
**KEBERHASILAN PENERAPAN KONSEP PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT:
STUDI KASUS DI DESA WISATA NGLANGGERAN****Oleh****Mahmudah Budiatiningsih¹, Bintari Pangesti Putri², Mufida Fathi Dini³****^{1,2,33}Institut Teknologi Bandung, Indonesia****Email: ¹mahmudahbudiatiningsih@gmail.ac.id, ²bintaripangesti06@gmail.com,
³mufidahfd@gmail.com****Abstrak**

Pariwisata berbasis masyarakat (CBT) merupakan salah satu pendekatan pembangunan kepariwisataan yang menempatkan masyarakat sebagai pelaku pengembangan sekaligus sebagai penerima manfaat kegiatan pariwisata secara langsung. Penerapan CBT banyak ditemukan pada kawasan pedesaan yang menghasilkan sebuah pendekatan baru yaitu desa wisata. Hal ini dikarenakan konsep pengembangan desa wisata dilakukan dengan berbasis potensi lokal, termasuk dalam hal pengelolaan. Desa Nglanggeran menjadi salah satu desa wisata yang dianggap berhasil menerapkan CBT dengan baik dalam pengembangan pariwisata. Oleh karenanya, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerapan CBT di desa wisata Nglanggeran. pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen pedoman wawancara semi-terstruktur. Dalam penentuan jumlah responden, peneliti menggunakan teknik purposive sampling dan snowball sampling kepada orang-orang yang mengetahui revolusi kepariwisataan di Desa Wisata Nglanggeran. Kemudian, data yang terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Hasil analisis mengungkapkan bahwa 9 tahap pengembangan CBT telah diimplementasikan di Desa Wisata Nglanggeran dan tercapainya penerapan 11 prinsip KBK/CBT.

Kata Kunci: *CBT, Pariwisata berbasis masyarakat, Desa Wisata Nglanggeran.*

PENDAHULUAN

Pariwisata berbasis masyarakat atau Community Based Tourism (CBT) merupakan salah satu pendekatan pengembangan pariwisata yang menempatkan masyarakat sebagai pelaku pengembangan. Menurut Dinas Pariwisata DIY (2014), pengembangan pariwisata berbasis masyarakat atau yang biasa dikenal sebagai CBT merupakan pendekatan yang menitikberatkan pada partisipasi masyarakat dalam proses pembuatan keputusan, serta dalam perolehan pendapatan dengan bagian terbesar sebagai manfaat secara langsung dari kehadiran para wisatawan. Hal ini didukung oleh Ardika (2018) yang menyampaikan bahwa dalam konsep ini, masyarakat menjadi kekuatan dasar kepariwisataan.

Salah satu bentuk penerapan CBT adalah desa wisata. Desa wisata dalam konteks wisata pedesaan dapat didefinisikan sebagai

aset kepariwisataan berbasis potensi desa dengan berbagai keunikan dan daya tarik. Potensi tersebut dapat diberdayakan dan dikembangkan sebagai produk wisata untuk menarik kunjungan wisatawan ke suatu desa. Penerapan CBT melalui pengembangan desa wisata yang dilakukan oleh pihak pengelola desa wisata dapat diterapkan dalam bidang atraksi, akomodasi, dan penyiapan SDM. Kegiatan ini diharapkan mampu memberikan manfaat dari aspek sosial, budaya dan ekonomi bagi masyarakat setempat. (Dinas Pariwisata DIY, 2014).

Pengembangan desa wisata banyak ditemukan di DIY. Terdapat lebih dari 50 desa wisata yang sudah tercatat dalam statistik kepariwisataan DIY (Dinas Pariwisata, 2018). Salah satu desa wisata yang dikenal telah menerapkan konsep CBT dengan baik adalah Nglanggeran. Hal tersebut salah satunya ditunjukkan melalui prestasi Desa Wisata



Nglanggeran yang memperoleh penghargaan tingkat ASEAN sebagai desa wisata yang berhasil menerapkan CBT dalam pengembangan pariwisata. Oleh karenanya penelitian ini dilakukan untuk mengetahui proses penerapan CBT di Desa Wisata Nglanggeran.

LANDASAN TEORI

Desa Wisata

Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 26 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. Desa wisata kini semakin berkembang karena menjadi salah satu solusi pengentasan kemiskinan di pedesaan.

Secara umum terdapat 5 kriteria dasar pengembangan wisata pedesaan yaitu (Ardika, 2018):

- a. Terdapat suatu daya tarik wisata yang menarik. Daya tarik ini dapat berupa daya tarik alam, budaya, buatan, ataupun edukasi
- b. Aspek aksesibilitas yang memadai terutama pada kondisi kualitas fisik infrastruktur dan jarak dari pusat kota
- c. Masyarakat memiliki potensi untuk mengembangkan kemitraan dengan pihak-pihak lain seperti pemerintah, swasta, dan akademisi.
- d. Masyarakat memiliki motivasi dan antusiasme untuk menjalankan suatu kegiatan kepariwisataan
- e. Tersedianya fasilitas umum dasar yang baik contohnya seperti ketersediaan air bersih serta jaringan listrik dan komunikasi.

Selain kriteria tersebut, keberhasilan dan keberlanjutan desa wisata erat kaitannya dengan partisipasi aktif masyarakat pada kegiatan kepariwisataan. Masyarakat desa tidak bisa hanya bertindak sebagai penonton, tetapi harus menjadi pelaku. Konsep pariwisata berbasis masyarakat juga

diperkenalkan Ardika (2018) dengan istilah Kepariwisataan Berbasis Komunitas (KBK). Menurut Ardika (2018), pelaksanaan pariwisata harus dilakukan dengan tetap menjaga prinsip-prinsip Kepariwisataan Berbasis Komunitas (KBK)/ Community Based Tourism (CBT).

Adapun cara untuk mengidentifikasi dan meningkatkan motivasi komunitas secara aktif dalam kegiatan kepariwisataan di desa wisata dapat menggunakan pendekatan 9 tahap yang dijelaskan oleh Hamzah (2009).

Prinsip Pariwisata Berbasis Masyarakat yang Berkelanjutan

Pariwisata berbasis masyarakat atau *communit based tourism* (CBT) adalah sistem kepariwisataan yang dimiliki dan dikelola oleh masyarakat yang berorientasi pada kesejahteraan masyarakat dengan menyediakan mata pencaharian berkelanjutan, melindungi tradisi sosial budaya yang berharga, dan menjaga sumber daya alam (*ASEAN Community Based Tourism Standard*, 2016).

CBT merupakan wujud dari aktivitas kepariwisataan yang dimiliki, dioperasikan, dan dikelola oleh masyarakat/komunitas. Oleh karenanya, dalam pembangunan pariwisata berbasis masyarakat yang berkelanjutan perlu memperhatikan dan menjaga prinsip-prinsip berikut (Ardika, 2018):

- a. Pelibatan dan pemberdayaan komunitas agar tercapai transparansi pengelolaan
- b. Peningkatan kesejahteraan sosial dan martabat manusia
- c. Penghormatan tradisi dan budaya lokal
- d. Penjagaan lingkungan alam
- e. Penguatan kualitas interaksi antara tuan rumah (pelaku pariwisata) dengan tamu (wisatawan) dalam rangka peningkatan kualitas pengalaman pengunjung
- f. Penerapan mekanisme bagi hasil yang adil dan transparan
- g. Berorientasi untuk menuju pada kemandirian finansial
- h. Pencegahan urbanisasi terutama pada generasi muda

- i. Penjalinan kerja sama dengan pihak-pihak terkait (stakeholder penta helix)
- j. Pengakuan dari otoritas setempat
- k. Peningkatan skema hubungan ekonomi dengan pihak lokal dan regional

Menurut Hamzah & Khalifah (2009), terdapat 9 tahapan yang dapat dilakukan dalam membentuk dan mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat.



Gambar 1: Sembilan Tahapan dalam Membangun dan Mengembangkan KBK
Sumber: Hamzah (2009)

Tahap 1 yaitu *assess community needs and readiness for tourism* atau tahap menilai kebutuhan dan kesiapan masyarakat untuk pariwisata. Sebelum mengembangkan pariwisata di suatu masyarakat, penting untuk diketahui urgency atau kebutuhan masyarakat terkait pariwisata. Hal ini bisa dilakukan dengan memproyeksikan ketika pariwisata dikembangkan, sehingga dapat dipetakan peran pariwisata bagi masyarakat, apakah sumber penghasilan utama ataukah sebagai sumber penghasilan tambahan; apakah sebagai alat konservasi; atau memiliki peran lainnya. Selain itu, menganalisis tingkat pemahaman masyarakat terhadap pariwisata juga dapat dilakukan untuk mengetahui tingkat kesiapan masyarakat.

Tahap 2 yaitu *educate and prepare the community for tourism* atau tahap mendidik dan mempersiapkan masyarakat untuk pariwisata. Tahap ini merupakan tindak lanjut dari hasil analisis di tahap 1. Mendidik dan mempersiapkan masyarakat untuk kegiatan pariwisata setidaknya dilakukan dengan identifikasi potensi wisata serta penyiapan

pelatihan sesuai kebutuhan masyarakat. Sementara bentuk pelatihan dapat dilakukan secara beragam, salah satunya dengan belajar langsung dari pengembangan CBT di destinasi lain yang lebih dahulu berkembang dengan baik. Pelatihan tersebut juga dapat didokumentasikan dalam sebuah buku panduan sehingga dapat dipelajari dan diadopsi sesuai kebutuhan.

Tahap 3 yaitu *identify and establish leadership/ local champion* atau tahap identifikasi aktor lokal yang dikenal sebagai *local champion*. Pada tahapan ini, menemukan seorang *local champion* yang dipercaya masyarakat sangat penting. Kepercayaan dari masyarakat salah satunya bisa muncul karena seorang *local champion* biasanya memiliki kapasitas tertentu dalam memimpin atau menangani suatu masalah.

Tahap 4 yaitu *prepare & develop community organization*. Pemimpin atau *local champion* menginisiasi dan membentuk organisasi masyarakat yang mampu merencanakan, mengoperasikan dan mempromosikan program-program pariwisata di daerahnya. Dalam organisasi tersebut harus merangkul seluruh lapisan masyarakat terutama pemuda dan perempuan. Dalam siklus hidup penerapan konsep CBT, pasti akan melewati fase penurunan dimana peran kepemimpinan dan organisasi gagal mempertahankan produk wisata yang sudah matang. Apabila fase tersebut terjadi, untuk meningkatkan kembali siklus pariwisata, organisasi perlu merevitalisasi struktur organisasi yang berbeda.

Tahap 5 yaitu *develop partnerships*. Membangun Kemitraan yang dimaksud dalam tahap ini adalah menjalankan konsep pentahelix dimana dalam upaya pembangunan suatu daerah melibatkan peran pemerintah, masyarakat atau komunitas, akademisi, pengusaha dan media bersatu untuk membangun daerah tersebut. Dalam konsep CBT sendiri setiap aktor memiliki perannya masing-masing, namun tetap masyarakat atau komunitas menjadi aktor utamanya. *Non-Government Organization* (NGO)



internasional atau Lembaga Swadaya Masyarakat lokal memiliki peran untuk meningkatkan kapasitas komunitas dalam melakukan program konservasi di mana pariwisata digunakan sebagai alatnya. Akademisi memiliki peran untuk mengedukasi masyarakat lokal mengenai kerangka kerja yang tepat untuk konsep CBT di daerahnya, pihak universitas pun melibatkan keahliannya dalam penelitian untuk menganalisis pertumbuhan, kebutuhan dan apa yang perlu ditambahkan dalam program CBT. Peran pemerintah dalam program CBT lebih menyediakan layanan konsultasi untuk masyarakat dan memberikan suntikan dana subsidi untuk pembangunan desa. Peran swasta yang dimaksud oleh Hamzah (2019) adalah masyarakat membangun kemitraan dengan tour operator yang dijadikan sebagai perantara informasi dan membawa tamunya (wisatawan) ke destinasi tersebut.

Tahap 6 yaitu *adopt an integrated approach*. Penerapan konsep CBT harus mampu mengintegrasikan antara program konservasi, pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan dan sektor ekonomi lainnya. Pada umumnya konsep CBT diawali dari upaya konservasi yang melibatkan dan memanfaatkan pengetahuan masyarakat asli dalam melindungi sumber daya. Melalui upaya tersebut, akan membuka lapangan pekerjaan serta berkontribusi dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Banyak LSM sudah membuktikannya, dengan menerapkan konsep CBT yang diawali melalui program konservasi atau pembangunan pariwisata yang berkelanjutan sebagai kompensasi atas hilangnya potensi pendapatan masyarakat dengan tidak menebang dan menjual kayu. Selain itu peran CBT dijadikan sebagai wadah pelatihan bagi masyarakat untuk Belajar merancang, mengambil keputusan dan mengimplementasikan programnya baik itu pada sistem pengelolaan yang sifatnya operasional, manajemen keuangan dan cara memasarkan dan mempromosikan desanya. Keterampilan yang dipelajari tersebut akan

meningkatkan kapasitas interpersonal masyarakat dalam menghadapi program-program non-pariwisata.

Tahap 7 yaitu *plan and design quality product*. Tahap ini merupakan rencana strategis komunitas dalam mengembangkan produk yang memiliki keunikan dan berbeda dengan produk pariwisata di lain daerah. Biasanya produk pariwisata yang berkesan (*memorable*) menawarkan pengalaman pariwisata yang otentik, mendidik, menghibur, dan menyenangkan. Pengembangan produk juga harus diimbangi dengan pengelolaan manajemen yang baik. Hal ini dapat ditunjukkan melalui pelayanan jasa berkualitas tinggi dari pengelola dan penyampaian informasi secara jelas dan komunikatif kepada wisatawan.

Tahap 8 yaitu *identify market demand and develop marketing strategy*. Pengembangan produk pariwisata juga tidak terlepas dari target segmen pasar yang akan dituju. Perlu dipastikan bahwa produk yang dikembangkan akan ada pembelinya. Dalam rangka memperluas jaringan distribusi produk yang ditawarkan, komunitas dapat memaksimalkan media promosi *online* maupun *offline* dan bekerja sama dengan berbagai pihak seperti tur operator, NGO, dan agensi perjalanan. Komunitas juga dapat meningkatkan strategi pemasaran dengan sertifikasi dan ikut serta dalam kompetisi dalam rangka peningkatan kualitas dan pembentukan citra diri yang baik.

Tahap 9 yaitu *implement and monitor performance*. Tahap ini menekankan pada kontribusi komunitas dalam implementasi pelaksanaan pariwisata dan pembangunan fasilitas pariwisata. Komunitas juga didorong secara rutin untuk mengawasi dan mengevaluasi jalannya pelaksanaan pariwisata.

METODE PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui revolusi peran komunitas di Desa Wisata Nglanggeran, dengan mengetahui pandangan atau pendapat masyarakat

mengenai pengembangan kepariwisataan di daerahnya. Oleh karenanya, untuk memahami secara mendalam situasi sosial yang sedang berlangsung membutuhkan penelitian dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, dan teknik analisis deskriptif kualitatif (Purnomo, 2015).

Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam semi-terstruktur kepada responden. Hal tersebut dilakukan karena peneliti membutuhkan informasi detail mengenai pikiran dan perilaku seseorang atau ingin menjelajahi masalah baru secara mendalam seperti yang dilakukan oleh Prasetyo dkk., (2019) yang meneliti peran pada masyarakat pulau Misool pada pengembangan kepariwisataan di kawasan pesisir pantai dan laut.

Pemilihan responden dalam penelitian kualitatif menurut Purnomo (2015) dapat menggunakan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*. *Purposive sampling* digunakan untuk menarik responden yang ahli dan menguasai bidang pariwisata di lapangan. Sementara *snowball sampling* digunakan untuk menentukan banyaknya jumlah responden yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar sesuai kebutuhan data yang dirasa sudah cukup dan ditandai dengan adanya kesamaan informasi yang berulang dari responden. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini antara lain, kepala Desa Nglanggeran, ketua pokdarwis, ketua karang taruna, perwakilan dari pelaku industri pariwisata (*homestay*, tempat makan dan *tour guide*) dan beberapa anggota pokdarwis.

Penelitian ini terbatas pada responden yang berperan aktif dalam pengelolaan Desa Wisata Nglanggeran. Sedangkan untuk masyarakat desa yang tidak berperan dan wisatawan yang berkunjung tidak dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Wisata Nglanggeran

Desa Wisata Nglanggeran merupakan desa wisata yang berada di Desa Nglanggeran Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunungkidul, Provinsi D.I. Yogyakarta dengan luas wilayah 762,80 ha. Jarak tempuh dari pusat kota ke Desa Wisata Nglanggeran sekitar 28,5 km atau sekitar 45 menit dengan menggunakan kendaraan bermotor.



Gambar 2: Letak Geografis Desa Wisata Nglanggeran

(Sumber: Google Maps, Olahan Peneliti, 2020)

Desa Nglanggeran terletak di 200-700 mdpl dengan bentang alam pegunungan kapur rangkaian Geopark Gunung Sewu. Terdiri dari 5 dusun dengan jumlah penduduk 2.613 orang (812 KK). Terdapat 3 dusun di Desa Nglanggeran yang dijadikan sebagai kawasan desa wisata yaitu Dusun Nglanggeran Kulon, Dusun Nglanggeran Wetan, dan Dusun Butak. 2 dusun lainnya yaitu Dusun Doga dan Dusun Karang Sari dilewati untuk akses menuju ke desa wisata. Namun, pengelola Desa Wisata Nglanggeran berasal dari perwakilan 5 dusun.



Gambar 3: Delineasi Desa Wisata Nglanggeran

(Sumber: Google Maps, Olahan Peneliti, 2020)

Kondisi Eksisting Pariwisata Desa Wisata Nglanggeran

Desa wisata Nglanggeran merupakan salah satu desa wisata berbasis keunikan sumber daya alam (Dinas Pariwisata DIY, 2014). Pada mulanya daya tarik utama di Desa Nglanggeran adalah Gunung Nglanggeran yang saat ini dikenal sebagai Gunung Api Purba (GAP). Keberadaan SDM yang berkomitmen tinggi dan pendampingan secara terus menerus dari pemerintah daerah, mendukung potensi pengembangan 4A pariwisata sehingga menjadi desa wisata.

Atraksi atau daya tarik utama dari desa wisata Nglanggeran adalah Gunung Api Purba dan Embung Nglanggeran. Daya tarik ini mendorong pertumbuhan berbagai daya tarik lainnya. Atraksi wisata alam terdiri dari GAP dengan berbagai aktivitas yang ditawarkan yaitu trekking, *sunrise* di puncak GAP, *camping*, serta *outbound* di kawasan GAP; dan air terjun Kedung Kandang yang saat ini sedang dikembangkan wisata *glamping*. Atraksi wisata budaya terdiri atas kesenian gamelan, kiraban, kendurian, serta keberadaan kampung adat yaitu Kampung Pitu yang masih terjaga hingga saat ini. Atraksi wisata buatan terdiri atas daya tarik wisata yang sengaja dibuat seperti Embung Nglanggeran dan *flying fox*. Atraksi wisata edukasi terdiri atas edukasi pengolahan coklat kakao, pembuatan dodol coklat, tanam padi, membuat batik, pengolahan susu kambing etawa, dan edukasi cinta lingkungan. Atraksi wisata yang bervariasi tersebut dikemas dalam satu paket edukasi dan *live-in*, sehingga wisatawan mendapatkan pengalaman lebih dari kearifan lokal masyarakat.

Ketersediaan sarana dan prasarana di Desa Wisata Nglanggeran yang sudah memadai. Dalam aspek amenities yang tersedia diantaranya: kantor pengelola, sekretariat pokdarwis, lahan parkir di setiap atraksi wisata, pelaku bisnis retail, sarana ibadah, rumah makan, toko souvenir, toilet umum, tempat pembuangan sampah, dan sarana kesehatan berupa puskesmas.

Sedangkan dalam aspek aksesibilitas, kondisi akses jalan desa antar atraksi sudah dilengkapi dengan jalan beraspal dua arah dan rambu-rambu petunjuk jalan. Sudah tersedia moda transportasi umum khusus pariwisata bagi wisatawan yang membeli paket *live-in*, namun belum tersedia transportasi umum antar desa. Sehingga situasi jalan selalu diramaikan oleh kendaraan pribadi, baik milik wisatawan maupun masyarakat Desa Nglanggeran.

Dalam aspek ansilari servis, penelitian ini berfokus pada ketersediaan lembaga yang mengelola pariwisata di Desa Nglanggeran. Saat ini, pengelolaan pariwisata dilakukan oleh Pokdarwis dengan pelaksana Karang Taruna Bukit Putra Mandiri. Pokdarwis berada di bawah naungan BUMDes bersama pos-pos usaha pendukung pariwisata lainnya.

Kunjungan wisatawan mengalami peningkatan yang sangat signifikan pada tahun 2014. Hal ini segera ditindaklanjuti oleh pengelola desa untuk mengendalikan jumlah kunjungan di tahun 2015. Pengendalian dilakukan dengan menaikkan harga tiket pendakian Gunung Api Purba dan pergeseran fokus pemasaran atraksi menjadi atraksi paket *live-in*. Kedua hal ini berhasil menurunkan tingkat kunjungan wisatawan (lihat Gambar 4).

Grafik Kunjungan Wisatawan dan Omzet Desa Wisata Nglanggeran Tahun 2008-2018



Gambar 4: Grafik Perbandingan Kunjungan Wisatawan dan Omzet Desa Wisata Nglanggeran Tahun 2012-2018

(Sumber: Olahan Peneliti, 2020)

Menariknya, penurunan kunjungan berbanding terbalik dengan omzet yang didapatkan desa wisata yang justru meningkat.

Hal ini disebabkan pergeseran fokus atraksi ke paket *live-in* memberikan keuntungan ekonomi lebih besar karena *length of stay* wisatawan yang lebih panjang sehingga pengeluaran wisatawan di destinasi lebih besar.

Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat yang berkelanjutan di Desa Wisata Nglanggeran

Tahap 1 yaitu *assess community needs and readiness for tourism* atau tahap menilai kebutuhan dan kesiapan masyarakat untuk pariwisata. Kebutuhan masyarakat Desa Nglanggeran pada mulanya bukan pada kegiatan wisata, namun pada solusi bertahan hidup di saat musim kemarau selain mengandalkan penjualan pohon dan batu. Hal tersebut menginisiasi karang taruna untuk melakukan upaya konservasi berupa penanaman pohon di kawasan Gunung Api Purba guna menjaga debit air dan mengantisipasi kekeringan. Sayangnya masyarakat masih terus melakukan penebangan pohon hingga beberapa tahun kemudian karena tidak memiliki sumber pendapatan lain. Ketika kawasan Gunung Api Purba menjadi hijau dan menarik, banyak wisatawan yang datang berkunjung sehingga sektor pariwisata berkembang. Saat embung Nglanggeran dibangun sebagai tabungan air di musim kemarau dan diresmikan tahun 2013, hal ini juga justru menjadi sebuah daya tarik yang mendatangkan wisatawan.

Selain kebutuhan masyarakat untuk bertahan hidup terpenuhi melalui upaya konservasi, ternyata potensi wisata juga berpeluang sebagai alternatif diversifikasi pertanian. Pariwisata menjadi sumber penghasilan tambahan di luar mata pencaharian utama masyarakat sebagai petani. Pengelola Desa Wisata Nglanggeran memadukan sektor agro & pariwisata sehingga sektor agro tetap bisa berkembang terlepas dari pariwisata.

Tahap 2 yaitu *educate and prepare the community for tourism* atau tahap mendidik dan mempersiapkan masyarakat untuk pariwisata. Hal yang unik dalam fase awal

perkembangan pariwisata adalah 2 daya tarik utama di Desa Wisata Nglanggeran justru mendatangkan wisatawan padahal pembangunannya ditujukan untuk konservasi. Proses identifikasi potensi daya tarik wisata baru dilakukan dalam fase pengembangan produk terutama saat dikemas dalam paket *live in*.

Sementara mempersiapkan pengelola maupun masyarakat umum yang terlibat dalam pengelolaan pariwisata dilakukan secara bertahap. Pada mulanya, di tahun 2007, Pemerintah Daerah melalui Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul melakukan pertemuan dan pendampingan pada masyarakat Desa Nglanggeran. Dalam fase awal pendampingan, pemerintah memberikan penyuluhan terkait pengetahuan dasar pariwisata seperti sadar wisata, sapa pesona, dan pengelolaan pariwisata. Selanjutnya masyarakat bersama Dinas Pariwisata membentuk Badan Pengelola Desa Wisata (BPDW). BPDW terdiri dari berbagai elemen masyarakat, namun pengelolaan pariwisata di lapangan tetap dilakukan oleh pemuda karang taruna.

Selama tahap perintisan hingga saat ini, pengelola Desa Wisata Nglanggeran tetap memperoleh pendampingan & monitoring dari Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul, sehingga komunikasi terkait perkembangan & kebutuhan selalu berjalan baik. Pelatihan tidak hanya diberikan oleh pemerintah daerah tetapi juga berbagai pihak lain seperti akademisi maupun swasta. Pelatihan bisa dari permintaan pengelola maupun inisiatif pihak pemberi pelatihan setelah melakukan survey.

Tahap 3 yaitu *identify and establish leadership/ local champion* atau tahap identifikasi aktor lokal yang dikenal sebagai *local champion*. Keberadaan *local champion* dalam pengembangan pariwisata di Desa Nglanggeran berada pada 2 fase krusial pengembangan desa. Fase pertama adalah saat perintisan upaya konservasi yang dilakukan oleh Sugeng Handoko, salah satu pemuda karang taruna yang merupakan pelopor kegiatan konservasi berupa penanaman pohon

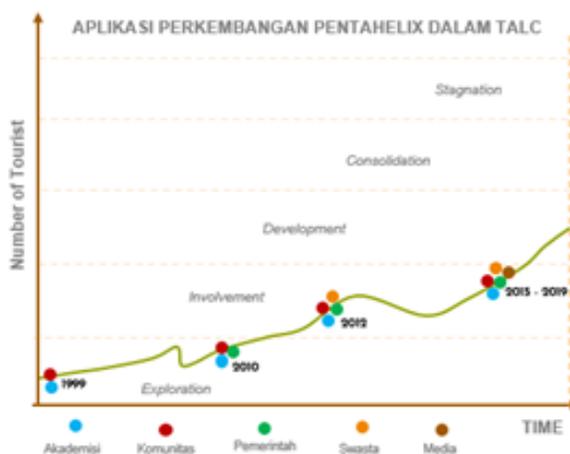
dan inisiator pembuatan tabungan air melalui pembangunan embung. Keberhasilan upaya tersebut memicu pertumbuhan pertanian di Desa Nglanggeran yang berimplikasi pada peningkatan keterlibatan masyarakat. Masyarakat mengembangkan pos-pos usaha baru yang mendukung pengembangan produk wisata.

Sementara fase kedua berada pada fase perintisan kegiatan pariwisata saat pembentukan BPDW di tahun 2008 yang selanjutnya berganti menjadi Pokdarwis. Ketua Pokdarwis merupakan *local champion* kedua yang memiliki peran besar dalam pengembangan pariwisata. Ketua Pokdarwis pertama yaitu Pak Suranto yang berperan dalam mengawal pengembangan pariwisata sebagai jembatan upaya konservasi & solusi perekonomian masyarakat. Ketua Pokdarwis generasi kedua ialah Pak Mursidi yang berperan dalam mengawal *visitor management* saat terjadi *over tourism* yang menyebabkan berbagai dampak negatif. Dalam kepemimpinan Pak Mursidi, beliau berhasil mengkondisikan pariwisata sehingga kembali terkendali. Dampak negatif perlahan berkurang sementara dampak positif bisa terus dimaksimalkan.

Tahap 4 yaitu *prepare & develop community organization*. Kelompok masyarakat di Nglanggeran pertama kali dibentuk pada tahun 1999 melalui SK Kepala Desa yang membentuk Karang Taruna Bukit Putra Mandiri untuk melakukan konservasi alam khususnya pada Atraksi Wisata Gunung Api Purba (GAP) saat ini. Karang taruna tersebut melibatkan 4 dusun di Desa Nglanggeran. Pasca melewati fase penurunan dalam siklus hidup konsep CBT pada tahun 2006 yang dikarenakan gempa Yogya, *local champion* menginisiasi dan mengajak masyarakat untuk bangkit dan revitalisasi desa dan organisasinya. Sehingga pada tahun 2007 dibentuklah Badan Pengurus Desa Wisata (BPDW) guna meningkatkan motivasi keterlibatan masyarakat dalam pariwisata Desa Nglanggeran. Seiring dengan perkembangan CBT di Desa Nglanggeran,

tahun berikutnya BPDW diganti dengan pembentukan Kelompok Sadar Pariwisata (pokdarwis). Perkembangan struktur organisasi terus dilakukan dengan melibatkan seluruh lapisan masyarakat terutama pemuda dan perempuan.

Tahap 5 yaitu *develop partnerships*. Sadarnya masyarakat Desa Nglanggeran bahwa pariwisata dapat memberikan manfaat pada peningkatan kesejahteraan mereka, dimulai sejak tahun 2007 pasca gempa Yogyakarta. Dalam upaya pembangunan desa, tanpa masyarakat sadari bahwa mereka sudah menerapkan konsep CBT sejak tahun 1999 ditandai dengan dibentuknya organisasi karang taruna untuk mengelola konservasi GAP. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa komunitas ini sempat mengalami penurunan dalam siklus hidup konsep CBT saat gempa Yogyakarta 2006. Tahun berikutnya, komunitas bangkit dan sadar bahwa dalam upaya revitalisasi desa dan pembangunannya tidak dapat dilakukan sendiri melainkan perlu adanya peran pemerintah, akademisi dan pihak swasta.



Gambar 5: Siklus Hidup Kemitraan Desa Wisata Nglanggeran

Sumber: Olahan peneliti (2020)

Gambar 5 menjelaskan bagaimana siklus pertumbuhan kemitraan pada konsep CBT di Desa Wisata Nglanggeran. Sejak tahun 1999 komunitas didampingi secara aktif oleh aktor akademisi dalam upaya konservasi lingkungan. Pasca Gempa Yogya, komunitas merintis kembali dalam mengembangkan

kemitraannya dengan melibatkan sektor pemerintah yaitu Kepala Desa dan Dinas Pariwisata Gunung Kidul sebagai penasehat dan terus berkembang hingga ke sektor pemerintah pusat.

Membangun kemitraan dengan pihak swasta (perbankan) dimulai sejak tahun 2012 dalam bentuk CSR dan sampai saat ini tercatat sudah bekerja sama dengan tiga perusahaan. Kontribusi program CSR pertama tahun 2012 pada Desa Wisata Nglanggeran disalurkan untuk pembangunan sarana dan prasarana pariwisata seperti kondisi jalan dan rambu petunjuk arah desa. Kerja sama yang ke-2 pada tahun 2016, dana yang diberikan disalurkan untuk pembangunan atraksi wisata dan *souvenir store* Griya Coklat. Kerja sama yang ke-3 pada tahun 2020, direncanakan untuk membangun atraksi wisata buatan (*glamping*) di kawasan Air Terjun Kedung Kandang. Dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6: Bentuk Program CSR Rambu Jalan, Griya Coklat, dan Lokasi Pembangunan Glamping

Sumber: Dokumentasi Peneliti (2020)

Keterlibatan pihak NGO di Desa Wisata Nglanggeran baik yang berskala nasional, internasional hingga dunia dimulai sejak tahun 2015. GAP Nglanggeran mendapatkan penghargaan dari UNESCO pada tahun 2015 dan resmi menjadi anggota dalam *Gunungsewu* UNESCO Geopark. Desa Wisata Nglanggeran mulai mendapatkan penghargaan dimulai dari ISTA 2017, ASTA 2018, dan *Top 100 Green Destination* dari *Global Sustainable Tourism Council* (GSTC) 2019.

Tahap 6, pemerintah Desa Nglanggeran melalui kepala desa sudah mempercayakan pengelolaan lahan seluas 48 Ha untuk dikelola oleh pemuda Nglanggeran dengan dibentuknya Karang Taruna Bukit Putra

Mandiri yang tertuang dalam SK Kepala Desa Nglanggeran No.05/KPTS/1999 tertanggal Desa 12 Mei 1999. Melalui upaya tersebut, kesadaran masyarakat untuk melestarikan dan memastikan bahwa lingkungannya tetap terjaga semakin meningkat. Upaya konservasi pun telah berkontribusi pada kegiatan pariwisata yang mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan perekonomian masyarakat. Sempat terjadi lonjakan jumlah kunjungan wisatawan tertinggi pada tahun 2014 yang tak hanya berdampak pada sosial masyarakat saja namun adanya penumpukan sampah membuat pengelola untuk mengambil kebijakan baru. Kelompok pengelola GAP menaikkan harga tiket masuk atraksi wisata dengan tujuan untuk mengurangi pencemaran lingkungan yang diakibatkan oleh jumlah kunjungan wisatawan. Namun menariknya, dengan menurunnya jumlah kunjungan wisatawan mampu meningkatkan jumlah pendapatan masyarakat dari tahun-tahun sebelumnya. Kegiatan pariwisata di Desa Nglanggeran hanyalah sebagai penghasilan tambahan bagi masyarakat, penghasilan utama mereka tetap pada kegiatan pertanian, peternakan, dan pengolahan barang mentah.

Tahap 7 yaitu *plan and design quality product*. Pada tahap pengembangan dan desain produk pariwisata, Desa Wisata Nglanggeran bermula dari *single product* yaitu dengan menawarkan tiket pendakian Gunung Api Purba, semakin meningkatnya kedatangan pengunjung menjadikan pengelola mengembangkan produk pariwisata lainnya secara bertahap yaitu paket *live-in*, Embung Nglanggeran, Air Terjun Kedung Kandang, olahan kakao Griya Coklat, dan yang terbaru perencanaan Glamping. Pengembangan setiap produk wisata diusahakan agar unik dan inovatif sehingga menjadi pembeda dengan destinasi lain.

Setiap produk pariwisata juga memiliki kekhasannya masing-masing sehingga produk pariwisata menawarkan pengalaman wisatawan yang berbeda. Misalnya Gunung Api Purba menonjol dengan pengalaman yang otentik, paket *live in* dengan menawarkan pengalaman edukasi, dan Embung Nglanggeran yang menawarkan pengalaman yang menyenangkan. Pengalaman yang berbeda di setiap atraksi akan menjadi pengalaman yang tidak terlupakan (*memorable*) bagi wisatawan.

Produk pariwisata yang kaya dengan kualitas pengalaman ini juga dibarengi oleh manajemen destinasi yang baik dari pengelola yang berkualitas. Contohnya dapat dilihat dari jalur *trekking* Gunung Api Purba yang mudah diikuti dengan tersedianya *signage* di beberapa titik-titik penting. Selain itu tidak adanya *backtrack* menjadikan alur wisatawan teratur dan aman.

Tingginya kualitas pelayanan pengelola pada desa wisata dikarenakan kapasitas mereka yang selalu ditingkatkan dengan mengikuti berbagai pelatihan yang mendukung berjalannya kegiatan pariwisata.

Pemberian informasi kepada wisatawan melalui komunikasi visual maupun oral juga sudah disediakan melalui media sosial desa wisata, papan informasi yang dipasang di kawasan atraksi, dan juga pemberian informasi langsung oleh anggota Pokdarwis desa wisata. Informasi yang ditampilkan lebih banyak menggunakan bahasa Indonesia sehingga penggunaan bahasa asing sebagai media komunikasi visual maupun oral perlu ditingkatkan.



Gambar 7: Papan Informasi sebagai Media Komunikasi Visual di Kawasan Atraksi

(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

Pada tahap 7 ini beberapa hal yang tidak terpenuhi adalah penggunaan metode/teknik khusus dalam mengembangkan produk pariwisata, pembuatan proposal daya tarik dengan denah, peta, dan ilustrasi, serta pembuatan master plan desa wisata yang melibatkan akademisi atau relawan.

Selanjutnya pada tahapan 8 yaitu identifikasi segmen pasar. Awalnya desa wisata lebih memfokuskan penjualan produk pada wisatawan ekskursionis melalui penjualan tiket Gunung Api Purba dan Embung Nglanggeran namun melonjaknya kedatangan wisatawan pada tahun 2014 yang mengakibatkan dampak negatif pada lingkungan dan masyarakat, membuat pengelola menggeser fokus segmen pasar kepada siswa, mahasiswa, atau instansi melalui penjualan paket *live-in*. Paket *live-in* dilakukan dengan mengembangkan potensi kelompok-kelompok di desa wisata.

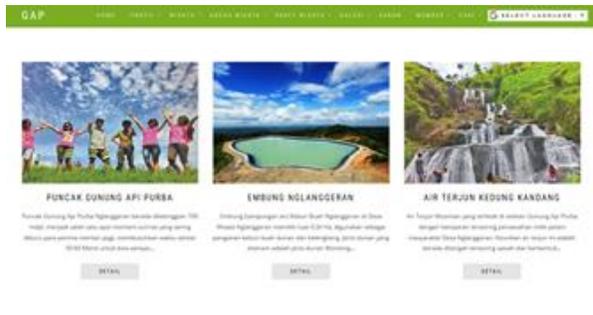


Gambar 8: Salah Satu Kelompok Masyarakat yang Dikembangkan ke Dalam Paket *Live-in*

(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

Perubahan segmen pasar ini efektif mengurangi dampak negatif akibat kedatangan wisatawan yang melebihi daya dukung dan meningkatkan pendapatan desa wisata karena bertambahnya *length of stay* wisatawan.

Dalam memasarkan produk pariwisatanya, pengelola Desa Wisata Nglanggeran menggunakan berbagai platform *online* melalui media sosial (Friendster, website, Facebook, Twitter, dan Instagram) maupun *offline* melalui skema *door to door*, kerja sama dengan instansi, dan kegiatan *table top*. Kedua cara ini berhasil mendatangkan wisatawan ke desa wisata.



Gambar 9: Website Desa Wisata Nglanggeran yang aktif dan selalu *up to date*

(Sumber: *gunungapipurba.com*, 2020)

Di tahap 8, aksi yang tidak terpenuhi di Desa Wisata adalah pembentukan agensi travel dan kerja sama dengan travel internasional. Hal ini belum dilakukan oleh desa wisata karena promosi yang sudah terlaksana sekarang sudah efektif untuk mendatangkan wisatawan.

Berlanjut ke penerapan tahap 9, seiring perkembangan desa wisata yang pesat namun dengan tetap mengacu pada visi pelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat, menjadikan Desa Wisata Nglanggeran diakui sebagai destinasi berkelanjutan tingkat nasional (pemenang ISTA), ASEAN (pemenang ASTA), dan internasional (termasuk ke dalam 100th *Top Sustainable Green Destination*).

Keberhasilan Desa Wisata Nglanggeran ini tidak terlepas dari peran aktif masyarakat desa pada kegiatan kepariwisataan dan juga pada pembangunan fasilitas wisatawan seperti

homestay, tempat makan, warung, dan *showroom* Griya Nglanggeran.



Gambar 10: Peran Aktif Masyarakat untuk Penyediaan Fasilitas Wisatawan berupa *Homestay*

(Sumber: *Dokumentasi Peneliti*, 2020)

Masyarakat juga berperan aktif dalam kegiatan monitoring dan evaluasi pengelolaan desa wisata. Pelaporan terkait kegiatan kepariwisataan dan evaluasinya dilakukan secara rutin satu bulan sekali dalam forum yang disebut 'Seloso Kliwon'. Dengan adanya pertemuan ini Pokdarwis secara berkala mendapatkan kritik dan saran dari masyarakat untuk kemajuan desa wisata.



Gambar 11: Pertemuan Seloso Kliwon sebagai Sarana Pelaporan dan Evaluasi

(Sumber: *nglanggeran-patuk.desa.id*, 2019)

Pada tahap 9 ini, aksi yang tidak terpenuhi di Desa Wisata Nglanggeran adalah belum tersedianya suatu pengukuran yang terukur/ indikator untuk mengawasi penerapan CBT pada kegiatan kepariwisataan di desa wisata.

Pemenuhan Prinsip CBT dalam Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran

Pada sub bab sebelumnya telah dibahas mengenai tahapan pengembangan CBT serta upaya yang dilakukan untuk membuatnya berkelanjutan. Sub bab ini akan melihat implementasi prinsip CBT dalam tahapan pengembangan kepariwisataan yang

dilakukan. Menurut Ardika (2018), berikut prinsip pengembangan CBT:

1. Pelibatan dan pemberdayaan komunitas agar tercapai transparansi pengelolaan. Prinsip ini telah diimplementasikan melalui upaya-upaya yang dilakukan pada tahap 4;
2. Peningkatan kesejahteraan sosial dan martabat manusia. Prinsip ini telah diimplementasikan melalui upaya-upaya yang dilakukan pada tahap 1, 2, dan 4;
3. Penghormatan tradisi dan budaya lokal. Prinsip ini telah diimplementasikan melalui upaya-upaya yang dilakukan pada tahap 2 dan 7 berupa pengemasan sebagai atraksi wisata;
4. Penjagaan lingkungan alam. Prinsip ini telah diimplementasikan melalui upaya-upaya yang dilakukan pada tahap 1 dengan konservasi GAP, penanaman pohon, pengadaan tabungan air berupa embung, menerapkan *visitor management* dalam pengendalian sampah dan kerusakan lingkungan, dan pengolahan limbah secara mandiri;
5. Penguatan kualitas interaksi antara tuan rumah (pelaku pariwisata) dengan tamu (wisatawan) dalam rangka peningkatan kualitas pengalaman pengunjung. Prinsip ini telah diimplementasikan melalui upaya-upaya yang dilakukan pada tahap 8 dan 9 berupa penerapan sapta pesona dan pengembangan sarana - prasarana pariwisata;
6. Penerapan mekanisme bagi hasil yang adil dan transparan. Prinsip ini telah diimplementasikan melalui upaya-upaya yang dilakukan pada tahap 9 melalui forum rutin bulanan;
7. Berorientasi untuk menuju pada kemandirian finansial. Prinsip ini telah diimplementasikan melalui upaya-upaya yang dilakukan pada tahap 4 dan 5, dengan dibentuknya unit usaha dan memperkuat kemitraan;
8. Pencegahan urbanisasi terutama pada generasi muda. Prinsip ini telah diimplementasikan melalui upaya-upaya

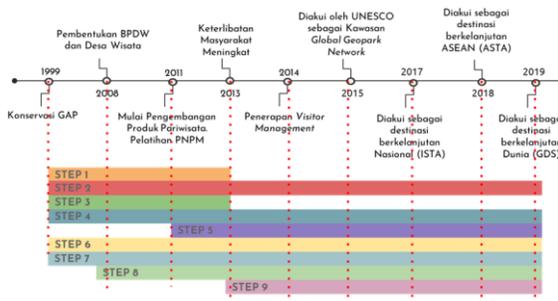
yang dilakukan pada tahap 1,2,4,7,8, dan 9;

9. Penjalinan kerja sama dengan pihak-pihak terkait (stakeholder pentahelix). Prinsip ini telah diimplementasikan melalui upaya-upaya yang dilakukan pada tahap 5;
10. Pengakuan dari otoritas setempat. Prinsip ini telah diimplementasikan melalui upaya-upaya yang dilakukan pada tahap 5.
11. Peningkatan skema hubungan ekonomi dengan pihak lokal dan regional. Prinsip ini telah diimplementasikan melalui upaya-upaya yang dilakukan pada tahap 5.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan paparan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penerapan 9 tahapan pengembangan CBT diterapkan dalam pengembangan Desa Wisata Nglanggeran tetapi tidak secara berurutan. Dalam upaya pengembangannya beberapa tahap dilakukan beriringan seperti tahap 1, 2, 3, 4, 6, dan 7 sedangkan untuk tahap 2, 4, 5, 6, 7, 8, dan 9 diterapkan secara berangsur. Dapat dilihat pada Gambar 12, beberapa tahapan yang masih diterapkan hingga sekarang.



Gambar 12. Sembilan Step CBT di Desa Wisata Nglanggeran Berdasarkan Dimensi Waktu

(Sumber: *Olahan Peneliti, 2020*)

Berdasarkan analisis prinsip CBT pada tahap penerapan CBT dalam pengembangan pariwisata di Desa Wisata Nglanggeran menunjukkan bahwa 11 prinsip CBT telah



diimplementasikan melalui 9 tahap pengembangan CBT.

Development: Tourism Planning & Development, 0(0), 1–16.
<https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1604424>

DAFTAR PUSTAKA

- [1] ASEAN Community Based Tourism Standard. (2016). Jakarta: ASEAN Secretariat, January. ISBN 978-602-0980-77-5
- [2] Ardika, I. G. (2018). *Kepariwisata Berkelanjutan Rintis jalan lewat komunitas* (R.B.E. Agung Nugroho & Pieter P. Giero (ed.); 1st ed.). PT Kompas Media Nusantara.
- [3] Dinas Pariwisata DIY. (2014). *Laporan Akhir Kajian Pengembangan Desa Wisata di DIY*. Dinas Pariwisata DIY.
- [4] Dinas Pariwisata DIY. (2017). *Statistik Kepariwisata 2017*. Dinas Pariwisata DIY.
- [5] Dokumentasi pertemuan Seloso Kliwon di Desa Wisata Nglanggeran, diakses melalui situs website www.nglanggeran-patuk.desa.id diakses pada tanggal 3 Maret 2020.
- [6] Dokumentasi website Desa Wisata Nglanggeran diakses melalui website Desa Wisata Nglanggeran melalui link website www.gunungapipurba.com diakses pada tanggal 3 Maret 2020.
- [7] Hamzah, A. & Khalifah, Z. (2009). *Handbook on Community Based Tourism "How to Develop and Sustain CBT"*. APEC Secretariat. ISBN 978-981-08-4665-7
- [8] Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2010). *Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 26 Tahun 2010 tentang Pedoman Umum Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Pariwisata Melalui Desa Wisata*.
- [9] Purnomo, Budi. (2015). *Metode Penelitian Pariwisata* (1st ed.). K-Media.
- [10] Prasetyo, N., Carr, A., & Filep, S. (2019). *Indigenous Knowledge in Marine Ecotourism Development: The Case of Sasi Laut, Misool, Indonesia* Indigenous Knowledge in Marine Ecotourism
- [11] Sekretariat BAPPEDA Gunung Kidul. (2019). *Rapat Persiapan Revalidasi Gunungsewu Unesco Global Geopark*. Bappeda Gunung Kidul. <http://bappeda.gunungkidulkab.go.id/rap-at-persiapan-revalidasi-gunungsewu-unesco-global-geopark/>



HALAMAN INI SENGAJA DI KOSONGKAN