

Yohana Ari Ratnaningtyas dan Agnes Widiasmoro: Pemasaran Desa Wisata Kalibuntung Dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Bantul

**PEMASARAN DESA WISATA KALIBUNTUNG DALAM
MENDUKUNG PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KABUPATEN
BANTUL**

***THE MARKETING OF KALIBUNTUNG TOURISM VILLAGE TO
SUPPORT THE TOURISM DEVELOPMENT IN BANTUL REGENCY***

Yohana Ari Ratnaningtyas¹, Agnes Widiasmoro²

Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Email: yohanaarir@gmail.com , agnesegad@yahoo.com

Diterima: 22 Maret 2016 , Direvisi: 4 April 2016 , Diterbitkan: 14 Juni 2016

Abstrak

Pengembangan desa wisata belum mencapai hasil yang optimal, terhadap kondisi ekonomi, sosial budaya dan lingkungan. Oleh karena itu diperlukan strategi yang efektif melalui penyadaran dan pemberdayaan masyarakat di Kalibuntung akan arti pentingnya pengembangan desa wisata. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui berbagai potensi di desa wisata Kalibuntung, bagaimana strategi pemasaran, mengetahui partisipasi dan pemberdayaan masyarakat serta dukungan dari pemerintah dalam mengembangkan pariwisata di Bantul. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode kualitatif, deskriptif analitis. Data diperoleh dengan teknik: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran yang efektif menggunakan jejaring media sosial karena sebagian besar pengurusnya anak muda yang akrab dengan media sosial. Adapun simpulannya adalah jangkauan wisatawan yang datang masih terbatas di wilayah Yogyakarta dan sekitarnya, sehingga masih terbuka peluang untuk dikembangkan ke berbagai daerah dan menasar wisatawan mancanegara. Rekomendasi yang disarankan adalah perlu meningkatkan kerjasama dengan pemangku kepentingan seperti biro perjalanan, hotel dan perlu melibatkan masyarakat setempat serta adanya dukungan dari pemerintah agar pengembangan dan pemasaran desa wisata ini dapat meningkat.

Kata kunci: pemasaran, desa wisata, pengembangan

Abstract

The development of tourism village has not achieved its optimal result, therefore the impact on the economic, social, cultural, and environmental has not been maximized yet. Hence an effective strategy is highly needed through the awareness and empowerment of Kalibuntung society in regard of the importance of the tourism village development. The aim of this study is to determine the various potentials in the tourism village of Kalibuntung, to know how they apply the marketing strategy, the participation and the empowerment of the society, as well as the support from the government in developing the tourism in Bantul. This research was conducted using qualitative methods and descriptive analysis. Data were obtained by using several techniques namely observation, interview, and documentation. The results showed that the effective marketing is by using social media networks which is familiar among the

youth. The conclusion is that the number of tourist visits is still limited in the region of Yogyakarta and surrounding areas. Hence there is more opportunity to develop it into various regions and targeting foreign tourists. The recommendation then suggested that it is necessary to increase cooperation with stakeholders such as travel agencies, hotels and the needs to involve the local community, and the support of the government for the development and marketing of this tourist village.

Keywords: *marketing, tourism village, development*

PENDAHULUAN

Kabupaten Bantul merupakan salah satu dari 5 wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki potensi pariwisata yang beraneka ragam mulai dari flora, fauna dan kekayaan ragam budaya yang dapat dikembangkan menjadi obyek dan daya tarik wisata. Pemerintah Daerah saat ini mendukung dan memfasilitasi keberadaan desa wisata yang ada dengan cara memberikan pembinaan dan turut memasarkan di berbagai event yang terselenggara.

Keberhasilan pemasaran dan pengembangan desa wisata tergantung pada kesan baik dan menyenangkan yang diperoleh wisatawan setelah mengunjungi. Kesan yang baik/menyenangkan akan terbentuk jika para wisatawan merasa mendapatkan apa yang diharapkan. Sebaliknya jika kesan yang diperoleh wisatawan adalah tidak baik/tidak menyenangkan dapat dipastikan bahwa pengembangan desa wisata tidak akan berhasil. Ini artinya wisatawan yang datang tidak dapat terpenuhi harapannya atau kebutuhannya. Oleh karena itu perlu pengelolaan dan pemasaran yang terpadu sehingga produk yang dihasilkan oleh desa wisata ini dapat diterima

dengan baik oleh wisatawan dan menjadi bahan rujukan bagi calon wisatawan untuk datang ke lokasi desa wisata tersebut.

Salah satu desa wisata yang saat ini baru dikembangkan adalah desa wisata Kalibuntung yang terletak di desa Srihardono. Desa ini merupakan salah satu dari tiga desa dalam wilayah Kecamatan Pundong Kabupaten Bantul. Desa Srihardono berjarak sekitar 20 km ke arah Selatan dari Ibukota Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, dan dari Ibukota Kabupaten Bantul berjarak 5 km ke arah Tenggara. Daerah ini mudah dicapai, karena dari kota Yogyakarta dihubungkan jalan beraspal menuju obyek wisata Pantai Parangtritis. Desa Srihardono telah dihubungkan dengan jalan beraspal yang menuju kota Kecamatan Pundong.

Desa Wisata Kalibuntung berada di dusun Tangkil merupakan salah satu aset desa wisata yang saat ini sedang difokuskan untuk berkembang dan diharapkan dapat dipasarkan secara optimal. Desa wisata Kalibuntung ini merupakan desa wisata yang masih baru karena mulai terbentuk pada pertengahan 2011 dan diresmikan oleh Dinas Pariwisata Bantul pada September 2011. Desa wisata ini berdiri atas

prakarsa warga masyarakat dan pemuda yang sadar akan wisata yang didasarkan pada komitmen dan dorongan yang kuat untuk menggali potensi yang dimiliki dan berupaya untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan warga sekitar.

Desa wisata Kalibuntung mempunyai berbagai keunggulan yang siap disuguhkan ke wisatawan diantaranya suasana khas pedesaan yang masih tradisional dan alami dilengkapi dengan berbagai ragam budaya seperti kesenian reog, karawitan dan gejog lesung. Disamping itu berbagai kerajinan juga diproduksi seperti wayang kertas, topeng, kerajinan janur dan aneka dolanan anak. Desa wisata ini diprediksi dapat berkembang dengan cepat karena tekad dan komitmen yang kuat dari pengelola dengan memasarkan ke berbagai tempat seperti sekolah, perguruan tinggi bahkan berbagai instansi pemerintah dan swasta baik di sekitar Yogyakarta maupun luar kota.

Pada penelitian ini akan dibahas sejumlah permasalahan yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa saja potensi yang dimiliki desa wisata Kalibuntung dalam mendukung pengembangan pariwisata di kabupaten Bantul?
2. Bagaimana pola pengembangan dan pemasaran desa wisata Kalibuntung?
3. Bagaimana kontribusi desa wisata Kalibuntung dalam

pengembangan pariwisata Bantul?

Fokus penelitian ini adalah permasalahan: sosial, ekonomi, budaya, dan ekologis yang timbul sebagai akibat dari pengembangan desa wisata juga permasalahan pola dan mekanisme kerjasama antar instansi terkait. Permasalahan tersebut dipilih dengan pertimbangan bahwa pengembangan desa wisata merupakan permasalahan yang kompleks sehingga memerlukan keterpaduan antara pihak-pihak yang terkait. Kedatangan wisatawan di suatu desa wisata, akan mempengaruhi perkembangan ekonomi, sosial, dan budaya masyarakat setempat serta akan berdampak pada lingkungan alam setempat. Hasil dari pengamatan terhadap hal tersebut akan digunakan sebagai dasar atau pedoman untuk menyusun strategi pengembangan destinasi wisata baru secara lebih lanjut. Dengan begitu, tujuan untuk mewujudkan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dengan senantiasa menjaga kelestarian sumberdaya, dan melibatkan masyarakat, serta mendatangkan manfaat, dapat terealisasi.

Penelitian ini secara umum ditujukan untuk menilai kelayakan pengembangan desa wisata Kalibuntung, yakni layak dari sisi: teknis, ekonomis, sosial, maupun budaya dan untuk menyusun strategi pengembangan pariwisata. Untuk itu maka secara khusus, dalam satu tahun penelitian, akan diketahui:

kondisi desa wisata, perkembangan, dan manfaat yang didapat oleh para pemangku kepentingan, yakni masyarakat, pemerintah, pengusaha pariwisata, yang terlibat dalam pengembangan destinasi wisata di wilayah kabupaten Bantul. Selain itu juga akan diketahui mekanisme kerjasama yang diperankan oleh pihak-pihak yang terkait tersebut.

Dengan penelitian ini diharapkan akan diperoleh data dasar berupa rincian berbagai keunggulan/kekuatan maupun kelemahan yang terdapat pada masing-masing desa wisata. Hasil ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk merumuskan kebijakan pengembangan pariwisata Bantul secara lebih lanjut. Keberhasilan pengembangan pariwisata dapat diukur antara lain dari: banyaknya wisatawan yang berkunjung dan membeli produk wisata, terjaganya kelestarian sistem sosial dan budaya masyarakat, terjaganya kelestarian alam lingkungan perdesaan, adanya partisipasi masyarakat setempat, meningkatnya kualitas hidup masyarakat setempat. Untuk mencapai keberhasilan itu, ada beberapa tantangan yang harus dihadapi dan dipahami oleh pengembang pariwisata, yakni: lokasi, investasi, pemasaran, serta isu kualitas dan pelayanan produk (Pinata & Diarta, 2009).

Sebagaimana dinyatakan sebelumnya bahwa pelaksanaan pengembangan pariwisata di Bantul tidak sesuai dengan prosedur pengembangan yang baik, antara

lain pembangunannya tidak didahului dengan penyusunan rencana pariwisata. Hal ini dapat diketahui antara lain dari tidak adanya dokumen tertulis mengenai rencana dan strategi pengembangannya. Akibatnya adalah bahwa pola perkembangannya tidak memiliki arah yang jelas, dan hasil yang diperoleh tidak optimal serta bisa menimbulkan permasalahan di masyarakat. Akibat lebih lanjut dari tidak adanya perencanaan dapat menyebabkan kesulitan untuk mengevaluasi perkembangan desa wisata, kesulitan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung maupun yang menjadi kendala pengembangan desa wisata, serta kesulitan untuk mengembangkan desa wisata secara lebih lanjut karena tidak adanya pedoman pengembangan yang dapat diikuti.

Pengembangan pariwisata, selain memerlukan pemahaman terhadap wilayah secara keseluruhan, juga memerlukan pemahaman terhadap kebutuhan dan keinginan wisatawan yang mengunjunginya. Oleh karena itu diperlukan sumberdaya manusia dengan kemampuan yang baik, terutama dalam hal memahami wilayah dan kebutuhan wisatawan karena kesuksesan pengembangan pariwisata akan sangat tergantung pada kepuasan yang diperoleh wisatawan.

Meskipun masih banyak keterbatasannya, temuan-temuan dalam penelitian ini diharapkan memiliki beberapa kegunaan yaitu: sebagai bahan pertimbangan untuk

menilai kelayakan pengembangan obyek dan daya tarik wisata; sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan desa wisata, meliputi pengelolaan dan pemasaran, serta peningkatan kualitas obyek/daya tarik wisata sarana dan prasarana pendukung-nya; sebagai bahan pertimbangan untuk memberdayakan kelompok sadar wisata dan umumnya masyarakat sebagai pendukung pengembangan pariwisata; sebagai bahan pertimbangan untuk menciptakan obyek/daya tarik wisata, sarana dan pra sarana pendukung pariwisata yang baru dalam rangka mempercepat pengembangan pariwisata, serta sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan suatu model kerjasama antara pihak-pihak yang terlibat dalam pengembangan desa wisata secara terpadu.

Pemasaran pada umumnya dipandang sebagai tugas untuk memperkenalkan, menyerahkan barang dan jasa kepada konsumen pada waktu yang tepat dan harga yang bersedia dibayar oleh konsumen. Saat ini pemahaman pemasaran tidak hanya membuat penjualan tetapi juga harus memahami kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk dan jasa yang menyediakan nilai unggul bagi pelanggan, menetapkan harga, mempromosikan secara efektif sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Kotler & Armstrong (2013) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu dalam memilih target

pasar dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan target pasar tersebut. Tujuan manajer pemasaran adalah menemukan, menarik, mempertahankan dan menumbuhkan pelanggan sasaran dengan menciptakan, memberikan, dan mengkomunikasikan keunggulan nilai bagi pelanggan. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan prosuk yang bernilai kepada pihak lain (Kotler & Keller,2012). Program pemasaran itu sendiri terdiri dari sejumlah keputusan tentang bauran alat-alat pemasaran yang digunakan. Untuk itu Kotler & Armstrong (2013) mendefinisikan bauran pemasaran sebagai kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran, yang dilakukan untuk mempengaruhi permintaannya.

Adapun alat bauran pemasaran terdiri dari: produk yang meliputi keragaman, kualitas, desain, fitur, nama, merek dan kemasan; harga yang terdiri dari daftar harga, diskon, periode pembayaran dan syarat kredit; tempat yang terdiri dari saluran distribusi, cakupan, kombinasi, lokasi dan persediaan; promosi yang memegang peranan penting dalam proses pemasaran yaitu

menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar pada sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Sedangkan bauran Promosi meliputi: iklan, penjualan langsung, promosi penjualan dan hubungan masyarakat. Konsep pemasaran mempunyai perspektif dari luar ke dalam yang dimulai dengan pasar yang terdefinisi dengan baik, fokus pada kebutuhan pelanggan dan mengintegrasikan semua kegiatan pemasaran yang mempengaruhi pelanggan. Sebagai imbalannya, pemasaran mencapai keuntungan dengan menciptakan hubungan yang langgeng dengan pelanggan yang tepat, berdasarkan nilai dan kepuasan pelanggan.

Berwisata adalah sebuah kegiatan yang bisa menyegarkan pikiran dan mencari inspirasi untuk sekadar lari dari kepenatan karena aktivitas yang dianggap terasa menjemukan. Termasuk diantara salah satu jenisnya yakni berwisata di desa wisata yang merupakan sebuah alternatif berwisata yang cukup unik dan menyenangkan. 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. atau dengan kata lain 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 sudah sejak lama didengungkan sebagai alternatif pengembangan objek pariwisata konvensional. Banyak pendapat dari para ahli tentang perlunya pengembangan desa wisata sebagai salah satu jawaban dari sisi-sisi negatif pariwisata itu sendiri. Prinsip pengembangan pariwisata adalah azas manfaat bagi masyarakat setempat, dimana prioritas untuk menikmati hasil-hasil pembangunan aspek pariwisata semestinya dinikmati oleh masyarakat setempat (Imron, 2014). Banyak pengertian tentang desa wisata antara lain Desa wisata (Pitana, 1999:105 dalam Bashori Imron 2014) merupakan bentuk lain dari *rural tourism*, *farm tourism*, atau *village tourism*, membawa visi dan misi yang jelas, sebagai remedi terhadap berbagai kelemahan yang dirasakan selama ini. Namun demikian terlihat bahwa pengembangan desa wisata merupakan alternatif yang sangat sensitif, karena kesalahan dalam perencanaan dan pengelolaan dapat

berakibat buruk terhadap eksistensi desa adat.

Desa wisata (Putra, 2010:70 dalam Bashori Imron, 2014) didefinisikan sebagai pengembangan desa menjadi destinasi wisata dengan sistem pengelolaan yang bersifat, dari, oleh, dan untuk masyarakat. Dalam konsep desa wisata peran aktif pembangunan dan pengelolaan desa wisata berada di tangan masyarakat desa. Masyarakat desa, entah lewat lembaga koperasi atau yayasan, pro aktif mengelola daya tarik wisata di daerahnya dengan mengundang wisatawan untuk datang sekaligus untuk bermalam karena desa wisata juga menawarkan pelayanan akomodasi. Pengertian desa wisata lebih mudah dipahami jika dibandingkan dengan wisata desa. Yang dimaksudkan dengan wisata desa adalah kegiatan berwisata ke suatu desa atau dari satu desa ke desa lainnya yang memiliki daya tarik, diantar oleh pemandu wisata; sedangkan masyarakat dan desanya menjadi obyek untuk dikunjungi. Dalam desa wisata, peran masyarakat lebih menonjol, mereka menjadi subjek pengelola kunjungan wisatawan ke desa mereka. Dalam hal ini, masyarakat desa tidak menjadi penonton tetapi menjadi pemain yang aktif mengelola daya tarik wisata di desanya sehingga akhirnya bisa mendapatkan keuntungan ekonomi dari aktifitas tersebut.

Sumberdaya dasar pariwisata pedesaan dapat dijelaskan dengan beberapa cara, yakni dengan

menanyakan apa yang membuat orang tertarik untuk mengunjungi daerah pedesaan. Atraksi-atraksi atau pemerolehan keuntungan akan mendorong pengalaman hidup di desa, kontak dengan pengguna sumberdaya utama, *sight seeing*, membeli barang-barang unik, pemandangan suaka margasatwa, rekreasi, kedamaian dan ketenangan. Pendekatan ekologis digunakan untuk menjelaskan sumberdaya dasar pariwisata pedesaan yang difokuskan pada keunikan lanskap atau ekosistem, seperti pegunungan, padang rumput, pantai, rawa-rawa, hutan, dan dataran tinggi. Dalam setiap lanskap, akan ada paduan antara kekuatan manusia dan alam yang dapat memunculkan kesempatan dan tantangan yang unik; banyak dari lingkungan itu sensitif terhadap perkembangan manusia dan penggunaannya. Merujuk kepada strategi pariwisata pedesaan Australia (*Australia's Common wealth Departement of Tourism*, 1994) menyatakan bahwa pengklasifikasian dilakukan dengan menunjuk pada unsur pariwisata pedesaan yang meliputi; pulau, pantai, pedalaman, desa, semak-semak, dan daerah terpencil. Kategori itu kelihatannya untuk menggabungkan variabel ekologis dan perseptual, khususnya pada pola-pola geografis dan permukiman desa. Pendekatan selanjutnya adalah untuk menanyakan apakah kombinasi sumberdaya dan *supply* menarik

bagi investasi pariwisata. Lane (1994) mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi sustainability investasi di daerah pedesaan meliputi: nilai keindahan, aset khusus margasatwa, aset kultural, kemudahan untuk mengakses oleh masyarakat, fasilitas olahraga, keterampilan manajemen dan promosi yang efektif.

Dalam kaitannya dengan identifikasi wisatawan yang mengunjungi obyek wisata pedesaan, tercatat bahwa wisatawan yang mengunjungi daerah pedesaan tampak lebih makmur dan terdidik dengan baik. Kunjungannya ke tempat wisata memiliki tujuan untuk mencari dan menggunakan liburannya dengan kualitas di atas rata-rata. Terdapat fakta menarik dalam studi mengenai pariwisata berbasis pertanian di Jerman Selatan: para operator pariwisata menggagas “lingkungan relaksasi yang tenang” merupakan daya tarik utama wisatawan, tetapi ternyata bagi sebagian pengunjung, lingkungan pertanian yang sejuk dan indah adalah satu-satunya alasan mereka datang ke tempat itu.

Di era otonomi ini, pariwisata menjadi pilihan. Pariwisata dipandang dapat menjadi alat penarik investasi di daerah yang sangat potensial. Jika dibandingkan dengan sektor lain, yakni: sektor industri, sektor pertanian dan sektor primer lainnya, pariwisata memiliki banyak keunggulan, diantaranya: pengembangan pariwisata merupakan yang paling cepat dapat

dilaksanakan, bisa dilaksanakan dengan metode yang paling mudah, dan kendalanya relatif lebih sedikit. Sektor lain akan lebih mudah mendapatkan kendala. Industri pariwisata juga menawarkan cara yang cepat untuk membangun industri pendukung, yakni: hotel, restoran, penyewaan bus wisata, sewa perahu, industri souvenir, dan lainnya (Gunawan dan Ina Herlina, 2000).

Makna dari pengembangan desa wisata adalah pengembangan suatu wilayah desa, dengan memanfaatkan unsur-unsur yang ada di dalam masyarakat dan desa, menjadi berfungsi sebagai atribut peristiwa yang terpadu dan memiliki tema. Desa sebagai sebuah produk wisata mampu menyediakan dan memenuhi serangkaian kebutuhan perjalanan, baik aspek daya tarik maupun berbagai fasilitas pendukungnya. Dengan demikian desa wisata sebagai sebuah obyek wisata yang sudah dikembangkan sedemikian rupa sehingga daya tariknya dikelola dengan baik dengan senantiasa mempertahankan sifat keasliannya. Karena desa wisata sudah dikelola sebagai sebuah produk wisata, maka di situ sudah dapat dikenali dengan jelas; obyek wisatanya/daya tariknya, sarana pendukung pariwisatanya, dan pengelola serta pengelolaannya. Tujuan dari pengelolaan ini adalah agar desa itu memiliki spesifikasi, dan selanjutnya supaya menjadi obyek wisata alternatif.

Pembangunan pariwisata akan memberikan manfaat pada

masyarakat lokal sebagai berikut: sebagai lapangan kerja dan lapangan usaha, sebagai tambahan pendapatan, sebagai pasar produk-produk lokal, meningkatkan infrastruktur, meningkatkan keterampilan dan teknologi, meningkatkan kesadaran dan perlindungan terhadap budaya dan lingkungan, dan meningkatkan pola penggunaan lahan. Namun demikian, jika pembangunannya tidak direncanakan dengan baik justru dapat mendatangkan bahaya dan kerugian dengan terjadinya hal-hal berikut: pembangunan yang berlebihan, desain bangunan yang buruk, pelayanan yang tidak berkualitas, kurangnya ruang terbuka hijau dan perbandingan antara biaya dan pemanfaatan yang tidak seimbang, serta perusakan lingkungan. Akibatnya pembangunan pariwisata tidak dapat mencapai tujuan yang diharapkan/tidak menguntungkan dan tidak dapat berkelanjutan.

Pariwisata dapat berlangsung secara berkelanjutan, apabila pelaksanaan pengembangannya berpegang pada empat prinsip, yaitu: (1) menjaga kebebasan, kemandirian, keutuhan bangsa dan wilayah, (2) memupuk rasa cinta tanah air, persatuan, kebhinekaan, pluralisme, dan multikultur, (3) pemerataan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta (4) meningkatkan persahabatan (antar suku/bangsa) dan perdamaian (Ardika, 2007). Prinsip itu sejalan dengan prinsip-prinsip pariwisata

berkelanjutan seperti yang tertuang dalam *Pacific Ministers Conference on Tourism and Environment* di Maldivest tahun 1997, meliputi: kesejahteraan masyarakat lokal, penciptaan lapangan kerja, konservasi sumber daya alam, pemeliharaan dan peningkatan kualitas hidup, dan *equity* inter dan antar generasi dalam distribusi kesejahteraan. Dalam perkembangannya, prinsip-prinsip di atas telah dielaborasi menjadi: partisipasi, keikutsertaan para pelaku (*stakeholders*), kepemilikan lokal, penggunaan sumber daya secara berkelanjutan, mewadahi tujuan-tujuan masyarakat, perhatian terhadap daya dukung, monitor dan evaluasi, akuntabilitas, pelatihan serta promosi.

Guna mendukung prinsip-prinsip di atas, diperlukan ruang yang ditata sedemikian rupa sehingga semua komponen yang terlibat dapat berperan secara proporsional supaya hasilnya optimal. Penataan ruang pada dasarnya merupakan sebuah pendekatan dalam pengembangan wilayah yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas kesejahteraan masyarakat dan lingkungan hidup. Penataan ruang tidak hanya memberikan arahan lokasi investasi, tetapi juga memberikan jaminan terpeliharanya ruang yang berkualitas dan mempertahankan keberadaan obyek-desanya wisata sebagai aset bangsa.

Pengembangan pariwisata juga memerlukan pengaturan-

pengaturan alokasi ruang yang dapat menjamin *sustainable development* guna mencapai kesejahteraan masyarakat. Hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip dasar dalam penataan ruang yang bertujuan untuk meningkatkan pemanfaatan sumber daya alam dan sumber daya buatan secara berdaya guna, berhasil guna, dan tepat guna untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia, mewujudkan perlindungan fungsi ruang dan mencegah serta menanggulangi dampak negatif terhadap lingkungan, dan mewujudkan keseimbangan kepentingan kesejahteraan dan keamanan. Dalam kaitannya dengan pengembangan pariwisata ini, Pinata & Diarta (2009), menyatakan bahwa untuk mengembangkan sebuah kawasan pedesaan menjadi kawasan pariwisata yang memiliki daya tarik, diperlukan beberapa tahapan pendekatan, yakni:

1. *Pertama*, tahap perencanaan yang terdiri atas dua bagian yaitu perencanaan secara individu dan kolektif. Tahap ini harus dimulai dengan membangkitkan kesadaran individu penduduk lokal dan kemudian pengadopsian secara kolektif peluang pemanfaatan sumberdaya lokal dalam perencanaan sosial ekonomi.
2. *Kedua*, penguatan sistem sosial. Pada tahap ini mulai dibangun kemitraan antara komunitas lokal dengan lembaga pariwisata formal untuk menjamin keberlanjutan atraksi pariwisata kawasan.

3. *Ketiga*, implementasi rencana pengembangan pariwisata pedesaan, yang dicirikan oleh telah berlangsungnya kegiatan pariwisata pedesaan

Terdapat beberapa tantangan dalam pengembangan desa wisata yang harus diperhatikan diantaranya adalah:

- a. Lokasi. Tidak semua lokasi atau hamparan wilayah pedesaan menarik bagi wisatawan. Penyediaan sarana akomodasi tidak secara otomatis akan menarik minat wisatawan tanpa mengintegrasikannya dalam paket produk secara terintegrasi dengan elemen penunjang lainnya.
- b. Investasi. Perlunya investasi untuk diversifikasi produk yang akan ditawarkan dalam pengembangan pariwisata pedesaan. Walaupun penekanan pada pemanfaatan sumber daya lokal, induksi luar masih diperlukan mengingat modal, manajemen, pemasaran memerlukan integrasi holistik dengan model pariwisata lainnya yang telah ada.
- c. Pemasaran. Biasanya bisnis pariwisata pedesaan kurang didukung oleh sumberdaya manusia yang memiliki skill memadai sesuai yang diperlukan untuk pemasaran yang efektif sebagai syarat kesuksesan. Oleh karenanya kerja sama kolektif

sangat penting dalam pemasaran kawasan secara regional, nasional dan internasional.

- d. Isu kualitas dan pelayanan produk. Yang dimaksud adalah produk dan pelayanan jasa yang belum bisa memenuhi ekspektasi wisatawan yang mempunyai harapan tertentu dari setiap uang yang akan dikeluarkannya.

Dengan adanya pengembangan dan pemasaran yang gencar dari desa wisata ini diharapkan dapat memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas budaya dan tradisi lokal, meningkatkan dan pemeratakan tingkat pendapatan secara ekonomis penduduk lokal, mengembangkan semangat kompetisi sekaligus kooperatif dan yang terpenting adalah memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai sektor penyumbang tradisi budaya dengan dampak seminimal mungkin.

Pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan pariwisata terus menerus perlu dilakukan. Supaya pariwisata dapat berkembang secara berkelanjutan, masyarakat setempat perlu diberdayakan supaya memiliki kapasitas yang cukup untuk memahami dan mengelola sumberdaya pariwisata guna mendukung pengembangan ODTW. Pemberdayaan masyarakat lokal selanjutnya perlu didasarkan pada lima kriteria, yaitu: memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus

melestarikan identitas budaya dan tradisi lokal; meningkatkan dan pemeratakan tingkat pendapatan secara ekonomis penduduk lokal; berorientasi pada pengembangan usaha berskala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga besar dan berorientasi pada teknologi tepat guna; mengembangkan semangat kompetisi sekaligus kooperatif; serta memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai sektor penyumbang tradisi budaya dengan dampak seminimal mungkin.

Tjokrowinoto (2004) menyatakan bahwa pemberdayaan memiliki karakteristik sebagai berikut: 1) prakarsa desa, 2) dimulai dengan pemecahan masalah, 3) proses disain program dan teknologi bersifat asli/alamiah, 4) sumber utama adalah rakyat dan sumberdaya lokal, 5) kesalahan dapat diterima, 6) organisasi pendukung dibina dari bawah, 7) pertumbuhan organik bersifat tahap demi tahap, 8) pembinaan personil berkesinambungan, berdasarkan pengalaman belajar dari kegiatan lapangan, 9) diorganisir oleh tim interdisipliner, 10) evaluasi dilakukan sendiri, berkesinambungan, dan berorientasi pada proses, 11) kepemimpinan bersifat kuat, 12) analisis sosial untuk definisi masalah dan program, 13) fokus manajemen adalah kelangsungan dan berfungsinya sistem kelembagaan. Demikian juga yang dinyatakan oleh Rahayu (2008), terdapat dua agenda yang perlu dilakukan dalam kaitannya

dengan pemberdayaan masyarakat ini, yaitu: Pertama, Pengembangan sumberdaya manusia. Tujuan dari pemberdayaan masyarakat adalah supaya masyarakat dapat memiliki kemandirian dalam mengatasi permasalahan mereka melalui prakarsa dan kreatifitas untuk meningkatkan kualitas hidup. Untuk itu tentunya dibutuhkan masyarakat yang mempunyai pengetahuan, ketrampilan dan sikap untuk keluar dari permasalahan yang mereka hadapi. Kedua, membangun kelembagaan masyarakat. Artinya pemberdayaan bukan sekedar pendekatan metodologis dalam rangka memandirikan masyarakat, akan tetapi harus juga diwujudkan dalam bentuk yang lebih konkret sebagai bentuk dari pencapaian sebuah program. Ketika melaksanakan program pemberdayaan kepada masyarakat miskin di suatu desa, maka pemberdayaan ditempatkan bukan hanya sekedar bagaimana melakukan proses perencanaan dan pelaksanaan bersama masyarakat, tetapi pada kurun waktu tertentu, harus ada monitoring dan evaluasi “sudah berapa anggota masyarakat yang berubah hidupnya menjadi tidak miskin dan atau tidak lagi menjadi ketergantungan kepada pelaku pemberdaya di lingkungannya”. Syarat mutlak program pemberdayaan adalah orientasinya yang selalu tertuju kepada kemandirian, kesinambungan, dan keberlanjutan.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, sedangkan untuk melengkapi analisis data kualitatif, diperkuat dengan data-data yang bersifat kuantitatif. Analisa kualitatif yang digunakan adalah deskriptif-induktif, sedangkan data kuantitatif yang digunakan adalah prosentase dalam bentuk tabulasi. Subyek penelitian ditentukan dan dipilih secara sengaja sesuai dengan karakteristik penelitian, yaitu: pengelola desa wisata dan tokoh masyarakat setempat; warga masyarakat; dan wisatawan. Sedangkan informan penelitian berasal pemerintah desa dan dari Dinas Pariwisata Bantul. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* atau dipilih secara sengaja. Karakteristik wilayah penelitian yang dipilih sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu suatu komunitas lingkungan binaan. Lokasi penelitian ditentukan di dusun Tangkil sebagai desa wisata Kalibuntung yang terletak di desa Srihardono, kecamatan Pundong, kabupaten Bantul.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, yaitu melakukan pengamatan secara langsung di tempat penelitian. Tujuannya adalah untuk mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan yang sebenarnya. Setelah melakukan pengamatan, data dikumpulkan dengan menggunakan sistem wawancara dengan menggunakan pedoman

wawancara. Di samping itu peneliti melakukan studi literatur dengan cara mengumpulkan sumber-sumber tercetak seperti buku, laporan, jurnal serta dokumen yang berupa catatan-catatan maupun foto dan video. Peneliti juga mencari data-data melalui dokumen-dokumen dan arsip-arsip pada instansi-instansi yang terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Potensi dan Fasilitas

Desa Wisata Kalibuntung memiliki beberapa potensi diantaranya suasana khas pedesaan yang masih tradisional lengkap dengan kultur budayanya. Lokasi desa yang dekat dengan persawahan dan sungai sehingga sangat potensial untuk dapat dikembangkan wisata air dan pengembangan pertanian. Di samping itu terdapat beberapa pengembangan *home industry* baik kerajinan maupun kuliner ditambah dengan tekad dan semangat pemuda yang ingin bersama-sama memajukan desanya.

Sampai saat ini Desa Wisata Kalibuntung telah memiliki beberapa fasilitas diantaranya wahana *out bound* yang terdiri dari beberapa permainan diantaranya, *flaying fox*, perahu rakit, berbagai macam permainan air dan darat, gazebo dengan kapasitas hingga 300 orang, lengkap dengan fasilitas kamar mandi, warnet mini dengan jumlah komputer sebanyak 5 buah

dan rumah dokter kecil lengkap dengan peralatan kesehatan serta peraga. Disamping itu terdapat kelompok seni “Mudho Laras” yang menampilkan berbagai atraksi seperti karawitan, reog, wayang orang dan gejog lesung. Juga terdapat kelompok kerajinan “Tangan Urip” yang menarik perhatian wisatawan untuk ikut terlibat dalam berbagai pembuatan karya seni seperti kerajinan dari gerabah, batok kelapa, batik kaos, kerajinan dari koran, janur dan topeng. Fasilitas yang ada ini akan terus dikembangkan lagi sehingga dapat memberikan kenyamanan serta kepuasan bagi wisatawan yang datang menikmati suasana pedesaan yang asri.

Untuk mendukung potensi tersebut, perlu dikemukakan gambaran desa wisata Kalibuntung. Desa ini berada di dusun Tangkil yang merupakan salah satu dusun di desa Srihardono, Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa Srihardono berjarak sekitar 20 km ke arah Selatan dari Ibukota Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, dan dari Ibukota Kabupaten Bantul berjarak 5 km ke arah tenggara. Daerah ini mudah dicapai, karena dari kota Yogyakarta dihubungkan jalan beraspal menuju obyek wisata Pantai Parangtritis dan masuk di Desa Srihardono juga telah dihubungkan dengan jalan beraspal sehingga memberi kemudahan bagi wisatawan yang akan datang. Letak

astronomis Desa Srihardono yaitu pada 7°56'15" LS sampai dengan 7°58'00" LS dan 110°20'00" BT sampai dengan 110°22'00" BT. Luas wilayah Desa Srihardono adalah 535,050 hektar. Batas-batas administrasi Desa Srihardono adalah Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Patalan Kecamatan Jetis, Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Sriharjo dan Desa Selopamioro Kecamatan Imogiri. Sedangkan Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Seloharjo dan Desa Panjangrejo Kecamatan Pundong dan Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Panjangrejo Kecamatan Pundong dan Desa Mulyodadi Kecamatan Bambanglipuro. (Sumber: Desa Srihardono, 2015), Secara topografi Desa Srihardono 98% merupakan dataran rendah dengan tingkat kesuburan yang tinggi yaitu sebesar 65% sehingga sangat cocok untuk usaha pertanian. Tipe curah hujan di desa ini tergolong sedang menjadikan aktivitas pertanian terbagi menjadi dua jenis yaitu pertanian padi dan palawija dengan luas lahan sebesar 320,541 ha (60%) sedangkan sisanya sebesar 214,509 ha (40%) dipakai sebagai area pemukiman atau pekarangan.

Kondisi demografi Desa Srihardono sebanyak 12.753 jiwa yang terdiri dari 6.479 jiwa laki-laki (50,8%) dan 12.753 jiwa perempuan (49,2%) dengan 3.841 kepala keluarga. Adapun komposisi penduduk di Desa Srihardono adalah sebagai berikut : usia 0-14 tahun sebanyak 2.257 jiwa, 15-24

tahun sebanyak 2.435 jiwa, 25-49 tahun sebanyak 4.823 jiwa dan usia lebih dari 50 tahun sebanyak 3.236 jiwa. Tingkat pendidikan yang bervariasi yaitu tidak/belum sekolah sebesar 1.347 orang, lulus SD 3.667 orang, lulus SMP 2.012 orang, lulus SMA 4.264 dan lulus perguruan tinggi sebanyak 1.466 orang. Berdasarkan mata pencaharian di Desa ini petani sebanyak 906 orang, buruh tani 1.752 orang, pedagang 807 orang, pegawai negeri 437 orang, pegawai swasta 767 dan buruh/tukang sebanyak 7.240 orang.

Desa Srihardono terdiri dari 17 pedukuhan, salah satunya adalah Dusun Tangkil yang terdiri dari 239 kepala keluarga dengan jumlah penduduk 880 jiwa terbagi dalam 429 laki-laki dan 451 perempuan. Komposisi penduduk berdasar struktur umur adalah sebagai berikut: usia 0-14 tahun sebanyak 162 jiwa, 15-24 tahun sebanyak 146 jiwa, 25-49 tahun sebanyak 294 jiwa dan usia lebih dari 50 tahun sebanyak 278 jiwa. Berdasar tingkat pendidikan komposisi di Dusun ini adalah tidak/belum sekolah sebesar 76 orang, lulus SD 327 orang, lulus SMP 128 orang, lulus SMA 264 dan lulus perguruan tinggi sebanyak 85 orang, dengan mata pencaharian petani sebanyak 5 orang, buruh tani 192 orang, pedagang 35 orang, pegawai negeri 34 orang, pegawai swasta 16 orang dan buruh/tukang sebanyak 79 orang. (Sumber: Desa Srihardono, 2015). Secara administratif dusun ini berbatasan dengan Desa Patalan di sebelah Utara, Dusun Jonggrangan di

sebelah Timur, Dusun Pundong di sebelah Selatan dan Dusun Derso di sebelah Barat. Desa Wisata Kalibuntung ini masih merupakan desa wisata yang baru karena baru mulai terbentuk pada tanggal 15 Agustus 2011, atas prakarsa para warga masyarakat dan pemuda yang sadar akan wisata. Hal ini didasarkan pada komitmen dan dorongan yang kuat untuk menggali potensi yang dimiliki dan berupaya untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan warga sekitar.

2. Pola Pengembangan Dan Pemasaran Desa Wisata Kalibuntung

Pemasaran merupakan kegiatan utama yang harus dan terus dilakukan oleh Desa Wisata Kalibuntung karena masih tergolong sebagai desa wisata yang baru. Di desa ini terdapat tim pemasaran yang beranggotakan lima orang yang mau dan sanggup bekerja keras agar banyak tamu yang datang di desa ini. Upaya lain yang dilakukan adalah dengan menghasilkan paket wisata yang relative terjangkau dengan kualitas pelayanan yang prima, dan didukung dengan tersedianya sarana dan prasarana yang memadai.

Kegiatan promosi yang telah dilakukan adalah melalui iklan yang terbagi pada media cetak yaitu berupa pengiriman surat dan proposal, pembuatan brosur, *flyer*, *guide book*, spanduk serta adanya papan nama penunjuk jalan.

Disamping itu pengurus Desa Wisata ini juga aktif mengirimkan berita tentang aktivitas di Desa Wisa ke koran - koran lokal seperti Kedaulatan Rakyat, Solo POS, Harian Jogja, Tribun Jogja serta Harian Bernas. Media elektronik yang dipakai oleh Tim Pemasaran di Desa Wisata Kalibuntung ini melalui pemberitaan di berbagai stasiun televisi baik Lokal maupun Nasional seperti TVRI Jogja, Liputan6 SCTV.com "*Siswa Tuna Netra juga Mampu Bermain Outbound di Desa Wisata Kalibuntung*" pada tanggal 15 Januari 2012, di Jogja TV, "*Desa Wisata Wiwit Dipun Remeni Wisatawan*" pada tanggal 13 Januari 2012, di www.jogjatv.tv "*outbound siswa tuna netra*" pada tanggal 14 Januari 2012 dan di Antara News Yogyakarta dan di SCTV, Indosiar serta TVRI pusat.

Disamping itu, karena desa wisata ini dikelola oleh pemuda yang sangat paham akan penggunaan media jejaring sosial sebagai sarana untuk mendekatkan dan menjangkau konsumen, maka promosi dilakukan juga melalui [email:info_kalibuntung@yahoo.com](mailto:info_kalibuntung@yahoo.com) atau *facebook*: Desa Wisata Kalibuntung, dan mereka juga mempunyai *twitter* @dewi_kalbu. Upaya lain yang dilakukan adalah membuat website sederhana yaitu : <http://www.desawisatakalibuntung.com> atau dapat juga membuka <http://desawisatakalibuntung.wordpress.com> serta mengikuti berbagai direktori seperti www.bantulbiz.

[com](http://bisnisukm.com), <http://bisnisukm.com> dan <http://yogyakarta.panduanwisata.com>.

Dengan demikian maka pemasaran desa wisata Kalibuntung sebagai desa wisata sudah memiliki dasar untuk dijual, antara lain: (1) telah memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas sebagai atraksi wisata, baik berupa karakter fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan, (2) memiliki fasilitas pendukung kepariwisataan terkait dengan kegiatan wisata pedesaan berupa: akomodasi/penginapan, ruang interaksi

masyarakat dengan wisatawan/tamu, atau fasilitas pendukung lainnya, (3) memiliki pengalaman interaksi dengan pasar (wisatawan) yang tercermin dari kunjungan wisatawan saat ini; dan (4) memiliki dukungan inisiatif dan partisipasi masyarakat setempat terhadap pengembangan sebagai desa wisata, serta (5) memiliki kemampuan menggerakkan aktifitas ekonomi pariwisata yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat setempat.

Dibawah ini data dan laporan upaya pemasaran dan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1.

Kunjungan wisatawan sebagai akibat pengiriman surat dan proposal

No	Bulan	Nama Program	Sasaran	Jumlah
1	Februari	Outbound Calistung	Guru TK-SD	250
2	Maret	Outbound Leadership Untuk OSIS	OSIS (SMP,SMA,SMK,MAN)	300
3	April	Outbound Marketing	Marketing	200
4	Mei	Outbound Leadership Untuk Mahasiswa	Mahasiswa	150
5	Juni	Outbound Iqro'	Guru TPA	200
6	Juli	Outbound Leadership Untuk OSIS Part 2	OSIS	200
7	Agustus	Sarasehan Motivasi	SD-SMP-SMA	200
8	September	Penawaran MAKRAB	Mahasiswa	150
9	Oktober	Penawaran Outbound	SD-SMP-SMA	300
10	November	Penawaran Outbound	Mahasiswa	200

Sumber : Desa Wisata Kalibuntung 2015

Data kunjungan wisatawan sejak berdiri sampai sekarang, wisatawan yang melakukan kunjungan di desa wisata Kalibuntung masih berasal dari daerah-daerah yang ada di sekitar kota Yogyakarta. Profil wisatawan sangat beragam dari sisi usia dan

pendidikan yaitu dari anak-anak tingkat Taman Kanak-Kanak hingga mahasiswa dari berbagai Perguruan Tinggi baik negeri maupun swasta. Wisatawan yang datang juga banyak berasal dari keluarga-keluarga, komunitas-komunitas dan berbagai organisasi yang ada. Wisatawan

mancanegara sudah mulai ada walaupun masih dalam jumlah yang belum begitu banyak. Data kunjungan wisatawan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 2.
Data Kunjungan Wisatawan

Tahun	Jumlah
Okt – Des 2011	523 orang
2012	3.932 orang
2013	5.015 orang
2014	4.537 orang
2015	5.860 orang
Total	19.867 orang

Sumber : Desa Wisata Kalibuntung 2015

Jumlah kunjungan wisatawan dalam tabel 2 tersebut, sudah bisa dikatakan banyak karena baru resmi dibuka pada bulan Agustus sudah mendapat respon yang baik dari masyarakat. Memasuki tahun 2012 terjadi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang sangat tinggi, dikarenakan upaya pemasaran yang dilakukan oleh pihak pengelola Desa Wisata Kalibuntung yang sangat gencar dalam memberikan informasi dan mengajak masyarakat sekitar kota Yogyakarta untuk berkunjung dan menikmati berbagai kegiatan wisata alam dan budaya di sana. Pada tahun 2014 terjadi sedikit penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung disebabkan karena beberapa pengelola memiliki keasikan dalam kegiatan, sehingga kurang fokus dalam mempromosikan kegiatan yang ada di Desa Wisata Kalibuntung. Tetapi pada awal tahun 2015 sudah terjadi lagi kenaikan jumlah kunjungan wisatawan serta mulai ada

kunjungan wisatawan dari mancanegara yang datang walaupun dalam jumlah yang belum begitu banyak.

Dukungan masyarakat terhadap pengembangan desa wisata ini sangat tinggi dan penuh kesadaran terbukti dengan direlakannya pemakaiian tanah desa seluas 1000 m². Juga digunakannya 17 lokasi pekarangan milik masyarakat untuk pengembangan fasilitas pariwisata. Saat ini sudah tersedia 20 *home stay* milik warga yang sudah biasa digunakan untuk kegiatan wisata. Pembangunan dan pengembangan desa wisata Kalibuntung dilakukan dengan nuansa gotong royong. Terdapat sumbangan masyarakat pada saat membangun fasilitas infra struktur pariwisata, antara lain: masyarakat menyumbang pohon kelapa, batu bata bekas, genting bekas, untuk membuat gazebo dan sarana wisata lainnya.

Dengan pembangunan dan pengembangan desa wisata ini

akhirnya dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, yaitu terserapnya tenaga kerja untuk memenuhi kebutuhan di tempat ini. Kebutuhan dari segi administratif maupun melaksana di lapangan seperti tenaga trainer, tenaga pembangunan,

pemberdayaan ibu-ibu untuk menyiapkan berbagai hidangan, pemandu wisata, tenaga kebersihan. Dibawah ini rincian nilai swadana yang disokong penuh oleh warga masyarakat guna pembangunan desa wisata kalibuntung ini.

Tabel 3.
Nilai swadana dari masyarakat

No	Nama pembangunan	Ket	Nilai
1	Pembangunan gasebo	2 buah	40.000.000
2	Pembangunan kamar mandi	9 buah	7.000.000
3	Pembangunan penampungan air	3 buah	3.500.000
4	Rehap sekretariat	1 buah	20.000.000
5	Bangkit saluran air	200 m	4.000.000
6	Pembuatan mushola tahap I	1 buah	7.500.000
7	Pembuatan lokasi taman satwa tahap I	17 bh	8.000.000
8	Pembuatan lapangan dan taman	2 buah	4.000.000
9	Pembuatan kolam permainan	1 buah	4.000.000
10	Pengadaan alat-alat outbond dan permainan	paket	6.000.000
11	Pembuatan perahu rakit	2 buah	1.500.000
12	Pembelian alat-alat dapur	1 paket	2.000.000
13	Pembelian ATK, Rak, Meja, Kursi	2 paket	2.000.000
14	Pengurusan tempat parkir	1 paket	6.000.000
15	Pembuatan gapura (proses)	1 paket	6.000.000
16	Biaya promosi	1 paket	8.000.000
		Jumlah	129.500.000

Sumber : Desa Wisata Kalibuntung 2015

Selain dukungan dari masyarakat sekitar yang cukup tinggi, juga dukungan pemerintah daerah yaitu dari Dinas Pariwisata Bantul. Desa Wisata Kalibuntung yang berada di dusun Tangkil merupakan salah satu aset desa yang saat ini sedang difokuskan untuk dikembangkan menjadi desa wisata, diresmikan oleh Dinas Pariwisata Bantul pada tanggal 24 September 2011 dan diprediksi dapat

berkembang dengan cepat karena tekad dan komitmen yang kuat dari para penggerak sadar wisata.

Bentuk dukungan dari pemerintah daerah bukan hanya dari sisi pemenuhan atau perbaikan fasilitas infra struktur, akan tetapi juga dalam peningkatankompetensi masyarakat, antara lain pelatihan yang terkait dengan desa wisata sebagaimana tabel betrikut:

Tabel 4.
Pelatihan dan Peningkatan SDM

No	Pelatihan	Tempat	Penyelenggara
1.	Pelatihan Pengelolaan Homestay	Tembi	Dinas Pariwisata Bantul
2.	Pelatihan Atraksi Wisata (Seni & Budaya)	Tembi	Dinas Pariwisata Bantul
3.	Pelatihan Manajemen Desa Wisata	Tembi	Dinas Pariwisata Bantul
4.	Pelatihan Pemandu Wisata		Dinas Pariwisata DIY
5.	Java Promo	Kebon Agung	Dinas Pariwisata DIY
6.	Pelatihan Tim Kuliner Desa Wisata	Kecamatan Pundong	Dinas Pariwisata Bantul
7.	Pelatihan dan Pengukuhan Pokdarwis	Brayut	Dinas Pariwisata Bantul
8.	Studi banding	Desa Wisata Penting Sari	Dinas Pariwisata DIY
9.	Studi banding	Desa Wisata Nglanggeran dan Pindul	Dinas Pariwisata DIY
10.	Pelatihan manajemen kepemimpinan	Ciawi Bogor	BPSDM

Sumber : Desa Wisata Kalibuntung 2015

Selain kegiatan tersebut, adanya kelancaran pemberian ijin serta kemudahan yang lain juga merupakan bentuk dukungan dari pemerintah setempat. Saat ini kelompok kesenian di desa wisata sering mendapat undangan untuk mengikuti berbagai pentas dan kirab budaya, baik tingkat kabupaten maupun propinsi, sehingga diharapkan kesenian dan desa wisata Kalibuntung makin dikenal dan dikunjungi banyak wisatawan.

3. Kontribusi Desa Wisata Kalibuntung Dalam Pengembangan Pariwisata Bantul

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara baik dengan pengelola maupun dengan Dinas Pariwisata dapat dikemukakan bahwa Desa Wisata Kalibuntung memiliki banyak kekuatan dan keunggulan. Desa Wisata Kalibuntung terletak di jalur Yogyakarta dan obyek wisata Pantai Parangtritis, mudah dicapai dengan

berbagai jenis kendaraan baik primadi maupun kendaraan umum, serta jalan lintasan sudah beraspal. Selain itu Desa Wisata Kalibuntung mempunyai berbagai unggulan yang siap disuguhkan ke wisatawan diantaranya suasana khas pedesaan yang masih tradisional dan alami dilengkapi dengan berbagai ragam seni dan budaya, serta memiliki berbagai fasilitas wahana *out bound* gazebo, kamar mandi, warnet mini, rumah dokter kecil lengkap dengan peralatan kesehatan serta peraga.

Berdirinya desa wisata ini atas prakarsa warga masyarakat dan pemuda yang sadar akan wisata yang didasarkan pada komitmen dan dukungan yang kuat. Upaya penggalan potensisebagai desa wisata terus dilakukan dan mereka sadar adanya desa wisata dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan warga sekitar. Disamping itu pengelola desa wisata ini merupakan pemuda desa yang mempunyai jiwa yang kreatif, berani mengambil resiko tetapi dengan perhitungan yang matang sehingga ditangan mereka desa wisata ini dapat maju dan berkembang dengan pesat dalam kurun waktu yang tidak terlalu lama. Selain dukungan dari masyarakat sekitar, pemerintah daerah khususnya Dinas Pariwisata Bantul juga sangat perhatian dalam mendukung pembangunan dan pengembangan desa wisata Kalibuntung karena menjadi salah satu desa wisata yang saat ini diunggulkan di kabupaten Bantul.

Dengan adanya Desa Wisata Kalibuntung, dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah melalui pembayaran karcis masuk, retribusi pajak makanan dan minuman, retribusi pengelolaan parkir. Dengan berkembangnya Desa Wisata Kalibuntung, Pemerintah Daerah Bantul juga berarti telah meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa wisata kalibuntung. Munculnya warung makan, penjual makanan dan cinderamata, sepanjang perjalanan antara Yogya sampai Desa Wisata Kalibuntung, berarti Pemerintah Daerah Bantul juga telah meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan desa-desa sekitar Kalibuntung. Pada akhirnya dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat, Pemerintah Daerah Bantul berarti telah melaksanakan tugas dan fungsinya untuk memanfaatkan segala potensi alam untuk kesejahteraan masyarakat.

Disamping berbagai kekuatan yang dimiliki oleh desa wisata Kalibuntung ini, masih terdapat kelemahan diantaranya minimnya sumber daya manusia sebagai pengelola yang sadar dan mengerti tentang pengelolaan organisasi yang baik; maupun usaha pemasaran yang masih terbatas pada pola-pola yang konvensional, infrastruktur yang juga perlu diperhatikan adalah lahan parkir dan pengelolaan sampah. Kelemahan dan kekurangan inilah yang perlu terus diupayakan oleh Pemerintah Daerah Bantul, sehingga keterlibatan masyarakat setempat terus

bertambah serta kompetensinya sesuai dengan standar minimal yang telah ditetapkan oleh peraturan kepariwisataan yang ada sebelumnya

Disamping itu Desa Wisata Kalibuntung sudah berencana untuk memperluas area wisata dan pengembangan berbagai kegiatan seni budaya, sehingga diharapkan terjadi kenaikan jumlah wisatawan baik dari sisi jumlah maupun daerah asal wisatawan. Pemda Bantul, perlu melakukan kerjasama dengan berbagai agen perjalanan dan hotel yang ada di Yogyakarta untuk berkunjung ke Desa Wisata Kalibuntung ini. Kerjasama dalam bentuk paket-paket wisata maupun menempatkan brosur desa wisata Kalibuntung di dalam kamar-kamar hotel. Hal ini bukan saja untuk desa wisata Kalibuntung, tetapi juga untuk desa wisata lainnya. Hal ini agar tidak terjadi persaingan tidak sehat di antara desa wisata yang sudah ada dan berada di sekitar desa Kalibuntung. Desa wisata Kalibuntung sendiri harus terus melakukan inovasi dari variasi paket wisata yang ditawarkan.

PENUTUP

Dari penelitian yang dilakukan sebagaimana diuraikan, disimpulkan bahwa sebagai desa wisata baru Kalibuntung menyimpan banyak potensi yang harus terus dikembangkan. Termasuk upaya pemasaran yang inovatif agar dapat menarik banyak wisatawan untuk berkunjung dan menginap di Desa

Wisata Kalibuntung. Berdasarkan data kunjungan wisatawan terlihat adanya kesenderungan jumlah wisatawan meningkat yang merupakan pasar potensial bagi pengembangan pariwisata di Bantul. Saat ini wisatawan yang datang masih berasal dari sekitar Provinsi DI Yogyakarta sehingga masih terdapat peluang untuk menarik lebih banyak calon wisatawan. Pemasaran yang saat ini dilakukan masih mengandalkan *wourd of mouth* atau rekomendasi dari wisatawan yang telah berkunjung serta media jejaring di media sosial. Keberhasilan pengembangan dan pemasaran Desa Wisata Kalibuntung ini tidak terlepas dari peran serta masyarakat berupa dukungan baik material maupun moril dan dukungan dari pemerintah regulasi (perijinan), pembinaan dan pelatihan SDM.

Beberapa saran dan rekomendasi adalah perlu dipenuhinya syarat sebagai desa wisata sesuai dengan sapta pesona dalam kehidupan masyarakat di desa wisata kalibuntung. Pemasaran Desa Wisata Kalibuntung dan desa wisata sekitarnya, disusun secara paket bekerjasama dengan biro perjalanan dan hotel, sehingga tidak terjadi saling menjatuhkan di antara desa wisata yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ardika, I Gde.(2007). Paradigma Baru Kepariwisataan, *Makalah dalam Konferensi*

Pariwisata Indonesia 2020,
Yogyakarta, 22 Agustus
2007.

Yogyakarta: Pustaka
Pelajar.

Imron, M. Bashori Imron (2013).
*Desa Wisata Bernuansa
Budaya : Desa Adat
Penglipuran Kabupaten
Bangli Bali*. Dalam Ujud
Tahajuddin, dkk. 2013.
Community Empowerment
dalam Industri Pariwisata:
Praktek Pemberdayaan
Komunitas Lokal oleh Industri
Kreatif Pendukung Pariwisata.
Jakarta, PT Gading Inti Prima

Kotler, P., & Armstrong, G.
(2013). *Principles of
marketing, 15th global edition*.
Pearson.

Kotler, Philip and Keller, Kevin
Lane.(2012). *Marketing
Management*. 14thed. New
Jersey: Prentice Hall.

Pitana, I Gde & Diarta, I Ketut
Surya.(2009). *Pengantar
Ilmu
Pariwisata*.Yogyakarta.
Andi Publishing.

Rahayu, Ana Budi. (2008).
*Pembangunan
Perekonomian Nasional
Melalui Pemberdayaan
Masyarakat Desa*. Jakarta.

Tjokrowinoto, Moeljarto, (2004),
*Pembangunan: Dilema
Dan Tantangan*,

Artikel Jurnal

Clarke, J. (1999). Marketing
structures for farm tourism:
beyond the individual
provider of rural
tourism. *Journal of
Sustainable Tourism*, 7(1), 26-
47.

Clarke, J. (2005). Effective
marketing for rural
tourism. *Rural tourism and
sustainable business*, 26, 87.

Hall, D. R., & Kirkpatrick, I. (Eds.).
(2005). *Rural tourism and
sustainable business* (Vol.
26). Channel view
publications.

Imron, M. Bashori (2015). Meretas
Jalan Meningkatkan
Pendapatan Asli Daerah
(PAD) Melalui Desa Wisata.
*Jurnal Bina Praja Vol. 7
Nomor 4 Desember 2015*.
Jurnal Terakreditasi
diterbitkan oleh Balitbang
Dalam Negeri, Kementerian
Dalam Negeri.

Lane, B. (1994). Sustainable rural
tourism strategies: A tool for
development and conser-
vation. *Journal of sustainable
tourism*, 2(1-2), 102-111.

Lane, B. (2009). Rural tourism: An
overview. *The SAGE*

Yohana Ari Ratnaningtyas dan Agnes Widyasmoro: Pemasaran Desa Wisata Kalibuntung Dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Bantul

handbook of tourism studies,
354-370.

**Peraturan Perundang-undangan/
Pedoman**

Australia's Commonwealth
Department of Tourism,
(1994). *National Rural
Tourism Strategy*, Canberra:
Australia's Commonwealth
Department of Tourism.

Gunawan, Myra P. dan Ina
Herlina.(2000). *Garis
Besar Perencanaan
Pembangunan dan
Pemasaran Pariwisata Di
Tingkat Lokal Dan
Wilayah*. Bandung. Pusat
Penelitian Kepariwisataaan
ITB.

