCCESS FACTORS MENUJU PARIWISATA BERKUALITAS

Keberhasilan pengembangan pariwisata berkelanjutan tidak terlepas dari dukungan komunitas dari berbagai stakeholders (masyarakat, pengusaha, komunitas lokal) yang juga disebut *multy-stakeholders*. Untuk itu perlu menyeimbangkan kepentingan *multi-stakeholder*, berikut permodelan yang dikemukakan Pederson (2010) yang menggambarkan bahwa untuk dapat memenuhi harapan *stakeholder* (konsumen, komunitas, karyawan, pemerintah), pengelolaan *internal operation* yang baik (produk/jasa, lingkungan dan sumber daya manusia) sangat diperlukan (Gambar 2). Secara umum Gambar 3 berikut dapat menjelaskan pemangku keoenting yang potensialdilibatkan dalam pengembangan (desa wisata).



Gambar 2: Model dari Pederson
Source: Pederson (2010, p.155).



Gambar 3: Membangun Relationship

Keberhasilan memberdayakan banyak pemangku kepentingan *Community Based Tourism* adalah dengan membangun *relationship*. Pengembangan pariwisata berbasis komunitas adalah identifikasi pemangku kepentingan. Jika sudah teridentifikasi maka para pemangku kepentingan dapat dimasukkan dalam proses pengembangan pariwisata seperti yang dinyatakan Donaldson dan Preston (1995) “ *all stakeholder do not need to be involved equally in the decision making process, but it does require that all interest are identified and understood*”.



PENGELOLA DESA WISATA: *PRIMARY STAKEHOLDER FOR COMMUNITY BASED TOURISM/CBT*

Keberhasilan pengembangan pariwisata berkelanjutan tidak terlepas dari dukungan komunitas dari berbagai *stakeholders* (masyarakat, pengusaha, komunitas lokal). Perkembangan pariwisata tidak luput dari peran serta masyarakat atau komunitas. Pemberdayaan masyarakat (komunitas setempat) yang berada di lokasi yang menjadi tujuan (destinasi) wisata melalui kegiatan usaha kepariwisataan merupakan salah satu model pembangunan yang sedang mendapatkan banyak perhatian dari berbagai kalangan dan akan menjadi agenda penting dalam pembangunan kepariwisataan kedepan. Pentingnya pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan kepariwisataan menjadi sorotan penting menurut pakar kepariwisataan dunia.


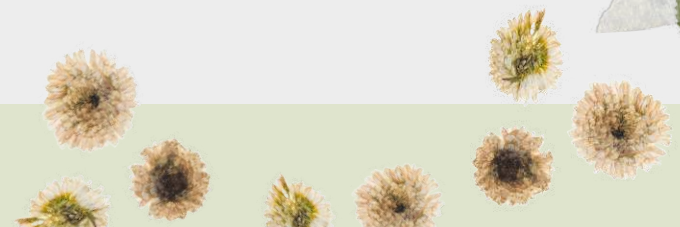


Pembangunan kepariwisataan harus merupakan suatu kegiatan yang berbasis pada komunitas, dengan faktor utama bahwa sumber daya dan keunikan komunitas lokal baik berupa elemen fisik maupun non fisik (tradisi dan budaya) yang melekat pada komunitas tersebut harus menjadi penggerak utama dalam pariwisata tersebut. **Penyelenggara/pengelola desa wisata menjadi stakeholder** penting untuk dapat menggerakkan komunitas dan masyarakat. Untuk mendapatkan insight mengenai CBT, telah dilakukan observasi ke 3 desa wisata **di DIY**, yaitu **Desa Wisata Pentingsari** (Kabupaten Sleman), **Desa Wisata Bleberan** (Kabupaten Gunung Kidul), dan **Desa Wisata Nglinggo** (Kabupaten Kulon Progo). Ketiga desa wisata ini dipilih untuk menghasilkan gambaran lengkap dan juga model penelitian yang komprehensif. Masing-masing dari ketiga desa wisata tersebut mewakili lanskap dan karakter yang berbeda-beda.

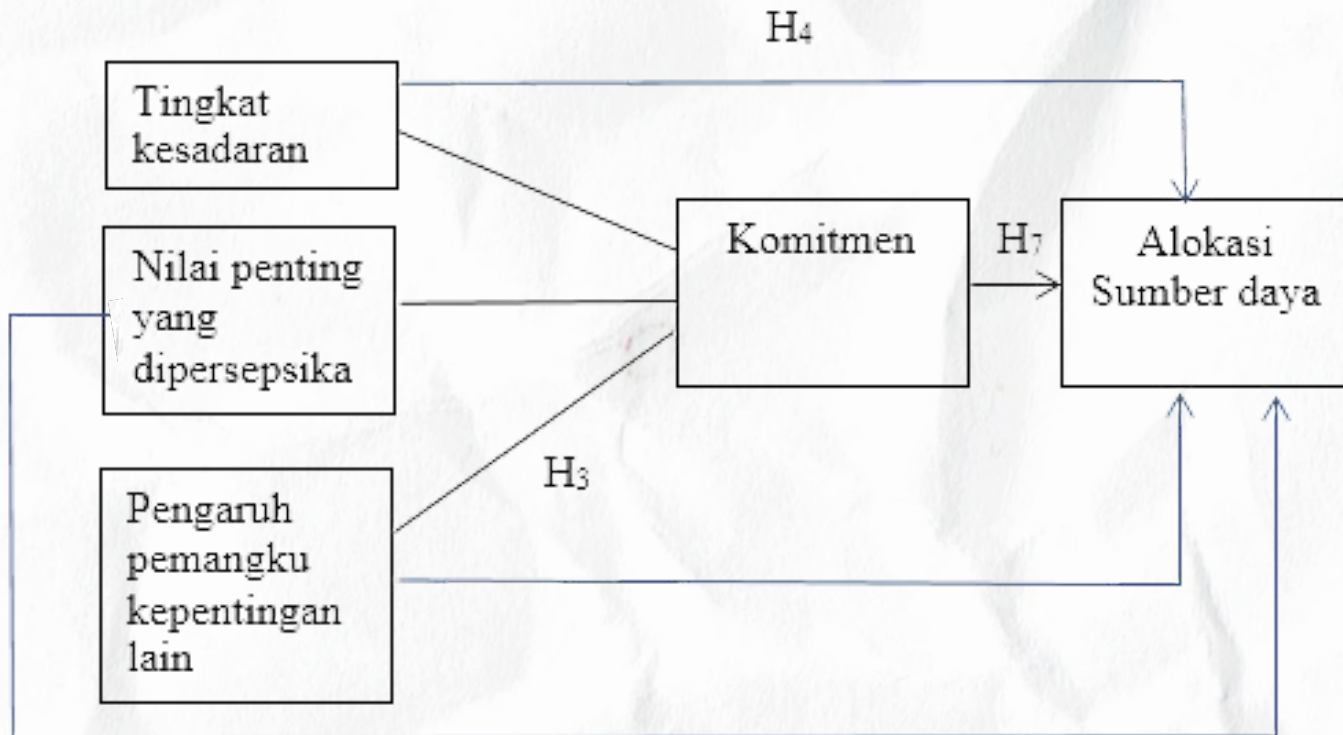


PROPOSING CONCEPTUAL MODEL: HASIL OBSERVASI DI 3 DESA WISATA (PENTING SARI, NGLINGGO, BLEBERAN)

Dari pengamatan di lapangan khususnya terkait *primary stakeholder* (pemangku kepentingan utama) yaitu penyelenggara/pengelola (aspek manajerial), maka untuk merumuskan strategi pengembangan pariwisata yang berkualitas, perlu diketahui tingkat pemahaman, persepsi terhadap tingkat adopsi strategi ini oleh penyelenggara desa wisata, wisatawan, dan pemerintah, persepsi terhadap urgensi pelaksanaannya, dan niat pemangku kepentingan tersebut untuk melaksanakan strategi ini. Ada lima variabel yang dinilai penting untuk dikembangkan menjadi sebuah konseptual model yaitu:

1. Tingkat kesadaran (*awareness*)
 2. Nilai penting yang dipersepsikan dari adopsi paradigma *quality tourism* (*perceived importance*)
 3. Pengaruh dari pemangku kepentingan yang lain (*reference group influence*)
 4. Komitmen untuk mengimplementasikan (*commitment*)
 5. Alokasi sumber daya pada implementasi strategi pengembangan pariwisata yang berkualitas (*resource allocation for quality tourism development*)
- 
- 

Secara konseptual, relasi antar variabel tersebut bisa digambarkan sebagai model penelitian di bawah ini.



Gambar 4 :Model Konseptual (diadaptasi dari berbagai sumber)

ARGUMENTASI PRAKTIS DARI KONSEPTUAL MODEL

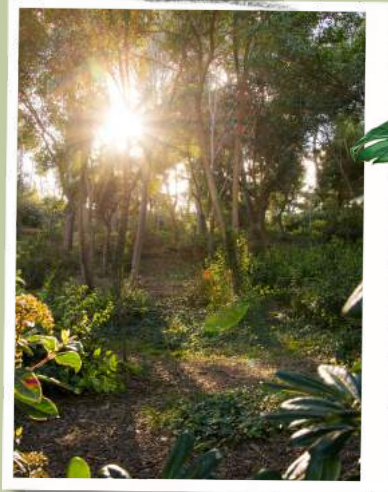


Dalam pengembangan desa wisata, ada 3 (tiga) faktor penting yang akan menentukan kesuksesan strateginya, yaitu komitmen, alokasi sumber daya dan pengaruh *stakeholder*. Komitmen ini merupakan representasi dari kebulatan tekad dari warga masyarakat untuk mengembangkan desanya menjadi desa wisata. Desa wisata yang merupakan bentuk usaha bersama masyarakat membutuhkan kebersamaan untuk mewujudkan cita-cita bersama. Dalam hal komitmen pengembangan desa wisata menjadi destinasi wisata yang berkualitas, ada tiga faktor yang berperan yaitu tingkat kesadaran, nilai penting yang dipersepsikan, dan pengaruh pemangku kepentingan lain. Pengaruh *stakeholder* (pengelola) adalah kemampuan menggerakkan *resources* dan membangun *relationship* dengan *stakeholder* lainnya.

Pengelola/penyelenggara berperan sebagai penggerak desa wisata perlu melakukan sosialisasi dan edukasi yang sistematis dan intensif agar warga masyarakat memiliki tingkat kesadaran (*awareness*) tentang konsep destinasi wisata yang berkualitas. Program edukasi juga sangat penting untuk membuat warga masyarakat memiliki keyakinan bahwa pengembangan desa wisata menjadi destinasi wisata yang berkualitas akan memberikan manfaat dan kesejahteraan bagi masyarakat. Dalam pembangunan komitmen, penting untuk mensinergikan seluruh pemangku kepentingan, dengan selalu melakukan koordinasi dan program edukasi yang komprehensif yang mencakup seluruh pemangku kepentingan desa wisata. **Inti dari permodelan yang diusulkan adalah pentingnya pihak pengelola mampu mengalokasikan sumber daya yang ada didesa wisata secara optimal yang tentunya didukung oleh kreativitas dan inovasi tanpa batas.**

ALOKASI SUMBER DAYA SECARA OPTIMAL SERTA DUKUNGAN INOVASI
DAN KREATIFITAS KUNCI SUKSES *COMMUNITY BASED TOURISM*





Terima Kasih

