

II. LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Terkait

Nama	Judul	Aspek	Penelitian Terdahulu	Penelitian ini
Susi Lestari (2009)	Pengembangan Desa Wisata Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus di Desa Wisata Kembang Arum, Sleman)	Tujuan	Mengetahui upaya yang dilakukan untuk memberdayakan masyarakat melalui pengembangan desa wisata, mengetahui pengaruh keberadaan desa wisata Kembang Arum terhadap masyarakat sekitar dengan berubahnya status desa mereka menjadi desa wisata.	Menganalisis potensi lokal yang ada di Desa Ledok, menganalisis kendala yang dialami dalam proses pengembangan Desa Ledok menjadi desa wisata, merumuskan strategi pengembangan Desa Wisata Ledok.
		Metode	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik analisis deskriptif dan eksplanatif.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik analisis data induktif interaktif dan SWOT.

Nama	Judul	Aspek	Penelitian Terdahulu	Penelitian ini
Faris Zakaria dan Rima Dewi Suprihardjo (2014)	Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan	Tujuan	Menentukan konsep pengembangan kawasan desa wisata di Desa Bandungan, Kecamatan Pakong, Kabupaten Pamekasan	Menganalisis potensi lokal yang ada di Desa Ledok, menganalisis kendala yang dialami dalam proses pengembangan Desa Ledok menjadi desa wisata, merumuskan strategi pengembangan Desa Wisata Ledok.
		Metode	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik analisis deskriptif, analisis <i>skoring</i> dan analisis <i>Delphi</i>	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik analisis data induktif interaktif dan SWOT.

Nama	Judul	Aspek	Penelitian Terdahulu	Penelitian ini
Made Heny Urmila Dewi, <i>et al.</i> (2013)	Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali	Tujuan	Mengkaji keterlibatan masyarakat lokal dalam pengembangan desa wisata dan merumuskan model pengembangan desa wisata yang mengedepankan partisipasi masyarakat lokal	Menganalisis potensi lokal yang ada di Desa Ledok, menganalisis kendala yang dialami dalam proses pengembangan Desa Ledok menjadi desa wisata, merumuskan strategi pengembangan Desa Wisata Ledok.
		Metode	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik analisis deskriptif.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik analisis data induktif interaktif dan SWOT.
N.I.K Dewi, <i>et al.</i> (2017)	<i>Exploring the Potential of Cultural Villages as a Model of Community Based Tourism</i>	Tujuan	Memberikan pemahaman yang lebih baik tentang potensi desa budaya sebagai model Pariwisata Berbasis Masyarakat	Menganalisis potensi lokal yang ada di Desa Ledok, menganalisis kendala yang dialami dalam proses pengembangan Desa Ledok menjadi desa wisata, merumuskan strategi pengembangan Desa Wisata Ledok.

Nama	Judul	Aspek	Penelitian Terdahulu	Penelitian ini
Marine Kenzi Martasuganda , et al. (2013)	<i>Coastal Tourism Development Planning based on Community and Natural Resources in Pangandaran Regency</i>	Tujuan	Menilai kesesuaian wisata pantai, menilai tingkat penerimaan publik dalam pengembangan kawasan pesisir sebagai kawasan pariwisata, dan merumuskan arahan pariwisata pantai	Menganalisis potensi lokal yang ada di Desa Ledok, menganalisis kendala yang dialami dalam proses pengembangan Desa Ledok menjadi desa wisata, merumuskan strategi pengembangan Desa Wisata Ledok.
		Metode	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik analisis penerimaan publik.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik analisis data induktif interaktif dan SWOT.

B. Tinjauan Pustaka

1. Pembangunan Pedesaan

Menurut Jamal (2009) disebutkan bahwa pembangunan pedesaan di Indonesia pada saat ini memasuki masa sulit untuk mencari faktor pengikat yang dapat dijadikan sebagai landasan bagi suatu komunitas dalam gerakan bersama membangun desa. Kondisi ini berbeda dengan keadaan pada awal pelaksanaan pembangunan pada masa orde baru. Ada faktor yang dapat menyatukan untuk gerakan masyarakat desa, karena masyarakat cenderung pada kondisi yang hampir sama dan menghadapi masalah yang relatif sama untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka sehari-hari.

Menurut Singh (2009) dalam Fanzo (2018), yang mengungkapkan mengenai pembangunan pedesaan:

“Pembangunan pedesaan adalah suatu langkah untuk menggerakkan individu atau kelompok untuk kemaslahatan diri sendiri dan keluarga mereka, melampaui apa yang mereka butuhkan dan harapkan. Hal tersebut dilakukan untuk membantu yang paling tidak mampu di antara orang-orang yang mencari pekerjaan di daerah pedesaan”.

Menurut Adisasmita (2006) disebutkan bahwa tujuan dari pembangunan pedesaan terbagi menjadi tujuan jangka panjang dan tujuan jangka pendek. Tujuan jangka panjangnya yaitu peningkatan kesejahteraan masyarakat pedesaan. Peningkatan kesejahteraan tersebut meliputi peningkatan kesempatan kerja, kesempatan berusaha dan peningkatan pendapatan yang berdasarkan pendekatan bina lingkungan, bina usaha dan bina manusia. Tujuan pembangunan pedesaan jangka pendek adalah untuk pemanfaatan potensi sumberdaya manusia dan potensi sumberdaya alam yang ada serta peningkatan efektivitas dan efisiensi kegiatan ekonomi.

Adisasmita (2006) menambahkan bahwa pembangunan pedesaan seharusnya menerapkan prinsip-prinsip tertentu. Prinsip tersebut seperti transparansi, partisipatif, dapat dinikmati masyarakat, dapat dipertanggungjawabkan dan berkelanjutan. Prinsip-prinsip pokok

pembangunan pedesaan yaitu: 1) Kebijakan dan langkah-langkah yang diambil mengacu pada sasaran pembangunan yang didasarkan pada trilogi pembangunan; 2) Prinsip berkelanjutan; 3) Peningkatkan efisiensi masyarakat melalui kebijakan yang dilakukan dengan sebaik-baiknya.

Menurut Usman (2010) disebutkan bahwa program-program pembangunan pedesaan terdiri dari beberapa istilah yaitu pembangunan pertanian, industrialisasi pedesaan, pembangunan masyarakat desa terpadu, strategi pusat pertumbuhan. Pembangunan pertanian dilakukan dengan cara meningkatkan *output* dan pendapatan untuk memperbaiki kehidupan masyarakat desa. Industrialisasi pedesaan dengan tujuan pengembangan industri kecil dan kerajinan. Pembangunan masyarakat desa terpadu bertujuan untuk memperbaiki kualitas hidup penduduk pedesaan, meningkatkan produktivitas, serta memperkuat kemandirian. Strategi pusat pertumbuhan merupakan alternatif yang diharapkan mampu menyelesaikan masalah ruang yang cenderung terabaikan dalam program pembangunan masyarakat desa terpadu.

Adisasmita (2006) menyatakan bahwa strategi pembangunan pedesaan terdiri dari 4 strategi. Strategi tersebut antara lain strategi pertumbuhan, strategi kesejahteraan, strategi responsif dan strategi terpadu dan menyeluruh. Strategi pertumbuhan dilakukan melalui peningkatan pendapatan perkapita, produksi dan produktivitas sektor pertanian, permodalan, kesempatan kerja dan peningkatan partisipasi masyarakat. Strategi kesejahteraan dilakukan melalui pelayanan dan peningkatan program-program pembangunan sosial yang berskala besar. Strategi responsif merupakan reaksi untuk menanggapi kebutuhan masyarakat dan pembangunan yang dirumuskan oleh masyarakat sendiri atau mungkin dengan pihak luar. Strategi terpadu dan menyeluruh yang menyangkut pertumbuhan, persamaan, kesejahteraan dan partisipasi aktif masyarakat dalam proses pembangunan pedesaan.

2. Pemberdayaan Masyarakat

Mardikanto (2010) menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan suatu proses pembangunan masyarakat. Pemberdayaan merupakan proses membantu masyarakat agar dapat menolong dirinya sendiri dan meningkatkan taraf hidupnya sendiri dengan memanfaatkan sumberdaya setempat dengan sebaik mungkin. Dalam proses ini masyarakat ditempatkan sebagai pihak utama atau sebagai pusat pengembangan.

Berdasarkan Miradj dan Sumarno (2014) disebutkan bahwa konsep pendidikan nonformal merupakan konsep pendidikan dan pembelajaran yang berbasis pada masyarakat. Tujuan adanya pendidikan nonformal yaitu agar masyarakat juga dapat menikmati pendidikan meskipun bukan di lembaga pendidikan formal. Adanya pendidikan non formal ini diharapkan mampu merubah pola pikir masyarakat dan membentuk kesadaran ingin berusaha dan berjuang merubah hidupnya sehingga peningkatan kesejahteraan dapat tercapai.

Menurut Miradj dan Sumarno (2014) bahwa proses pemberdayaan masyarakat merupakan sebuah upaya yang memungkinkan masyarakat untuk dapat memberdayakan dirinya sendiri, berlandaskan prinsip dari masyarakat, oleh masyarakat dan untuk masyarakat. Pemberdayaan sangat identik dengan pendidikan dan termasuk dalam pendidikan nonformal. Pendidikan nonformal adalah usaha untuk memberdayakan manusia, meningkatkan derajat manusia, dan mengembangkan potensi dalam diri manusia.

Andriyani (2017) menyatakan bahwa proses pemberdayaan masyarakat melalui tiga tahapan, meliputi tahap penyadaran, tahap pengkapasitasan dan terakhir tahap pemberian daya. Tahap pertama adalah tahap penyadaran yaitu dilakukan sosialisasi oleh tokoh desa melalui rapat-rapat desa dengan memberikan pemahaman kepada masyarakat. Tahap kedua adalah tahap pengkapasitasan. Peran serta pemerintah sebagai salah satu *stakeholder* sangat dibutuhkan pada tahap

ini yaitu memberikan pelatihan untuk menunjang keterampilan masyarakat. Tahap ketiga yaitu tahap pemberian daya yaitu pemerintah memberikan bantuan baik berupa dana pinjaman kepada kelompok masyarakat yang memiliki usaha maupun bantuan secara fisik.

3. Desa Wisata

Menurut Yoeti (2003) dalam Utama (2016) dinyatakan bahwa pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yang terdiri dari dua kata yaitu *Pari* dan *Wisata*. Kata *Pari* berarti penuh, seluruh, atau semua sedangkan kata *wisata* berarti perjalanan. Syarat suatu perjalanan disebut sebagai perjalanan pariwisata apabila: 1) perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain, di luar tempat kediaman orang tersebut biasa tinggal; 2) tujuan perjalanan semata-mata untuk bersenang-senang, dan tidak mencari nafkah di tempat atau negara yang dikunjunginya dan; 3) semata-mata sebagai konsumen di tempat yang dikunjungi.

Dermatoto *et al* (2014) menyatakan bahwa kegiatan pariwisata merupakan suatu gerak aktivitas orang untuk sementara waktu keluar dari tempat atau hidup normal mereka. Tujuan dari pariwisata itu sendiri adalah untuk mengunjungi atau berpesiar. Kegiatan berpariwisata merupakan proses pergi untuk sementara waktu dari suatu tempat ke tempat lainnya di luar tempat tinggalnya. Kepergian tersebut biasanya juga berdasar atas kepentingan tertentu maupun kepentingan lain, seperti rasa ingin tahu, menambah pengalaman, ataupun untuk belajar. Ciri yang merupakan indikator dari pariwisata adalah adanya unsur perjalanan berpindah dari suatu tempat ke tempat lain, tinggal sementara waktu (bukan menetap), perjalanan bukan bermaksud untuk mencari pekerjaan atau penghidupan yang baru.

Menurut Indraswara (2008) disebutkan bahwa jenis-jenis pariwisata yang ada tidak terlepas dari adanya daya tarik wisata pada suatu daerah. Jenis pariwisata dapat dibedakan menjadi 3 yaitu berupa sumber daya tarik yang bersifat alami, sumber daya tarik buatan manusia dan sumber daya tarik yang bersifat manusiawi. Sumber daya tarik yang bersifat

alami seperti pemandangan alam, lingkungan hidup, flora, fauna, danau, lembah, gunung, dan lain-lain. Sumber daya buatan manusia seperti peninggalan budaya, arkeologi, candi, arca, dan lain-lain. Sumber daya tarik yang bersifat manusiawi seperti norma, tradisi, kebiasaan, pandangan hidup, keagamaan, kepercayaan, supranatural, dan lain-lain.

Suyatna *et al* (2018) menyatakan bahwa pendekatan perencanaan pengembangan wisata dapat dilakukan dengan konsep desa wisata. Desa wisata adalah kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik khusus untuk menjadi daerah tujuan wisata. Ramuan penting dalam upaya pengembangan desa wisata yang berkelanjutan yaitu pelibatan atau partisipasi masyarakat setempat, pengembangan mutu produk wisata pedesaan, dan pembinaan kelompok pengusaha setempat.

Zakaria dan Suprihardjo (2014) menyatakan bahwa dalam UU Nomor 32 Tahun 2004 pengertian desa sebagai kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah, yang berwenang untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat, berdasarkan asal-usul dan adat istiadat setempat yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Desa wisata adalah suatu wilayah pedesaan yang menawarkan keaslian baik dari segi sosial budaya, adat-istiadat, keseharian, arsitektur tradisional, struktur tata ruang desa yang disajikan dalam suatu bentuk integrasi komponen pariwisata antara lain seperti atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung. Komponen desa wisata antara lain: a) Memiliki potensi pariwisata, seni, dan budaya khas daerah setempat; b) Lokasi desa masuk dalam lingkup daerah pengembangan pariwisata atau setidaknya berada dalam koridor dan rute paket perjalanan wisata; c) Diutamakan telah tersedia tenaga pengelola, pelatih, dan pelaku-pelaku pariwisata, seni dan budaya; (d) Aksesibilitas dan infrastruktur mendukung program desa wisata, (e) Terjaminnya keamanan, ketertiban, dan kebersihan.

Menurut Muliawan (2008) dalam Atmoko (2014) desa wisata memiliki beberapa kriteria. Kriteria desa wisata merupakan syarat suatu

desa dapat dikatakan sebagai desa wisata. Kriteria dari desa wisata adalah memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas baik berupa karakter fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan, memiliki dukungan dan kesiapan fasilitas pendukung kepariwisataan terkait dengan kegiatan wisata pedesaan, memiliki interaksi dengan pasar atau wisatawan yang tercermin dari kunjungan wisatawan ke lokasi desa tersebut serta adanya dukungan, inisiatif dan partisipasi masyarakat setempat terhadap pengembangan desa tersebut terkait dengan kegiatan kepariwisataan.

Berdasarkan Murdiyanto (2011) disebutkan bahwa desa wisata secara esensial merupakan pengembangan suatu desa dengan memanfaatkan unsur-unsur yang ada dalam masyarakat dan desa yang dapat dijadikan sebagai atribut produk wisata menjadi satu rangkaian aktivitas pariwisata yang terpadu dan memiliki tema tertentu sesuai dengan karakteristik desa. Keterpaduan dalam hal ini memiliki makna bahwa desa sebagai produk wisata mampu menyediakan dan memenuhi kebutuhan perjalanan. Desa disebut sebagai desa wisata apabila mampu menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan baik dari segi sosial ekonomi, sosial budaya, adat-istiadat, arsitektur bangunan desa, atau kegiatan-kegiatan keseharian warga desa yang bernilai unik dan menarik, baik berupa atraksi-atraksi, akomodasi, makanan dan minuman, dan keunikan lain yang dimiliki oleh suatu desa.

4. Potensi Desa Wisata

Berdasarkan Departemen Pendidikan Nasional (2008) disebutkan bahwa potensi berasal dari bahasa latin yaitu *potentia* yang artinya kemampuan. Potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan. Potensi adalah kemampuan yang belum dibukakan, kuasa yang tersimpan, kekuatan yang belum tersentuh, keberhasilan yang belum digunakan, karunia yang tersembunyi atau dengan kata lain potensi adalah kemampuan atau kekuatan atau daya, dimana potensi

dapat merupakan bawaan atau bakat dan hasil stimulus atau latihan dalam perkembangan.

Supriadi dan Roedjinandari (2017) menyatakan bahwa potensi pariwisata adalah segala sesuatu yang dimiliki daerah tujuan wisata yang berguna untuk pengembangan industri pariwisata daerah tersebut. Daya tarik merupakan faktor utama yang menarik wisatawan mengadakan perjalanan mengunjungi suatu tempat, baik suatu tempat primer yang menjadi tujuan utamanya, atau tujuan sekunder yang dikunjungi dalam suatu perjalanan primer karena keinginannya untuk menyaksikan, merasakan dan menikmati daya tarik tujuan tersebut.

Supriadi dan Roedjinandari (2017) menambahkan bahwa potensi wisata adalah berbagai sumber daya yang dimiliki oleh suatu tempat dan dapat dikembangkan menjadi suatu atraksi wisata yang dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi dengan tetap memperhatikan aspek-aspek lainnya. Potensi pariwisata merupakan suatu modal yang nantinya menjadi daya tarik dan dikembangkan menjadi atraksi wisata ada tiga macam yaitu: a) Potensi alam yaitu potensi yang memiliki daya tarik secara alami seperti potensi alam fisik (gua, sungai, danau dan sebagainya), fauna, dan flora; b) Potensi kebudayaan; c) Potensi manusia seperti akrobatik dan atraksi loncat batu.

5. Pengembangan Desa Wisata

Menurut Dermatoto *et al* (2014) disebutkan bahwa pengembangan adalah usaha untuk memajukan suatu objek atau hal agar menjadi lebih baik dan mempunyai hasil guna kepentingan bersama. Biasanya pengembangan dilakukan secara terencana untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai. Pengembangan pariwisata adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan berencana untuk memperbaiki obyek dan daya tarik pariwisata yang akan dan sedang dipasarkan. Pengembangan pariwisata tersebut meliputi perbaikan obyek-obyek dan fasilitas yang ada kepada wisatawan semenjak dari tempat tinggalnya menuju tempat tujuan hingga kembali ke tempat semula.

Muljadi (2012) menyatakan bahwa desa wisata merupakan pengembangan suatu wilayah desa yang pada dasarnya tidak merubah apa yang sudah ada akan tetapi lebih cenderung kepada pengembangan potensi desa yang ada. Pengembangan dilakukan dengan melakukan pemanfaatan kemampuan unsur-unsur yang ada di dalam desa. Hal tersebut berfungsi sebagai atribut produk wisata dalam skala yang kecil menjadi rangkaian aktivitas atau kegiatan pariwisata dan mampu menyediakan serta memenuhi serangkaian kebutuhan perjalanan wisata baik dari aspek daya tarik maupun sebagai fasilitas pendukung.

Menurut Permanasari (2010) disebutkan bahwa pengembangan desa wisata merupakan bagian dari penyelenggaraan pariwisata yang terkait langsung dengan jasa pelayanan yang membutuhkan kerjasama dengan berbagai komponen penyelenggara pariwisata yaitu pemerintah, swasta, dan masyarakat. Pengembangan untuk menjadi desa wisata memerlukan kerjasama dan keikutsertaan seluruh masyarakat desa guna memajukannya. Selain itu dalam pengembangan desa wisata memerlukan perencanaan matang sehingga dapat menjadi salah satu objek wisata sehingga menjadi kenangan bagi wisatawan.

Hermawan (2016) menyatakan bahwa pengembangan desa wisata memiliki karakter aktivitas yang bersifat *multisectoral*. Pelaksanaan pengembangan harus terencana secara terpadu dengan pertimbangan-pertimbangan terutama terhadap aspek ekonomi dan sosial-budaya masyarakat lokal. Pada setiap tahapan pengembangan tersebut, pelaku pariwisata hendaknya dapat meminimalisasi sebanyak mungkin dampak negatif yang akan timbul serta berkaitan erat dengan pembangunan perekonomian dan sosial-budaya masyarakat setempat.

Menurut Faris Zakaria dan Rima Dewi Suprihardjo (2014) dalam Mujanah (2016) terdapat faktor-faktor pendukung dalam pengembangan desa wisata. Faktor tersebut terdiri dari faktor spasial dan faktor non spasial. Faktor spasial tersebut yaitu menyediakan rute perjalanan yang mengelilingi kawasan desa wisata, tersedianya sarana transportasi khusus

menuju ke objek wisata, tersedia fasilitas pendukung dan penunjang wisata, tersedia fasilitas penginapan, toko *souvenir*, dan rumah makan. Faktor non spasial seperti membuat peraturan untuk wisatawan, mengembangkan kawasan desa wisata yang berbasis agrowisata, peningkatan kualitas sumber daya manusia, adanya media promosi, adanya pelibatan masyarakat setempat atau tokoh masyarakat, adanya peraturan atau kebijakan pemerintah yang mengatur proses pengembangan desa wisata.

Menurut Karyono (1997) dalam Atmoko (2014) pengembangan desa wisata terdiri dari 7 komponen. Pertama, atraksi dan kegiatan wisata. Atraksi wisata dapat berupa seni, budaya, warisan sejarah, tradisi, kekayaan alam, hiburan dan lain-lain. Kegiatan wisata adalah apa yang dikerjakan wisatawan atau apa motivasi wisatawan datang ke destinasi wisata. Kedua, akomodasi yaitu sebagian dari tempat tinggal penduduk atau unit yang berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk. Ketiga, unsur institusi atau kelembagaan dan SDM dalam pengembangan desa wisata lembaga yang mengelola harus memiliki kemampuan mengelola yang baik. Keempat, fasilitas pendukung wisata lainnya seperti komunikasi. Kelima, infrastruktur lainnya seperti sistem drainase. Keenam, sumber daya lingkungan alam dan sosial budaya. Ketujuh, masyarakat yang peran dukungannya sangat besar seperti menjaga kebersihan lingkungan, keamanan, keramah-tamahan. Kedelapan, pasar domestik dan mancanegara.

Menurut Kadarwati (2008) pengembangan obyek wisata dan daya tarik wisata dapat menggunakan analisis 4A yang terdiri dari Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Aktivitas. Atraksi wisata di obyek wisata yaitu bahwa daerah tersebut harus mempunyai iklim yang baik, pemandangan yang indah atau tempat-tempat bersejarah dan juga didukung oleh lingkungan yang bersih. Aksesibilitas artinya bahwa tempat tersebut harus dijaga kebersihan sehingga wisatawan yang datang nyaman dan aman. Amenitas yaitu infrastruktur yang sebenarnya tidak

langsung terkait dengan pariwisata tetapi sering menjadi bagian dari kebutuhan wisatawan seperti, bank, telekomunikasi, buku panduan wisata dan seni pertunjukan. Aktivitas artinya kegiatan apa saja yang dapat dilakukan oleh wisatawan di obyek wisata.

6. Kendala Pengembangan Desa Wisata

Menurut Kalesaran *et al* (2015) menyatakan bahwa keberhasilan program pengembangan desa wisata bergantung kepada masyarakat yang bisa menerima dan menjalankan program tersebut. Indikator masyarakat bisa menerima suatu program pengembangan desa wisata dilihat dari partisipasi masyarakat dalam menjalankan program. Partisipasi merupakan keterlibatan masyarakat sesuai dengan hak dan kewajibannya sebagai subjek dan objek pembangunan yang dimulai sejak tahap perencanaan sampai dengan pengawasan.

Hermawan dan Suryono (2016) menyatakan bahwa program pengembangan desa wisata merupakan suatu upaya pembangunan nasional untuk meningkatkan perekonomian masyarakatnya. Pembangunan membutuhkan kualitas sumber daya manusia (SDM) yang unggul baik dalam ilmu pengetahuan dan teknologi maupun sikap mental, sehingga dapat menjadi subjek atau pelaku pembangunan yang handal. Oleh karena itu SDM berkualitas yang berpendidikan, memiliki pengetahuan, keahlian dan keterampilan, serta sikap dan perilaku kerja merupakan tuntutan yang harus menjadi perhatian khusus.

7. Strategi Pengembangan Desa Wisata

Fred R. David (2010) dalam Mujanah *et al* (2016) menyatakan bahwa manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi untuk mencapai tujuan. Manajemen strategi merupakan analisis, keputusan, dan aksi yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Manajemen strategi berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen,

pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional.

Mujanah et al (2016) menyebutkan bahwa penentuan strategi dalam pengembangan desa wisata sangatlah penting dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan model pengembangan desa wisata sebagai rekomendasi tindak lanjut dari perencanaan wilayah pengembangan desa wisata. Hasil penelitian dari Widyanto *et al* (2010) menunjukkan bahwa dalam pengembangan desa wisata hendaknya dikembangkan secara umum antara lain dengan meningkatkan strategi pemasaran, kualitas SDM, kualitas pelayanan, dan memelihara mutu dari apa yang menarik dan ditawarkan oleh objek wisata tersebut. Selain itu dukungan masyarakat sekitar tempat tinggal perlu lebih dioptimalkan, peranan organisasi dan dukungan modal usaha.

Rangkuti (2013) menyebutkan bahwa strategi pemasaran tidak terlepas dari segi promosi. Strategi promosi lebih banyak mengarah kepada strategi komunikasi, dimana saat ini lebih mudah digunakan manusia, produk teknologi dan komunikasi lebih ramah, simpel dan membuat hidup manusia mudah dan produktif. Menurut Soemanagara (2008) dalam Setiawan (2014) bahwa komunikasi merupakan salah satu aspek penting dalam pemasaran sektor pariwisata suatu daerah. Pentingnya pemahaman tentang komunikasi ini ditujukan agar informasi yang disampaikan dapat memberikan dampak yang diinginkan dan mencapai sebuah kesamaan kehendak. Aplikasi komunikasi dalam pemasaran disebut komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran bertujuan untuk mencapai tiga tahap perubahan yang ditujukan kepada konsumen, antara lain perubahan pengetahuan, perubahan sikap, dan perubahan perilaku.

Menurut Effendy (2000) dalam Saepudin (2016) strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi harus dapat

menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif. Saepudin (2016) menyatakan bahwa strategi komunikasi baik secara makro maupun secara mikro mempunyai fungsi ganda. Berdasarkan hal tersebut, hal pokok yang harus diperhatikan ketika menyusun strategi komunikasi adalah dengan memperhatikan segala kelebihan dan kekurangan yang melekat pada komponen-komponen komunikasi terutama yang terkait dengan pesan, komunikator, dan media.

8. Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata

Dwiyanto (2011) menyatakan bahwa partisipasi masyarakat secara sederhana diartikan dengan keikutsertaan masyarakat dalam suatu kegiatan baik itu pada tahap persiapan, perencanaan, desain, pelaksanaan maupun monitoring dan evaluasi. Keikutsertaan masyarakat ini dapat dibagi atas beberapa tingkatan sesuai kedalaman keterlibatannya. Ada kegiatan yang hanya mengikutsertakan masyarakat sebagai pendengar dalam suatu proses perencanaan, ada juga kegiatan yang meminta masyarakat memberikan masukan dan ada juga yang bahkan meminta masyarakat untuk memutuskan sendiri kegiatan apa yang akan dilakukan, bagaimana kegiatan tersebut diorganisir.

Menurut Dewi *et al* (2013) disebutkan bahwa secara umum partisipasi dapat dimaknai sebagai hak warga masyarakat untuk terlibat dalam proses pengambilan keputusan pada setiap tahapan pembangunan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan pelestarian. Masyarakat bukanlah sekadar penerima manfaat atau objek belaka, melainkan sebagai subjek pembangunan. Strategi pelaksanaan partisipasi dicapai dengan cara melibatkan masyarakat dalam berbagi informasi, merumuskan tujuan, menentukan kebijakan, mengalokasikan sumber-sumber pendanaan, mengoperasikan program, serta mendistribusikan

manfaat yang diperoleh. Masyarakat dilibatkan sejak tahap perencanaan hingga implementasi dan pemerataan hasil-hasilnya.

Suparjan dan Suyatno (2003) menambahkan bahwa partisipasi masyarakat mempunyai sifat penting. Pertama, partisipasi masyarakat merupakan suatu alat guna memperoleh informasi mengenai kondisi, kebutuhan, dan sikap masyarakat setempat, yang tanpa kehadirannya program pembangunan serta proyek-proyek akan gagal. Kedua, bahwa masyarakat akan lebih mempercayai program pembangunan jika merasa dilibatkan dalam proses persiapan dan perencanaannya, karena mereka akan lebih mengetahui seluk beluk proyek tersebut dan akan mempunyai rasa memiliki terhadap proyek tersebut. Ketiga, partisipasi menjadi penting karena timbul anggapan bahwa merupakan suatu hak untuk memberikan saran dalam menentukan jenis pembangunan yang akan dilaksanakan di daerah mereka.

Suparjan dan Suyatno (2003) menyatakan bahwa partisipasi masyarakat secara aktif juga dimaksudkan sebagai kekuatan kontrol atas kebijakan yang diambil pemerintah, sehingga yang terjadi adalah sinergi antara sumber daya lokal, kekuatan politik pemerintah, dan sumber daya modal dari investor luar. Adanya partisipasi masyarakat juga dapat dikatakan sebagai sebuah kekuatan agar jangan sampai proses pembangunan yang dilakukan ataupun masuknya investor dari luar justru meminggirkan peran ekonomi masyarakat lokal. Berkaitan dengan hal tersebut, maka perlu ada regulasi-regulasi dari pemerintah yang memberikan keberpihakan dan perlindungan pada masyarakat lokal. Termasuk dalam konteks ini adalah kearifan lokal, tradisi-tradisi lokal yang sebenarnya dapat dijadikan sebagai modal sosial pembangunan.

Dewi *et al* (2013) menambahkan bahwa partisipasi masyarakat dalam pembangunan merupakan hal yang penting ketika diletakkan atas dasar keyakinan bahwa masyarakatlah yang paling tahu apa yang dibutuhkan. Partisipasi yang hakiki akan melibatkan masyarakat dalam keseluruhan tahapan pengembangan, mulai dari proses perencanaan, *commit to user*

pengambilan keputusan, dan pengawasan program pengembangan desa wisata. Keikutsertaan masyarakat dalam perencanaan desa wisata dapat mendorong mereka berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan dan pengawasan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Wearing (2002) bahwa:

“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. Keberhasilan pengembangan desa wisata tergantung pada tingkat penerimaan dan dukungan masyarakat lokal”.

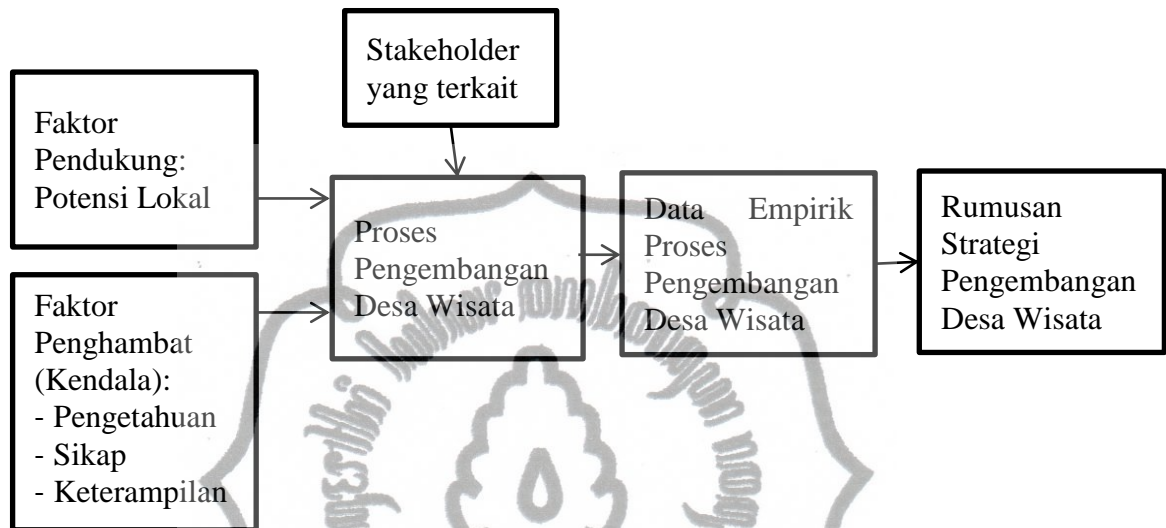
Menurut Murdiyanto (2011) partisipasi merupakan peran aktif atau tidak aktifnya anggota dalam kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat. Dengan kata lain partisipasi bermakna mengambil bagian atau ikut serta dalam suatu kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat. Tingkat partisipasi masyarakat dapat diukur dengan tiga pendekatan, yaitu: 1) dimensi pemikiran; 2) dimensi tenaga dan; 3) dimensi materi.

C. Kerangka Berpikir

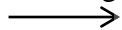
Berdasarkan latar belakang diketahui bahwa Desa Ledok merupakan desa yang sedang dikembangkan untuk menjadi desa wisata. Pengembangan Desa Ledok menjadi desa wisata didukung oleh potensi lokal yang ada di Desa Ledok. Potensi lokal di Desa Ledok yang dapat dikembangkan sebagai objek wisata adalah potensi alam dan potensi kebudayaan. Selain dari faktor pendukung, terdapat juga faktor penghambat. Faktor penghambat tersebut peneliti lihat dari indikator pengetahuan, sikap dan keterampilan masyarakat dalam mendukung Desa Ledok menjadi desa wisata.

Dari faktor pendukung dan faktor penghambat yang ada, dapat dilihat proses pengembangan Desa Ledok menjadi desa wisata. Dalam proses tersebut terdapat dukungan dari beberapa stakeholder yang peneliti kelompokkan dalam stakeholder utama, stakeholder kunci dan stakeholder pendukung. Selain itu juga terdapat partisipasi masyarakat dalam

pengembangan Desa Wisata Ledok. Berdasarkan faktor pendukung dan faktor penghambat dalam proses pengembangan tersebut dapat dirumuskan strategi pengembangan Desa Ledok menjadi desa wisata.



Keterangan:



: Terdapat hubungan dan saling mempengaruhi

Gambar 2.1 Skema Kerangka Berpikir

D. Dimensi Penelitian

1. Proses pengembangan adalah rangkaian pelaksanaan kegiatan dari stakeholder terhadap masyarakat dalam rangka untuk meningkatkan pengetahuan dan kesukaannya dalam pengembangan pariwisata.
2. Pengembangan pariwisata adalah suatu upaya yang terencana dan terstruktur dalam rangka meningkatkan jumlah dan variasi atraksi wisata.
3. Faktor pendukung adalah hal-hal yang dirasakan oleh masyarakat sebagai pendukung kegiatan atraksi wisata.
4. Faktor penghambat adalah hal-hal yang dirasakan oleh masyarakat sebagai penghambat dalam penghasilan jumlah atraksi wisata.
5. Stakeholder adalah pihak-pihak yang terkait langsung dengan proses pengembangan desa wisata yang ditemukan pada saat pelaksanaan penelitian.

6. Data empirik adalah semua data dan informasi yang diperoleh atau ditemukan di lapangan pada saat pelaksanaan penelitian.
7. Strategi adalah pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi suatu program.
8. Rumusan strategi adalah rancangan yang disusun untuk mengembangkan sebuah program.

