

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Prospek industri pariwisata di Indonesia sangat besar dan menjanjikan mengingat negara Indonesia memiliki kekayaan alam yang melimpah. Sudah selayaknya tiap-tiap daerah menggali dan mengembangkan potensi-potensi yang ada di daerahnya masing-masing. Sektor pariwisata memberikan kontribusi yang cukup besar untuk Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Dari pariwisata juga akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan taraf hidup masyarakat, meningkatkan produk daerah ke ajang internasional, dan lain sebagainya.



Gambar 1. Peningkatan PDB Pariwisata di Indonesia

Sumber : LAKIP Kemenpar 2015

Keterangan : \* angka sementara

\*\* angka sangat sementara

Grafik di atas menunjukkan bahwa dari tahun ke tahun sektor pariwisata di Indonesia mengalami peningkatan. Pada tahun 2010 PDB pariwisata sebesar 261,06 triliun rupiah. Tahun 2011 meningkat sebanyak 35,91 triliun rupiah menjadi 296,97 triliun rupiah. Di tahun 2012 dan 2013 pun mengalami hal yang sama, PDB pariwisata mengalami kenaikan sebanyak 326,24 triliun rupiah dan 365,02 triliun rupiah. Lebih lanjut pada tahun 2014 PDB sektor pariwisata mencapai 394,52 triliun rupiah dan pada tahun 2015 mencapai 461,36 triliun rupiah. Kesimpulan dari gambar di atas adalah bahwa pertumbuhan PDB dari sektor pariwisata mengalami peningkatan yang cukup berarti setiap tahunnya.

Peningkatan jumlah PDB nasional tidak terlepas dari adanya upaya yang telah dilakukan oleh Kementerian Pariwisata melalui kerangka strategi pemasaran yaitu melihat DOT (*Destination* yaitu melihat destinasi mana saja yang diminati oleh wisatawan; *Origin* merupakan strategi untuk melihat asal negara dari masing-masing wisatawan; *Time* yaitu untuk mensinkronisasikan waktu libur masing-masing negara asal wisatawan dengan event/festival yang diselenggarakan di Indonesia).

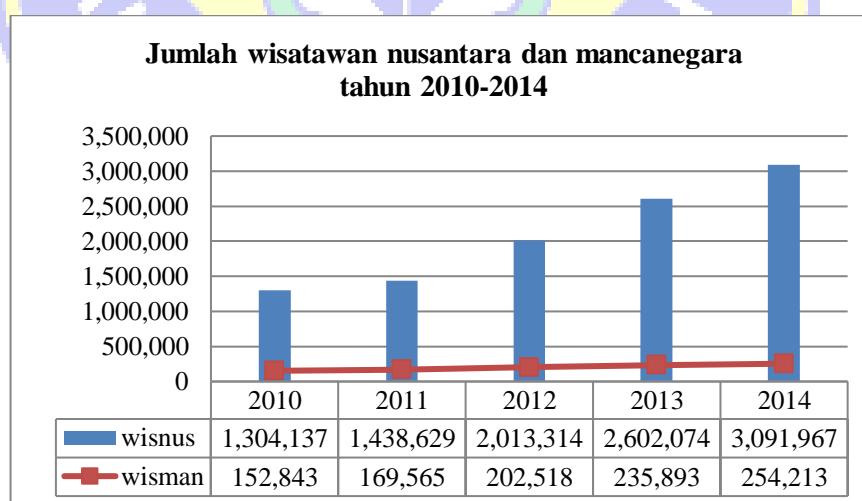
Setelah DOT, BAS (*Branding, Advertising, Selling*) merupakan strategi pemasaran selanjutnya. *Branding* adalah upaya untuk mempromosikan pariwisata melalui penempatan iklan di website, media ruang, TV, media cetak, mengadakan festival di mancanegara dan mengadakan *famtrip* dengan mendatangkan sekelompok wisatawan asing sesuai dengan paket wisata yang ditawarkan. Kemudian *Advertising* adalah

salah satu strategi pemasaran pariwisata mancanegara melalui pemasangan iklan di media cetak (koran dan majalah), event-event mancanegara, *blocking sale* di televisi, pembuatan bahan-bahan promosi, dan kerja sama promosi dengan pelaku industri pariwisata. Upaya lain yaitu *Selling*, maksudnya memfasilitasi penjualan paket wisata yang dibuat industri pariwisata melalui *Tradeshows* dan *Sales Mission*.

Dalam memasarkan produk pariwisata Indonesia erat kaitannya dengan publikasi atau pengiklanan yang menggunakan metode POSE (*paid media, owned media, social media*, dan *endorse*). Hal tersebut diaplikasikan pada berbagai jenis media untuk pengiklanan yaitu media online, media cetak, media ruang, media elektronik. Selain strategi pemasaran diatas beberapa upaya pemasaran yang memiliki peran strategis untuk mendorong peningkatan kunjungan wisatawan adalah ikut berpartisipasi dalam event internasional.

Kebanyakan wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia berkunjung ke Bali ataupun Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Walaupun Indonesia dikenal dengan potensi pariwisata yang beraneka ragam, namun kedua daerah tersebut masih menjadi primadona. Bali dikenal dengan budayanya yang masih kental dan keindahan alamnya. Sedangkan DIY tidak kalah bila dibandingkan dengan Bali. DIY dengan penduduknya yang ramah, keindahan alam yang mempesona, dan keratonnya menjadi nilai tambah tersendiri.

Pada tahun 2010 jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang datang ke DIY sebanyak 1.304.137 orang dan wisatawan mancanegara sebanyak 152.843 orang. Selanjutnya pada tahun 2011 jumlah kunjungan wisatawan nusantara mencapai 1.438.629 orang dan 169.565 orang wisatawan mancanegara. Di tahun 2012 pun jumlah kunjungan wisatawan nusantara (wisnus) dan wisatawan mancanegara (wisman) menunjukkan adanya kenaikan yaitu sebanyak 2.013.314 orang dan 202.518 orang. Sedangkan pada tahun 2013 capaian jumlah pengunjung sebanyak 2.837.967 orang dengan rincian 235.893 orang wisman dan 2.602.074 orang wisnus. Pada tahun 2014 naik 17,90% atau sebanyak 508.213 orang dengan perincian 254.213 orang wisman dan wisnus 3.091.967 orang (Data Statistik Pariwisata DIY Tahun 2014). Dengan demikian, jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke DIY mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Agar lebih jelas, dapat dilihat dalam grafik berikut ini:



Gambar 2. Jumlah wisatawan nusantara dan mancanegara yang datang ke DIY tahun 2010-2014

Sumber: Data Statistik Pariwisata DIY Tahun 2014

Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki lima daerah kabupaten/kota, yaitu Kabupaten Sleman, Kabupaten Kulon Progo, Kabupaten Gunung Kidul, Kota Yogyakarta, dan Kabupaten Bantul. Masing-masing daerah tersebut berlomba-lomba untuk menggali dan mengembangkan potensi yang ada di daerahnya. Salah satu kabupaten yang ada di DIY yang sedang mengembangkan potensi daerahnya adalah Kabupaten Kulon Progo.

Kabupaten Kulon Progo merupakan salah satu dari lima kabupaten/kota yang ada di DIY yang terletak paling barat. Kabupaten Kulon Progo memiliki luas wilayah 586,28 km<sup>2</sup>, terdiri dari 12 kecamatan, 87 desa, 1 kelurahan dan 917 dukuh. Wilayah Kabupaten Kulon Progo mencakup dataran rendah, dataran tinggi, serta daerah perbukitan juga berbatasan langsung dengan Samudera Hindia. Kondisi ini membuat Kabupaten Kulon Progo memiliki potensi alam yang sangat luar biasa.

Sejak April 2011, Kabupaten Kulon Progo meluncurkan sebuah branding yaitu, “Kulonprogo *The Jewel of Java*”. Seperti dilansir dari situs resmi pemda Kulon Progo, misibrand ini adalah dimana Kulon Progo berusaha mencitrakan diri sebagai daerah yang memiliki multi potensi alam yang didukung oleh sumber daya manusia yang diharapkan mampu menarik para investor yang nantinya untuk kesejahteraan kehidupan masyarakat Kulon Progo. Sedangkan visi dari *brand* ini yaitu menjadikan Kulon Progo sebagai *The Jewel of Java* dengan segala potensi-potensi Kulon Progo baik kekayaan sumber daya alam, seni budaya dan pariwisata sebagai daerah

yang tepat untuk investasi ([http://www.kulonprogokab.go.id/v21/Pedoman-Branding-Kabupaten-Kulon-Progo\\_180 hal](http://www.kulonprogokab.go.id/v21/Pedoman-Branding-Kabupaten-Kulon-Progo_180_hal)).

Hal ini didukung dengan Peraturan Daerah Kabupaten Kulon Progo Nomor 9 Tahun 2009 tentang Rencana Induk Kepariwisataan Daerah Tahun 2015-2025, disebutkan bahwa kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha. Sedangkan tujuan pembangunan kepariwisataan daerah ini yaitu untuk meningkatkan kualitas dan daya saing destinasi pariwisata daerah; meningkatkan citra daerah sebagai destinasi pariwisata yang unggul dan bermartabat; mendorong peningkatan jumlah kunjungan dan pembelanjaan wisatawan; meningkatkan rantai nilai pariwisata untuk peningkatan pendapatan daerah, kesejahteraan masyarakat, dan pelestarian lingkungan; serta meningkatkan tata kelola destinasi pariwisata yang efektif dan profesional.

Sementara saat ini wisatawan lebih tertarik dengan pariwisata yang menyuguhkan alam pedesaan dengan lingkungan yang masih asri, sejuk, dan bersifat sederhana. Mereka sudah merasa bosan dengan aktivitas-aktivitas yang ada di perkotaan. Suara bising kendaraan bermotor, polusi udara yang tebal, dan kemacetan panjang merupakan sebagian contohnya. Dibandingkan dengan di kota, di desa masih memiliki udara yang bersih, belum tercampur dengan polusi kendaraan bermotor. Selain itu, para

wisatawan tertarik dengan tempat wisata yang menyajikan interaksi dengan masyarakat sekitar. Dari situlah kemudian muncul dan berkembang konsep pariwisata yang disebut dengan desa wisata.

Desa wisata merupakan sebuah kawasan pedesaan yang memiliki keunikan dan karakteristik khusus untuk menjadi destinasi wisata, antara lain lingkungan bernuansa alami, tradisi dan budaya masih dipegang masyarakat, makanan khas, sistem pertanian, dan sistem kekerabatan (<http://www.ampta.ac.id/desa-wisata>). Desa wisata pun bermacam-macam jenisnya, ada desa wisata yang berbasis kerajinan, seni budaya, pertanian, ritual, dan nuansa alam.

Salahsatu desa wisata yang ada di Kabupaten Kulon Progo yaitu Desa Wisata Jatimulyo. Desa Jatimulyo memiliki luas wilayah 1.629,06050 Ha yang terbagi ke dalam 12 pedukuhan, yakni Pedukuhan Sokomoyo, Pedukuhan Banyunganti, Pedukuhan Gunungkelir, Pedukuhan Sono, Pedukuhan Kembang, Pedukuhan Pringtali, Pedukuhan Sumberjo, Pedukuhan Beteng, Pedukuhan Karanggede, Pedukuhan Sibolong, Pedukuhan Jonggrangan, dan Pedukuhan Gendu yang terdiri dari 25 Rukun Warga (RW) dan 107 Rukun Tetangga (RT) (<http://desajatimulyo.net/profil-desa/kondisi-umum/>).

Kondisi topografi di Desa Wisata Jatimulyo merupakan wilayah pegunungan yang berada di ketinggian 800 mdpl (meter di atas permukaan laut) dan bersuhu udara sekitar 23-29 derajat celcius. Tidak heran jika desa

wisata ini memiliki panorama pegunungan yang indah dan pemandangan alam yang menghijau.

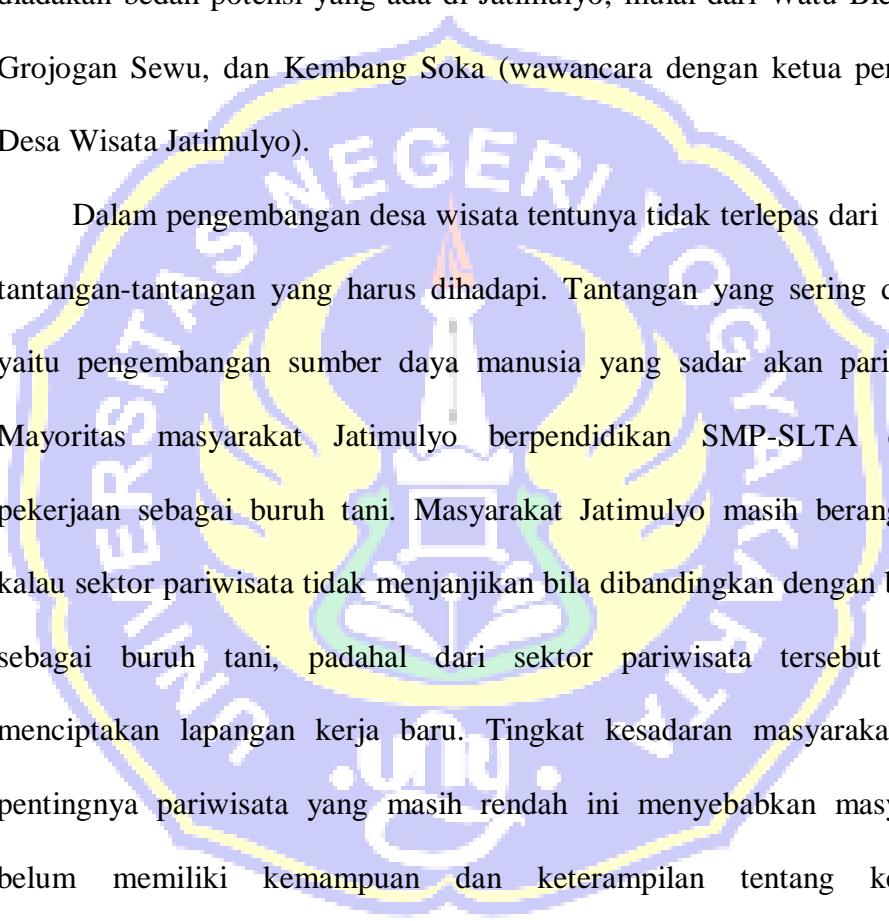
Tabel 1. Data kunjungan Wisatawan ke Desa Wisata Nginggo, Kalibiru, dan Jatimulyo pada tahun 2013-2015

Tahun	Desa Wisata Nginggo		Desa Wisata Kalibiru		Desa Wisata Jatimulyo	
	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus
2015	-	127.960	-	309.541	906	55.168
2014	-	3.254	-	79.137	-	3.861
2013	-	2.120	-	19.762	-	2.375

Sumber: Buku Statistik Kepariwisataan DIY Tahun 2013-2015  
[www.visitingjogja.com](http://www.visitingjogja.com)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa di tiap desa wisata mengalami peningkatan kunjungan wisatawan. Jumlah kunjungan wisatawan tertinggi berturut-turut adalah di Desa Wisata Kalibiru. Sedangkan Desa Wisata Nginggo dan Jatimulyo kunjungan wisatawannya masih sedikit bila dibandingkan dengan Desa Wisata Kalibiru. Hal ini disebabkan karena di Desa Wisata Kalibiru memiliki manajemen desa wisata yang baik. Masyarakat dan pengelola desa wisata disana mampu mengembangkan potensi yang ada untuk dikembangkan menjadi kegiatan pariwisataan yang dapat menggerakkan roda perekonomian. Kegiatan kepariwisataan ini bukan lagi menjadi pekerjaan sampingan, akan tetapi sudah menjadi pekerjaan tetap bagi sebagian masyarakat. Selain itu, memanfaatkan media sosial sebagai ajang promosi yang terus dilakukan.

Desa Wisata Jatimulyo berdiri sejak adanya keinginan dari masyarakat menjadikan desanya sebagai desa wisata mulai tahun 2007. Awalnya, 8 orang mengikuti pelatihan dari program Kementerian Pariwisata tentang desa wisata. Setelah pelatihan tersebut, masyarakat mempunyai kesepakatan untuk menjadikan desanya sebagai desa wisata. Pada tahun 2010-2012 diadakan bedah potensi yang ada di Jatimulyo, mulai dari Watu Blencong, Grojogan Sewu, dan Kembang Soka (wawancara dengan ketua pengelola Desa Wisata Jatimulyo).



Dalam pengembangan desa wisata tentunya tidak terlepas dari adanya tantangan-tantangan yang harus dihadapi. Tantangan yang sering ditemui yaitu pengembangan sumber daya manusia yang sadar akan pariwisata. Mayoritas masyarakat Jatimulyo berpendidikan SMP-SLTA dengan pekerjaan sebagai buruh tani. Masyarakat Jatimulyo masih beranggapan kalau sektor pariwisata tidak menjanjikan bila dibandingkan dengan bekerja sebagai buruh tani, padahal dari sektor pariwisata tersebut dapat menciptakan lapangan kerja baru. Tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya pariwisata yang masih rendah ini menyebabkan masyarakat belum memiliki kemampuan dan keterampilan tentang kegiatan pariwisataan.

Untuk menyadarkan masyarakat akan pentingnya pariwisata maka pengelola desa wisata mengajak masyarakat untuk menonton televisi bahwa di tempat tinggalnya terdapat potensi yang perlu dikembangkan. Langkah tersebut dilakukan secara terus menerus sampai akhirnya masyarakat sadar

akan pentingnya pariwisata. Sehingga di Jatimulyo sudah memiliki delapan potensi alam, yaitu Curug Setawing, Gunung Lanang, Grojogan Sewu, Kedung Pedut, Kembang Soka, Goa Kiskendo, Taman Sungai Mudal, dan Watu Blencong yang masing-masing tersebar di tiap pedukuhan.

Dalam pengembangan desa wisata, sudah seharusnya jika masyarakat dilibatkan dalam pengelolaan desa wisata. Pelibatan ini sejak dari perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pemanfaatan hasil desa wisata. Di Desa Wisata Jatimulyo sendiri pengembangannya belum sepenuhnya melibatkan masyarakat. Sebelum dibentuknya desa wisata ada delapan orang yang mengikuti pelatihan tentang desa wisata. Kemudian mereka mengadakan musyawarah dengan tokoh-tokoh masyarakat dan masyarakat lainnya untuk membahas pembentukan Desa Wisata Jatimulyo.

Untuk menunjang kegiatan pengembangan desa wisata, maka dibentuklah kelompok sadar wisata (pokdarwis) dan pengelola Desa Wisata Jatimulyo. Secara bertahap mereka mulai membedah potensi-potensi yang ada untuk dijadikan kegiatan kepariwisataan. Setelah dirasa potensi tersebut cocok untuk dijadikan kegiatan pariwisata, kemudian pokdarwis dan pengelola desa wisata membentuk kepengurusan di tiap potensi wisata yang meliputi ketua, sekretaris, bendahara, dan lain-lain seperti kepengurusan organisasi pada umumnya. Namun, koordinatornya tetap dari pokdarwis dan pengelola Desa Wisata Jatimulyo. Awal dibentuknya pokdarwis dan pengelola desa wisata memiliki 25 anggota, akan tetapi sekarang tinggal 12 anggota saja yang masih aktif. Pengurangan jumlah pengelola desa wisata

dikarenakan anggotanya mempunyai pekerjaan lain, sedangkan kegiatan kepariwisataan ini mereka anggap sebagai pekerjaan sampingan saja. Keterbatasan pengurus pokdarwis dan pengelola desa wisata ini menyebabkan pemberdayaan masyarakat dianggap belum optimal.

Pelibatan masyarakat dalam pengembangan desa wisata tidak hanya membentuk kelompok pengelola desa wisata dan pokdarwis saja. Selain itu, ibu-ibu memanfaatkan kedatangan para wisatawan dengan mendirikan warung berjualan makanan khas, bapak-bapak maupun pemuda diberdayakan sebagai pemandu wisata dengan menjual paket-paket wisata, menjadi petugas parkir, dan penyediaan homestay. Namun untuk homestay masyarakat masih dalam binaan. Dikarenakan kondisi alam yang tidak menentu dan banyak kekurangan di dalamnya, masyarakat belum berani untuk mempromosikan bahwa disitu terdapat homestay. Misalnya kamar mandi yang belum layak dan kurang pantas. Ketua pokdarwis memiliki harapan bahwa di satu RT (Rukun Tetangga) yang ada di Dusun Sokomoyo dapat dijadikan percontohan untuk pendirian homestay.

Dari sisi wisatawan, mereka belum berminat untuk tinggal di Desa Wisata Jatimulyo. Selain karena belum adanya fasilitas homestay, mereka biasanya berkunjung pada pagi hari kemudian sorenya mereka kembali ke tempat asal. Biasanya wisatawan yang tinggal adalah mahasiswa-mahasiswa yang sedang mengadakan *camping ground* untuk kegiatan makrab (malam keakraban) dan diklat (pendidikan dan pelatihan) di Goa Kiskendo.

Dalam pengembangan desa wisata sarana dan prasarana merupakan fasilitas penunjang yang sangat penting. Wisatawan akan merasa nyaman dan betah apabila di obyek wisata tersebut terdapat sarana dan prasarana yang lengkap. Hal ini bertentangan dengan apa yang ada di Desa Wisata Jatimulyo dimana sarana dan prasarana belum tersedia secara maksimal. Selama ini pengembangan potensi wisata yang ada di Desa Wisata Jatimulyo berasal dari dana swadaya masyarakat. Seperti Grojogan Sewu yang dibuka menjadi objek wisata atas aspirasi dari tokoh masyarakat dan pemuda-pemuda.

Pada tahun pertama dibuka, wisatawan hanya dikenakan dana sukarela. Dari dana sukarela tersebut tidak untuk upah para pengelola tetapi dikumpulkan untuk kemudian membeli perlengkapan-perlengkapan yang dibutuhkan. Sekarang ini jika wisatawan datang ke Grojogan Sewu sudah terdapat karcis masuk wisata dan karcis parkir. Bahkan sekarang bisa memberi upah ke petugas karcis dari penjualan karcis tersebut. Sarana dan prasarana yang ada baru bersifat umum seperti loket tiket masuk, toilet, gazebo, dan mushola. Untuk fasilitas penunjang permainan seperti *rafting* yang ada di Grojogan Sewu masih sedikit jumlahnya. Dinas Pariwisata Kabupaten Kulon Progo saat ini baru berfokus pada pengelolaan dan pengembangan Goa Kiskendo. Akses jalan yang sempit dan di beberapa titik terdapat jalan yang berlubang menuju ke potensi wisata, membuat wisatawan merasa kurang nyaman. Sehingga wisatawan yang berkendara

menggunakan roda dua harus lebih berhati-hati karena terdapat lubang dan membutuhkan waktu yang lebih lama.

Wisatawan yang datang ke Desa Wisata Jatimulyo bukan hanya wisatawan lokal saja, terkadang ada wisatawan mancanegara yang secara sengaja berkunjung ke potensi wisata. Sayangnya ketika mereka berkunjung, masyarakat merasa kesusahan dalam hal komunikasi karena masyarakat belum dapat berbicara bahasa Inggris dengan lancar. Untuk tiket masuk ke potensi wisata juga belum dibedakan tarif yang dikenakan untuk wisatawan lokal dengan wisatawan mancanegara. Seharusnya ada selisih tarif yang dikenakan seperti di obyek wisata lain.

Komponen dalam sebuah desa wisata diantaranya adalah adanya akomodasi. Untuk akomodasi yang ada di Desa Wisata Jatimulyo masih bersifat pribadi yaitu milik warga Jatimulyo. Desa wisata ini menawarkan paket wisata harian untuk melakukan kunjungan ke potensi-potensi wisata yang ada. Paket wisata ini disediakan oleh pengelola Desa Wisata Jatimulyo, yang mana apabila wisatawan ingin mengambil paket wisata, maka dapat menghubungi pihak pengelola dan pengelola desa wisata akan memfasilitasi dengan mobil yang dimiliki oleh warga Jatimulyo.

Letak Jatimulyo yang berada di Pegunungan Menoreh membuat desa ini memiliki potensi alam yang melimpah. Namun potensi tersebut belum dikembangkan secara maksimal. Berdasarkan hasil wawancara pada 19 Oktober 2016 dengan Bapak Suisno,Ketua Pengelola Desa Wisata Jatimulyo, beliau mengatakan bahwa terdapat tiga potensi wisata baru, yaitu

Curug Gaenbor, Pangonan, dan Wisata Air Sumitro. Ketiga potensi wisata tersebut belum dibuka untuk umum, jadi hanya masyarakat sekitar yang mengetahuinya. Ketiga potensi wisata ini masih dalam tahap pengembangan pengelola desa wisata.

Untuk meningkatkan pengembangan potensi wisata sangat diperlukan adanya kontribusi dari pihak swasta. Kontribusi ini dapat dilakukan dengan melakukan investasi di setiap potensi wisata, misalnya mendirikan homestay maupun membuat permainan *flying fox* yang pekerjanya harus dari masyarakat sekitar. Karena hal ini merupakan kesepakatan antara pemerintah desa, swasta, dan masyarakat.

Selain itu, disebutkan pula dalam Peraturan Daerah Kabupaten Kulon Progo Nomor 9 Tahun 2009 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Daerah Tahun 2015-2025. Dalam Pasal 22, pemberdayaan masyarakat melalui kepariwisataan meliputi: (1) pengembangan potensi, partisipasi, dan kapasitas sumber daya komunitas lokal dalam pengembangan usaha produktif kepariwisataan; (2) Peningkatan potensi dan kapasitas sumber daya lokal melalui pengembangan usaha produktif di bidang pariwisata; dan (3) Penguatan kemitraan rantai nilai antar usaha di bidang kepariwisataan.

Sebagaimana dalam perda tersebut pemberdayaan masyarakat melalui kepariwisataan sangat penting. Hal ini karena masyarakat mengetahui wilayahnya dan memahami apa yang menjadi kebutuhan maupun yang bukan kebutuhannya. Selain itu, masyarakat dengan sumber daya dan

potensi yang ada merupakan unsur penggerak dalam pengembangan desa wisata.

Pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan desa wisata tidak akan berhasil apabila masyarakat belum berpartisipasi aktif dalam kegiatan pemberdayaan. Karena saat ini masih ada beberapa masyarakat yang belum dapat mengikuti kegiatan pemberdayaan masyarakat di Desa Wisata Jatimulyo. Salah satu penyebabnya adalah karena tidak dapat membagi waktu antara kegiatan pemberdayaan dengan waktu bekerja atau sekolah. Walaupun sudah ada yang pernah mendapatkan pelatihan, namun belum memaksimalkan kemampuannya karena daya tangkap yang rendah. Sehingga masyarakat atau pelaku wisata belum bisa membuat souvenir atau kerajinan yang dapat dijual dan menjadi buah tangan bagi wisatawan.

Pemberdayaan adalah suatu proses yang berjalan terus-menerus untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian masyarakat dalam meningkatkan taraf hidupnya, upaya itu hanya bisa dilakukan dengan membangkitkan keberdayaan mereka, untuk memperbaiki kehidupan di atas kekuatan sendiri. Asumsi dasar yang dipergunakan adalah bahwa setiap manusia mempunyai potensi dan daya untuk mengembangkan dirinya menjadi lebih baik. Dalam rangka pemberdayaan ini upaya yang amat pokok adalah peningkatan taraf pendidikan dan derajat kesehatan serta akses ke dalam kemampuan sumber ekonomi seperti modal, keterampilan, teknologi, informasi dan lapangan kerja, pemberdayaan ini menyangkut pembangunan

sarana dan prasarana dasar, baik fisik maupun non fisik (Engking Soewarman Hasan, 2002: 56-57).

Mardi Yatmo Hutomo (2000: 7-10) menyebutkan bahwa kegiatan-kegiatan pemberdayaan masyarakat dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kegiatan, yaitu bantuan modal, bantuan pembangunan prasarana, bantuan pendampingan, penguatan kelembagaan, dan penguatan kemitraan. Dalam pemberdayaan masyarakat, bantuan modal sangat penting karena apabila tidak ada modal maka masyarakat tidak akan mampu berbuat untuk dirinya sendiri maupun lingkungan. Adanya bantuan prasarana dalam pemberdayaan masyarakat akan mendorong masyarakat untuk menjadi berdaya dengan menggali potensi-potensi yang dimilikinya. Selain itu, menempatkan tenaga pendamping diyakini mampu mendorong terjadinya pemberdayaan masyarakat secara optimal.

Sebuah lembaga atau organisasi di tengah masyarakat akan memfasilitasi dan memberikan kemudahan bagi mereka untuk mengakses permodalan, media musyawarah, dan lain sebagainya. Masyarakat tidak hanya berada dalam golongan atas atau kecil saja, tetapi juga terdapat golongan menengah. Daya saing antara yang kecil dan atas akan tinggi jika tidak ada keterkaitan antara keduanya. Oleh sebab itu, perlu dilakukan penguatan bersama antar dolongan atas, menengah, dan kecil masing-masing pihak akan diberdayakan.

Menurut Soemarno (2010: 2-4), suksesnya pembangunan sebuah desa wisata dapat ditempuh melalui upaya-upaya pembangunan SDM, kemitraan,

kegiatan pemerintahan di desa, promosi, festival/pertandingan, membina organisasi masyarakat, dan kerja sama dengan universitas. Pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan desa wisata tidak akan berhasil jika masyarakat lokal Desa Wisata Jatimulyo tidak ikut andil dalam pemberdayaan. Oleh karena itu dibutuhkan kesadaran dari berbagai pihak, dari masyarakat lokal Desa Wisata Jatimulyo, kelompok sadar wisata (pokdarwis) dan pengelola Desa Wisata Jatimulyo, pemerintah daerah dan pusat, serta dari sektor swasta.

Ambar Teguh Sulistiyani (2004: 83) mengemukakan bahwa tahap-tahap yang harus dilalui dalam rangka pemberdayaan masyarakat adalah meliputi: 1) tahap penyadaran dan pembentukan perilaku menuju perilaku sadar dan peduli sehingga merasa membutuhkan peningkatan kapasitas diri; 2) tahap transformasi kemampuan berupa wawasan pengetahuan, kecakapan keterampilan agar terbuka wawasan dan memberikan keterampilan dasar sehingga dapat mengambil peran di dalam pembangunan; dan 3) tahap peningkatan kemampuan intelektual, kecakapan-keterampilan sehingga terbentuklah inisiatif dan kemampuan inovatif untuk mengantarkan pada kemandirian.

Pelibatan masyarakat dalam pembangunan mutlak dilakukan karena masyarakat yang mengerti kondisi, kebutuhan, dan sikap masyarakat setempat. Dalam kasus di atas, masyarakat Desa Jatimulyo belum menyadari akan pentingnya pariwisata yang artinya mereka kurang ikut serta dalam pengembangan desa wisata. Oleh karena itu, perlu dilakukan

upaya-upaya pemberdayaan masyarakat agar mereka diikutsertakan dalam pengembangannya.

Masyarakat lokal Desa Wisata Jatimulyo memiliki peluang untuk mengembangkan potensi-potensi sumber daya yang ada baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam. Selain itu, masyarakat lokal memainkan peranan penting dalam pengambilan keputusan, mempengaruhi, dan memberi manfaat bagi kehidupan dan lingkungannya. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Jatimulyo, Girimulyo, Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta”.

#### B. Identifikasi Masalah

1. Tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya pariwisata masih rendah.
2. Belum adanya kesiapan dari masyarakat jika rumahnya dijadikan homestay.
3. Minat wisatawan untuk tinggal di Desa Wisata Jatimulyo masih rendah.
4. Keterbatasan jumlah pengurus pokdarwis dan pengelola Desa Wisata Jatimulyo.
5. Kurangnya fasilitas penunjang pariwisataan di tiap potensi wisata karena dana masih berasal dari swadaya masyarakat.
6. Terbatasnya kemampuan bahasa asing masyarakat apabila ada wisatawan asing.

7. Infrastruktur jalan yang rusak terlebih jalan menuju ke tiap potensi wisata.
8. Masyarakat belum bisa membagi waktu untuk kegiatan pemberdayaan dan waktu bekerja atau sekolah.
9. Masyarakat atau pelaku wisata belum bisa membuat souvenir atau kerajinan yang dijadikan buah tangan bagi wisatawan.

### C. Batasan Masalah

Dari latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dikemukakan di atas, banyak masalah yang muncul. Namun, dari berbagai permasalahan tersebut tidak semuanya dijadikan permasalahan dalam penelitian. Agar penelitian ini dibahas secara tuntas dan terfokus, maka diperlukan pembatasan masalah. Penelitian ini difokuskan pada pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Jatimulyo, Girimulyo, Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Permasalahan tersebut menarik untuk diteliti karena partisipasi masyarakat sangat diperlukan dalam pengembangan daerahnya. Oleh karena itu, perlu adanya pemberdayaan masyarakat yang nantinya masyarakat lebih mandiri untuk mengembangkan desa wisatanya.

### D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana upaya-upaya yang dilakukan untuk memberdayakan masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Jatimulyo?

2. Apa faktor pendukung dan penghambat pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Jatimulyo?

## **E. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui upaya-upaya yang dilakukan untuk memberdayakan masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Jatimulyo.
2. Mengetahui faktor pendukung dan penghambat pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Jatimulyo.

## **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kebermanfaatan dari penulisan ini, yaitu:

### **1. Manfaat secara teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan sebagai masukan untuk penelitian lanjutan dengan tema dan topik dalam penelitian ini. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman terhadap kajian Ilmu Administrasi Negara tentang pembangunan regional, manajemen strategik, dan otonomi daerah.

## **2. Manfaat secara praktis**

### a) Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi peneliti tentang strategi pemberdayaan masyarakat dalam pengembangandesa wisata dan sebagai syarat bagi peneliti untuk mendapatkan gelar sarjana.

### b) Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai strategi yang digunakan oleh pemerintah untuk memberdayakan masyarakat dalam pengembangan desa wisata. Dengan demikian masyarakat dapat lebih berpartisipasi dan mampu mengembangkan potensi-potensi yang ada di daerahnya.

### c) Bagi pemerintah

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kebermanfaatan bagi pemerintah baik di tingkat daerah maupun di tingkat pusat untuk mengevaluasi strategi pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan desa wisata.