



PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL GUNA MEMPROMOSIKAN POTENSI DESA WISATA



2021



Pusat Pengembangan Kebijakan Pembangunan Desa, Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi
Badan Pengembangan dan Informasi Desa, Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi



PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL GUNA MEMPROMOSIKAN DESA WISATA

HASIL KAJIAN
2021



Pusat Pengembangan Kebijakan Pembangunan Desa, Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi
Badan Pengembangan dan Informasi Desa, Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi
Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi
Republik Indonesia

Pemanfaatan Teknologi Digital Guna Mempromosikan Desa Wisata

Penanggungjawab

Agus Kuncoro, S.Sos., M.Si.

Koordinator

Ir. Sukandar, M.M.

Penulils

Ir. Djoko Puguh Wibowo, M.Si.

Ir. Rukmini Nugroho Dewi

Ir. Sukandar, M.M.

Tim Pelaksana

Teguh Winarno, S.Sos.

Ir. Djoko Puguh Wibowo, M.Si.

Ir. Rukmini Nugroho Dewi

Dr. Anharudin, M.Si.

Dr. Saraswati Soegiharto, M.A.

Siti Fatimah, S.Sos.

Ir. Sukandar, M.M.

Remmy Evanda, S.Sos., M.Si.

Redi Yudantoro, S.T.

Desain Cover dan Tata Letak

Fauzan Aidinul Hakim, S.Si.

Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi, 2022
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Cetakan Pertama 2022

Diterbitkan Oleh

Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi

ISBN Dicetak oleh Percetakan

Isi diluar tanggung jawab percetakan



SAMBUTAN

KEPALA PUSAT PENGEMBANGAN KEBIJAKAN PEMBANGUNAN DESA, DAERAH TERTINGGAL DAN TRANSMIGRASI

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang mempunyai kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, tetapi pariwisata adalah salah satu sektor yang mengalami keterpurukan akibat dampak pandemi Covid-19. Untuk percepatan pemulihan sektor pariwisata sebagai bagian percepatan pemulihan ekonomi nasional, pemerintah telah mengambil beberapa kebijakan dan strategi, diantaranya adalah pembangunan infrastruktur destinasi prioritas, insentif bagi pelaku industri wisata, menerapkan prinsip kesehatan perjalanan, pemanfaatan teknologi digital dan mendorong pengembangan desa-desa wisata di berbagai wilayah.

Penelitian dengan tema pariwisata khususnya desa wisata ini adalah salah satu kegiatan yang dilakukan Pusat Pengembangan Kebijakan Desa, Daerah Tertinggal dan Transmigrasi pada Tahun 2021 yang bertujuan untuk mengetahui kebijakan dan kedudukan desa wisata terhadap destinasi wisata disekitarnya, produk wisata (atraksi, amenities dan aksesibilitas), tantangan pengembangan dan merumuskan poin-poin penting sebagai bahan pertimbangan kebijakan bagi pengembangan desa wisata.

Harapan saya, semoga hasil kajian ini dapat dimanfaatkan sebagai masukan dalam merumuskan strategi praktis pemanfaatan teknologi digital untuk promosi desa wisata.

Agus Kuncoro, S.Sos., M.Si.

NIP.19710819 199201 1 003

Kepala Pusat Pengembangan Kebijakan Pembangunan Desa, Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi

KATA PENGANTAR

KETUA TIM KAJIAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga buku berjudul Kajian Pemanfaatan Teknologi Digital Guna Mempromosikan Potensi Desa Wisata dapat diselesaikan. Buku ini disusun dengan latar belakang bahwa desa-desa wisata yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia mempunyai keragaman potensi alam, sosial dan budaya yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik dan atraksi wisatanya. Kompleksitas permasalahan desa wisata pada masa pandemi Covid-19 telah mendorong terjadinya pergeseran di industri wisata. Restriksi wilayah dan pentingnya kesehatan menyebabkan orientasi wisata cenderung bergeser ke destinasi wisata alam dengan ragam daya tarik sehingga membawa pengalaman baru dan memberikan rasa aman.

Kajian ini akan menjawab beberapa permasalahan sebagai berikut: 1) bagaimanakah kebijakan dan strategi pemerintah desa untuk mengembangkan desa wisatanya?; 2) bagaimanakah karakteristik desa-desa wisata yang telah terbentuk saat ini?; dan 3) bagaimanakah cara efektif untuk memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan atau mempromot desa wisata?

Hasil kajian disimpulkan bahwa: 1) Pemerintah Desa dan pengelola wisata harus menjadikan pariwisata sebagai pilar pembangunan; 2) Pembangunan pariwisata harus termuat dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJMDES), Rencana Kerja Tahunan (RKT), dan Rencana Anggaran Pembangunan Desa (APBDES); 3) Pengelola Desa Wisata segera menyusun masterplan; 4) Pengelola Desa Wisata segera

melakukan konsultasi dengan para pihak; 5) Membangun kemitraan menyusun paket wisata antar desa; 6) Meningkatkan peran BUMDES; dan 7) Menyusun strategi pemasaran dan promosi digital destinasi wisata.

Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih pada berbagai pihak yang telah memberikan masukan saran dalam proses penelitian hingga selesainya penulisan buku ini. Akhirnya kami berharap buku ini dapat bermanfaat terutama untuk menyempurnakan kebijakan dan pedoman bagi penggiat desa wisata.

Teguh Winarno, S.Sos.

NIP.19700309 198903 1 001

Ketua Tim Kajian Pemanfaatan Teknologi Digital

Guna Mempromosikan Desa Wisata

DAFTAR ISI

Sambutan.....	iii
Kata Pengantar	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar	x
1. PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG.....	1
1.2. MASALAH KAJIAN.....	5
1.3. TUJUAN, SASARAN DAN RUANG LINGKUP	5
1.3.1. TUJUAN	5
1.3.2. SASARAN.....	6
1.3.3. RUANG LINGKUP.....	6
1.4. METODE PENELITIAN.....	6
1.4.1. METODE PENELITIAN.....	6
1.4.2. JENIS DATA DAN SUMBER DATA	7
2. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. DESA DAN KEWENANGAN DESA	9
2.2. DESA WISATA.....	10
2.3. DESTINASI WISATA DAN DAYA TARIK WISATA	10
2.4. PARIWISATA BERKELANJUTAN DAN PENGELOLAAN DESTINASI	12

- 2.5. KONSEP SIKLUS EVOLUSI KAWASAN WISATA (*THE CONCEPT OF A TOURIST AREA CYCLE OF EVOLUTION*)... 15**
 - 2.5.1. TAHAP EKSPLORASI (*EXPLORATION STAGE*) 15
 - 2.5.2. TAHAP KETERLIBATAN (*INVOLVEMENT STAGE*) 16
 - 2.5.3. TAHAP PENGEMBANGAN (*DEVELOPMENT STAGE*) 16
 - 2.5.4. TAHAP KONSOLIDASI (*CONSOLIDATION STAGE*) 17
 - 2.5.5. TAHAP STAGNASI (*STAGNATION STAGE*) 17
 - 2.5.6. TAHAP PENURUNAN (*DECLINE STAGE*) 17
 - 2.5.7. TAHAP PEREMAJAAN (*REJUVENATION STAGE*) 18
- 2.6. PEMASARAN DAN PROMOSI 19**

- 3. HASIL DAN PEMBAHASAN 21**
 - 3.1. GAMBARAN UMUM DESA NGARGOSARI 21**
 - 3.2. AKSESIBILITAS DAN KEDUDUKAN NGARGOSARI DALAM PARIWISATA KABUPATEN KULON PROGO24**
 - 3.2.1. AKSESIBILITAS.....24
 - 3.2.2. KEDUDUKAN28
 - 3.3. ATRAKSI30**
 - 3.3.1. ATRAKSI WISATA ALAM 31
 - 3.3.1.1. Puncak Proman31
 - 3.3.1.2. Kebun Teh Tumaritis dan Kebun Teh Kemadon ... 32
 - 3.3.1.3. Puncak Widosari..... 34
 - 3.3.2. WISATA BUDAYA..... 35
 - 3.3.3. WISATA MINAT KHUSUS 37
 - 3.3.4. WISATA EDUKASI 37
 - 3.3.5. WISATA KULINER38
 - 3.4. AMENITAS38**
 - 3.5. TINGKAT PERKEMBANGAN 40**
 - 3.6. ORAGANISASI PENGELOLA43**
 - 3.7. PROMOSI45**
 - 3.8. STRATEGI PENGEMBANGAN50**
 - 3.8.1. ISU DAN TANTANGAN50
 - 3.8.2. STRATEGI..... 53

- 4. KESIMPULAN DAN SARAN..... 61**

- Daftar Pustaka65**

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Perkembangan TPK Klasifikasi Hotel Bintang di Indonesia Tahun 2018-2020	2
Tabel 2.	Kriteria Pengelolaan Destinasi Pariwisata Berkelanjutan	14
Tabel 3.	Aksesibilitas dan Kedudukan Desa Ngargosari dalam Rencana Pengembangan Destinasi Pariwisata Kabupaten Kulon Progo	26
Tabel 4.	Kedudukan Desa Wisata “Widosari” Ngargosari dalam Pengembangan Pariwisata Kabupaten Kulon Kulon Progo.....	29
Tabel 5.	Fasilitas Pendukung Wisata (<i>Amenitas</i>) Desa Wisata “Widosari” Ngargosari Kecamatan Samigaluh Kabupaten Kulon Progo	39
Tabel 6.	Struktur dan Unsur Organisasi Pengelola Desa Wisata “Widosari” Ngargosari.....	44
Tabel 7.	Pelaku, Media dan Konten Promosi Desa Wisata “Widosari” Ngargosari	47
Tabel 8.	Pengembangan Desa Wisata Ngargosari	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Perkembangan Jumlah Kunjungan Menurut Pintu Masuk Januari 2018 s.d. Desember 2020 ..	2
Gambar 2. Tahap Peremajaan (<i>Rejuvenation Stage</i>)	18
Gambar 3. Puncak Proman	31
Gambar 4. Kebun Teh Tumatitis	32
Gambar 5. Kedai Kopi Kebun Teh	33
Gambar 6. Kebun Teh dan Kedai Teh Tumatitis	33
Gambar 7. Puncak Widosari	35
Gambar 8. Upacara Merti Desa	36
Gambar 9. Peternakan Rajendra	38
Gambar 10. Toko BUMDES dan Stasiun Pengisian Bahan ..	40
Gambar 11. <i>Homestay</i>	40
Gambar 12. Tahap Siklus Hidup Pariwisata Desa Wisata ...	41
Gambar 13. Media Promosi Desa Wisata Ngargosari	48

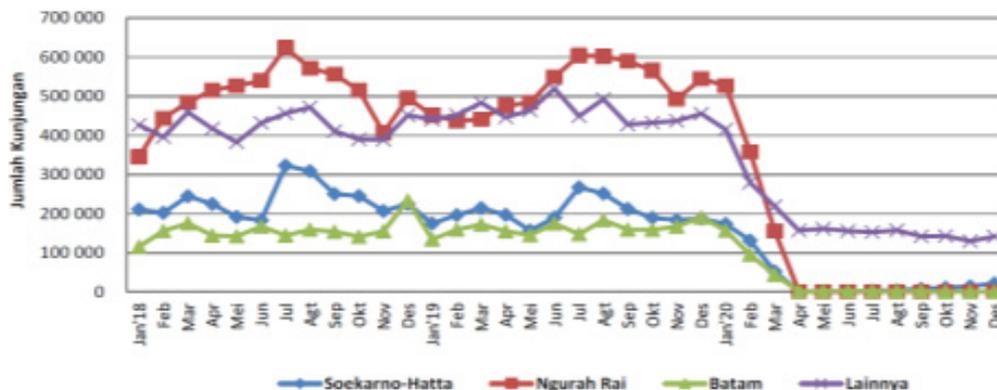
PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Sektor pariwisata global maupun regional merupakan salah satu sektor ekonomi yang mengalami dampak akibat pandemi Covid-19. Kebijakan pembatasan wilayah yang dilakukan hampir semua negara di dunia, mengakibatkan transportasi, dan jasa pendukung industri pariwisata seperti hotel, industri makanan dan transportasi lokal mengalami penurunan sangat tajam. Data United Nation World Tourism Organization (UNWTO) menunjukkan bahwa kedatangan turis internasional turun 440 juta, pendapatan yang hilang sekitar USD 460 miliar. Khususnya Asia dan Pasifik, kawasan pertama yang merasakan dampak Covid-19. pada pariwisata internasional, mengalami penurunan paling kritis dengan 72% lebih sedikit wisatawan yang mengunjungi kawasan tersebut untuk periode enam bulan pertama tahun 2020.

Kondisi tersebut tidak jauh berbeda dengan pariwisata Indonesia. Data BPS menunjukkan pada jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia bulan Desember 2020 mengalami penurunan tajam sebesar 88,08 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan Desember 2019.

Gambar 1. Perkembangan Jumlah Kunjungan Menurut Pintu Masuk Januari 2018 s.d. Desember 2020



Sumber: BPS, 2020

Berdasarkan klasifikasi hotel bintang, Tingkat Penghunian Kamar (TPK) tertinggi bulan Desember 2020 tercatat pada hotel dengan klasifikasi bintang 4, yaitu sebesar 43,54 persen, diikuti oleh hotel bintang 3 dengan TPK sebesar 41,14 persen. Sementara itu, TPK terendah tercatat pada hotel dengan klasifikasi bintang 1 sebesar 28,08 persen.

TABEL 1. PERKEMBANGAN TPK KLASIFIKASI HOTEL BINTANG DI INDONESIA TAHUN 2018-2020

Klasifikasi Bintang	TPK (%)			Perubahan Des 2020 thd Des 2019 (poin)	Perubahan Des 2020 thd Nov 2020 (poin)
	Des 2019	Nov 2020	Des 2020		
Bintang 1	42,36	29,03	28,08	-14,28	-0,95
Bintang 2	58,58	38,99	39,55	-19,03	0,56
Bintang 3	57,40	42,03	41,14	-16,26	-0,89
Bintang 4	63,34	41,91	43,54	-19,80	1,63
Bintang 5	62,87	35,27	38,43	-24,44	3,06
Seluruh Bintang	59,39	40,14	40,79	-18,60	0,65

Sumber: BPS, 2020

Berbagai kebijakan pemerintah telah dilakukan sebagai langkah dan strategi mitigasi, adaptasi dan untuk pemulihan industri pariwisata. Pada tahun 2021 mengalokasikan insentif sektor wisata 3.8 milyar untuk mendatangkan wisatawan mancanegara, dukungan Transfer Daerah dan Dana Desa (TKDD) untuk pariwisata dan insentif untuk wisatawan domestik (Kemenkeu, 2021). Dalam siaran persnya Menteri Kemenparekraf menargetkan 244 desa wisata tersertifikasi menjadi desa wisata mandiri dan memetakan 1.200 desa wisata yang siap dikembangkan secara berkelanjutan untuk mengembangkan desa wisata. Dari hasil pendataan Podes 2018, kawasan perdesaan yang memiliki beberapa karakteristik khusus menjadi daerah tujuan wisata sejumlah 1,734 desa/kelurahan (BPS, 2018). Kedepan desa dan kawasan merupakan wilayah potensial untuk menjadi destinasi wisata di Indonesia. Desa yang mempunyai potensi wisata yang tersebar di berbagai wilayah mempunyai potensi wisata alam, budaya, adat istiadat dan kuliner sebagai atraksi wisata.

Menjadikan kawasan perdesaan sebagai destinasi wisata ini sejalan dengan tema hari pariwisata dunia yang dicanangkan oleh United Nation Organization World Tourism Organization (UNWTO) pada tanggal 27 September 2020 yaitu, “*Tourism an Rural Development*” (Pariwisata dan Pembangunan Perdesaan). Tema tersebut mengandung pesan bahwa manfaat pariwisata harus dirasakan masyarakat di luar perkotaan (perdesaan). Di seluruh belahan dunia, pariwisata adalah sumber/jalur kehidupan bagi masyarakat perdesaan karena mampu menyediakan lapangan pekerjaan, mendukung Pertumbuhan dan melindungi warisan alam dan budaya (UNWTO, 2020) .

Rekomendasi UNWTO untuk pengembangan pariwisata dan pembangunan kawasan perdesaan mencakup lima aspek. Pertama, menempatkan pariwisata sebagai pilar strategis dalam kebijakan pembangunan pedesaan. Kedua, Pariwisata untuk kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan sektor yang adil, inklusif, tangguh dan berkelanjutan. Ketiga, memanfaatkan Inovasi, teknologi, dan digitalisasi. Keempat, pengembangan produk dan integrasi rantai nilai

untuk memberikan pengalaman wisatawan. Kelima, kebijakan dan praktek yang berkelanjutan.

Beberapa faktor penentu untuk mendukung keberhasilan wisata di kawasan perdesaan adalah dukungan pemasaran dan promosi dengan memanfaatkan teknologi (digital). Keduanya, memainkan peran penting dalam menumbuhkan rasa bangga dan tempat masyarakat serta mendidik pengunjung tentang pentingnya kontribusi mereka untuk kepentingan masyarakat lokal. Salah satu indikator keberhasilan Promosi adalah meningkatnya kunjungan wisatawan, kepuasan pengunjung, pendapatan masyarakat lokal serta tumbuhnya penghormatan/penghargaan terhadap destinasi, dan investasi.

Di sisi lain, pengembangan desa wisata masih dihadapkan pada beberapa persoalan mendasar, pertama, pengembangan desa wisata masih bersifat parsial dan belum menjadi arus utama pembangunan desa. Hal ini juga menunjukkan komitmen pemerintah desa yang masih rendah. Kedepan sebagai bagian dari revitalisasi desa, pengembangan wisata harus terstruktur dalam rencana pembangunan desa baik dalam aspek program, kegiatan maupun dukungan anggaran. Kedua, cenderung terjadi duplikasi produk yang telah diciptakan oleh desa wisata yang sudah berjalan dan produk wisata tidak berbasis potensi lokal. Akibatnya desa-desa wisata yang lahir secara prematur tidak siap menerima kunjungan wisata secara masal, ataupun berhenti operasi akibat sepi kunjungan wisatawan. Dalam membangun dan mengembangkan desa wisata, atraksi (*attraction*) atau keunikan sebagai produk utama, aksesibilitas (*accessibility*) dan infrastruktur, dan amenities (*amenity*) berupa sarana pendukung, sejak awal harusnya dijadikan fondasi sebagai basis pengembangan suatu desa menjadi destinasi wisata (Djoko P. Wibowo, Mujiyanto. 2020).

Kompleksitas persoalan sebagaimana diuraikan di atas pada akhirnya tidak hanya berpengaruh terhadap wisatawan, tetapi juga menurunkan semangat para pengelola dan usaha jasa pendukung wisata (warung makan, transportasi/ojek, penyewaan tenda, dll.).

1.2. MASALAH KAJIAN

Desa-desa wisata yang tersebar di berbagai wilayah mempunyai keragaman potensi alam, sosial dan budaya yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik dan atraksi wisata. Kompleksitas permasalahan pariwisata khususnya Desa wisata sebagaimana diuraikan di atas, menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 telah mendorong terjadinya pergeseran di industri wisata. Restriksi wilayah dan pentingnya kesehatan menyebabkan orientasi wisata cenderung bergeser ke destinasi wisata alam dengan ragam daya tarik sehingga membawa pengalaman baru dan memberikan rasa aman. Berdasarkan uraian di atas, kajian ini akan difokuskan pada upaya menjawab beberapa permasalahan sebagai berikut: Pertama, Bagaimanakah kebijakan dan strategi pemerintah desa untuk mengembangkan desa wisatanya?; Kedua, bagaimanakah karakteristik desa-desa wisata yang telah terbentuk saat ini?; dan Ketiga, bagaimanakah cara efektif untuk memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan atau mempromosikan desa wisata?

1.3. TUJUAN, SASARAN DAN RUANG LINGKUP

1.3.1. TUJUAN

1. Mengkaji kebijakan dan strategi yang relevan untuk mengembangkan desa wisata;
2. Mendeskripsikan kondisi aktual daya tarik wisata pada desa-desa wisata yang ada saat ini;
3. Mengkaji peluang pemanfaatan atau penerapan teknologi digital dalam promosi wisata desa;
4. Menemukan faktor kendala dan tantangan dalam pemanfaatan dan penerapan teknologi digital dalam promosi wisata desa; dan
5. Merumuskan strategi praktis pemanfaatan atau penerapan teknologi digital untuk promosi desa wisata.

1.3.2. SASARAN

Sasaran kajian adalah rumusan strategi praktis pemanfaatan teknologi digital untuk promosi desa wisata.

1.3.3. RUANG LINGKUP

Kajian ini difokuskan pada lingkup kebijakan, fisik, sosial budaya dan ruang.

1. Lingkup kebijakan dilakukan untuk mengkaji kebijakan dan strategi desa dalam pengembangan wisata yaitu: untuk mengetahui proses-proses pengarusutamaan wisata dalam rencana pembangunan desa, anggaran, Lembaga pengelolaan, dan mekanisme kerja pengelola wisata;
2. Lingkup fisik difokuskan pada potensi daya tarik dan atraksi dalam bentuk fisik mencakup obyek, sarana prasana penunjang (jalan, warung, sanitasi, kesehatan, tempat ibadah, shelter) untuk menentukan kegiatan yang dapat dikembangkan berikut sarana dan prasarana yang perlu ditingkatkan atau dipertahankan;
3. Lingkup sosial-budaya dilakukan untuk mengenali keadaan dan potensi masyarakat, yang meliputi adat istiadat, tradisi, perilaku, kapasitas pengelola wisata, pemanfaatan teknologi; dan
4. Pemanfaatan teknologi, difokuskan pada jenis peralatan yang digunakan, *platform* yang dimanfaatkan untk promosi, pembuatan materi digital bahan promosi, pengetahuan tentang promosi secara digital.

1.4. METODE PENELITIAN

1.4.1. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu penelitian yang dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan nyata dan terkini (proses sementara berlangsung). Metode ini bertujuan untuk memahami fenomena dengan menggambarkan sifat suatu keadaan

yang sedang berjalan pada saat dilakukan dan memeriksa sebab dari suatu gejala tertentu terjadi (Travers, 1978 dalam Sevilla et al, 1993, Kusmayadi dan Endar Sugiarto, 2000).

1.4.2. JENIS DATA DAN SUMBER DATA

Jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Pengambilan data primer dilakukan melalui diskusi kelompok dengan melibatkan pihak yang berkepentingan (stakeholder): pemerintah daerah melalui instansi teknis terkait, swasta, elemen masyarakat terpilih dan LSM. Pengambilan data primer juga dilakukan melalui wawancara terstruktur dengan pejabat instansi dan pihak yang terkait dengan menggunakan kuesioner/pedoman wawancara. Disamping wawancara terstruktur, juga dilakukan wawancara mendalam terhadap *key informan* dan observasi lapangan.

Teknik pengambilan data sekunder dilakukan melalui penelusuran/studi pustaka dan pencatatan dokumen yang telah dilakukan oleh berbagai pihak yang terkait dengan topik, data sekunder dalam format digital dikumpulkan melalui penelusuran dengan menggunakan internet. Di tingkat lokasi data sekunder diperoleh dari kantor desa/kelurahan. Dalam penelitian ini studi pustaka merupakan pendekatan awal, yaitu kajian terhadap dokumen maupun laporan-laporan studi yang relevan yang dilakukan oleh pihak lain. Peneliti telah menetapkan beberapa lokasi dalam penelitian ini. Adapun lokasi kegiatan kaji-lapang (*fieldwork*), adalah Desa Ngargosari, Kabupaten Kulon Progo, Provinsi DIY.

2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. DESA DAN KEWENANGAN DESA

Terbitnya Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa merupakan babak baru terhadap entitas pemerintahan terkecil, yaitu Desa. Dalam Pasal 1 ayat (1) UU tersebut didefinisikan sebagai berikut. Desa adalah desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut Desa, adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal-usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Berdasarkan kewenangannya, desa dapat merencanakan dan menetapkan prioritas pembangunan melalui musyawarah mufakat dengan melibatkan masyarakat. Prioritas dimaksud adalah peningkatan kualitas dan akses terhadap pelayanan dasar, pembangunan, pemeliharaan infrastruktur lingkungan, pengembangan ekonomi pertanian berskala produktif, pemanfaatan teknologi, peningkatan kualitas ketertiban serta ketenteraman masyarakat (Pasal 79 dan Pasal 80 UU 6/2014). Selain itu, untuk mendayagunakan segala potensi ekonomi, kelembagaan perekonomian, serta potensi sumberdaya alam dan sumberdaya manusia, peningkatan daya saing desa dapat

membentuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) serta melakukan kerjasama dengan desa lain maupun pihak ketiga (Pasal 87 dan Pasal 91 UU 6/2014).

2.2. DESA WISATA

Desa wisata merupakan salah satu bentuk prakarsa dan kreativitas masyarakat mengembangkan potensi sumberdaya desa dan bertujuan untuk meningkatkan perekonomian dan daya saing wilayah. Desa Wisata adalah suatu daerah tujuan wisata/destinasi pariwisata, yang mengintegrasikan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, terstruktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (UU 10/2009, Kementerian Koperasi dan UMKM 2015). Berdasarkan perkembangannya, terdapat tiga kategori desa wisata, pertama, Desa Wisata Embrio, yaitu desa yang mempunyai potensi wisata dan dapat dikembangkan menjadi desa wisata serta sudah mulai ada gerakan masyarakat untuk mengelolanya. Kedua, Desa Wisata Berkembang, Desa Wisata Embrio yang sudah dikelola oleh masyarakat dan pemerintah desa, melakukan promosi serta sudah ada wisatawan. Ketiga, Desa Wisata Maju, yaitu desa wisata yang sudah berkembang kunjungan wisatawan secara kontinyu dan dikelola secara profesional oleh pengelola atau lembaga yang ditetapkan pemerintah desa (Kementerian Koperasi dan UMKM, 2016).

2.3. DESTINASI WISATA DAN DAYA TARIK WISATA

Dalam UU No. 9 Tahun 2009 pasal 1 ayat 5 UU disebutkan bahwa daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Secara tersirat ketentuan dalam pasal tersebut harus memenuhi kriteria sebagai berikut.

Pertama, setiap wilayah sebagai destinasi wisata mempunyai keunikan, keindahan yang bersumber dari alam (gunung, pantai, danau, bentang alam, goa dll). Kedua, sarana dan infrastruktur dalam bentuk jalan jembatan, jaringan telekomunikasi sehingga memudahkan dan memberi kenyamanan wisatawan untuk mencapainya. Ketiga, untuk memberikan rasa nyaman dan aman, destinasi wisata harus dilengkapi dengan sarana pendukung wisata, seperti warung, rumah makan, tempat ibadah, kamar mandi dan toilet, kesehatan, dan kios cinderamata.

Menurut Barus, H., 2015, Cooper et.al, dalam Sunaryo (2013) untuk membangun dan mengembangkan destinasi wisata terdapat 4 komponen utama/daya tarik yang menjadi faktor penentu destinasi wisata yang dikenal dengan 4A, yaitu: *Attraction* (atraksi) *Accessibility* (aksesibilitas), dan *Amenity* (amenitas) *Ancillary* (lembaga pengelola).

1. *Attraction* (atraksi adalah produk utama sebuah destinasi yang berkaitan dengan “*what to see*” dan “*what to do*”). Apa yang bisa dilihat dan dilakukan oleh wisatawan di destinasi tersebut. Atraksi bisa berupa keindahan dan keunikan alam, budaya masyarakat setempat, peninggalan bangunan bersejarah, serta atraksi buatan seperti sarana permainan dan hiburan;
2. *Accessibility* (aksesibilitas) adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi seperti jalan raya, ketersediaan sarana transportasi, dan rambu-rambu penunjuk jalan; dan
3. *Amenity* (amenitas), adalah segala fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di destinasi. Amenitas berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap serta restoran atau warung.

2.4. PARIWISATA BERKELANJUTAN DAN PENGELOLAAN DESTINASI

UNWTO telah mendefinisikan pariwisata berkelanjutan sebagai “pariwisata yang memperhitungkan sepenuhnya dampak ekonomi, sosial dan lingkungan saat ini dan masa depan, menangani kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan dan masyarakat tuan rumah”. Prinsip-prinsip dan sasaran dari pariwisata berkelanjutan mengacu pada kebutuhan untuk:

1. Memanfaatkan sumber daya lingkungan secara optimal dengan tetap mempertahankan proses ekologi dan membantu melestarikan warisan alam dan keanekaragaman hayati.
2. Menghormati keaslian sosial budaya masyarakat tuan rumah, melestarikan warisan budaya dan nilai-nilai tradisional dan berkontribusi pada pemahaman dan toleransi antar budaya.
3. Memastikan bahwa aktivitas ekonomi berlangsung dalam jangka panjang yang layak, memberikan manfaat sosial-ekonomi kepada semua pemangku kepentingan yang terdistribusi secara adil, menciptakan kesempatan yang adil tanpa diskriminasi dan berkontribusi pada pengentasan kemiskinan.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan secara eksplisit tidak dicantumkan pengertian Pariwisata Berkelanjutan, akan tetapi prinsip-prinsip pariwisata secara tegas disebutkan dalam pertimbangan dan tujuan yang akan diwujudkan dalam pembangunan pariwisata. Dalam pertimbangan disebutkan bahwa kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional. Lebih lanjut dalam dalam Pasal 4 ayat (a,b,c, dan e) disebutkan bahwa kepariwisataan bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan,

mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya alam.

Sebagai tindak lanjut dari pembangunan pariwisata yang berkelanjutan, pemerintah telah menetapkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 9 Tahun 2021 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. Dalam peraturan tersebut telah ditetapkan 4 kriteria yang harus dipenuhi bagi pengelola untuk pembangunan dan pengembangan destinasi wisata yaitu: pengelolaan berkelanjutan, keberlanjutan sosial dan ekonomi, keberlanjutan budaya dan keberlanjutan lingkungan. Lebih lanjut dalam peraturan tersebut disebutkan bahwa penerapan standar destinasi pariwisata berkelanjutan berkaitan dengan tempat (destinasi), dan berlaku bukan terhadap badan/perorangan, akan tetapi dapat diterapkan melalui organisasi manajemen destinasi yang bertanggung jawab atas koordinasi yang pendekatannya berhubungan dengan pariwisata berkelanjutan. Keberadaan organisasi yang bertanggung jawab merupakan prasyarat utama dalam penerapan standar destinasi pariwisata berkelanjutan (Tabel 2).

Berdasarkan Permen Parekraf Nomor 9 Tahun 2021 juga disebutkan bahwa salah satu yang diamanatkan adalah melakukan pengelolaan berkelanjutan dengan kriteria sebagai berikut;

1. Adanya struktur organisasi dalam pengelolaan pariwisata, dengan kriteria: adanya pengelola pariwisata yang efektif dan keanggotaannya terdiri dari seluruh pelaku pariwisata (sektor publik dan swasta, pengelola mempunyai dokumen strategi dan rencana aksi pengelolaan destinasi);
2. Keterlibatan pemangku kepentingan dan standar usaha berkelanjutan. Dalam mengelola destinasi wisata, melibatkan pelaku pariwisata (pengelola kawasan wisata, hotel, *homestay*, tour operator, industri kuliner) tanpa diskrimasi dan di dalam operasinya menerapkan standar usaha berkelanjutan;

3. Melakukan promosi dan informasi destinasi. Pengelola destinasi dan pelaku wisata harus melakukan promosi secara transparan terhadap keunikan dan keindahan daya tarik wisata, kearifan lokal, ketersediaan fasilitas penginapan, restoran, sanitasi (air bersih dan toilet), keamanan, rute perjalanan dan pengalaman wisatawan dalam melakukan kunjungan destinasi. Promosi selain menjadi sarana untuk menarik wisatawan, juga bertujuan untuk memberikan informasi pengalaman bagi pengunjung, dalam hal pembelajaran budaya dan pelestarian lingkungan (UNWTO, 2020); dan
4. Pengelola destinasi wisata mempunyai dokumen rencana pengelolaan pengunjung, dokumen mitigasi bencana dan adaptasi perubahan iklim.

TABEL 2. KRITERIA PENGELOLAAN DESTINASI PARIWISATA BERKELANJUTAN

Bagian	Kriteria
A. Pengelolaan Berkelanjutan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Struktur dan Kerangka Pengelolaan 2. Keterlibatan Pemangku Kepentingan 3. Mengelola Tekanan dan Perubahan
B. Keberlanjutan Sosial dan Ekonomi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan Manfaat Ekonomi Lokal 2. Kesejahteraan dan Dampak Sosial
C. Keberlanjutan Budaya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melindungi Warisan Budaya 2. Mengunjungi Situs Budaya
D. Keberlanjutan Lingkungan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konservasi Warisan Alam 2. Pengelolaan Sumberdaya 3. Pengelolaan Limbah dan Emisi

Sumber: Permen Parekrif Nomor 9 Tahun 202

2.5. KONSEP SIKLUS EVOLUSI KAWASAN WISATA (THE CONCEPT OF A TOURIST AREA CYCLE OF EVOLUTION)

Untuk menilai tingkat perkembangan kawasan wisata, selama ini konsep yang dikembangkan oleh Butler (2008) dan juga diadopsi oleh UNWTO adalah Model Tourist Area Life Circle (TALC) atau Siklus Hidup Area Wisata. Pada perkembangan setiap kawasan wisata adalah berbeda karena banyak faktor yang menjadi penyebabnya. Suatu destinasi wisata mungkin dalam waktu relatif singkat berkembang dan mampu menarik kunjungan wisatawan dengan jumlah yang besar. Namun, dalam waktu relatif singkat kawasan tersebut surut dan sepi pengunjung. Di lain tempat, terdapat kawasan wisata yang secara bertahap mampu berkembang secara berkelanjutan, masyarakat sepakat mempertahankan atraksi alam dan budaya lokal secara alami, model pengelolaan secara partisipatif tanpa diskriminasi, dan membagi manfaat secara adil.

Berdasarkan konsep TALC, terdapat 7 model perkembangan kawasan wisata yaitu: tahap eksplorasi (*exploration stage*), tahap keterlibatan (*involvement stage*), tahap pengembangan (*development stage*), tahap konsolidasi (*Consolidation Stage*), tahap stagnasi (*stagnation stage*), tahap penurunan (*decline stage*), dan tahap peremajaan (*rejuvenation stage*) sebagai berikut.

2.5.1. TAHAP EKSPLORASI (EXPLORATION STAGE)

Pada tahap ini masyarakat maupun pengunjung baru menemukan potensi sumberdaya wilayah (alam, budaya) yang mempunyai daya tarik keindahan dan keunikan, sehingga menarik kunjungan wisatawan walaupun dalam jumlah kecil. Destinasi belum tersedia fasilitas khusus (penginapan, warung makan dan minum), yang disediakan untuk wisatawan, di sisi lain pemanfaatan fasilitas lokal yang terbatas menimbulkan interaksi yang kuat antara masyarakat dan pengunjung.

Pada tahap eksplorasi aktifitas pariwisata belum memberikan manfaat ekonomi untuk masyarakat lokal.

2.5.2. TAHAP KETERLIBATAN (*INVOLVEMENT STAGE*)

Terjadi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, dan sebagian masyarakat mulai mengambil inisiatif untuk menyediakan berbagai fasilitas bagi wisatawan (penginapan, makanan lokal, cinderamata, pemandu wisata). Pemerintah lokal mengambil inisiatif untuk membangun infrastruktur pariwisata namun masih dalam skala dan jumlah yang terbatas. Pada tahap ini telah ada promosi yang dilakukan oleh beberapa orang lokal dan wisatawan sehingga terbentuk musim kunjungan.

2.5.3. TAHAP PENGEMBANGAN (*DEVELOPMENT STAGE*)

Pada tahap investasi dari luar destinasi mulai masuk pasar wisata yang terbentuk dengan baik, akibat promosi yang semakin meningkat. Tenaga kerja dari luar kawasan mulai pada berbagai bidang usaha sehingga keterlibatan masyarakat (pengusaha) lokal terhadap pengawasan pembangunan akan menurun dengan cepat. Selain itu, beberapa fasilitas yang disediakan secara lokal terutama untuk akomodasi pengunjung akan terdesak dan digantikan oleh fasilitas yang lebih besar, modern yang dibangun oleh pihak luar (*investor*). Sedangkan atraksi alam dan budaya akan dikembangkan dan dipasarkan secara khusus, dan atraksi asli ini akan dilengkapi dengan fasilitas modern dan artifisial. Perkembangan pembangunan sarana dan prasarana wisata mengakibatkan jumlah wisatawan pada semakin besar.

2.5.4. TAHAP KONSOLIDASI (*CONSOLIDATION STAGE*)

Pada tahap ini tingkat peningkatan jumlah pengunjung akan menurun, meskipun jumlah total masih akan meningkat. Pariwisata mendominasi struktur perekonomian destinasi, kecenderungan yang terjadi adalah jaringan waralaba dan rantai utama pariwisata dikuasai dan dikendalikan oleh perusahaan besar tingkat regional dan internasional. Pemasaran dan promosi akan dilakukan secara intensif dan jangkauan yang luas sebagai strategi untuk meningkatkan jumlah kunjungan memperpanjang waktu kunjungan di destinasi.

2.5.5. TAHAP STAGNASI (*STAGNATION STAGE*)

Pada tahap ini jumlah puncak pengunjung akan tercapai, bahkan kapasitas melampaui kapasitas dan daya dukung lingkungan. Dalam kondisi tersebut mulai terjadi ketidakseimbangan antar ekonomi, sosial dan lingkungan, dan destinasi akan memiliki citra yang mapan tetapi tidak lagi menjadi daerah tujuan utama. Citra destinasi menjadi terpisah dari budaya dan lingkungan geografisnya akibat daya tarik budaya yang alami dan asli kehilangan identitas sudah tergantikan oleh fasilitas dan atraksi 'buatan' dari luar destinasi. Untuk mempertahankan perekonomian, pengelola destinasi hanya akan berharap dan mempunyai ketergantungan besar pada kunjungan berulang.

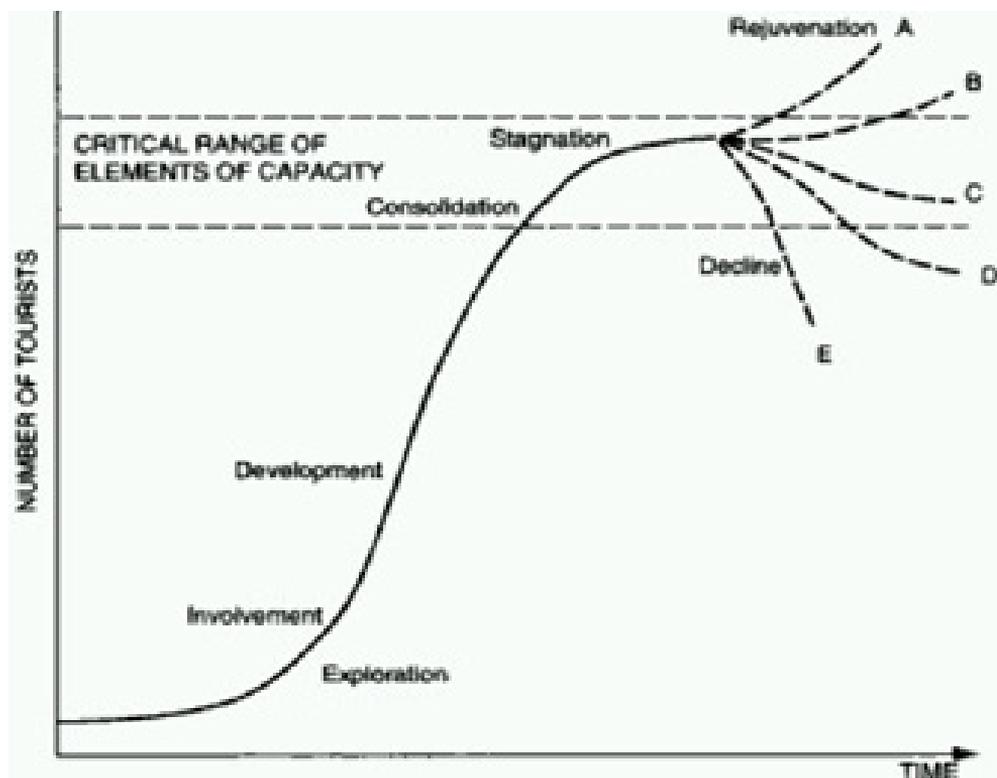
2.5.6. TAHAP PENURUNAN (*DECLINE STAGE*)

Pada tahap ini kunjungan wisatawan mulai menurun, destinasi sudah tidak lagi menjadi tujuan kunjungan karena kalah bersaing dengan destinasi baru yang mempunyai atraksi wisata alami dan pelayanan yang baik. Produk wisata dan prasarana wisata mulai hilang karena dijual murah kepada masyarakat lokal dengan harga murah dan beralih fungsi untuk kepentingan sosial, dan fasilitas publik lainnya. Pada akhirnya, destinasi menjadi kawasan wisata yang benar-benar kumuh atau kehilangan fungsi wisata sepenuhnya.

2.5.7. TAHAP PEREMAJAAN (*REJUVENATION STAGE*)

Pada tahap ini dapat terjadi apabila pengelola destinasi wisata melakukan perubahan total terhadap daya tarik dan atraksi wisata. Alternatif perubahan dapat dilakukan melalui penambahan atau pembangunan atraksi baru dan memanfaatkan sumberdaya alam yang masih alami. Penambahan atraksi buatan hanya mungkin dapat bersaing apabila tema dan daya tarik yang dikembangkan sesuai dengan preferensi wisatawan. Di sisi lain pengembangan sumberdaya alam, mungkin akan menjangkau wisatawan terbatas, yaitu mereka yang mempunyai pilihan atau minat khusus, walaupun untuk melakukan kunjungan mereka harus mengeluarkan biaya yang besar.

Gambar 2. Tahap Peremajaan (*Rejuvenation Stage*)



Sumber: R.W. Butler. 2008.

2.6. PEMASARAN DAN PROMOSI

Pemasaran. Menurut Kotler (2003: 10), pemasaran (*marketing*) adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Supranto (2004) menyebutkan bahwa pemasaran berarti sebagai pengarah kegiatan-kegiatan yang melibatkan kreasi dan distribusi dari produk untuk segmen pasar yang sudah dikenali. Mengarahkan kegiatan-kegiatan, dimaksudkan untuk menentukan kegiatan apa saja yang terkait dengan pengadaan barang atau jasa bagi pelanggan. Kegiatan harus terkontrol dalam pelaksanaannya agar tercapai tujuan yang sudah ditentukan yaitu menghasilkan produk yang bisa memuaskan para pelanggan. Hal-hal yang terkait dalam kegiatan pemasaran adalah proses perencanaan, pelaksanaan, pengontrolan dalam melaksanakan dan evaluasi. Meskipun barang atau jasa sebetulnya dihasilkan oleh unit produksi, tenaga pemasaran tidak hanya berkenaan dengan kreasi barang atau jasa secara fisik akan tetapi juga dari perspektif kebutuhan dan keinginan pelanggan. Jadi pemasaran berkenaan dengan kegiatan yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan secara memuaskan.

Menurut Morison (2002: 205), strategi pemasaran adalah pemilihan terhadap suatu tindakan dari beberapa pilihan yang ada yang melibatkan kelompok pelanggan tertentu, metode komunikasi, jaringan distribusi, dan struktur penentuan harga. Seperti yang diungkapkan oleh sebagian besar ahli, strategi pemasaran adalah kombinasi dari target pasar dan bauran pemasaran. Dengan persaingan yang semakin ketat, maka diperlukan suatu strategi pemenuhan akan metode bisnis pariwisata yang semakin responsif.

Promosi merupakan bagian dari strategi pemasaran, dalam arti promosi termasuk salah satu aspek dalam bauran pemasaran (*marketing mix*). Sebagai bentuk strategi pemasaran, promosi adalah sarana untuk menjual yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan melalui volume

penjualan (Pitana dan Diarta, 2009: 154) . Promosi juga merupakan variable kunci rencana strategi pemasaran. Karena mendistribusikan informasi atas produk yang ditawarkan ke konsumen. Menurut Hasan (2013: 603), inti kegiatan promosi adalah bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, mengingatkan pasar agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Dalam konteks pariwisata, promosi merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi penyelenggara pariwisata untuk mempengaruhi pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk atau jasa pariwisata yang ditawarkan oleh suatu daya tarik wisata (Sunaryo, 2013: 177) .

Promosi pariwisata merupakan komunikasi pemasaran untuk memberikan informasi atas layanan pariwisata yang disediakan oleh perusahaan pariwisata. Promosi pariwisata bertujuan agar layanan pariwisata lebih dikenal oleh wisatawan, sehingga dapat mempengaruhi dalam pembelian layanan pariwisata. Promosi merupakan bagian komunikasi dalam pemasaran yang menyediakan informasi dan pengetahuan dengan cara yang informatif dan persuasif bagi wisatawan (Sri Astuti 2015: 37) . Promosi pariwisata merupakan fungsi pemasaran yang fokus dalam mengkomunikasikan produk layanan jasa wisata. Komunikasi dilakukan secara persuasif yang ditujukan kepada calon wisatawan untuk memberikan informasi mengenai layanan jasa wisata.

3

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. GAMBARAN UMUM DESA NGARGOSARI

Desa Ngargosari berada di Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulonprogo, Provinsi D.I Yogyakarta. Wilayah Desa Ngargosari terletak di dataran tinggi/pegunungan/ perbukitan dengan pemandangan yang sangat indah. dengan tingkat kemiringan 20-60 derajat dengan 2,5% daerah datar, ketinggian rata-rata 500 sampai 600 meter diatas permukaan laut, suhu udara 21-32 derajat celcius dan curah hujan 2000 mm/th.

Pemerintahan Desa Ngargosari terdiri 11 pedukuhan, 23 RW dan 55 RT. Dalam melaksanakan tugas, Kepala Desa dibantu aparat pemerintahan desa terdiri satu orang Carik, 5 orang Kaur/Kasi, 3 orang staf dan 11 orang Dukuh.

Batas-batas wilayah Desa Ngargosari sebagai berikut:

1. Sebelah Utara: Desa Giripurno Kecamatan Borobudur dan Desa Argoretno Kecamatan Salaman;
2. Sebelah Selatan: Desa Banjarsari Kecamatan Samigaluh;
3. Sebelah Barat: Desa Pagerharjo Kecamatan Samigaluh; dan
4. Sebelah Timur: Desa Gerbosari Kecamatan Samigaluh.

Untuk menuju ke Desa Ngargosari, orbitasi wilayah ke pusat pemerintahan kecamatan, kabupaten, provinsi dan ibukota negara sebagai berikut:

1. Jarak dari Pusat Pemerintahan Kecamatan \pm 5Km;
2. Jarak dari Pusat Ibukota Kabupaten \pm 45 Km;
3. Jarak dari Pusat Ibukota Provinsi \pm 50 Km; dan
4. Jarak dari Pusat Pemerintahan Ibukota Negara \pm 500 Km.

Desa Ngargosari mempunyai luas 10,45% (7,24 km²) dari keseluruhan luas Kecamatan Samigaluh 6.929,31 ha (69,29 km²). Jarak Desa Ngargosari ke ibukota kecamatan Samigaluh (Kapanewon) sekitar 3 km. Luas wilayah Desa Ngargosari 724,39 Ha, terdiri untuk Tanah Sawah: 14 Ha, Tanah Kering: 436,46 Ha, Bangunan: 249,23 Ha dan lainnya 25,7 Ha. Terdapat 3 embung di desa.

Berdasarkan data dari Dinas Kependudukan Kabupaten Kulonprogo Tahun 2019, jumlah penduduk Desa Ngargosari 1.115 KK (4.183 jiwa), terdiri laki-laki sebanyak 2.082 jiwa, perempuan 2.101 jiwa. Sedang penduduk dewasa dan anak diperinci sebagai berikut: 1) Anak-anak (0 – 14 tahun): jumlah Laki-laki: 428 jiwa, perempuan: 392 jiwa. 2) Dewasa (15+ tahun): jumlah laki-laki: 1.644 jiwa, perempuan 1.709 jiwa.

Sarana kesehatan yang ada yaitu 1 Pustu, 1 Poskesdes dan 13 Posyandu, dengan didukung tenaga kesehatan yaitu 1 orang dokter, 2 orang paramedis dan 4 orang dukun bayi. Untuk menuju ke sarana sekolah atau kesehatan mudah. Di bidang Pendidikan, banyaknya sekolah yang ada di Desa Ngargosari SD Negeri: 4 unit, SD Swasta: 1 unit, SMP Negeri: 1 unit, dan SMA Negeri: 1 unit. Tempat peribadatan yang ada di desa terdapat 2 masjid, 14 mushola, dan 1 kapel, dengan jumlah pemeluk agama Islam sebanyak 3.764 orang, agama Kristen 28 orang, Katholik 391 orang.

Dibidang kesenian terdapat perkumpulan kesenian tari Jatilan 4 kelompok dan 1 kelompok Angguk serta ada 1 kelompok kesenian campur sari. Terdapat juga perkumpulan kesenian seni rupa seperti kelompok seni ukir dan kelompok seni dekorasi.

Di bidang Transportasi, Komunikasi dan Pariwisata, Kecamatan Samigaluh memiliki 5 wisata gunung, satu wisata gua dan 1 wisata sejarah. Salah satu wisata gunung adanya di Desa Ngargosari. Sampai dengan tahun 2019 pembangunan infrastruktur di Kecamatan Samigaluh terus mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Hal tersebut dapat dilihat dari pembangunan infrastruktur seperti jalan, jembatan, maupun jasa-jasa pelayanan komunikasi yang terus ditingkatkan kualitas dan volumenya. Jumlah sarana transportasi darat sudah sampai ke pelosok sehingga mudah menjangkau daerah-daerah yang sulit.

Dampak dari maraknya penggunaan telepon seluler ternyata berdampak pada penurunan secara drastis terhadap penggunaan moda telekomunikasi jenis lainnya. Hal ini dapat ditandai dengan usaha warung telekomunikasi (wartel). Jumlah Menara telepon seluler (BTS) di Desa Ngargosari ada 2 unit dan terdapat 3 operator layanan seluler dengan kondisi sinyal telepon seluler sangat kuat. Pada tahun 2019 sudah tersedia kantor pos sebanyak 1 unit di Kalurahan Ngargosari dan tidak terdapat agen jasa ekspedisi swasta.

Salah satu pendukung perekonomian suatu wilayah adalah dengan adanya sarana ekonomi, yaitu tersedianya pasar, swalayan, minimarket dan warung kelontong. Dalam hal ini di Kecamatan Samigaluh terdapat 1 pasar, 5 pasar Kalurahan, 10 toko, dan 93 kios. Selain itu didukung dengan sarana perbankan yang ada di Kalurahan yaitu adanya bank BRI sebanyak 1 Unit, BPD sebanyak 1 unit, BUKP sebanyak 1 unit, dan LKM sebanyak 7 unit. Serta didukung dengan adanya koperasi yang memiliki peranan penting dalam menggerakkan roda perekonomian seperti KUD sebanyak 4 unit, koperasi non KUD sebanyak 5 unit.

Di Desa Ngargosari ada 48 Toko/warung, 12 Warung/Kedai Makanan. 1 BUKP, 1 Bum Desa, dan 1 LKM (satu koperasi simpan pinjam yang masih aktif sampai saat ini). Terdapat 2 pasar dengan bangunan semi permanen. Di bidang energi, sebagian besar keluarga sudah menggunakan listrik jaringan PLN yaitu sebanyak 1.428 keluarga.

Pemilihan Desa Ngargosari dalam pengembangan pariwisata karena termasuk dalam pengembangan KSPD Suroloyo – Sendangsono dan sekitarnya sebagai Kawasan wisata alam Pegunungan Menoreh dan desa wisata berbasis alam, agro, dan kerifan local, dengan segmen wisatawan minat khusus. Ngargosari mempunyai potensi pemandangan alam pegunungan yang indah, Kawasan tracking, Kawasan pengembangan agrowisata bunga chrisan, dan agrowisata perkebunan teh.

3.2. AKSESIBILITAS DAN KEDUDUKAN NGARGOSARI DALAM PARIWISATA KABUPATEN KULON PROGO

3.2.1. AKSESIBILITAS

Aksesibilitas merupakan salah satu komponen utama suatu daerah tujuan wisata. Keterbukaan destinasi wisata selain akan memberikan pengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung juga akan memberikan kenyamanan dan kecepatan. Destinasi harus dapat diakses oleh wisatawan dengan jumlah yang besar melalui jalan darat, udara, kereta api. Selain itu wisatawan juga harus dapat melakukan perjalanan dengan persyaratan mudah sebagai bagian dari keterbukaan daerah tujuan wisata (UNWTO, 2013). Dalam jangka panjang, investasi dalam komponen infrastruktur pariwisata memiliki dampak positif dan kuat dalam menarik kedatangan pengunjung diikuti dengan berkembangnya investasi industri hotel dan restoran, dan terakhir investasi fasilitas rekreasi.

Desa Wisata “Widosari” Ngargosari adalah salah satu desa wisata yang terletak di Pegunungan Menoreh Kabupaten Kulon Progo Jawa Tengah dan mempunyai aksesibilitas terbuka. Sebagai desa wisata,

keterbukaannya tidak dapat dilepaskan dari kedudukannya sebagai penyangga Kawasan Pariwisata Super Prioritas Nasional Borobudur dan pembangunan jalur “Bedah Menoreh”.

Sebagai destinasi wisata, Desa Wisata “Widosari” Ngargosari dapat ditempuh dari Kota Wates pusat ibukota Kabupaten Kulon Progo, Bandara Internasional Yogyakarta, maupun destinasi wisata disekitarnya yaitu, Candi Borobudur, Magelang, dan Yogyakarta. Rencana Pemerintah Kabupaten Kulon Progo untuk membangun jalur “Bedah Menoreh”, yaitu jalan penghubung antara Bandara Internasional Yogyakarta dan Candi Borobudur menjadikan Desa Ngargosari menjadi pintu masuk destinasi wisata lainnya yaitu: Desa Pagerharjo, Ngargoretno, Borobudur Highland dan Puncak Suroloyo yang terletak di Desa Gerbosari.

Dibukanya akses dari bandara Temon, Kulonprogo, Yogyakarta langsung menuju Candi Borobudur di Magelang, Jawa Tengah, melalui proyek Jalan Bedah Menoreh memiliki potensi besar bagi obyek wisata di kawasan Bukit Menoreh Kulonprogo. Jalan dengan panjang lebih dari 63 kilometer itu secara langsung akan melalui 5 kecamatan di Kulonprogo mulai dari Kecamatan Temon, Kokap, Girimulyo, Samigaluh dan Kalibawang. Jalan yang akan dibangun dengan dua jalur tersebut dipastikan melewati beberapa destinasi wisata di Kulonprogo. Desa Pagerhajo yang terletak di sebelah selatan dengan Desa Ngargosari adalah salah satu desa wisata yang mempunyai daya tarik wisata alam dengan pemandangan lanskap, dan perkebunan teh. Ngargoretno salah satu desa wisata di Kabupaten Purworejo mempunyai atraksi wisata kuliner dalam bangunan restoran berbentuk hexagonal menyerupai “tumpeng” yang dilengkapi dengan pencahayaan warna warni. Borobudur Highland (BHg), adalah kawasan resort eksklusif seluas 309 hektar bagian dari pengembangan kawasan wisata Candi Borobudur yang dibangun dan dibawah pengelolaan Badan Otoritas Borobudur (BOB). Kawasan tersebut merupakan kawasan resort mewah dilengkapi dengan berbagai sarana prasarana luntuk kenyamanan wisatawan.

Dalam rencana pengembangannya Borobudur Highland terdiri dari zona resort eksklusif, zona wisata petualangan, zona wisata budaya dan dan wisata ekstrim. Di prediksi potensi serapan tenaga kerja langsung di Kabupaten Kulon Progo sebanyak 655 orang, pada tahun 2020. Terhadap masyarakat di desa wisata sekitarnya Borobudur Highland akan menempatkan sebagai mitra kerja dan akan melakukan pemberdayaan. Kegiatan tersebut dilaksanakan melalui beberapa kegiatan, diantaranya adalah melalui peningkatan kapasitas pengelolaan desa wisata. pembuatan konten sejarah Menoreh : Daerah Loano, Pangeran Benowo, dan Pangeran Diponegoro sebagai konten story telling, Peningkatan kapasitas produsen kuliner dilanjutkan kerja sama dengan pengelola resort, restoran dan sebagai *off-taker*, dan peningkatan kapasitas pengelolaan desa wisata dan perbaikan standar *homestay*, toilet dan ruang publik untuk menjadi travel package Borobudur Highland. Sedangkan Desa wisata Gerbosari berbasis wisata alam dengan atraksi utama Bukit Suroloyo dan perkebunan teh.

TABEL 3. AKSESIBILITAS DAN KEDUDUKAN DESA NGARGOSARI DALAM RENCANA PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA KABUPATEN KULON PROGO

No.	Dari	Jarak (km)	Keterangan
1.	Ibukota Kecamatan Samigaluh: Gerbosari	3	Jalan beraspal dan dapat dicapai menggunakan kendaraan roda 4
2.	Ibukota Kabupaten: Wates	47	(Gerbosari-Wates 44km, Yogyakarta-Wates 30km)
3.	Ibukota Provinsi: Yogyakarta	77	
4.	Bandar Udara Int. Yogyakarta	57	
5.	Candi Borobudur Magelang		
6.	Desa Wisata Sekitar (sebagai pintu masuk):		Jalan beraspal dan dapat dicapai menggunakan kendaraan roda 4
	a. Bukit Ngisis dan Kebun Teh Ngisis: Desa Pagerharjo	3	Jalan sempit dan curam
	b. Tumpeng Menoreh: Desa Ngargoretno	3	
	c. Borobudur Highland	4	
	d. Puncak Suroloyo: Desa Gebosari	5	

Untuk menghubungkan atraksi wisata di dalam desa, Pemerintah Desa Ngargosari saat ini membangun jalan tembus antara Dusun Tegalsari menuju atraksi wisata Puncak Widosari dan Kawasan Perkebunan Teh Dusun Tritis. Tujuan pembangunan jalan tembus penghubung untuk mempersingkat pencapaian antara pusat desa dengan atraksi wisata Puncak Widosari dan Kebun Teh Tritis. Dibangunnya jalan pintas selain untuk menyingkat waktu pencapaian antar destinasi juga dimaksudkan untuk mengembangkan atraksi wisata yang berada di sepanjang jalan tembus. Hal ini juga membuktikan bahwa berkembangnya pariwisata dapat mendorong pengembangan infrastruktur dasar dan akan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat (World Bank, 2017).

Terbangunnya infrastruktur jalan antar destinasi selain akan memudahkan pencapaian titik-titik destinasi di Kawasan Menoreh, diharapkan juga mendorong terjalinnya kerjasama antar desa wisata untuk menghindari terjadinya persaingan. Pembangunan bandara sebagai pintu masuk wisatawan menuju destinasi wisata utama Borobudur, Yogyakarta, dan jalan penghubung sebagai salah satu komponen utama destinasi wisata menjadikan Desa Ngargosari mempunyai posisi strategis sebagai bagian dari destinasi wisata di kawasan Bukit Menoreh.

Di sisi lain, yang perlu diwaspadai adalah kesiapan desa untuk mengantisipasi spekulasi tanah dari luar wilayah untuk melakukan pembelian tanah masyarakat Ngargosari. Dari hasil observasi menunjukkan dengan semakin berkembangnya pariwisata di Kawasan Menoreh yang diindikasikan dengan bertambahnya atraksi wisata terdapat kecenderungan investor melakukan pembelian tanah-tanah masyarakat untuk pembangunan *homestay*, restoran, dan usaha pendukung wisata lainnya.

3.2.2. KEDUDUKAN

Secara geografis Desa Wisata “Widosari” Ngargosari terletak di Kawasan Bukit yang saat ini menjadi wilayah Penyangga Kawasan Pariwisata Super Prioritas Borobudur. Dalam rencana induk pembangunan dan pengembangan pariwisata Kabupaten Kulon Progo telah menetapkan arah kebijakan dan strategi pengembangan pariwisata melalui perwilayahan destinasi pariwisata. terdiri dari 5 Kawasan Strategi Pariwisata Daerah (KSPD).

Sebagai kawasan strategis, KSPD adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan. Dari lima KSPD, 3 diantaranya berada dalam Kawasan Menoreh, (butir a, c, d) yang mempunyai atraksi wisata alam, budaya, kuliner dan olahraga minat khusus. Adapun arah pengembangan setiap KSPD adalah sebagai berikut.

1. KSPD Suroloyo – Sendang Sono, sebagai kawasan wisata alam Pegunungan Menoreh dan desa wisata berbasis alam, agro, dan kearifan lokal, dengan segmen wisatawan minat khusus;
2. KSPD Sermo–Clereng–Wates, bertema alam tirta, perkotaan, dan desa wisata, dengan segmen wisatawan minat khusus;
3. KSPD Pantai Selatan dan sekitarnya, bertema wisata alam, pantai, dan konservasi, dengan segmen wisatawan masal;
4. KSPD Kiskendo–Gunung Kelir dan sekitarnya, dan sekitarnya bertema alam, budaya, agro, dan desa wisata, dengan segmen wisatawan minat khusus; dan
5. KPPD Sentolo–Sidorejo dan sekitarnya bertema desa wisata dan industri kreatif, dengan segmen wisatawan minat khusus.

Dalam rencana pengembangan destinasi wisata Kabupaten Kulon progo, Desa Wisata “Widosari” Ngargosari berada dalam KSPD Suroloyo, dengan pengembangan wisata alam dan pengembangan bunga crisant. Dari Hasil observasi dan diskusi dengan penggiat wisata, wilayah desa Ngargosari yang berada di lereng pegunungan Menoreh juga mempunyai potensi sebagai pengembangan olahraga minat khusus yaitu *tracking*, sepeda gunung.

TABEL 4. KEDUDUKAN DESA WISATA “WIDOSARI” NGARGOSARI DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA KABUPATEN KULON KULON PROGO

Kedudukan	Kebijakan Pengembangan Destinasi Wisata KSPD Suroloyo – Sendang Sono	Strategi Pengembangan Destinasi Wisata KSPD Suroloyo – Sendang Sono
Berada dalam Kawasan Bukit Menoreh	Sebagai kawasan wisata alam Pegunungan Menoreh dan desa wisata berbasis alam, agro, dan kearifan lokal, dengan segmen wisatawan minat khusus	Petilasan Suroloyo Dusun Keceme Desa Gerbosari sebagai kawasan wisata spiritual dan alam (<i>spiritual and nature tourism</i>)
Berbatasan langsung dengan desa wisata: Pagerharjo, Ngargoretno, Borobudur Highland, Gerbosari		Samigaluh–Suroloyo dan Kalongan kawasan olahraga minat khusus: khusus sepeda gunung (<i>downhill</i>)
Bagian kawasan penyanggan KSPN Super Prioritas Borobudur		Desa Pagerharjo, Ngargosari, Banjarsari, Desa wisata berbasis alam pegunungan dan potensi air terjun wisata minat khusus
Bagian pengembangan destinasi KSPD Suroloyo – Sendang Sono		Perbukitan Gunung Kucir Purwoharjo dan Sidoharjo; mengembangkan potensi berbasis alam pegunungan Sendangsono Desa Banjaroyo sebagai kawasan ziarah (<i>spiritual tourism</i>) dan wisata, Banjarharjo kawasan makam Nyi Ageng Serang (sejarah)

Kedudukan	Kebijakan Pengembangan Destinasi Wisata KSPD Suroloyo – Sendang Sono	Strategi Pengembangan Destinasi Wisata KSPD Suroloyo – Sendang Sono
		<p>Desa Banjarharjo sebagai kawasan Ancol Dusun Pantog Wetan, Desa Banjaroya sebagai kawasan wisata keluarga (family tourism)</p> <hr/> <p>Sentra bunga krisan, di Gerbosari, Sidoharjo, Ngargosari dan Pagerharjo sebagai kawasan agrowisata bunga dan sentra bunga krisan Yogyakarta</p> <hr/> <p>Perkebunan teh Pagerharjo, Ngargosari dan Gerbosari sebagai kawasan agrowisata teh; kopi di Sidoharjo; durian di kawasan Banjaroya, Banjarharjo, dan Banjararum</p> <hr/> <p>Jembatan Duwet dusun Duwet, desa Banjarharjo sebagai wisata buatan segmen minat khusus</p>

Sumber: Perda Kab. Kulon Progo No. 9 Tahun 2015

3.3. ATRAKSI

Dalam proyek percontohan desa wisata terbaik, UNWTO (2016) menyatakan bahwa pariwisata menjadi kekuatan untuk transformasi, pembangunan perdesaan dan kesejahteraan masyarakat. Pendekatan tersebut dilakukan dengan mempertahankan sumberdaya wilayah mencakup: bentang alam, kearifan lokal termasuk kegiatannya (pertanian, kehutanan, perikanan) budaya, keragaman hayati dan juga proses pengolahan makanan lokal. Dalam arti lain, bahwa melalui identifikasi dan penilaian keindahan, keunikan, kelangkaan potensi sumberdaya tersebut dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata di kawasan pedesaan dengan tetap mempertimbangkan keseimbangan lingkungan, sosial, dan ekonomi.

Dari hasil observasi dan diskusi dengan penggiat wisata Desa Wisata “Widosari” Ngargosari berhasil diidentifikasi atraksi wisata dan daya tarik wisata berbasis alam, budaya, kuliner dan minat khusus yang menjadi daya tarik wisata.

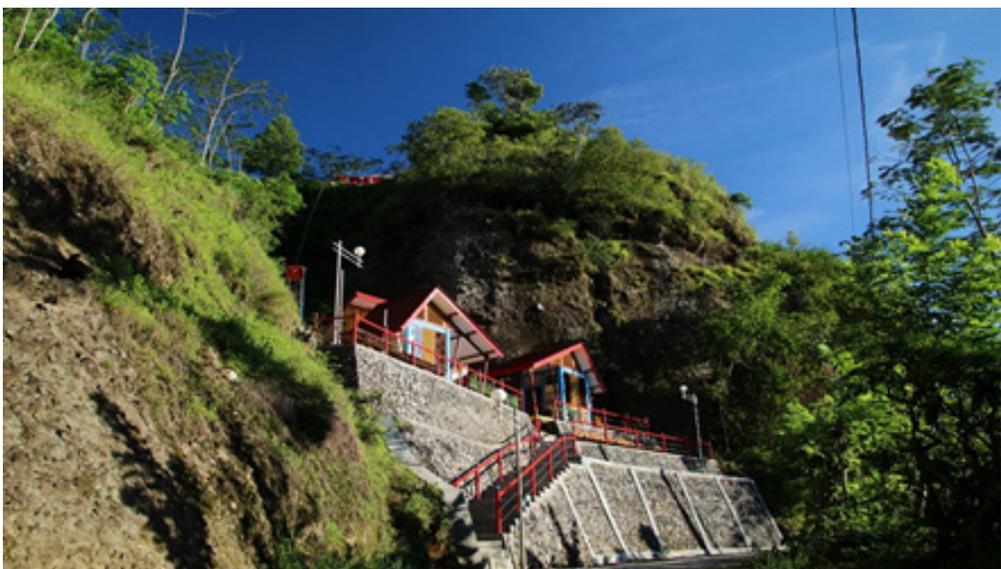
3.3.1. ATRAKSI WISATA ALAM

Terdapat beberapa atraksi wisata berbasis alam khas Pegunungan Menoreh yang dapat dikembangkan sebagai atraksi wisata utama, diantaranya adalah Puncak Proman, Puncak Widosari, Bukit Batu Gepeng, dan Kebun Teh Kemadon.

3.3.1.1. PUNCAK PROMAN

Puncak Proman adalah salah satu atraksi wisata berada di puncak bukit Dusun Tritis. Terletak di tepi jalan desa, dan untuk mencapai puncak telah dilengkapi dengan tangga batu dan di atasnya terdapat bangunan gasebo. Dari ketinggian Puncak Proman wisatawan dapat menikmati keindahan dan pesona hamparan kebun teh Tumaritis, dengan latar belakang sebageian kota Yogyakarta.

Gambar 3. Puncak Proman



3.3.1.2. KEBUN TEH TUMARITIS DAN KEBUN TEH KEMADON

Letaknya berhadapan dengan Bukit Proman, daya tarik utama dari atraksi wisata ini adalah hamparan lembah kebun teh masyarakat yang diapit oleh tebing Tumaritis dan Bukit Tritis. Dibawah tebing lebar tegak lurus batuan andesit terdapat warung kopi dengan kontruksi kayu menjorok kearah tebing menghadap perkebun teh. Waktu terbaik melihat pesona alam di Kebun Teh Tumaritis Pagi dan sore.

Kebun Teh Kemadon adalah atraksi wisata alam yang terletak di Dusun Tritis dan diusahakan secara masyarakat. Dari puncak bukit perkebunan wisatawan dapat menikmati keindahan kawasan Menoreh dengan latar belakang Puncak Suroloyo.

Pemilik kebun juga menyediakan penginapan (*homestay*) bagi wisatawan, dan selama menginap dapat melihat dan belajar proses pembuatan teh yang dibuat secara tradisional. Bagi wisatawan yang akan melakukan *tracking*, di dalam kebun terdapat jalan setapak mengelilingi kebun sambil melihat pesona kawasan Bukit Menoreh dan Puncak Widosari.

Gambar 4. Kebun Teh Tumatitis



Kebun Teh Kemadon juga menyediakan kedai kayu beratap ijuk tepat di bawah kebun teh sebagai tempat beristirahat sambil mencicipi maupun membeli teh mentah hasil olahan Kebun Teh Tritis. Wisatawan dapat menikmati keindahan Kawasan Perbunan Teh Kemadon pada pagi hari untuk menikmati terbitnya matahari (*Sunrise*), maupun sore hari untuk menikmati tenggelamnya matahari (*sunset*) di balik kabut Bukit Menorah.

Gambar 5. Kedai Kopi Kebun Teh



Untuk menarik wisatawan, setiap tahun di Perkebunan Teh Kemadon diselenggarakan festival dengan acara utama proses menyeduh teh secara tradisional, kuliner makanan lokal dan penampilan kesenian tradisional.

Gambar 6. Kebun Teh dan Kedai Teh Tumatitis



3.3.1.3. PUNCAK WIDOSARI

Salah satu daya tarik destinasi wisata Desa Ngargosari adalah Puncak Widosari yang terletak di Dusun Tritis. Bangunan alam berupa batu raksasa menjulang ke atas, sekilas bagian atas batuan berbentuk kepala manusia menghadap ke arah barat dan berada pada ketinggian kurang lebih 900 di atas permukaan laut (dpl). Kemegahan atraksi wisata ini sudah terlihat dari jalan raya ketika wisatawan akan memasuki Desa Ngargosari. Saat ini atraksi wisata tersebut dijadikan “ikon” dan digunakan sebagai nama destinasi wisata Ngargosari menjadi Desa Wisata “Widosari” Ngargosari. Untuk mencapai Puncak Widosari sudah tersedia jalan batu bersemen dan di dasar batuan terdapat palataran batu bersemen dan dilengkapi dengan gasebo.

Dari ketinggian plataran kaki Puncak Widosari pada pagi hari wisatawan dapat menikmati matahari terbit (Sun Rirse) dan hamparan keindahan bentang alam kawasan perbukitan Menoreh yang luas dengan latar belakang Gunung Merbabu, dan Merapi. Pada sore hari wisatawan dapat menikmati matahari sore (Sunset) diantara kabut perbukitan menoreh arah Suroloyo. Berdasarkan penuturan masyarakat, Puncak Widosari dulu menjadi pertapaan dan persembunyian Pangeran Diponegoro ketika pahlawan tersebut bersama pasukannya melakukan perlawanan terhadap penjajah Belanda.

Pada tahun 2021 melalui Keputusan Menteri Energi Sumberdaya Mineral dan Energi Nomor 13.K/HK.1/MEM.G/2021 tentang Penetapan Warisan Geologi (Geoheritage) Daerah Istimewa Yogyakarta, Perbukitan Widosari, di Kapanewon Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, dan 19 situs lainnya yang tersebar di Provinsi Daerah Istimewa ditetapkan sebagai warisan geologi. Berdasarkan Peraturan Menteri Energi Dan Sumber Daya Mineral Nomor 1 Tahun 2020 tentang Pedoman Penetapan Warisan Geologi (Geoheritage) Pasal 1, yang dimaksud dengan Warisan Geologi (Geoheritage) adalah Keragaman Geologi (Geodiversity) yang memiliki nilai lebih sebagai suatu warisan karena menjadi rekaman yang pernah atau sedang terjadi di bumi yang karena nilai ilmiahnya tinggi,

langka, unik, dan indah, sehingga dapat digunakan untuk keperluan penelitian dan pendidikan kebumian. Konsekuensi penetapan tersebut, untuk mengembangkan atraksi wisata perlu dilakukan secara hati-hati tanpa merubah lanskap dan fungsinya.

Gambar 7. Puncak Widosari



3.3.2. WISATA BUDAYA

Desa-desanya wisata di Kawasan Menoreh, tidak hanya kaya dengan atraksi wisata berbasis alam, tetapi juga punya ragam budaya dan tradisi lokal yang selama ini hampir punah. Untuk mengembangkan destinasi wisata Kawasa Menoreh, Pemerintah Kabupaten Kulon Progo telah menetapkan arah pengembangan destinasi setiap wilayah pengembangan. Bagi Kawasan Strategis Pariwisata Daerah (KSPD) Suroloyo – Sendangsono termasuk didalamnya desa Ngargosari arah pengembangan destinasi wisata selain berbasis alam, juga berbasis agro, kearifan lokal, dan olahraga minat khusus. Arah kebijakan pembangunan daya tarik wisata meliputi: perintisan pengembangan untuk mendorong pertumbuhan kawasan, diversifikasi daya tarik untuk mendorong pemerataan dan pertumbuhan kawasan, pemantapan daya tarik untuk meningkatkan daya saing, serta revitalisasi daya tarik sebagai upaya peningkatan kualitas, keberlanjutan dan daya saing.

Desa Ngargosari, selain mempunyai potensi atraksi wisata alam, juga mempunyai potensi lokal yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik bagi wisatawan. Tradisi lokal tersebut adalah Merti Desa dan Merti Kali. Merti Desa, adalah tradisi lokal sebagai transformasi bentuk rasa bersyukur kepada Sang Pencipta atas segala yang telah diberikan dalam bentuk kesehatan, rejeki, keberhasilan panen, ketenteraman. Ritual tersebut juga sebagai bentuk penghormatan kepada para sesepuh, titoh desa yang telah membangun desa. Secara nyata budaya lokal tersebut sudah menjadi even tahunan Desa Ngargosari. Merti Desa diwujudkan dalam bentuk upacara dan arak-arakan/festival sebagai event/acara tahunan, mengelilingi desa dengan peserta seluruh masyarakat dengan membawa hasil bumi, makanan dan diakhiri dengan makan bersama di lapangan Desa. Dalam perpektif komunitas, Merti Desa juga mencerminkan rasa kebersamaan, gotong royong, dan kesadaran bersama untuk selalu bersyukur dan menjaga alam semesta.

Gambar 8. Upacara Merti Desa



Salah satu kerarifan lokal yang dapat dikembangkan sebagai atraksi wisata dan meningkatkan minat wisatawan adalah Merti Kali. Tradisi Merti Kali adalah tradisi masyarakat beberapa dusun di Ngargosari yaitu Dusun Ngaliyan sebagai tempat sumber mata air dan dusun tulangan, Ngaliyan, Canden, Nguntukuntu, Pucung, dan Dusun Petep di wilayah hilir yang sampai saat ini mendapatkan manfaat dari aliran Sungai. Aktivitas yang dilakukan adalah membersihkan alur sungai dari sampah, kayu dari pohan yang tumbang untuk menjaga agar aliran air sungai tetap lancar dan bersih. Di dalam perkembangannya, tradisi Merti Kali tidak saja terbatas pada pembersihan sungai, tetapi juga perbaikan

lingkungan pusat sumber air dan tebing sepanjang sungai melalui penanaman pohon untuk melestarikan sumber mata air dan sebagai penahan longsor tebing sungai. Masyarakat juga berencana untuk menjadikan ritual Merti Kali, sebagai agenda tahunan sebagai atraksi wisata, dan bertujuan untuk pentingnya menjaga dan melestarikan lingkungan.

3.3.3. WISATA MINAT KHUSUS

Dengan lingkungan kawasan perbukitan, Desa Ngargosari mempunyai potensi sebagai arena bagi wisatawan yang mempunyai hobi olah raga minat khusus. Bagi wisatawan penggemar bersepeda mendaki (*uphill*), menuruni bukit (*downhill*) dan *tracking* kawasan Desa Ngargosari mempunyai jalur yang menantang. Untuk mengembangkan wisata minat khusus, pengelola wisata yang terdiri anak-anak muda telah bekerjasama untuk melakukan survey pemetaan jalur dengan berbagai tingkat kesulitaannya. Beberapa arena *tracking* diantaranya dari Dusun tegalsari, Trayu mendaki Puncak Widosasrii, Jalur *tracking* Perkebunan Teh Kemadon. Bagi pengendara sepeda, jalur yang cukup menantang adalah dari Dusun Tegalsari – Puncak Widosari, atau dari pusat (Dusun Tulangan) menuju Puncak Widosari. Sedangkan bagi penggemar *downhill* dapat mengawali dari kawasan Widosari dan Kebun teh Kemadon dan finish di Dusun tegalsari dan Dusun Tulangan.

3.3.4. WISATA EDUKASI

Desa Wisata “Widosari” Ngargosari mempunyai atraksi wisata edukasi, yaitu Rajendra Farm yang terletak di Dusun Trayu. Kawasan peternakan di bawah Puncak Widosari adalah milik perorangan, di dalamnya selain terdapat area budidaya ternak kambing yang dikelola secara modern, juga dilengkapi dengan area perkemahan, ruang pertemuan. Selain budidaya peternakan, Rajendra Farm juga mengelola kelompok wanita yang memproduksi makanan ringan lokal. Dengan perjanjian, wisatawan dapat mengunjungi tempat ini untuk belajar tentang budidaya dan keindahan Puncak Widosari.

Gambar 9. Peternakan Rajendra



3.3.5. WISATA KULINER

Desa Wisata Ngargosari mempunyai makanan dan minuman yang menjadi salah satu daya tarik wisatawan. Keduanya dibuat dari bahan-bahan lokal. Pada umumnya proses pengolahan aneka makanan dan minuman masih dilakukan secara tradisional menggunakan peralatan sederhana. Sampai saat pelaku usaha adalah anggota rumah tangga dan ibu - ibu rumah tangga yang tergabung dalam Kelompok usaha Galih Aji dan Kelompok Desa Prima. Beberapa jenis makanan yang dihasilkan diantaranya adalah, gablek, rempeyek pegagan, gula aren, enting-enting jahe, madu, dan nira manis. Pemasaran produk olahan pada umumnya sudah dikemas secara modern, dipasarkan dalam skala lokal melalui BUMDES, dan warung, dan ada yang sudah memasarkan secara online.

3.4. AMENITAS

Amenitas (amenity) adalah segala fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan, keinginan dan keamanan wisatawan selama berada di destinasi. Amenitas berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap (Hotel, *homestay*) serta restoran atau warung untuk makan dan minum, Bank, toko cinderamata, layanan transportasi antar atraksi, dan rambu-rambu penunjuk arah.

Dari hasil diskusi dan observasi terhadap ketersediaan fasilitas pendukung wisata, Desa Wisata Ngargosari mempunyai fasilitas pelayanan pengunjung yang relatif lengkap. Sebagai desa wisata rintisan sudah tersedia fasilitas pendukung untuk melayani wisatawan untuk kebutuhan menginap, keperluan makan minum, memberi cinderamata dan oleh-oleh. Sedangkan untuk memberikan rasa aman terdapat pos polisi yang setiap saat dapat melindungi wisatawan. Ditinjau dari tahap perkembangannya yang baru memasuki tahap keterlibatan (*involvement*) berkembangnya fasilitas pendukung wisata di Desa wisata Ngargosari tidak dapat dilepaskan dengan kebijakan pemerintah untuk mengembangkan Kawasan Menoreh sebagai bagian dari hinterland KSPN Borobudur. Pembangunan infrastruktur seperti Bandar Udara Yogyakarta di Kulon Progo, rencana pembangunan Jalur “Bedah Menoreh” yang menghubungkan desa-desa wisata di Kawasan Menoreh mendorong pemerintah desa dan masyarakat untuk menyiapkan diri melengkapi fasilitas yang dibutuhkan wisatawan.

TABEL 5. FASILITAS PEDUKUNG WISATA (AMENITAS) DESA WISATA “WIDOSARI” NGARGOSARI KECAMATAN SAMIGALUH KABUPATEN KULON PROGO

No.	Fasilitas	Jumlah
1	Penginapan (<i>homestay</i>)	7
2	Mini market/toko swalayan	2
3	Warung makan makan	12
4	Toko Kelontong	12
5	Café	1
6	ATM/ BRI link	1
7	Fasilitas kesehatan/Poliklinik Desa	1
8	Keamanan/Polsek	1
9	Pertashop (stasiun pengisian bahan bakar)	1
10	Jasa Pengiriman	1

Sumber: Data Primer, 2021

Gambar 10. Toko BUMDES dan Stasiun Pengisian Bahan



Pada tingkat lokasi atraksi wisata, prasarana wisata seperti rambu-rambu, toilet, warung makan dan minum, pos kesehatan masih belum tersedia. Lokasi atraksi wisata alam, Puncak Proman, Kebun Teh Tumaritis, Puncak Widosari, dan Kebun Teh Kemadon semuanya berada di ketinggian dan untuk mencapainya kondisi jalan sempit dengan tanjakan tinggi dan turunan tajam sangat berbahaya bagi pengunjung untuk mencapai lokasi atraksi pada saat kabut dan hujan.

Gambar 11. Homestay

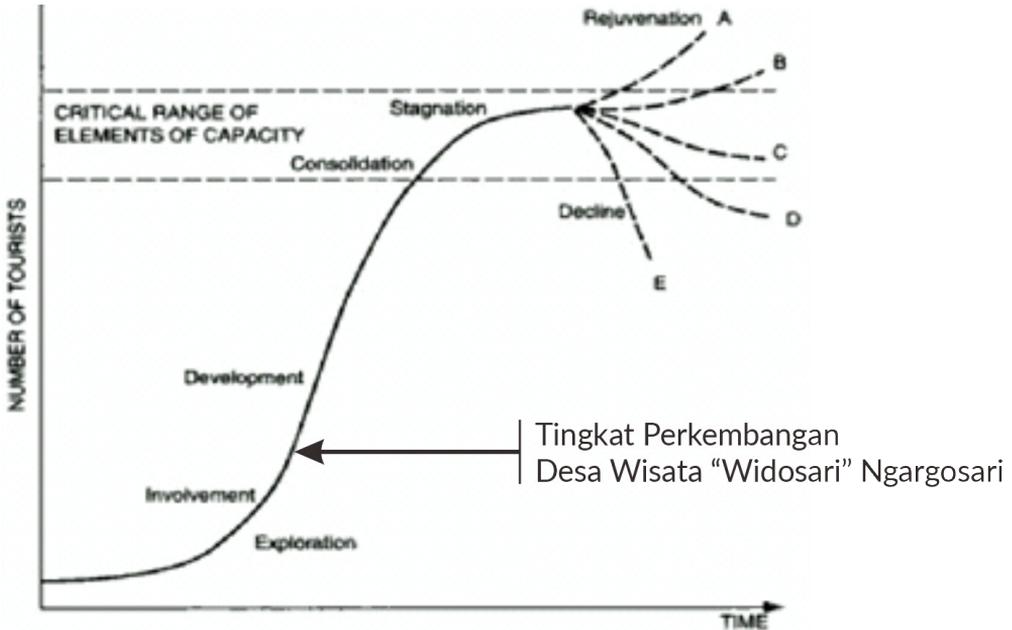


3.5. TINGKAT PERKEMBANGAN

Untuk mengetahui tingkat perkembangan Desa Wisata Ngargosari digunakan pendekatan Tourism Area Life Cycle (TALC) yang diperkenalkan oleh Butler (1980). Pendekatan TALC menjelaskan, bahwa perkembangan destinasi wisata mempunyai ciri-ciri yang berbeda pada masing-masing tahapan. Selanjutnya Butler menjelaskan bahwa terdapat 6 tahap perkembangan destinasi wisata, yakni: penemuan (exploration), keterlibatan (involvement), perkembangan (development),

konsolidasi (*consolidation*), stagnasi (*stagnation*) dan kemungkinan fase peremajaan (*rejuvenation*) atau penurunan (*decline*) (Butler, 1980).

Gambar 12. Tahap Siklus Hidup Pariwisata Desa Wisata



Apabila mengacu pada *product life circle tourism* Butler, maka tingkat perkembangan Desa Wisata "Widosari" Ngargosari berada dalam tahap keterlibatan (*involvement*). Beberapa indikasi yang mencerminkan status tersebut diantaranya adalah: Pertama, mulai tahun 2012, sudah terdapat kunjungan wisatawan lokal dengan jumlah terbatas datang mengunjungi Dusun Tritis untuk melihat keindahan Kebun Teh Tumaritis, Puncak Widosari dan Kebun Teh Kemadon. Secara parsial sejak tahun 2012 khususnya kaum muda telah melakukan pengelolaan atraksi wisata di wilayahnya. Pengelola Kebun Teh Tumaritis melengkapi dengan amenities dalam bentuk warung makan, air bersih dan toilet, Pengelola Kebun teh Kemadon sebagai pemilik kebun sekaligus pengelola atraksi juga menyediakan warung makan dan minum, menampilkan pengolahan dan penyeduhan teh secara lokal serta menjadikan rumahnya sebagai penginapan (*homestay*). Kedua, melihat perkembangan wisatawan yang mulai meningkat, pada tahun 2017 pemerintah Kabupaten Kulon Progo membangun prasarana wisata untuk meningkatkan amenities, yaitu

membangun jalan semen untuk memudahkan wisatawan pencapaian Bukit Proman, dan Puncak Widosari. Di kedua atraksi wisata tersebut dilengkapi bangunan gazebo untuk istirahat dan gardu pandang untuk melihat pesona keindahan alam Bukit Menoreh.

Ketiga, pada tahun 2020, dengan ditetapkan Borobudur sebagai KSPN Super Prioritas dan menjadikan Kawasan Menoreh sebagai hinterland destinasi wisata berbasis alam dan sejarah, masyarakat mulai tertarik untuk membangun penginapan (*homestay*). Di tingkat kelompok industri rumah tangga yang diprakarsai ibu-ibu rumah tangga, bergabung dalam kelompok usaha membuat aneka makanan khas yang dijual kepada wisatawan. Untuk mengantisipasi meningkatnya pengunjung, Pemerintah Kalurahan Ngargosari membangun lembaga ekonomi desa yaitu Badan Usaha Milik Desa sebagai etalase penjualan produk lokal, stasiun pengisian bahan bakar, serta membangun jalan tembus untuk menyingkat waktu mencapai atraksi wisata Puncak Widosari.

Keempat, tahun 2021, Desa Ngargosari secara definitif telah ditetapkan sebagai desa wisata, sekaligus pengukuhan lembaga pengelolaannya melalui Keputusan Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kulon Progo No: 5561/3/9/KPTS/2021 tentang Pengukuhan Desa Wisata “Widosari” Kalurahan Ngargosari Kapanewon Samigaluh Kabupaten Kulon Progo. Bersama dengan penggiat wisata tingka desa, Pemerintah Kalurahan Ngarosari mulai melakukan identifikasi potensi atraksi wisata yang akan dikembangkan. Berdasarkan hasil identifikasi Pemerintah Kalurahan Ngarogasri mengikuti lomba Desa Wisata Tingkat Kabupaten dan berhasil keluar sebagai pemenang pertama sebagai Desa Wisata Potensial Tahun 2021 tingkat Kabupaten Kulon Progo.

Memperhatikan tingkat perkembangan Desa Wisata Ngargosari terlihat bahwa untuk mencapai Tahap Keterlibatan dibutuhkan waktu sembilan tahun. Hal ini juga akibat kebijakan pemerintah di tingkat provinsi maupun nasional sampai saat ini menfokuskan kunjungan wisatawan terkonsentrasi di Candi Borobudur dan Prambanan tanpa

mengintegrasikan desa-desa wisata sekitar sebagai wilayah destinasi wisata terpadu.

Pergeseran kebijakan untuk mengembangkan Kawasan Borobudur-Prambanan sebagai KSPN super prioritas dan menjadikan kawasan sekitar sebagai bagian tak terpisahkan adalah salah satu strategi untuk mengurangi beban kunjungan wisatawan, sekaligus sebagai pemerataan pembangunan. Pembangunan infrastruktur melalui relokasi Bandar udara Adi Sucipto ke Kabupaten Kulon Progo, pembangunan jalur tembus “Bedah Menoreh”, menjadi pemicu berkembangnya desa-desa wisata dengan berbagai keunikan dan keindahan atraksinya sebagai bagian tak terpisahkan dari destinasi wisata Candi Borobudur.

3.6. ORAGANISASI PENGELOLA

Secara definitif Kelurahan Ngargosari ditetapkan sebagai Desa Wisata berdasarkan Keputusan Kepala Dinas Pariwisata Kulon Progo Nomor: 556/3/9/KPTS/VIII/2021 tentang Pengukuhan Desa Wisata “WIDOSARI” Kalurahan Ngargosari, Keputusam Lurah Ngargosari Kapanewon Samigaluh dengan dengan memperhatikan, pertama, Keputusan Lurah Ngargosari Kapanewon Samigaluh Nomor: 28/KPTS-LUR/V/2021 Tanggal 3 Mei 2021 tentang Perubahan Atas Lampiran Surat Keputusan Lurah Ngargosari Nomor: 96/KPTS-LUR/X/2020 tentang Pembentukan Desa Wisata “Widosari” Kalurahan Ngargosari. Kedua, Surat Permohonan Pengukuhan Dari Kalurahan Ngargosari Nomor 140/101 Tanggal 15 Juni 2021 tentang Permohonan Pengukuhan Kepengurusan Pengelola Desa Wisata.

Dalam pengukuhannya masyarakat sepakat tidak merujuk nama desa “Ngargosari”, tetapi menggunakan nama “Desa Wisata Widosari”. Tujuan penamaan tersebut dilandasi bahwa Puncak Widosari sebagai bangunan alam raksasa menyerupai kepala manusia menjulang diatas perbukitan Menoreh mempunyai legenda dan pesona telah dikenal dan menjadi “Ikon” Desa Ngargosari.

Memperhatikan struktur dan unsur yang terlibat dalam organisasi pengelola, Desa Wisata Ngargosari mempunyai modal dasar untuk mengelola dan mengembangkan desa wisata secara berkelanjutan. Hal ini tercermin dari keterlibatan unsur dalam organisasi pengelola telah mewakili para pihak yang yang berkepentingan dalam industri wisata. Adapun unsur yang mewakili organisasi Pengelola Desa Wisata “Widosari” Ngargosari adalah sebagai berikut: Kepala Kelurahan, Perangkat Desa, perwakilan Badan Permusyawaratan Kalurahan (BPK), perwakilan: kelompok UMKM dan industri kreatif, pengelola atraksi wisata, kelompok seni dan budaya, pengelola penginapan, kelompok perempuan, dan perwakilan dari Karang Taruna (pemuda).

TABEL 6. STRUKTUR DAN UNSUR ORGANISASI PENGELOLA DESA WISATA “WIDOSARI” NGARGOSARI

No.	Jabatan	Unsur
1	Pembina	Lurah Ngarosasri (ex officio)
2	Penasehat	Aparat Kelurahan dan anggota BPK
3	Ketua	Pemilik usaha penginapan dan anggota Karang Taruna
4	Sekretaris	Anggota Karang Taruna
5	Bendahara	Pengelola Kelompok Usaha (UMKM) Desa Prima, dan Kelompok Perempuan (PKK)
6	Seksi Akomodasi	Kelompok UMKM Desa Prima, Penggiat Budaya
7	Seksi Atraksi	Penggiat budaya, Karang Taruna
8	Seksi Destinasi	Pengelola Atraksi wisata,
9	Seksi Dokumentasi	Pemilik <i>Homestay</i>
10	Seksi Kesenian	Perwakilan BUMDES dan Aparat Kalurahan

Di sisi lain untuk mewujudkan pengelolaan yang berkelanjutan juga dihadapkan pada beberapa isu dan tantangan. Pertama, mengintegrasikan pengelolaan wisata berkelanjutan ke dalam pembangunan desa. Ke dua, melakukan kerjasama antar desa wisata di kawasan menoreh untuk menghindari konflik kepentingan. Ketiga menyusun rencana mitigasi dan konservasi lingkungan, menyusun rencana mitigasi bencana, mengingat bahwa wilayah Desa Ngargosari merupakan kawasan perbukitan sehingga rawan terhadap bencana tanah longsor, pengembangan

sarana dan prasarana wisata di kawasan Widosari yang telah ditetapkan sebagai Warisan geologi (Geo Heritrage) perlu dilakukan secara hati-hati agar tidak menimbulkan kerusakan lingkungan.

3.7. PROMOSI

Sampai tahun 2021 saat penelitian dilaksanakan, pengelola desa wisata Ngargosari belum mengusun rencana promosi sebagai bagian dari rencana pengembangan destinasi. Hal ini juga tidak dapat dilepaskan dari keterbatasan kapasitas para pengelola untuk memahami konsep pengelolaan destinasi wisata berkelanjutan. Apabila mengacu pada peraturan tersebut, maka untuk setiap destinasi wisata diharuskan menyusun beberapa dokumen sebagai landasan untuk pengembangan destinasi wisata dengan 3 kriteria yaitu: pengelolaan berkelanjutan, keberlanjutan sosial dan ekonomi, dan keberlanjutan lingkungan.

Terkait dengan pengelolaan berkelanjutan, pengelola destinasi harus menyusun rencana pengembangan destinasi, rencana pengelolaan dampak dan rencana promosi dan informasi. Sebagai bagian dari pemasaran, promosi tidak hanya sekedar menampilkan image/keindahan atraksi wisata alam, maupun ragam jenis makanan yang dianggap sebagai produk unggulan destinasi sebagai daya tarik mendatangkan wisatawan. Sebagai bahan informasi, isi atau konten harus akurat, sesuai dengan realita destinasi. Produk wisata bersifat tidak tunggal tetapi dihasilkan oleh beberapa pelaku dengan beberapa bentuk yang saling melengkapi. Produk pengelola penginapan, akan berbeda dengan hasil pengelola usaha industri makanan, maupun produk yang dihasilkan oleh atraksi wisata.

Perbedaan keunikan dan karakteristik destinasi harus menjadi pertimbangan bagi pengelola desa wisata untuk merumuskan strategi pemasaran dan promosi. Menurut Hidayah, N., (2019), menjelaskan bahwa karakteristik produk destinasi adalah, pertama, tidak dapat dipisahkan, karena antara proses produksi dan konsumsi terjadi pada saat bersamaan. Oleh sebab itu, proses produksi harus dilakukan oleh

produsen dan konsumen. Kedua, produk destinasi berbeda beda, karena sifatnya yang tidak berujud, maka produk destinasi yang dihasilkan tidak akan pernah sama. Akan selalu terjadi perbedaan dalam hal mutu, karena perbedaan waktu produksi, pelayanan, dan perasaan wisatawan saat kunjungan. Ketiga, produk wisata bersifat tidak tunggal, karena dihasilkan oleh berbagai pihak seperti pemerintah, penyedia akomodasi dan transportasi, cinderamata, makanan dan minuman dan masyarakat dan saling melengkapi.

Mempertimbangkan bahwa produk wisata bersifat tidak tunggal, melainkan hasil dari banyak pelaku wisata, maka untuk pemasaran dan promosi destinasi wisata melibatkan para pihak. Mengingat konten atau isi promosi harus mencerminkan realita destinasi seperti kemudahan pencapaian, keunikan dan keindahan atraksi, pelayanan merupakan informasi awal sebagai pertimbangan wisatawan untuk melakukan kunjungan destinasi wisata.

Hasil diskusi dengan pengelola, penggiat wisata dan tokoh masyarakat terungkap bahwa selama ini promosi daya tarik wisata Desa Ngargosari telah dilakukan secara terbatas oleh Pemerintah Desa dan pemuda lokal dengan konten terbatas pada obyek wisata alam seperti Puncak Widosari, Puncak Proman, Kebun Teh Tumaritis dan Kemadon. Sedangkan promosi secara aktif dilakukan oleh dan sebagian besar wisatawan dengan berbagai latar belakang berbeda. Mereka adalah wisatawan, jurnalis (media cetak dan elektronik), komunitas olahraga minat khusus, penggiat wisata, blogger, dan pemerintah desa secara terbatas. Ditinjau dari materi atau konten promosi, sebagian besar dalam bentuk foto keindahan dan pesona atraksi wisata alam, rute perjalanan (jarak, waktu tempuh), harga tiket masuk, dan fasilitas yang tersedia.

Media promosi yang digunakan, sebagian besar memanfaatkan teknologi digital/internet melalui platform media sosial (instagram, facebook), blog/*website* pribadi/komunitas dan media *online*.

TABEL 7. PELAKU, MEDIA DAN KONTEN PROMOSI DESA WISATA “WIDOSARI” NGARGOSARI

No.	Pelaku	Media	Konten/Unggahan
1	Wisatawan	Instagram dan Facebook	Foto atraksi wisata, swa photo
2	Penggiat Wisata	Instagram dan Facebook	Foto atraksi wisata, swa photo, narasi (letak, jarak dan waktu tempuh, mitos/Igenda), dan terbatas pada obyek wisata alam seperti Puncak Widosari, Puncak Proman, Kebun Teh Tumaristis dan Kemadon.
3	Blogger	Blog, Instagram	Foto atraksi wisata, narasi (letak, jarak dan waktu tempuh, mitos/Igenda), video
4	Jurnalis	Website Media online	Foto atraksi wisata, swa photo, narasi (letak, jarak dan waktu tempuh, mitos/legenda)
5	Pemerintah Kabupaten	Official Website	Foto atraksi wisata, narasi (letak, jarak dan waktu tempuh, mitos/Igenda), video
6	Pemerintah Kalurahan	Official Website	Berita kegiatan pariwisata

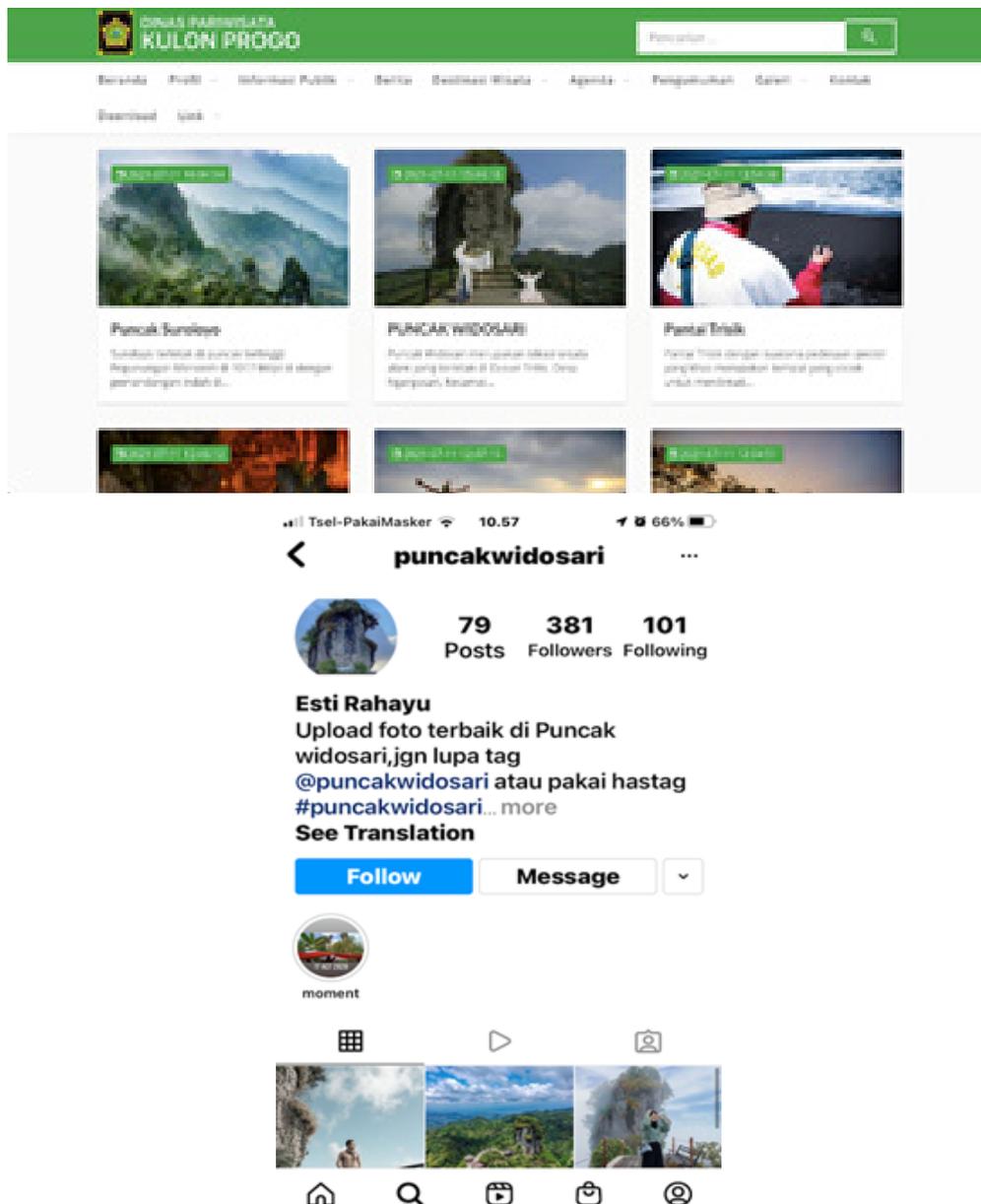
Sumber: Data Primer, 2021

Dari Tabel 7 terlihat bahwa Pemerintah Kalurahan Ngargosari yang mempunyai *website* resmi masih belum memanfaatkan sebagai media promosi. Selama ini materi unggahan masih bersifat umum dan dominasi berita kegiatan desa. Dengan kewenangan lokal skala desa, Pemerintah Kelurahan Ngargosari sudah saatnya untuk memfasilitasi Pengelola Desa Wisata “Widosari” memanfaatkan *website* resmi sebagai media promosi agar dapat menjangkau target wisatawan lebih luas. Pemerintah Kabupaten Kulon Progo melalui Dinas Pariwisata dengan *website* resmi <https://dinpar.kulonprogokab.go.id>.

Berbeda promosi atraksi wisata Kalurahan Ngargosari yang dilakukan oleh para wisatawan, blogger dan jurnalis, walaupun temanya masih berbasis alam, namun jumlahnya cukup besar. Sebagai ilustrasi, dengan menulis kan “puncak Widosari” di Instagram, dihasilkan kurang lebih 1.900 foto yang menggambarkan pesona dan keindahannya. Melalui mesin pencari Google, dengan menuliskan “Widosari” dalam waktu 0,65 detik akan menghasilkan sekitar 88.600 konten, sedangkan apabila

menggunakan kata “puncak Widosari” mendapatkan hasil pencarian sekitar 13.300 hasil dalam waktu 0,54 detik. Hasil pencarian akan berbeda apabila digunakan merujuk kata “Desa Wisata Ngargosari Samigaluh”, dalam waktu 0.90 detik akan dihasilkan 5.300.000 konten. sebaliknya dengan menuliskan “Desa wisata Ngargosari” menghasilkan 19.800 konten dalam waktu 0.72 detik.

Gambar 13. Media Promosi Desa Wisata Ngargosari





Berdasarkan uraian tersebut di atas, membuktikan bahwa teknologi digital merupakan sarana yang penting untuk pemasaran dan promosi destinasi wisata. Namun untuk mempromosikan harus dilakukan secara hati-hati baik terkait dengan pemilihan jenis produk, pemilihan narasi, konten, maupun saluran yang akan digunakan. Menurut UNWTO (2020), digitalisasi adalah kunci untuk memastikan akses pasar untuk bisnis pariwisata dan pengalaman positif bagi para pelancong dalam konteks siklus perjalanan digital (Pencarian informasi destinasi, pemesanan tiket, perjalanan, dan selama kunjungan). Sangat Penting untuk diingat adalah bahwa promosi hanya efektif jika elemen bauran pemasaran lainnya (harga, produk, distribusi) digunakan dengan benar. Dengan prinsip tersebut maka pelaku wisata di destinasi wisata mempunyai peran yang sama pentingnya dalam menciptakan dan memberikan layanan pengalaman wisatawan .

Selain itu faktor yang harus menjadi pertimbangan dalam promosi adalah bahwa karakteristik produk destinasi wisata bersifat tidak tunggal, antara satu produk dengan produk lainnya tidak dapat dipisahkan tetapi saling melengkapi, membutuhkan biaya tetap yang tinggi untuk membangun dan mengembangkan atraksi wisata, infrastruktur dan sarana dan prasaran penunjang lainnya. (Hidayah, N., 2019). Oleh sebab itu, pelaku promosi tidak harus dilakukan sendiri oleh pengelola wisata, tetapi juga melibatkan pihak lain (biro perjalanan, pengusaha hotel, rental kendaraan, pengelola makanan

dan cinderamata) yang mempunyai peran dalam peningkatan kualitas pelayanan dan kenyamanan wisatawan.

3.8. STRATEGI PENGEMBANGAN

3.8.1. ISU DAN TANTANGAN

Berdasarkan pembahasan sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, studi ini berhasil mengidentifikasi beberapa faktor yang menjadi tantangan pembangunan dan pengembangan Desa Wisata “Widosari” Ngargosari.

Pertama, status desa wisata dan organisasi pengelola baru ditetapkan pada tahun 2021. Ditinjau dari komposisi struktur keanggotaan dalam organisasi sudah melibatkan seluruh pelaku pariwisata yaitu, Pemerintah Desa, Aparat Desa, perwakilan kelompok usaha (penginapan, industri rumah tangga), pengelola destinasi wisata, penggiat seni dan budaya, kelompok perempuan dan pemuda. Sebagai konsekuensi penetapan desa wisata, maka Pemerintah Desa harus menempatkan pariwisata sebagai pilar pembangunan desa. Hal ini tercermin dengan kebijakan untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif kepada semua pelaku wisata tanpa diskriminasi serta mengintegrasikan pariwisata ke dalam perencanaan pembangunan. Di sisi lain Pengelola Desa Wisata dituntut untuk menyusun dokumen perencanaan pengelolaan destinasi, pengelolaan dampak dan promosi sebagai panduan seluruh pelaku wisata untuk mengimplementasikan prinsip-prinsip pengelolaan destinasi berkelanjutan;

Kedua, pengelolaan produk wisata alam masih dilakukan secara parsial dan terkonsentrasi di Dusun Tritis dilakukan para pemuda yang tergabung dalam Kelompok Sadar Wisata, sedangkan pengelolaan usaha kuliner dan kerajinan masih dikelola secara perseorangan dan kelompok dan belum terintegrasi dengan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES);

Ketiga, Desa Wisata Ngargosari mempunyai kedudukan strategis karena berada pada jalur utama pariwisata dan sebagai pintu masuk ke desa wisata disekitarnya, yaitu destinasi wisata Desa Pagerhajo (Bukit Nglingsgo, Tumpeng), Ngargoretno (Menoreh, Borobudur Highland) dan Desa Wisata Gerbosari dengan atraksi utama Puncak Suroloyo. Posisi tersebut disatu sisi dapat menjadi pendorong perekonomian masyarakat melalui usaha akomodasi, transportasi, maupun makanan dan usaha jasa lainnya. Di sisi lain, dikhawatirkan dapat menjadi memicu konflik kepentingan akibat persaingan usaha antar pelaku wisata. Mengingat bahwa desa-desa wisata di sekitar Ngargosari mempunyai daya tarik dan atraksi wisata yang sama, yaitu berbasis wisata alam. Keterbukaan kawasan Wisata Menoreh dan semakin berkembangnya desa-desa wisata menimbulkan terjadi kecenderungan maraknya pihak luar untuk investasi melalui pembelian lahan di lokasi strategis, dan wilayah desa yang mempunyai pesona dan keindahan alam;

Keempat, Kawasan Widosari sebagai destinasi utama dengan atraksi Puncak Widosari telah ditetapkan sebagai Warisan Geologi (Geo Heritage), dan status lahan dibawah kepemilikan Keraton Yogyakarta (*Sultan Ground*). Untuk mengembangkan kawasan tersebut diperlukan konsultasi dengan para pihak dan perencanaan yang memperhitungkan keseimbangan antara kebutuhan sarana dan prasarana, jumlah kunjungan dengan daya dukung dan pelestarian lingkungan; dan

Kelima, promosi produk wisata hampir seluruhnya dilakukan oleh pihak luar melalui saluran media digital (*website*, sosial media, dan media *online*). Di sisi lain Pengelola Desa wisata belum memanfaatkan teknologi digital dan media digital khususnya *website* resmi Kelurahan Ngargosari maupun media digital lainnya sebagai saluran komunikasi pemasaran dan promosi.

TABEL 8. PENGEMBANGAN DESA WISATA NGARGOSARI

No.	Faktor	Isu dan Tantangan
1	Kedudukan Strategis: KSPD Suroloyo – Sendngsono, Pintu masuk desa-desa wisata sekitar	a. Konflik antar pelaku wisata b. Masuknya pengusaha luar mendominasi perekonomian destinasi
2	Pengelolaan	a. Menempatkan pariwisata sebagai pilar pembangunan desa dan mengintegrasikan pariwisata ke dalam perencanaan pembangunan desa b. Menyusun dokumen rencana pengembangan destinasi wisata, pengelolaan dampak dan promosi
3	Atraksi wisata alam	a. Pengelolaan atraksi masih parsial b. Peneglolaan Kawasan Widosari yang telah ditetapkan sebagai geo heritage (warisan geologi) melalui pendekatan Geowisata c. Pembangunan sarana dan prasarana terbatas
4	Tahap Perkembangan	a. Mendorong keterlibatan masyarakat dalam menyediakan akomodasi, acara kebudayaan, membangun kemitraan b. Keterlibatan Pemerintah Desa memfasilitasi kerjasama antar desa wisata, membangun infrastruktur, fasilitasi penyelenggaraan event/acara
5	Pemasaran dan promosi	a. Pemanfaatan teknologi digital (<i>website</i> , sosial media, media <i>online</i>) belum optimal b. Pelaku utama pemasaran dan promosi adalah masyarakat luar destinasi (wisata, penggiat wisata, jurnalis, biro perjalanan)

Sumber: Data Primer, 2021

Keenam, pemerintah desa dan pengelola desa wisata mempunyai pengetahuan dan keterampilan terbatas terhadap konsep promosi destinasi wisata menggunakan media teknologi digital. Konsep promosi dimaksud mencakup jenis dan bentuk produk wisata sebagai bahan promosi, narasi atau penjelasan tentang keunikan dan keindahan produk wisata, jenis-jenis saluran berbasis digital yang dapat dimanfaatkan sebagai media promosi. Sampai saat ini pengelola belum mempunyai media promosi digital dan belum memanfaatkan *website* resmi Pemerintah Kalurahan sebagai media promosi. Promosi digital hanya terbatas mengunggah (upload) foto keindahan atraksi wisata alam

dalam bentuk foto dan belum memanfaatkan berbagai platform teknologi digital (*website*, media sosial: *instagram*, *facebook*, *twitter*, *blog*, media *online*) sebagai saluran promosi untuk menginformasikan keunggulan produk wisata.

3.8.2. STRATEGI

1. Menempatkan pariwisata sebagai pilar strategis dalam kebijakan pembangunan pedesaan Pengembangan Pariwisata mempunyai spektrum yang sangat luas, baik ditinjau dari aspek pelaku yang terlibat, karakteristik produk wisata pada suatu wilayah. Pelaku wisata mempunyai tujuan dan sasaran yang berbeda, begitu juga strategi untuk mencapainya. Sedangkan produk wisata yang menggunakan sumberdaya alam dan budaya adalah sumber memperoleh keuntungan ekonomi sehingga di dalam pemanfaatannya harus tetap memperhitungkan aspek keadilan, pelestarian fungsi lingkungan dan melindungi kearifan lokal.

Konsekuensi pendekatan tersebut, pemerintah desa dan pengelola harus mengarusutamakan pariwisata ke dalam rencana pembangunan desa dan pengelolaan destinasi sebagai panduan semua pelaku wisata untuk menerapkan prinsip dasar pembangunan pariwisata berkelanjutan, serta menciptakan iklim usaha yang kondusif melalui kemudahan investasi memberi jaminan hukum terhadap keberlanjutan usaha. Terbitnya Undang – Undang Nomor 6 Tahun 2016 tentang Desa (UU No 6 Tahun 2014), dengan kewenangan lokal skala desa mempunyai kewenangan untuk menetapkan arah pembangunan sesuai dengan potensi sumberdaya dan aspirasi masyarakat (pasal 19 UU No 6 Tahun 2014). Sebagai bentuk tanggung jawab dan komitmen terhadap pengembangan pariwisata, pemerintah desa juga harus mengintegrasikan pariwisata ke dalam rencana pembangunan desa. Untuk itu faktor-faktor yang harus dipertimbangkan adalah identitas dan ciri-ciri khusus destinasi pedesaan, kebijakan dan strategi untuk mendistribusikan manfaat pariwisata kepada masyarakat sehingga menjadikan pariwisata

sebagai salah satu sarana yang efektif untuk pembangunan yang inklusif, tangguh, dan berkelanjutan. Oleh sebab itu, pengelolaan destinasi harus berpedoman pada prinsip-prinsip Pengelolaan Destinasi Berkelanjutan yaitu: pengelolaan berkelanjutan, keberlanjutan sosial dan ekonomi, keberlanjutan budaya dan keberlanjutan lingkungan.

Pengelolaan berkelanjutan, adalah kunci keberhasilan pengelolaan destinasi. Dalam kerangka pengelolaan berkelanjutan di dalamnya mencakup aspek organisasi yang bersifat kolaboratif, dokumen pengelolaan sebagai panduan bagi semua pelaku yang terlibat dalam pengelolaan serta strategi untuk mengurangi tekanan dan dampak lingkungan. Berdasarkan Permen Parekrif Nomor 9 Tahun 2021 tentang Pengelolaan Destinasi Berkelanjutan disebutkan bahwa salah satu yang diamanatkan adalah melakukan pengelolaan berkelanjutan. Kriteria pengelolaan berkelanjutan sebagai berikut.

- a. Adanya struktur organisasi dalam pengelolaan pariwisata, yang dengan kriteria: adanya pengelola pariwisata yang efektif dan keanggotaannya terdiri dari seluruh pelaku pariwisata (sektor publik dan swasta, pengelola mempunyai dokumen strategi dan rencana aksi pengelolaan destinasi);
- b. Keterlibatan pemangku kepentingan dan standar usaha berkelanjutan. Dalam mengelola destinasi wisata, melibatkan pelaku pariwisata (pengelola kawasan wisata, hotel, *homestay*, tour operator, industri kuliner) tanpa diskriminasi dan di dalam operasinya menerapkan standar usaha berkelanjutan;
- c. Melakukan promosi dan informasi destinasi. Pengelola destinasi dan pelaku wisata harus melakukan promosi secara transparan terhadap keunikan dan keindahan daya tarik wisata, kearifan lokal, ketersediaan fasilitas penginapan, restoran, sanitasi (air bersih dan toilet), keamanan, rute perjalanan dan pengalaman wisatawan dalam melakukan kunjungan destinasi. Promosi selain menjadi sarana untuk menarik wisatawan, juga bertujuan untuk memberikan informasi pengalaman bagi pengunjung, dalam hal

pembelajaran budaya dan pelestarian lingkungan (UNWTO, 2020); dan

- d. Pengelola destinasi wisata mempunyai dokumen rencana pengelolaan pengunjung, dokumen mitigasi bencana dan adaptasi perubahan iklim.

2. Membangun Kemitraan

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang keberhasilan dan keberlanjutannya melibatkan banyak pelaku dan mempunyai tujuan yang sama, yaitu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan untuk memperoleh manfaat ekonomi secara adil. Pelaku wisata mempunyai peran yang berbeda dan saling mendukung, dominasi salah satu pelaku tidak menutup kemungkinan akan menimbulkan persaingan dan memicu konflik antar pelaku sehingga berakibat menurunnya kualitas pelayanan dan menurunnya kunjungan. Kerjasama antar pelaku melalui skema kemitraan merupakan prasyarat untuk pengelolaan destinasi. Kemitraan antara pemerintah, pengelola destinasi, swasta, masyarakat harus dimulai sejak awal, mulai tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi, koordinasi kebijakan sebagai kerangka kerja yang disepakati untuk pengembangan destinasi wisata.

Dalam konteks pariwisata di Kawasan Menoreh, disekitar Desa Ngargosari saat ini telah berkembang desa wisata di sekitar Ngargosari dengan daya tarik yang sama yaitu wisata alam, dan rencana pengembangan resort mewah dengan fasilitas *modern*. Saat ini pengelola desa wisata gencar berlomba-lomba melakukan pemasaran dan promosi keunggulan daya tarik, dan pelayanan untuk menarik wisatawan. Tidak menutup kemungkinan dalam jangka pendek fenomena tersebut dapat memicu konflik antar pengelola desa wisata. Dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014, tentang Desa (UU 6 Tahun 2016) pasal 91 disebutkan bahwa desa dapat mengadakan kerjasama dengan desa lain dan kerjasama dengan pihak ketiga. Kerjasama meliputi pengembangan usaha bersama desa untuk mencapai nilai daya saing, kegiatan kemasyarakatan

yang berkaitan dengan pelayanan, pembangunan, pemberdayaan antar desa, dan bidang keamanan. Kerjasama dengan pihak ketiga, dilakukan untuk mempercepat penyelenggaraan pemerintahan, juga pelaksanaan pembangunan dan pemberdayaan masyarakat (pasal 93 UU No 6 Tahun 2014).

Mengacu pada UU Desa, pemerintah desa mempunyai peran penting untuk memfasilitasi para pengelola desa wisata menyiapkan platform bersama sebagai rencana terpadu untuk meningkatkan daya saing setiap desa tanpa menimbulkan rivalitas dan konflik kepentingan. Lingkup kerjasama dapat melalui pembentukan BUMDES Bersama (BUMDESMA) sebagai lembaga pemasaran dan promosi, penyedia bahan baku, penginapan *homestay* dan restoran, program, pembangunan peningkatan infrastruktur antar destinasi (jalan, rambu, terminal, area parkir, telokomunikasi), transportasi antar atraksi, pemandu wisata ruang/kios promosi. Kunci keberhasilan kemitraan sangat ditentukan apabila para pihak mempunyai komitmen untuk merumuskan kerangka kerja bersama untuk mencapai tujuan dan sasaran yaitu meningkatkan daya saing setiap desa tanpa menimbulkan konflik dan persaingan usaha.

3. Revitalisasi Badan Usaha Milik Desa (BUMDES)

Sebagai desa wisata, Ngargosari yang berada dalam Tahap Keterlibatan (*involvement stage*), partisipasi masyarakat dan pelaku usaha produk wisata cukup tinggi. Di satu sisi para pelaku mengalami kendala meningkatkan jenis dan jumlah produksi dan sarana dan prasarana wisata untuk memberikan pelayanan, kenyamanan, kebutuhan pengunjung. Beberapa kendala yang dihadapi para pelaku di tingkat desa diantaranya adalah modal usaha, peningkatan kualitas produk (makanan dan minuman, penginapan, cinderamata), pemasaran dan promosi. Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan di tingkat lapangan, pada saat ini di Desa Wisata Ngargosari telah terbentuk BUMDES yang dilengkapi dengan pengelolaan dan bangunan modern, terletak di jalur utama desa. Sementara ini kegiatan masih terbatas pada usaha penyediaan barang pabrikan

memenuhi kebutuhan harian masyarakat, dan penampungan beberapa jenis makanan lokal hasil produksi kelompok industri yang bergabung dalam kelompok usaha.

Untuk mendorong percepatan pembangunan Desa Wisata “Widosari” Ngargosari, Pemerintah Desa dan Pengelola Wisata harus segera menempatkan BUMDES sebagai salah satu mata rantai industri pariwisata. Berdasarkan Permendea No 4 Tahun 2015, bidang usaha yang dapat dikembangkan adalah usaha penyewaan (*renting*): ruang/gedung pertemuan, area perkemahan (*camping ground*), (*brokering*), transaksi keuangan (penarikan keuangan, penjualan tiket), pemandu wisata, penjualan produk (makanan, minuman, cinderamata), bisnis yang memproduksi dan/atau berdagang (*trading*) barang-barang tertentu (bahan baku produksi, sarana dan peralatan pertanian, kebutuhan wisatawan Keuangan, Perbankan (*financial business*): kredit usaha, pinjaman lunak kredit usaha, dana bergulir, usaha bersama (*holding*), yaitu sebagai induk dari unit-unit usaha yang dikembangkan masyarakat desa: terminal, transportasi, promosi dan pemasaran, pemandu wisata, peralatan olahraga minat khusus (tenda, kompor, penerangan, sepeda).

Sebagai mata rantai pariwisata, usaha BUMDES tidak bersaing dan mematikan usaha yang dikembangkan oleh masyarakat, usaha yang dikembangkan merupakan kegiatan yang tidak mampu dilakukan oleh masyarakat, atau bagian untuk mengembangkan usaha masyarakat melalui penyediaan bahan baku, peningkatan kualitas produk, dan memperluas pemasaran. Melalui pemasaran dan promosi digital, selain dapat meningkatkan produksi, kenyamanan pengunjung, BUMDES juga merupakan bagian dari pemberdayaan masyarakat, menumbuhkan inovasi produk wisata, meningkatkan pelaku usaha lokal mengakses pasar lebih luas.

4. Mengembangkan Destinasi Geowisata

Penetapan Kawasan Widosari sebagai Geoheritage (Warisan Geologi) tahun 2021 mempunyai konsekuensi hukum, lingkungan, dan sosial ekonomi terhadap pengembangan pariwisata Desa Ngargosari. Dari sisi hukum, berdasarkan Peraturan Presiden no 9 Tahun 2019 tentang tentang Pengembangan Taman Bumi (Geopark) (perpres 9 Tahun 2019), disebutkan bahwa bagi pengembangan suatu kawasan ditetapkan sebagai Geoheritage selanjutnya dilakukan pengembangan sebagai (Geopark) Taman Bumi dikelola untuk keperluan konservasi, edukasi, dan pembangunan perekonomian masyarakat secara berkelanjutan. Pengembangan Geopark utamanya dilakukan melalui pengembangan destinasi pariwisata sedangkan pengelola geopark, apabila kawasan berada dalam satu wilayah kabupaten ditetapkan oleh Bupati/walikota, apabila kawasan geopark yang berada lebih dari satu wilayah kabupaten/ lintas kabupaten pengelola Geopark ditetapkan oleh Gubernur.

Sebagai implementasi pengembangan Geopark, Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif (2018) telah merumuskan konsep pengembangan destinasi wisata berbasis kebumian atau Geowisata yaitu pengembangan wisata yang didalamnya unsur mengangkat keanekaragaman bentukan hasil dinamika bumi, dengan morfologi khas dan menarik sehingga merupakan aset yang berharga sebagai daya tarik wisata serta berguna bagi pendidikan dan kelestarian lingkungan. Melalui pendekatan tersebut destinasi wisata mempunyai daya saing yang berbeda. Atraksi wisata karena tidak tergantung dari pesona atraksi wisata yang bersifat fisik (bentang alam, bangunan alam) semata tetapi didalamnya mencakup produk wisata dalam bentuk keilmuan yang terkait dengan proses pembentukan geologi, *geo history*, dasar pengetahuan geologi, dan faktor pendukung geowisata lainnya. Keragaman sumberdaya kebumian menjadikan setiap kawasan dalam destinasi wisata mempunyai daya tarik yang berbeda sesuai dengan peristiwa dan proses geologi yang terjadi dalam satu wilayah destinasi. Keragaman atraksi tersebut apabila dikelola secara profesional akan berdampak terhadap peningkatan

jumlah wisata dengan latar belakang yang berbeda (wisatawan biasa, ilmuwan dan akademisi, penggiat wisata minat khusus), peningkatan ekonomi masyarakat dan juga sebagai bagian promosi pelestarian lingkungan. Berdasarkan uraian di atas maka salah satu alternatif strategi pengembangan wisata Desa Ngargosari sebagai Destinasi Geowisata. Menjadi daerah tujuan wisata berbasis kebumian menjadikan Desa Wisata “Widosari” mempunyai daya saing dan keunggulan berbasis desa dibandingkan dengan desa-desa wisata di Kawasan Menoreh.

5. Promosi Digital

Keberhasilan industri pariwisata ditentukan apabila destinasi wisata mempunyai keunggulan daya saing produk wisata dan mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan. Keunggulan daerah tujuan wisata tidak hanya ditentukan oleh keindahan dan keunikan atraksi wisata, tetapi juga harus dapat diakses dengan mudah, dan tersedia fasilitas pendukung untuk memberikan pelayanan dan kenyamanan. Dalam arti lain, keunggulan destinasi wisata akan terwujud apabila para pelaku wisata (Pemerintah, pengelola, swasta dan masyarakat) dituntut bekerjasama untuk mengembangkan produk wisata (atraksi, amenities, dan aksesibilitas) yang berkualitas dan sehingga menarik minat masyarakat untuk melakukan kunjungan.

Dalam pengelolaan destinasi berkelanjutan, promosi adalah satu syarat yang harus dilakukan oleh pengelola destinasi wisata. Tujuan promosi adalah untuk memberikan informasi yang akurat kepada pengunjung tentang kondisi produk, jasa wisata, praktek-praktek kearifan lokal sebagai aktivitas pelestarian. Dari hasil pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya menunjukkan, promosi wisata Desa Ngargosari masih terbatas (baik dari sisi materi, narasi) dan belum memanfaatkan teknologi digital sebagai saluran promosi. Untuk mendorong percepatan perkembangan Desa Wisata “Widosari” Ngargosari dari Tahap Keterlibatan menuju Tahap Pembangunan Pengelola Desa Wisata harus melakukan promosi secara bertahap

dan melibatkan seluruh pelaku wisata sebagai berikut. Menetapkan web administrator (pengelola *website*) kompeten dan mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut. Pertama, memelihara situs dan memahami system operasi yang digunakan server dan dapat mengatasi masalah gangguan operasi. Kedua, membangun media pemasaran promosi secara *online* dengan menggunakan teknologi digital dengan format yang mudah diakses, diperbarui secara berkala dengan memanfaatkan platform *Website*, Media sosial (Facebook, Instagram, Twitter) yang mempunyai jangkauan luas. Pemasaran secara *offline* dapat dilakukan melalui kerjasama dengan mitra (Biro perjalanan, penyewaan kendaraan, pemandu) dan membangun kios promosi di tempat-tempat strategis untuk memudahkan pelayanan kepada pengunjung mendapatkan informasi dan produk wisata secara langsung dengan mudah dan cepat. Ketiga, pengelola bersama dengan pelaku wisata menetapkan jenis produk destinasi yang akan dijadikan bahan promosi yaitu: atraksi wisata alam berbasis kebumiharian terkait dengan keindahan, keunikan, proses pembentukan, upaya pelestarian; ragam makanan lokal: Bahan alami yang digunakan dan proses pembuatan; rute perjalanan untuk mencapai destinasi dan antar destinasi sekitar; fasilitas akomodasi ketersediaan lembaga keuangan; adat istiadat masyarakat lokal dan aktivitas kehidupan untuk menjaga kelestarian dan keberlanjutan lingkungan, kepuasan dan pengalaman wisatawan (testimoni) selama melakukan kunjungan.

6. Bahan promosi dan informasi untuk pengunjung tentang destinasi yang akurat dalam hal produk, jasa, dan klaim keberlanjutan. Pesan-pesan pemasaran dan komunikasi lainnya mencerminkan nilai dan pendekatan destinasi terhadap keberlanjutan dan memperlakukan masyarakat, dan aset alam dan budaya setempat dengan hormat.

4

KESIMPULAN DAN SARAN

Walaupun secara definitif Desa Ngargosari baru ditetapkan sebagai Desa Wisata pada tahun 2021 tetapi sudah berada pada Tahap Keterlibatan (*Involvement*) menuju Tahap Pembangunan (*Development Stage*), mempunyai produk pariwisata yang beragam dan kedudukan strategis dalam konteks pariwisata Kabupaten Kulon Progo dan Kawasan Menoreh. Tetapi juga dihadapkan dengan beberapa tantangan pengembangan untuk menjadikan Desa Wisata “Widosari” Ngargosari sebagai destinasi yang berdaya saing dan berkelanjutan. Pertama, mengantisipasi konflik kepentingan antar pelaku di dalam destinasi dan pelaku wisata desa-desa wisata sekitar, dan kecenderungan dominasi ekonomi oleh pihak luar. Kedua, mengembangkan kawasan wisata utama sebagai geowisata. Ketiga, revitalisasi BUMDES sebagai salah satu pilar pariwisata. Keempat, menjalin kemitraan antar pelaku di dalam destinasi dan di luar destinasi. Kelima, melakukan pemasaran dan produk pariwisata menggunakan teknologi digital. Oleh sebab itu, kunci keberhasilannya ditentukan oleh kemauan dan komitmen para pihak mengimplementasikan prinsip-prinsip Pengelolaan Destinasi Berkelanjutan sebagai bagian tak terpisahkan untuk mencapai tujuan Pembangunan Berkelanjutan.

Sebagai bahan pertimbangan pengembangan Desa Wisata “Widosari” Ngargosari, studi ini menyarankan beberapa point penting sebagai berikut.

1. Pemerintah Kabupaten Kulon Progo

- a. Merevisi Rencana Induk Pengembangan Pariwisata daerah (RIP-PARDA) dengan mempertimbangkan status Kawasan Widosari di Desa Ngargosari yang telah ditetapkan sebagai Geoheritage dan rencana pembangunan Borobudur Highland sebagai destinasi baru di Kawasan Menoreh; dan
- b. Fasilitasi peningkatan kapasitas pengelola desa wisata dan penggiat desa wisata agar mampu mempunyai pengetahuan dan ketrampilan melakukan pemanfaatan teknologi digital sebagai media promosi dan pemasaran destinasi wisata.

2. Pemerintah Kelurahan Ngargosari

- a. Mengarusutamakan pariwisata sebagai pilar pembangunan. Sebagai bentuk komitmen dan tanggung jawab, rencana program, kegiatan dan anggaran pembangunan pariwisata harus termuat dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM-DES), Rencana Kerja Tahunan (RKT), dan Rencana Anggaran Pembangunan Desa (APBDES);
- b. Fasilitasi kemitraan pengelola desa Wisata Ngargosari dengan pengelola wisata desa di Kawasan Menoreh untuk menyusun promosi dan pemasaran dengan destinasi wisata melalui skema kerjasama antar desa;
- c. Menafaatkan website kelurahan secara optimal untuk promosi dan pemasaran desa wisata.

3. Pengelola Desa Wisata “Widosari” Ngargosari

- a. Menetapkan pengelola media promosi digital (Web administrator);
- b. Menyusun strategi pemasaran dan promosi digital destinasi wisata (jenis produk wisata, bentuk, narasi, media promosi);
- c. Segera menyusun masterplan strategi mewujudkan pembangunan pariwisata berkelanjutan, dokumen pengelolaan dampak pengunjung, dokumen sebagai pedoman bagi berbagai pihak

- untuk menerapkan prinsip dasar pengelolaan destinasi berkelanjutan; dan
- d. Pengelola Desa Wisata segera melakukan konsultasi dengan para pihak (Dinas Pariwisata, Dinas Energi, Sumberdaya Mineral dan Gas) untuk pertimbangan penyusunan Detail Desain Pengembangan Kawasan Widosari sebagai destinasi Geowisata.
4. Meningkatkan peran BUMDES untuk pemasaran produk wisata (atraksi wisata, kuliner, kerajinan)

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. 2018. Hasil Pendataan Potensi Desa (Podes) 2018. Berita Resmi No. 99/12/Th. XI, 10 Desember 2018.
- Djoko P. Wibowo, Mujianto. 2020. Daya Tarik Wisata Untuk Basis Pengembangan Desa Balerante Sebagai Destinasi Ekowisata. Penerbit PT. Sulaksana Watinsa Indonesia. ISBN 978-602-6754-85-1. Jakarta.
- Hidayah, N. 2019. Pemasaran Destinasi Pariwisata. Penerbit Alfabeta. Bandung
- Kotler Philip. 2003. Manajemen Pemasaran (Marketing Management). Edisi Kesebelas Jilid I. Jakarta: PT. INDEKS Kelompok Gramedia. Kotler dan Keller.
- Morrison. Alastair M. 2002. Hospitality and Travel Marketing. Third Edition. Australia: Delmar Thompson Learning.
- Nguyen, Quang Hai. 2021. Impact of Investment in Tourism Infrastructure Development on Attracting International Visitors: A Nonlinear Panel ARDL Approach Using Vietnam's Data. *Economies* 9: 131. <https://doi.org/10.3390/economies9030131>.
- Pitana I Gde dan Diarta I ketut Surya. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sri Astuti, Luh. 2015. Persepsi Pengelola Vila Di Kecamatan Kuta Utara Terhadap Penggunaan Online Travel Agents Sebagai Media Promosi dan Penjualan. (tesis). Denpasar: Universitas Udayana.
- Sunaryo, Bambang. 2013. Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Yogyakarta: Gava Media
- Supranto, J. 2004. Statistik Pasar Modal Keuangan dan Perbankan. Jakarta: Rieka Cipta.

- Teodorov, Alexandru & Muresan, Manuela & Dinu, Diana & Dinu, Alexandra. (2020). Digital marketing on destination sustainability Study case: Romanian Ecotourism. Proceedings of the International Conference on Business Excellence. 14. 859-867. 10.2478/picbe-2020-0082. https://www.researchgate.net/publication/343714736_Digital_marketing_on_destination_sustainability_Study_case_Romanian_Ecotourism/citation/download
- UNWTO, 2020. Tourism and Rural Development. New Release. Madrid, 29 September 2020. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/220-09/200929-wtd-en.pdf>
- World Bank. 2017 Sustainable Economic Growth. Tourism's broad-reaching economic benefits <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/28388/119954-WP-PUBLIC-SustainableTourismDevelopment.pdf>
- World Tourism Organization (2018), Tourism for Development – Volume I: Key Areas for

*Intellectual Wisdom
for Smart Policies*



www.kemendes.go.id 
pusbangjak@gmail.com 
[@pusbangjak_kemendes](https://www.instagram.com/pusbangjak_kemendes) 
[@Pusbangjak](https://twitter.com/Pusbangjak) 
[PUSBANGJAK.KDPDTT](https://www.facebook.com/PUSBANGJAK.KDPDTT) 

Kementerian Desa PDTT 
Gedung A Lt.1 Sayap Selatan
Jl. TMP Kalibata No.17
Pancoran, Jakarta Selatan

