

Program Pengembangan Desa Wisata Sebagai Wujud Kebijakan Pemerintah Dalam Rangka Pemulihan Ekonomi Pasca Covid dan Implementasinya (Sebuah Studi Literatur).

Inti Krisnawati *

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

krisnawatiinti@gmail.com

* corresponding author

ARTICLE INFO

Article history

Received, 2021-12-11

Revised, 2021-12-24

Accepted, 2021-12-31

Keywords

tourist village, tourism village development, criteria for determining prospective tourist villages, government policies, criteria for tourist villages

ABSTRACT

t is undeniable that the pandemic has made the tourism industry really slumped. One of the programs launched by the government to revive the suspended tourism industry and trigger economic growth is to develop tourist villages. The target set by the government to be achieved by 2024 is 244 developed and independent tourism villages that are certified sustainable (RPJMN 2020-2024, Kemenparekraf/Baparekraf). Even the achievement is expected to exceed the target given the huge potential of tourist villages in Indonesia. The community also welcomes it enthusiastically, as evidenced by the continued emergence of new tourist villages. It seems that it has been realized that through tourism villages, tourism has proven its alignment with the community through the spirit of pro-job, pro-growth, and pro-poor (tourism as an absorber of rural labor, being a generator of economic growth, as well as a tool for poverty alleviation) (Antara and Arida, 2015). This research using the literature study method was carried out with the aim of knowing the requirements needed to develop a tourist village, that way, it would be easier to know the feasibility of a village to be proposed as a tourist village. According to Arida and Pujani (2017), currently there are no standard tourist village criteria as a reference in mapping tourist villages and there is no tourism village development model that can be used as a blueprint, especially in the development of local institutions, namely tourism village managers. However, the government through the Ministry of Tourism and Creative Economy has required three supporting components for prospective tourist villages, namely first seeing the available tourism potential, second looking at the interest and readiness of the community towards destination development, and third is the uniqueness of the tourism village concept (www.kemenparekraf.go.id).

PENDAHULUAN

Pariwisata saat ini menjadi fenomena yang menjadi perhatian masyarakat dunia, gejala pariwisata yang pada awalnya oleh sebagian masyarakat dianggap sebagai kebutuhan tersier, namun saat ini sudah mewabah menjadi bagian dari kebutuhan dasar masyarakat dunia. Hal ini disebabkan karena perkembangan dunia modern yang menuntut manusia untuk senantiasa beraktifitas dan bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, sehingga ketersediaan waktu luang (*leisure time*) menjadi sedikit. Kondisi ini tentunya sangat berpengaruh terhadap psikologis masyarakat, terlebih lagi masyarakat urban di perkotaan, yang kesehariannya sibuk dengan pekerjaannya sehingga sesekali membutuhkan perjalanan wisata untuk sekedar melepaskan diri dari rutinitas dan melakukan *refreshing* (wiwin, 2017)

Menurut Undang-undang Kepariwisata 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. Sedangkan daerah tujuan wisata atau destinasi wisata adalah kawasan

geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrative yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Pariwisata alternatif kini sedang menjadi tren di kalangan wisatawan. Wisata alternatif adalah konsep wisata berbasis alam dan melibatkan masyarakat sekitarnya, contohnya adalah agrowisata, ekowisata, pariwisata petualangan, dsb. Model wisata alternatif ini makin disukai karena memberikan wisatawan keleluasaan untuk memilih destinasi yang diinginkan, sehingga memberikan kesan dan pengalaman baru yang sebelumnya tidak ditemukan di daerah atau negara asalnya. Adanya indikasi kejenuhan wisatawan pada dunia malam, kemacetan dan kebisingan yang umum dijumpai pada produk wisata konvensional juga membuat wisatawan lebih antusias memilih produk wisata alternatif, seperti misalnya suasana pedesaan yang memberikan ketenangan dan kenyamanan (Suryadana, 2013). Baik wisata alam, budaya, berbagai keunikan, dan semua karakteristik lokal tersebut, dapat ditemukan wisatawan di desa wisata.

Tren wisata tersebut sesuai dengan program desa wisata yang sedang dicanangkan pemerintah saat ini. Harapannya tentu untuk memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan ekonomi masyarakat. Pengembangan wisata pedesaan atau desa wisata tidak hanya diharapkan menguntungkan secara ekonomi tapi juga untuk mendorong pelestarian alam (pada bentang alam, persawahan, sungai, danau) yang pada gilirannya bisa memberikan dampak dalam mereduksi pemanasan global. Hal itu juga sejalan dengan Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2015, dimana pengembangan wisata berbasis pedesaan (desa wisata) diharapkan menggerakkan aktivitas ekonomi pariwisata di pedesaan sehingga selanjutnya dapat mencegah urbanisasi masyarakat dari desa ke kota.

Sebagai negara yang kaya dengan berbagai adat dan budaya, Indonesia tercatat memiliki sejumlah 83.931 desa yang terbentang mulai dari Sabang hingga Merauke, yang secara umum memiliki daya tarik berupa keindahan alam serta keunikan budaya. Karena itu desa-desa di Indonesia potensial untuk dikembangkan sebagai desa wisata. Tak heran jika pertumbuhan desa wisata di Indonesia cukup pesat. Desa wisata baru terus bermunculan. Mengacu pada data jumlah desa wisata yang menjadi peserta Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2021, dapat dikatakan bahwa saat ini Indonesia telah memiliki 1831 desa wisata. Suatu jumlah yang cukup besar jika diingat bahwa berdasarkan catatan BPS, hingga akhir 2018 jumlah desa wisata yang ada masih sejumlah 1734 (data berasal dari pendekatan jumlah podes 2018 dari BPS.go.id). Bahkan tak menutup kemungkinan saat ini masih terdapat banyak desa wisata maupun desa yang berpotensi menjadi desa wisata yang belum terdaftar secara formal.

Dari segi kualitas, desa-desa wisata di Indonesia dapat dikatakan memiliki potensi untuk menjadi desa wisata yang unggul dan mampu bersaing di tingkat Internasional. Buktinya, diantara sekian banyak desa wisata yang ada di Indonesia, beberapa diantaranya tercatat sudah mendapat pengakuan di tingkat internasional. Pada tahun 2019, Desa Nglanggeran, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunungkidul (DIY), Pentingsari, Desa Umbulharjo, Kecamatan Cangkringan, Kabupaten Sleman (DIY), Desa Pemuteran, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng (Bali) dan Desa Penglipuran, Kabupaten Bangli (Bali) masuk dalam Top 100 Destinasi Berkelanjutan di Dunia versi Global Green Destinations Days (GGDD).

Di bidang pariwisata, hal itu termasuk penghargaan bergengsi, khususnya dalam penerapan pariwisata berkelanjutan (*sustainability tourism*). Keempat desa wisata tersebut masuk dalam kategori konservasi lingkungan, pemanfaatan ekonomi untuk masyarakat lokal, dan sosial-budaya. Sementara khusus untuk Desa wisata Penglipuran, sebelumnya juga telah dikenal sebagai desa terbersih ketiga di dunia versi majalah internasional Boombastic setelah Desa Mawlynnong di India dan Giethoorn di Belanda. Sebelumnya lagi, Desa Wisata Cibuntu di Kuningan, pada tahun 2016 juga pernah menyabet predikat desa wisata terbaik urutan kelima tingkat ASEAN pada 2016 untuk bidang homestay.

Prestasi itu menunjukkan bahwa desa-desa wisata di Indonesia juga berpotensi untuk dikembangkan menjadi desa wisata yang unggul dan berdayasaing di tingkat internasional, tentunya dengan catatan jika dikelola dengan baik. Kalaupun tidak sampai terkenal mendunia, setidaknya bisa meningkatkan perekonomian desa dan menciptakan lapangan pekerjaan. Selain itu, pengembangan desa wisata yang

mengangkat budaya, keunikan dan keaslian khas desa, diikuti dengan pelestarian alam tentunya juga akan menguntungkan bagi keberlanjutan desa, disamping membantu mendorong perkembangan kewirausahaan lokal, serta peningkatan Pendapatan Asli Desa (PADes) melalui BUMDes. Dengan kata lain, mengembangkan sebuah desa wisata yang sukses akan dapat menjamin kemandirian desa.

Pertanyaan yang muncul di sini adalah, mungkinkah setiap desa di Indonesia dikembangkan menjadi desa wisata? Apa sajakah persyaratan yang dibutuhkan untuk mengajukan suatu desa menjadi desa wisata?

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Desa Wisata dan Pengembangannya

Berdasarkan peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata tahun 2010, Desa Wisata adalah 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. Sementara menurut Joshi (2012) dalam Antara (2015), desa Wisata (*rural tourism*) merupakan pariwisata yang terdiri dari keseluruhan pengalaman pedesaan, atraksi alam, tradisi, unsur - unsur yang unik yang secara keseluruhan dapat menarik minat wisatawan.

Sedangkan menurut Yoeti (1996), desa wisata adalah sebuah kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik khusus untuk menjadi daerah tujuan wisata. Di kawasan ini, penduduknya masih memiliki tradisi dan budaya yang relatif masih asli. Selain itu, beberapa faktor pendukung seperti makanan khas, sistem pertanian dan sistem sosial turut mewarnai sebuah kawasan desa wisata. Di luar faktor-faktor tersebut, alam dan lingkungan yang masih asli dan terjaga merupakan salah satu faktor terpenting dari sebuah kawasan tujuan wisata.

Jika dipetakan menurut kemenparekraf (2021), desa wisata memiliki empat tingkatan:

1. Desa Wisata Rintisan. Masih berupa potensi, belum memiliki produk dan belum adanya kunjungan wisatawan. Selain itu sarana dan prasarannya masih sangat terbatas, dengan tingkat kesadaran masyarakat belum tumbuh.
2. Desa Wisata Berkembang. Meski masih berupa potensi, namun sudah mulai dilirik untuk dikembangkan lebih jauh. Desa wisata berkembang juga sudah bisa menerima tamu.
3. Desa Wisata Maju. Masyarakatnya sudah sadar wisata dengan indikator sudah dapat mengelola usaha pariwisata, termasuk menggunakan dana desa untuk mengembangkan potensi pariwisata. Wilayahnya juga sudah dikunjungi banyak wisatawan, termasuk dari mancanegara.
4. Desa Wisata Mandiri. Sudah ada inovasi pariwisata dari masyarakat. Destinasi wisatanya juga sudah diakui dunia dengan sarana dan prasarana yang terstandarisasi. Selain itu pengelolaannya bersifat kolaboratif pentahelix.

Menurut Antara dan Arida (2015), mengembangkan suatu desa menjadi desa wisata harus menggali dan mengidentifikasi potensi-potensi desa yang dimiliki (alam, budaya, buatan manusia) yang kelak menarik dilihat dan dikunjungi oleh wisatawan yang memang memiliki keunikan tidak ada duanya di tempat lain. Setiap desa wisata pasti memiliki keunikan yang tiada duanya di desa lain, menarik dikemas menjadi paket wisata dan ditawarkan kepada wisatawan, baik melalui sebuah brosur yang ditawarkan kepada biro perjalanan, maupun dipromosikan melalui media on-line yang dikenal dengan website.

Saat ini pengembangan desa wisata masih dihadapkan pada sejumlah persoalan. Persoalan pertama, karena belum adanya kriteria desa wisata yang bersifat standard yang bisa dijadikan acuan manakala melakukan pemetaan terhadap desa-desa wisata. Sehingga pengembangan sebuah desa cenderung bersifat duplikasi, yakni mengacu kepada desa wisata yang telah ada sebelumnya, tidak mengangkat keunikan lokal. Persoalan kedua mengenai belum adanya model pengembangan desa wisata yang dapat berfungsi sebagai cetak biru (*blue print*), khususnya dalam hal pengembangan kelembagaan lokal, yaitu pengelola desa wisata, tentunya tidak sederhana, butuh proses yang lama untuk bisa terwujud. Pengaruh pengelolaan desa wisata dalam menjamin kesuksesan pengembangan desa wisata memang teramat vital. Dimana absennya dua hal

tersebut, membuat pengembangan desa wisata menjadi tersendat dan terkesan berjalan ala kadarnya (Arida dan Pujon, 2017).

Dewasa ini mulai muncul gerakan-gerakan swadaya masyarakat untuk membangun dan mengembangkan potensi wisata di daerahnya masing-masing, mulai dari kepemilikan (*ownership*) sumber daya pariwisata, pengelolaan (*management*), dan kontrol (*control*). Gerakan ini sesuai dengan konsep pengembangan pariwisata yang berbasis masyarakat atau dikenal dengan istilah *Community Based Tourism* (CBT). *Community Based Tourism* (CBT) muncul sebagai sebuah alternatif dari arus utama (*mainstream*) pengembangan pariwisata. Hausler (2005) dalam *Tourism Forum International* mendefinisikan CBT sebagai bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat dalam manajemen dan pengembangan pariwisata. Menurut Hausler (2005:1) terdapat tiga unsur penting CBT yaitu keterlibatan masyarakat lokal dalam manajemen dan pengembangan pariwisata, pemerataan akses ekonomi bagi seluruh lapisan masyarakat serta pemberdayaan politik (*capacity building*) masyarakat lokal yang bertujuan meletakkan masyarakat lokal

sebagai pengambil keputusan (Wiwin, 2018)

Di Indonesia CBT diterapkan antara lain dalam pengembangan daya tarik wisata alam maupun budaya. Masyarakat menduduki posisi sebagai bagian integral yang ikut berperan, baik sebagai subyek maupun obyek pembangunan itu sendiri. Masyarakat merupakan pelaku langsung kegiatan pariwisata dalam hal pengelolaan sumber daya alam dan budaya sehingga memiliki komitmen yang kuat untuk mengelola sumber daya secara berkelanjutan karena menyangkut kepentingan hidup mereka. Masyarakat merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari atraksi pariwisata sehingga pengembangan pariwisata tidak bisa dilakukan tanpa melibatkan masyarakat. Pariwisata berbasis masyarakat memiliki berbagai kelebihan

baik dari aspek pengembangan masyarakat maupun industri pariwisata. Namun keberhasilan penerapan CBT sangat tergantung karakteristik dan kondisi masyarakat/komunitas di destinasi wisata sehingga model pelaksanaan CBT di wilayah satu dengan lainnya berbeda (Wiwin, 2018)

Persyaratan dalam pengembangan desa wisata

Suatu desa akan menjadi desa wisata, diperlukan kriteria tertentu, yaitu:

- 1) Atraksi wisata, yaitu semua yang mencakup alam, budaya dan hasil ciptaan manusia. Atraksi yang dipilih adalah yang paling menarik dan atraktif di desa.
- 2) Jarak Tempuh, yaitu jarak tempuh dari kawasan wisata terutama tempat tinggal wisatawan dan juga jarak tempuh dari ibukota provinsi dan jarak dari Ibukota kabupaten.
- 3) Besaran Desa, menyangkut masalah-masalah jumlah rumah, jumlah penduduk, karakteristik dan luas wilayah desa. Kriteria ini berkaitan dengan daya dukung kepariwisataan pada suatu desa.
- 4) Sistem Kepercayaan dan kemasyarakatan, merupakan aspek penting mengingat adanya aturan-aturan yang khusus pada komunitas sebuah desa. Perlu dipertimbangkan adalah agama yang menjadi mayoritas dan sistem kemasyarakatan yang ada.
- 5) Ketersediaan Infrastruktur, meliputi fasilitas dan pelayanan transportasi, fasilitas listrik, air bersih, drainase, jaringan telepon dan sebagainya (Antara dan Arida,2015).

Menurut Arida dan Pujani (2017), kriteria desa wisata adalah instrument dasar pengembangan desa wisata. Karena itu kriteria dasar sebuah desa wisata setidaknya harus terdiri dari:

- a) keberadaan obyek dan daya tarik: desa memiliki obyek daerah tujuan wisata, paling sedikit berdekatan dengan suatu obyek daerah tujuan wisata yang sudah terkenal, sehingga dapat dikaitkan dengan paket perjalanan yang sudah ada,
- b) memiliki akses fisik dan akses pasar,
- c) memiliki potensi kemitraan,
- d) adanya motivasi dan antusiasme masyarakat, e) tersedianya fasilitas umum minimal.

Sebagai tambahan, pengembangan wisata pedesaan selayaknya juga memenuhi prinsip perencanaan sebagai berikut:

- a) memperhatikan karakteristik lingkungan setempat,
- b) menekan sekecil mungkin dampak negatif pengembangan kepariwisataan di desa tersebut,
- c) materi yang digunakan sesuai dengan lingkungan setempat,
- d) bahan-bahan operasional yang ramah lingkungan dan dapat didaur ulang atau atau hasil daur ulang serta memperhitungkan daya dukung dan daya tampung lingkungan sebab wisata pedesaan bukan *mass tourism*, dan
- e) melibatkan masyarakat desa dengan menjadikan masyarakat desa sebagai pelaku kegiatan kepariwisataan, yaitu menjadi pemilik langsung/tak langsung desa wisata tersebut dan kepemilikan atas tanah tidak dialihkan.

Khusus untuk wilayah Bali, sebagai instrument untuk melakukan verifikasi faktual terhadap calon desa wisata di Gianyar, kriteria desa wisata yang disusun bersama para pakar terdiri dari delapan aspek, antara lain; aspek alam/bio hayati, aspek lingkungan fisik, aspek budaya, aspek amenitas/prasarana, aspek SDM, aspek kelembagaan, sikap dan tata kehidupan masyarakat, dan aksesibilitas. Ke delapan aspek tersebut memiliki jumlah kriteria yang berbeda-beda, sesuai dengan tingkat urgensi masing-masing aspek. Demikian pula, masing-masing kriteria memiliki skor maksimal yang berbeda sesuai dengan bobotnya masing-masing. Instrumen tersebut telah diterapkan pula di Kab. Badung maupun di Kab Karang Asem (Arida dan Pujani, 2017).

Sedangkan berdasarkan ketentuan kementerian yang berlaku secara umum, dan dirilis tanggal 26 Februari 2021, persyaratan dalam pengajuan desa wisata membutuhkan 3 komponen pendukung, yaitu:

1. Melihat potensi wisata yang tersedia. Dalam hal ini perangkat desa harus memiliki basis data yang jelas mengenai lahan, lokasi, daerah, dan bagaimana ekosistem yang dapat membantu pengembangan destinasi wisata nantinya.
2. Melihat minat dan kesiapan masyarakat terhadap pengembangan destinasi wisata setempat. Desa wisata akan sangat berkembang jika dikelola warga desa sendiri, kebutuhan organisasi yang khusus mengurus desa wisata dibutuhkan agar berkelanjutan serta melibatkan pihak yang menentukan arah desa wisata.
3. Konsep desa wisata harus unik, Dengan konsep atau ide desa wisata yang berbeda akan menjadi nilai jual yang menonjol di antara destinasi wisata di daerah lainnya.

Identifikasi Potensi dan Daya Tarik Wisata

Untuk mengidentifikasi adanya potensi wisata, dapat dilakukan dengan melihat 4 elemen yang terdiri dari *attraction*, *amenities*, *accessibility*, dan *ancillary* yang harus dimiliki sebuah daerah tujuan wisata (Amerta, 2019). Sebuah destinasi wisata akan dinilai baik jika segala kebutuhan dan pelayanannya di dukung oleh keempat komponen ini. 1. *Attraction* (Atraksi), merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan. 2. *Amenity* (Fasilitas), adalah segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. 3. *Accessibility* (Aksesibilitas), merupakan hal terpenting dalam kegiatan pariwisata. Segala macam transportasi ataupun jasa transportasi menjadi akses penting dalam pariwisata. 4. *Ancillary* (Pelayanan Tambahan), harus disediakan oleh Pemda dari suatu daerah tujuan wisata baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata. Pelayanan yang disediakan termasuk pemasaran, pembangunan fisik (jalan raya, rel kereta, air minum, listrik, telepon, dan lain-lain).

Selanjutnya untuk membantu menilai dimana kekuatan atau kelemahan potensi pariwisata suatu desa wisata, disamping merancang strategi pengembangannya, dapat dilakukan analisis SWOT. Menurut Habita (2019), analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) telah menjadi salah satu alat yang berguna dalam dunia industry dalam kaitannya dengan kepariwisataan. Namun demikian tidak menutup kemungkinan untuk digunakan sebagai ilmu dalam pengembangan pariwisata dalam mengatasi persaingan di jaman *disruption*. Dan juga bisa di jadikan pedoman dasar dalam melihat dan mengamati, kekuatan, kelemahan peluang, ancaman dalam kebijakan pengembangan pariwisata. Manajemen analisis SWOT sangat penting dalam pengembangan pariwisata (Habita, 2019)

Analisis SWOT merupakan bagian dari penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, agar bisa menentukan suatu kondisi yang dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman. Analisis Swot merupakan bagian dari perencanaan, dan hal utama yang harus dilakukan dalam proses perencanaan ini perlu mengenal kondisi saat ini dan perencanaan masa datang yang dapat memberi pengaruh pada proses tujuan institusi (Istiqomah (2017) dalam Hapsari, et.al (2019).

Menurut Fredy (2004), Komponen analisis SWOT terdiri dari 4 yaitu:

- a. Strength-S (Kekuatan); Analisa kekuatan merupakan kondisi kekuatan yang dimiliki perusahaan atau organisasi saat ini. Kekuatan ini dapat dimanfaatkan untuk menghadapi persaingan.
- b. Weakness- W (Kelemahan); Analisa kelemahan merupakan kelemahan yang ada di dalam perusahaan atau organisasi saat ini. Kelemahan ini bisa menjadi kendala dalam mencapai sasaran organisasi dan menghadapi persaingan.
- c. Opportunity-O (Peluang); Analisa peluang ini menggambarkan kondisi dan situasi di luar organisasi yang memberikan peluang organisasi untuk berkembang di masa depan.
- d. Threats-T (Ancaman); Analisa ancaman menggambarkan tantangan atau ancaman yang harus dihadapi organisasi. Ancaman ini berasal dari berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dan dapat menyebabkan kemunduran.

Keempat komponen di atas dituangkan dalam matrik SWOT yang dapat menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman (faktor eksternal) yang dihadapi organisasi sesuai dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan 4 set kemungkinan alternatif strategis.

1. Strategi SO (Strength-Opportunities) menunjukkan pemanfaatan kekuatan untuk merebut peluang yang ada.
2. Strategi ST (Strenghts-Threats) adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO (Weknesses-Opportunities) merupakan strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT (Weknesses- Threats) adalah strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Dalam UU No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa daya tarik wisata adalah suatu yang menjadi sasaran wisata terdiri atas :

- 1) Daya tarik wisata alam, yaitu daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang berwujud sumberdaya alam, flora dan fauna, yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budi daya.
- 2) Daya tarik wisata budaya, yaitu pola pikir dan tingkah laku manusia keseharian, seperti adat-istiadat.
- 3) Daya tarik wisata buatan manusia, yaitu daya tarik hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan sejarah, seni dan budaya, wisata agro, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi dan komplek hiburan.
- 4) Daya tarik wisata minat khusus, seperti : berburu, mendaki gunung, gua, industry dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat ziarah dan lain-lain.

Daya tarik wisata dapat berupa potensi alam, yaitu daya tarik yang disediakan oleh alam seperti gunung, danau, sungai, pantai, laut, atau potensi budaya yaitu obyebudaya seperti adat-istiadat, museum, benteng, situs peninggalan sejarah, dan lainlain, serta potensi buatan manusia. Ada lagi satu yang sering dimasukan sebagai daya tarik wisata yaitu Syaujana atau bentang alam, adalah objek alam atau budaya atau buatan manusia yang dilatarbelakangi oleh pemandangan alam, seperti Pura Tanah Lot dengan latar belakang pemandangan laut, Pura Batukaru dengan latar belakang Gunung Batukaru, atau hamparan persawahan Jatiluwih dengan latar belakang pemandangan pegunungan di belakangannya (Antara dan Arida, 2015)

Sedangkan menurut Yoeti (1996), sesuatu dapat digolongkan sebagai daya tarik wisata yang dapat dikunjungi oleh wisatawan apabila memenuhi syarat untuk pengembangan daerahnya, yaitu:

- a. Something to see, merujuk pada suatu obyek wisata dan atraksi wisata yang tidak dapat ditemui di tempat lain. Daerah tersebut harus memiliki daya tarik khusus yang menghibur untuk setiap wisatawan yang berkunjung.
- b. Something to do, selain memiliki daya tarik khusus, suatu daerah juga harus dilengkapi dengan fasilitas rekreasi yang menghibur dan wahana yang dapat dimanfaatkan untuk wisatawan beraktivitas.
- c. Something to buy, merujuk pada tersedianya tempat untuk berbelanja seperti pusat souvenir dan oleh-oleh. Fasilitas belanja ini juga harus dilengkapi dengan money changer, ATM Center, Bank, dan lainnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode studi Pustaka, dimana data yang digunakan bersifat sekunder, berasal berbagai sumber, yaitu dari hasil penelaahan jurnal-jurnal, buku-buku, laporan, hingga website kementerian pariwisata dan kementerian PU. Pengumpulan data dilakukan mulai dari tanggal 15 Oktober 2021 hingga 15 November 2021. Khusus untuk data penelitian terdahulu dibatasi tahun terbitnya yaitu 10 tahun ke belakang atau terbitan tahun 2015-2020, sedangkan data yang berasal dari buku teks atau buku literatur tidak dilakukan pembatasan tahun terbitan. Teknik analisa data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.

Studi pustaka atau yang disebut dengan penelitian kepustakaan ialah sebuah kegiatan penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dan berbagai macam data penelitian dengan bantuan berbagai materi yang ada di perpustakaan seperti buku, hasil penelitian sejenis, artikel, catatan hingga berbagai macam jurnal yang berkaitan dengan permasalahan yang ingin dibahas dan dipecahkan masalahnya. Kegiatan ini perlu dilakukan secara sistematis untuk bisa mengumpulkan, mengolah dan menyimpulkan informasi-informasi yang diperoleh dari data-data yang ada dengan menggunakan teknik atau metode tertentu yang akan berguna untuk mencari jawaban atas permasalahan yang ada. Studi pustaka sendiri juga berguna untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti (Sari, 2020).

PEMBAHASAN

Berdasarkan data, sebenarnya kebijakan pengembangan desa wisata bukan merupakan hal yang baru. Sebelumnya pemerintah sudah pernah mencanangkan program yang hampir mirip, yaitu PNPM Mandiri Pariwisata (Permenbudpar, 2010). Menurut Damanik (2018), PNPM Mandiri merupakan program nasional untuk menanggulangi kemiskinan dengan berbasis pada aktivitas pemberdayaan masyarakat. Secara umum, ada empat program utama pengembangan pariwisata pedesaan di dalam desain PNPM Mandiri Pariwisata, yakni:

1. Penguatan kapasitas masyarakat untuk meningkatkan kinerja pengelolaan bisnis pariwisata pedesaan.
2. Penguatan kapasitas kelembagaan pemerintah untuk memfasilitasi Kerjasama antar pemangku kepentingan di dalam pengelolaan program.
3. Bantuan manajemen untuk menjamin kelancaran pelaksanaan program, termasuk kendali mutu, evaluasi, dan keberlanjutan program.
4. Bantuan dana untuk pengembangan infrastruktur fisik pariwisata pedesaan.

Masih menurut Damanik (2018), karena keterbatasan dana pada saat itu, jumlah sasaran dan kriteria pedesaan penerima bantuan ditentukan oleh pemerintah pusat. Dimana kriteria yang ditetapkan terdiri dari:

1. Pedesaan atau unit komunitas di perkotaan tersebut memiliki potensi pariwisata atau lokasinya dekat dengan pusat-pusat kegiatan pariwisata .
2. Memiliki keterkaitan fungsional secara langsung atau tak langsung dengan pusat-pusat kegiatan pariwisata, misalnya sebagai objek pendukung, pemasok bahan baku bagi aktivitas pariwisata.
3. Penduduk pedesaan banyak yang miskin
4. Di daerah pedesaan terdapat kelompok masyarakat atau kader penggerak pembangunan, termasuk pokdarwis (kelompok sadar wisata).

Program tersebut berhasil menstimulasi inisiatif masyarakat untuk mengembangkan aktivitas ekonomi di pedesaan. Namun sebagai kritik dari program tersebut, Damanik (2018) pun menyampaikan bahwa PNPM Pariwisata cenderung bias pada target kuantitatif namun lemah dalam kualitas dan daya saing. Sebagian masyarakat lokal sering terjebak euforia terhadap kisah sukses yang dicapai suatu desa wisata sehingga berambisi menjadikan desanya sebagai destinasi wisata baru. Akibatnya, dengan adanya dana dari PNPM Mandiri Pariwisata, semakin banyak kawasan pedesaan yang menobatkan diri menjadi desa wisata baru, meskipun dengan daya tarik yang terbatas. Dengan kondisi demikian pada akhirnya tentu tidak mudah bagi desa wisata tersebut untuk dikembangkan menjadi desa wisata unggulan, begitu juga untuk bersaing dengan desa wisata yang lain. Menurut Damanik, hal itu bisa dimengerti karena sebagai program berdurasi pendek, program PNPM Mandiri pariwisata cenderung terkonsentrasi pada penataan fisik, penguatan kapasitas pengelolaan dan permodalan secara terbatas.

Bercermin dari program tersebut, nampaknya kriteria yang ditetapkan pemerintah untuk program pengembangan desa wisata kali ini sudah lebih baik. Dimana selain melihat potensi desa wisata juga melihat minat masyarakat dan juga keunikan desa wisata tersebut. Dengan ketiga syarat tersebut, tidak setiap desa bisa begitu saja mengajukan diri menjadi desa wisata. Terlebih dengan semakin banyaknya desa wisata yang bermunculan, sehingga mau tidak mau akan muncul suasana kompetitif. Tanpa potensi desa yang benar-benar menarik, didukung minat masyarakat yang tinggi dan adanya keunikan atau kekhasan, dari desa tersebut, akan menjadi usaha yang sia-sia jika begitu saja mengajukan diri menjadi desa wisata tanpa perhitungan yang matang.

Kriteria desa wisata penting diperhatikan karena merupakan instrumen dasar pengembangan desa wisata (Arida dan Pujani, 2017). Selain itu, kawasan desa wisata juga harus mempunyai fasilitas penunjang sebagai desa kawasan tujuan wisata. Keberadaan fasilitas ini akan memudahkan para pengunjung desa wisata pada saat melakukan kegiatan wisata. Fasilitas-fasilitas yang harus dimiliki kawasan desa wisata antara lain: sarana transportasi, akomodasi, kesehatan, dan telekomunikasi. Untuk Sarana akomodasi, desa wisata dapat menyiapkan sarana penginapan seperti pondok wisata (*Home Stay*), atau penginapan kecil tempat peristirahatan yang lain sehingga para pengunjung wisata dapat menikmati suasana pedesaan yang masih asli (Fikri dan Septiawan, 2020). Karena itu, perlu diingat juga bahwa pembangun desa wisata membutuhkan dana yang cukup besar untuk membangun berbagai sarana prasarana disamping pengembangan sumberdaya manusia sebagai pengelolanya. Karena itu, supaya dihasilkan desa wisata yang unggul dan agar dana yang digelontorkan pemerintah tidak sia-sia, sebaiknya ketiga kriteria tersebut betul-betul dipergunakan sebagai skrinings. Jadi walaupun muncul euforia di kalangan masyarakat karena melihat desa wisata yang sukses, setidaknya ketiga kriteria yang ditetapkan pemerintah masih tetap mampu menghasilkan desa wisata yang potensial.

Adanya keunikan sebagai salah satu kriteria yang disampaikan, juga bisa mencegah adanya praktek duplikasi desa wisata, setidaknya hal itu telah sebagian menjawab permasalahan yang disampaikan Arida dan Pujon (2017) yang menyebutkan bahwa pengembangan desa wisata masih dihadapkan pada sejumlah persoalan, yaitu persoalan pertama, karena belum adanya kriteria desa wisata yang bersifat standard yang bisa dijadikan acuan manakala melakukan pemetaan terhadap desa-desa wisata. Sehingga pengembangan sebuah desa cenderung bersifat duplikasi, yakni mengacu kepada desa wisata yang telah ada sebelumnya, tidak mengangkat keunikan lokal. Walaupun persoalan kedua mengenai belum adanya model pengembangan desa wisata yang dapat berfungsi sebagai cetak biru (*blue print*), khususnya dalam hal pengembangan kelembagaan lokal, yaitu pengelola desa wisata, memang tidak sederhana, masih butuh proses yang tidak singkat untuk bisa terwujud.

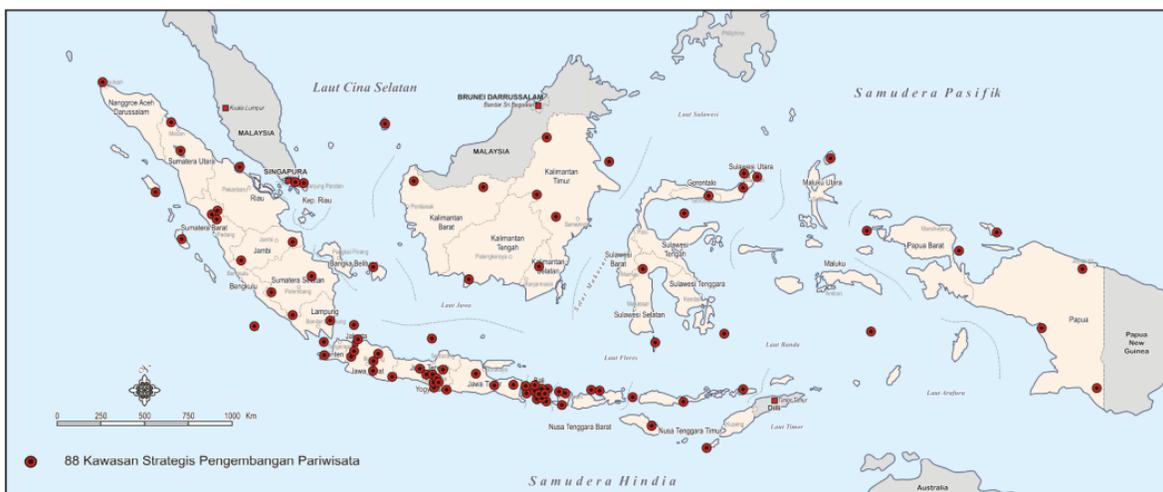
Sedangkan syarat pertama yang ditetapkan kemenparekraf adalah potensi wisata yang tersedia, di mana dalam hal ini perangkat desa harus memiliki basis data yang jelas mengenai lahan, lokasi, daerah, dan bagaimana ekosistem yang dapat membantu pengembangan destinasi wisata nantinya. Hal ini tak jauh berbeda dengan persyaratan yang disampaikan Arida dan Pujon untuk Pariwisata Bali (2017) bahwa pertama adalah keberadaan obyek dan daya tarik: desa memiliki obyek daerah tujuan wisata, paling sedikit

berdekatan dengan suatu obyek daerah tujuan wisata yang sudah terkenal, sehingga dapat dikaitkan dengan paket perjalanan yang sudah ada.

Untuk menilai adanya potensi wisata pada desa yang dicalonkan, dapat dilakukan survey pendahuluan pada desa wisata tersebut dengan tujuan untuk mengidentifikasi 4 komponen yang terdiri dari *attraction* atau atraksi, *amenities* atau fasilitas dalam arti sarana prasarana, *accessibility* atau aksesibilitas dalam arti transportasi, dan *ancillary* atau pelayanan tambahan (Cooper, 2008). Selanjutnya dari data hasil survey bisa dilakukan analisa SWOT sehingga diketahui apakah desa wisata tersebut memiliki kekuatan dan peluang yang lebih besar dibandingkan dengan ancaman dan kelemahannya. Hasil Analisa tersebut nantinya juga akan bermanfaat untuk menentukan strategi yang tepat dalam pengembangan desa wisata yang bersangkutan. Sedangkan untuk menjawab pertanyaan apakah potensi suatu destinasi dapat digolongkan sebagai daya tarik wisata adalah bila memenuhi syarat untuk pengembangan daerahnya, yaitu memiliki something to see, something to do, dan something to buy sebagaimana yang disampaikan oleh Yoeti, (1996).

Selain itu dalam hal potensi, sebenarnya posisi tata letak suatu desa juga memiliki pengaruh yang tak kalah besarnya dalam pengembangan destinasi wisata tersebut di masa mendatang, Sebagaimana kita ketahui, pemerintah juga memiliki *grand design* berupa RIPPARNAS atau Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (PP Nomor 50 Tahun 2011), dimana untuk periode 2010-2025 telah menetapkan adanya 88 lokasi Kawasan Strategis Pariwisata Nasional yang akan didorong perkembangannya sebagai generator pusat-pusat pertumbuhan kawasan melalui sektor pariwisata. Jadi desa-desa yang bersinggungan dengan ke 88 lokasi KSPN tentunya akan ikut mendapat keuntungan karena bisa dipastikan bahwa pada saatnya pemerintah akan membangun sarana dan prasarana yang dibutuhkan sebagai penunjang KSPN tersebut, meskipun dalam hal ini pemerintah membangun sesuai dengan skala prioritas. Namun tetap saja desa wisata yang bersangkutan akhirnya akan bisa turut berkembang dengan sendirinya, sehingga dalam hal ini posisi tata letak desa wisata juga dapat dikatakan sebagai potensi penting.

PETA SEBARAN 88 (DELAPAN PULUH DELAPAN) KAWASAN STRATEGIS PARIWISATA NASIONAL



Syarat selanjutnya yang menjadi ketentuan pemerintah adalah adanya minat dan kesiapan masyarakat terhadap pengembangan destinasi wisata setempat. Sebagaimana diketahui, desa wisata akan sangat berkembang jika dikelola warga desa sendiri. Organisasi yang khusus mengurus desa wisata juga dibutuhkan agar desa wisata bisa berkelanjutan. Dimana hal itu juga melibatkan pihak yang menentukan arah desa wisata. Jika dikaji lebih dalam, syarat ini sangat penting diperhatikan. Menurut Wearing dan McDonald (2002) dalam Gautama Et al. (2020), 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. Di lain pihak, komunitas lokal yang tumbuh dan

hidup berdampingan dengan suatu objek wisata menjadi bagian dari sistem ekologi yang saling kait mengait. Jadi keberhasilan pengembangan desa wisata tergantung pada tingkat penerimaan dan dukungan masyarakat lokal. Dengan kata lain, minat dan kesiapan masyarakat dalam pengembangan destinasi merupakan syarat yang tidak bisa ditawar lagi. Terlebih jika mengingat pentingnya penerapan konsep CBT di desa wisata dimana masyarakat menduduki posisi sebagai bagian integral yang ikut berperan, baik sebagai subyek maupun obyek pembangunan itu sendiri. Masyarakat merupakan pelaku langsung kegiatan pariwisata dalam hal pengelolaan sumber daya alam dan budaya sehingga memiliki komitmen yang kuat untuk mengelola sumber daya secara berkelanjutan karena menyangkut kepentingan hidup mereka sendiri (Wiwin, 2018). Sehingga dengan demikian tingkat keberhasilan pengembangan desa wisata pada akhirnya sangat tergantung pada karakteristik dan kondisi masyarakat/komunitas.

KESIMPULAN

Kriteria desa wisata penting diperhatikan dan perlu dipergunakan dengan baik sebagai skrining desa wisata karena kriteria merupakan instrument penting dalam pengembangan desa wisata. Terlebih mengingat bahwa untuk mengembangkan sebuah desa wisata dibutuhkan anggaran yang tidak sedikit. Dana yang diperlukan untuk meningkatkan sarana prasarana pendukung desa wisata tentunya cukup besar, disamping dana untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas SDM pengelolanya. Agar dana yang digelontorkan pemerintah tidak sia-sia, dan supaya nantinya desa-desa yang diajukan menjadi desa wisata lebih mudah dikembangkan menjadi desa wisata unggul, masyarakat perlu memahami persyaratan yang diminta sebelum mengajukan desanya menjadi desa wisata. Sesuai dengan ketetapan pemerintah, tiga komponen penting yang perlu dimiliki setiap calon desa wisata secara ringkas yaitu melihat adanya potensi wisata, melihat adanya minat dari masyarakat dan terakhir melihat adanya keunikan yang dimiliki suatu desa yang membedakannya dengan desa yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Antara, Made; Arida, Sukma. 2015. *Panduan Pengelolaan Desa Wisata Berbasis Potensi Lokal*. https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/bb9746610f49ba39f27856edb95362f9.pdf. Diakses pada 18 Februari 2020.
- [2]. Amerta, IM Suniastha. 2019. *Pengembangan Pariwisata Alternatif*. Scopindo Media Pustaka. Surabaya.
- [3]. Damanik et. al. 2018. *Membangun Pariwisata dari Bawah*. Penerbit Gajahmada University Press. Jogyakarta.
- [4]. Dokumen Lampiran III Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan nasional Tahun 2010-2025. https://www.kememparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/old_file/lampiran3.pdf
- [5]. Dokumen Rencana Strategis Kememparekraf/Baparekraf 2020-2024 https://www.kememparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/pdf/media_1598887965_Rencana_strategis_2020-2024.pdf
- [6]. Fikri, Z. dan Septiawan, Y. 2020. Pemanfaatan Dana Desa dalam Pengembangan Desa Wisata di Desa Kurau Barat. *Jurnal Ilmiah Politik, Kebijakan, & Sosial (Publicio)*, Vol. 2, No. 1. FISIP Universitas Panca Marga Probolinggo. <https://ejournal.upm.ac.id/index.php/public/article/download/519/553/>
- [7]. Freddy, Rangkuti. 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia.
- [8]. Gautama, et.al. 2020. Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat. *Bernas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol.1 No.4. <https://d1wqtxtslxzle7.cloudfront.net/70995813/291-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1638237724&Signature=MpHUE5qcVAI6B1XZswrtenhVmZwZAJXXvWiDZ5JqYTxTnj1B2V>

- [9]. Habita, YN. 2019. Analisa SWOT Terhadap Kebijakan Pengembangan Pariwisata Provinsi Bali. Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial. Vol 3 No.1. Undiknas.
- [10].Hapsari, Andriani dan Mutawali. 2019. Analisa Swot Sebagai Perencanaan Desa Wisata Edukasi Agrikultur Cabe dengan Pendekatan Konsep Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Kabasiran. Parung Panjang. Kabupaten Bogor. Jurnal Pemasaran Kompetitif. Volume 3 No. 1. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/view/3601>
- [11].Kemenparekraf. 2021. Desa Wisata Terus Tumbuh Menjadi Destinasi Wisata Alternatif. <https://kemenparekraf.go.id/kebijakan/Desa-Wisata-Terus-Tumbuh-Sebagai-Pariwisata-Alternatif>
- [12].Pitana, I Gde; Surya Dirata, I Ketut. 2019. Pengantar Ilmu Pariwisata. Penerbit Andi. Jogyakarta.
- [13].Rahma, AA. 2020. Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Desa Wisata Di Indonesia. Jurnal Nasional Pariwisata. Volume 12 No. 1. https://jurnal.ugm.ac.id/tourism_pariwisata/article/view/52178
- [14].Sari, M. 2020. *Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA*. (Natural Science: Jurnal Penelitian Bidang IPA dan Pendidikan IPA. 6(1), 41–53). Retrieved from <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/naturalscience/article/view/1555/1159>
- [15].Sukma Arida, I Nyoman; Pujani, LP, Kerti. 2017. Kajian Penyusunan Kriteria-Kriteria Desa Wisata Sebagai Instrumen Dasar Pengembangan Desa Wisata. Jurnal Analisis Pariwisata Vol. 17 No. 1 [file:///C:/Users/USER/Desktop/36389-1501-72013-1-10-20180108%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USER/Desktop/36389-1501-72013-1-10-20180108%20(1).pdf) diunduh pada tanggal 9 November 2021
- [16].Suryadana, M. Liga. 2013. Sosiologi Pariwisata. Humaniora. Bandung.
- [17].Model Pengembangan Kebijakan Desa Wisata dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kegiatan Homestay di Desa Wisata Cibuntu Kabupaten Kuningan Jawa Barat Nining Latianingsih1 , Iis Mariam2 , Dewi Winarni Susyanti. 2019. Jurnal Law & Justice. Volume 4, Nomor 1, Politeknik Negeri Jakarta. <https://journals.ums.ac.id/index.php/laj/article/download/8028/4644>
- [18].Wiwin, IW. 2018. CBT Dalam Pengembangan Pariwisata Bali. Jurnal Pariwisata Budaya, Vol 3. No. 19. IHDN. Denpasar. <https://ejournal.ihdn.ac.id/index.php/PB/article/view/424>
- [19].Yoeti, Oka. (1996). Pengantar Ilmu Pariwisata. Penerbit Angkasa.Bandung