

PENGUATAN KELEMBAGAAN SOSIAL, MANAJEMEN ORGANISASI DAN *E-MARKETING* UNTUK MENDORONG PERKEMBANGAN KELOMPOK DESA WISATA DI KELURAHAN TEGALTIRTO

Endang Susilowati (*susilawati1945@yahoo.co.id*)

Fakultas Isipol Universitas Proklamasi 45

M. Agung Nugroho (*m.agung@amikom.ac.id*)

STIMIK AKAKOM

ABSTRACT. *In addition to being an additional new tourist destinations, Desa Wisata in DIY turns out to function as well as one of conservation and community empowerment strategies for environment and culture. Through the development of community Desa Wisata has a new source of income while preserving they environment and culture. In that context, the development of Desa Wisata has a very strategic position. In terms of potential , DIY has many villages are ready to develop into Desa Wisata because they have material that can be packed into tourist attractions and also supported by the strong desire of the community to develop itself into a Desa Wisata. But however potential alone is not enough , because it must be driven by a reliable institutional managers to promote Desa Wisata on market . This problem is also faced by the Desa Wisata Tegaltirto Kec. Berbah Kabupaten Sleman. This community service activities aimed to encouraging institutional strengthening Desa Wisata and e - marketing capabilities of the managers and developer. Training and mentoring activities carried out in Dusun Karangwetan with 20 participants (5 groups) . Training held for two full days , and will be assisting the manager and developer of this institution . Marketing tools in the form of 2 units complete with modem netbook is expected to accelerate e - marketing capabilities of this group.*

Keywords : Institutional , Desa Wisata , e – marketing

I. PENDAHULUAN

Sebagai sebuah daerah otonom, DIY memiliki keterbatasan Sumber Daya Alam. Tanahnya yang sebagian besar tandus, terutama di kawasan Kabupaten Gunungkidul dan Kulonprogo tidak banyak memberi pengharapan bagi kehidupan warganya. Di kawasan Kabupaten Sleman yang relative bertanah subur dengan potensi agro wisata yang tinggi memiliki tingkat kerawanan bencana yang tinggi. Selain pertanian yang cukup baik di kawasan Kabupaten Bantul dan Sleman praktis DIY tidak memiliki sumber pendapatan daerah yang lain. Namun demikian

DIY/Yogyakarta dikenal luas sebagai kota budaya dan kota pelajar; sehingga dari sektor inilah kemudian muncul kegiatan bisnis dan pariwisata sebagai sektor andalan penggerak perekonomian DIY.

Akibat keterbatasan ini, maka Pemerintah Daerah dan Masyarakat DIY dituntut untuk berfikir kreatif, agar keterbatasan itu dapat diatasi dengan mengoptimalkan potensi yang ada. Atas dasar pertimbangan itu, maka DIY yang pada tahun 2012 di canangkan sebagai Daerah Istimewa, mencanangkan Tiga Pilar Utama pembangunan. Ketiga pilar itu adalah Kebudayaan, Pendidikan dan Pariwisata. Pilihan itu sangat tepat sebab DIY memang dikenal kuat dalam aspek pendidikan, kebudayaan dan pariwisata. Keraton sebagai pusat kebudayaan telah melahirkan benda-benda peninggalan budaya, adatistiadat, seni dan cara berfikir yang dapat menjadi magnet pariwisata. Label kota pendidikan juga member berkah bagi perekonomian Yogyakarta. Selain pendidikan mempersubur “bisnis” pendidikan, Ia juga mendorong munculnya peluang bisnis yang *lingkage* dengan pendidikan, seperti wisatakuliner, dan bisnis jasa.

Akhirnya potensi kebudayaan dan pendidikan juga mendorong pariwisata DIY. Bahkan DIY–Yogyakarta telah menjadi Daerah Tujuan Wisata utama setelah Bali dan Jakarta. Namun di sector pariwisata, tantangan utama DIY saat ini ada dua; *pertama* bagaimana agar pariwisata memakmurkan masyarakat, dan yang *kedua* kenyataan semakin terbatasnya potensi obyek wisata konvensional. Dibandingkan Bali, yang setiap tahun dapat membuka destinasi wisata baru, DIY amat ketinggalan karena keterbatasan wilayah dan potensi yang telah habis digarap.

Oleh karena itu pariwisata DIY dituntut kreatif mengembangkan jenis Wisata non konvensional; yakni obyek-obyek wisata Minat Khusus yang berbasiskan kebudayaan dan potensi masyarakat DIY. Potensi ini dipercaya semakin menguat, karena *demand* wisata-wisata non konvensional juga semakin tinggi. Wisata pendidikan, minawisata, agrowisata dan eko-wisata Desa Wisata adalah obyek-obyek wisata yang potensial dikembangkan. Melalui wisata ini, pengunjung akan mendapatkan “pengalaman” yang tidak didapatkan dalam wisata konvensional, misalnya proses mengerjakan batik, menikmati ritual kebudayaan masyarakat setempat, cara bertani, mengelola sawah dan lain-lain.

Salah satu Desa yang memiliki potensi itu adalah Desa Tegaltirto, Kab Sleman. Desa ini secara teoritik memiliki potensi yang amat beragam, seperti kelompok-kelompok seni tradisi, kultur bertani, budaya desa dan alam yang masih asri menjadi potensi yang perlu di kembangkan.

Namun Masyarakat Tegaltirto juga cukup partisipatif, namun masih terkendala penetrasi pasar dan manajemen pengelolaan. Mereka misalnya belum memiliki lembaga pengelola yang kuat, belum mampu merumuskan langkah strategis dan yang paling bermasalah adalah soal marketing (penetrasi pasar wisata). Dalam konteks seperti itulah maka kegiatan pengabdian masyarakat ini di desain agar Perguruan Tinggi mampu berperan memecah kebuntuan yang dialami.

II. POTENSI, PELUANG USAHA DAN PERMASALAHAN YANG DIHADAPI

Desa Tegal tirto sesungguhnya telah lama merintis potensi desanya untuk dikembangkan menjadi Desa Wisata dengan potensi Perikanan, Pertanian dan Jelajah wisata. Dari sana terbentuk dua kelompok kerja yang terdiri dari Dusun Wisata Karang Wetan dan Minawisata. Kedua kelompok ini telah mendapatkan bantuan dan pembinaan dari Pemerintah Kabupaten. Di Karang Wetan bahkan sudah berdiri sebuah Pendopo, yang dapat dimanfaatkan untuk merintis pengembangan Dusun Wisata. Di Blendongan juga telah dikerjakan Program PNPM Pariwisata dengan nilai proyek Rp. 250 Juta rupiah.

Berdasarkan observasi awal, dan wawancara dengan beberapa tokoh kunci, termasuk diantaranya dengan Lurah Desa Tegaltirto terungkap beberapa potensi, peluang dan permasalahan yang dihadapi. Secara sederhana, potensi, peluang dan permasalahan dalam pengembangan dua kelompok wisata itu adalah:

1. Aspek Produksi

Desa Wisata adalah jenis wisata minat khusus yang membutuhkan partisipasi warga masyarakatnya. Sebab keberadaan masyarakat dalam kelompok desa wisata berposisi sebagai subyek sekaligus obyek kegiatan wisata. Sehingga tanpa partisipasi masyarakat mustahil konsep Desa Wisata dapat dikembangkan. Oleh karena itu kelembagaan kelompok Desa Wisata menjadu isu yang amat penting dalam pengembangannya.

Modal Utama disini adalah bagaimana memanfaatkan semua potensi yang ada dan berkembang di masyarakat menjadi paket wisata yang menarik. Dari hasil observasi lapangan diketahui bahwa karakter masyarakat Desa Tegaltirto adalah:

a. Masyarakatnya cerdas dan partisipatif.

Tingkat pendidikan masyarakat desa Tegaltirto cukup baik, rata-rata telah tamat SLTA, partisipasinya dalam berbagai program pemerintah juga amat tinggi. Masyarakat juga sudah terorganisir ke dalam kelompok-kelompok tani, peternak, kelompok keagamaan dan kelompok sosial. Ini menjadi modal penting bagi pengembangan masyarakat.

b. Masyarakat cukup reaktif dalam menerima perubahan

c. Tegaltirto sudah melakukan upaya rintisan untuk mengembangkan diri menjadi kelompok desa wisata.

Selain potensi kelembagaan yang sudah diidentifikasi diatas, maka peluang pengembangan desa wisata juga amat besar. Beberapa potensi itu diantaranya adalah:

a. Wisata Konvensional di Yogyakarta sudah mapan sehingga memberi peluang Desa Wisata untuk menerobos pasar wisatawan.

b. Pasar Wisata Minat Khusus semakin membesar seiring semakin jenuhnya wisatawan dalam menikmati obyek wisata konvensional.

c. Lokasi Desa Tegaltirto yang aksesible (mudah dijangkau). Desa yang hanya berjarak 3 Km dari jalur utama Yogyakarta – Solo ini amat mudah diakses dari berbagai jalur (lihat peta lokasi)

Namun demikian, dalam aspek kelembagaan, masih juga ada kendala yang dihadapi untuk berkembang secara pesat sebagai Desa Wisata; kendala itu diantaranya belum mantapnya kelembagaan pengelola di kedua kelompok ini. Struktur Organisasi sederhana yang pernah dirumuskan masih belum menjadi acuan dan rujukan kegiatan wisata.

2. Aspek Manajemen & Marketing

Dua persoalan besar dalam pengembangan desa wisata ini adalah berkaitan dengan Organisasi/Manajemen dan Marketing. Organisasi dan manajemen amat penting untuk ditangani, karena melalui manajemen

pengembangan desa wisata dapat diwujudkan dan dikembangkan. Organisasi harus terbentuk, tugas dan fungsi masing-masing harus bekerja dan manajemen harus berjalan fungsional.

Hal lain adalah marketing, aspek ini amat penting dalam dunia bisnis pada umumnya, juga teramat penting untuk pengembangan Desa Wisata. Sebab dengan strategi marketing yang bagus maka arus wisatawan akan datang, dan itu akan memicu perekonomian masyarakat setempat. Marketing yang cocok dengan konsep Desa Wisata adalah marketing melalui dunia maya (internet). Namun marketing jenis ini memang membutuhkan ketrampilan dalam menguasai teknologi informasi.

III. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Merespon beberapa persoalan di atas maka dilaksanakan beberapa strategi yang dirasa dapat mendorong terwujudnya Desa Wisata di Desa Tegaltirto. Strategi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan tersebut meliputi hal-hal berikut ini.

TABEL 1
PROGRAM YANG DITAWARKAN

No	Prioritas Permasalahan	Kegiatan	Narasumber	Metode yang Digunakan
1	Aspek Produksi: Penguatan Kelembagaan	<input type="checkbox"/> Ceramah Narasumber tentang Peluang Pengembangan Desa Wisata <input type="checkbox"/> identifikasi Kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang dihadapi <input type="checkbox"/> mengemas potensi dan kekuatan menjadi paket wisata	<input type="checkbox"/> Pakar kelembagaan <input type="checkbox"/> Dinas Pariwisata <input type="checkbox"/> Pelaku Wisata (suces story)	Pelatihan dan Pendampingan

2	Manajemen: Penguatan Organisasi dan Manajemen Kelompok	<input type="checkbox"/> Ceramah Organisasi <input type="checkbox"/> ceramah manajemen <input type="checkbox"/> menyusun ulang struktur organisasi <input type="checkbox"/> mendorong penetapan pengurus baru	<input type="checkbox"/> Pakar manajemen Desa Wisata <input type="checkbox"/> Dinas Pariwisata	Pelatihan dan Pendampingan
	Penguasaan IT untuk kebutuhan Marketing	<input type="checkbox"/> workshop pengelolaan web <input type="checkbox"/> workshop pengelolaan konten <input type="checkbox"/> memperkuat akses ke dunia maya	<input type="checkbox"/> Pakar IT	Pelatihan Pendampingan

1. Prosedur Kerja

a. Survey awal lapangan

Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui profil mitra secara geografis, demografi, perizinan, kelembagaan, ekonomi, peluang/potensi pasar, ketersediaan bahan baku, sumber daya, *stakeholder* potensial dan lain sebagainya.

b. Identifikasi potensi dan peluang mitra

Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui potensi dan peluang usaha mitra baik internal maupun eksternal .

c. Analisis Kebutuhan

Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui kebutuhan apa saja yang diperlukan oleh mitra, kompetensi mitra, variasi produk dan potensi wilayah serta sumber daya alam yang dapat menunjang mitra untuk berwirausaha. Dalam kegiatan ini analisis kebutuhan menggunakan teknik SWOT.

e. Pelaksanaan Workshop

Workshop akan dilaksanakan dengan cara ceramah, diskusi, pendampingan dan praktik komputer (untuk penyusunan web dan pengelolaan konten)

f. Evaluasi

Evaluasi terhadap setiap langkah kerja dilakukan untuk mendeteksi secara dini

kegagalan pada setiap proses untuk dapat segera dilakukan tindakan korektif.

g. Penyusunan Laporan & Publikasi.

IV. PELAKSANAAN & HASIL PENGABDIAN

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam beberapa tahap:

1. Persiapan Pengabdian Masyarakat

- ✓ Penetapan Lokasi Kegiatan.

Sesuai dengan rencana kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, ada dua lokasi pengabdian yang dapat di pilih. Yang pertama adalah Dusun Karangwetan dan yang keua Dusun Sompilan (Mina hias).

- ✓ Penentuan Jadwal dan Materi kegiatan.

Sesuai dengan tema pengabdian, yaitu penguatan kelembagaan dan marketing kelompok desa wisata Kelurahan Tegaltirto, maka materi pelatihan berfokus pada penguatan kelembagaan dan pemanfaatan teknologi informasi untuk keperluan marketing.

- ✓ Peserta Pelatihan.



Gambar 6.1.

PESERTA PELATIHAN SUDAH SIAP

Semula pelatihan akan difokuskan kepada dua kelompok desa wisata di Kel. Tegaltirto dengan jumlah peserta 2 x 5 orang (10 orang)

2. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanan selama dua hari, yakni hari kamis dan jumat (4-5) september 2014. Penentuan tanggal ini ditetapkan setelah berkonsultasi dengan Kepala Desa dan para calon peserta. Pelatihan dilaksanakan di Pendopo kediaman Bp. Hery Maryanta, seorang tokoh maysarakat Dusun

Karangwetan Desa Tegaltirto

3. Pelaksanaan Pelatihan Hari I, Kamis 4 September 2014.

Pada hari pertama ini, acara dibagi kedalam dua segemen. Segmen pertama adalah Upacara Pembukaan dan Penyerahan Marketing-tools, dan Segmen ke II Hari pertama berisi Penyampaian Materi dari 4 Narasumber. Pelatihan dimulai tepat pukul 08:00, dimana peserta diminta mendaftar ulang sekaligus diberikan jadwal kegiatan, ATK dan materi pelatihan.



Pembukaan diisi pengantar dari Ketua Pengabdian (Dra. Endang Susilowati, SU), Ketua LPPM, dan Lurah Desa Tegaltirto. Pembukaan diakhiri dengan penyerahan marketing tools, berupa dua buah netbook (Acer) lengkap dengan modem dan langganan internet selama satu bulan.

Segmen Kedua Diisi oleh Dinas Pariwisata Kab. Sleman dengan materi “Prospek dan Peluang Pengembangan Desa Wisata”, Pengelola Desa Wisata Brayut “Praktek Baik Pengelolaan Desa Wisata” , Strategi Marketing Desa Wisata (Batas Edutainment), dan Pengembangan Kelembagaan Desa Wisata (Teguh Budi Prasetya)

✓ **Pelaksanaan pelatihan Hari ke II, Jumat 5 September 2014**

Fokus Pelatihan hari ke II adalah pemanfaatan Teknologi Informasi dalam pengelolaan dan pemasaran desa wisata.

Pada sesi I dan II diadakan pelatihan bagaimana mengelola *micro blogging* seperti *twitter*, *face book*, maupun blog besar. Dengan menguasai pengelolaan web ini, maka peserta dapat mengelola konten marketingnya dengan cepat dan menarik.



Sesi III diajarkan bagaimana memanfaatkan media sosial yang populer dimasyarakat untuk digunakan sebagai media marketing.

Pelatihan pada sesi III hari ke dua merupakan materi pelatihan terakhir yang diberikan dalam rangkaian peatihan ini.

✓ **Bantuan Marketing tools.**

Untuk mempraktekkan apa yang telah dipelajari, maka diberikan bantuan marketing toos berupa 2 unit netbook merk Acer lengkkap dengan modem untuk terkoneksi dengan internet serta langganan sambungan internet selama satu bulan.

V. EVALUASI DAN TINDAK LANJUT

Keberhasilan yang dicapai.

Tidak mudah untuk mengukur keberhasilan yang dapat diraih dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, karena sesuai dengan judulnya, kegiatan ini bukan kegiatan yang menghasilkan produk terukur, namun lebih berupa penguatan kapasitas masyarakat Desa Wisata, agar mampu merealisasi dan mengelola kegiatan Desa Wisata.

Agar lebih mudah menilai keberhasilan ini, akan dielaborasi sejumlah indikator capaian dalam tabel berikut ini :

TABEL 2
CAPAIAN KEGIATAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT

Indikator Capaian & Kondisi Sebelum Pelatihan	Kondisi Pasca Pelatihan
Aspek Kognisi	
Pemahaman Atas Konsep Desa Wisata Cenderung menyamakan Desa Wisata dengan Obyek Wisata, sehingga selalu merasa tidak siap karena merasa kurang memiliki infrastruktur wisata, dan ketergantungan terhadap Pemerintah tinggi	Memahami Konsep Desa Wisata yang tepat, yaitu kegiatan wisata berbasis masyarakat. Semua hal yang dimiliki bisa dikemas menjadi kegiatan wisata yang menarik. Kemasan, interpretasi persepsi menjadi kunci
Referensi Pengalaman Minim, dan cenderung keliru/rancu dengan pariwisata konvensional	Penngalaman lebih terstruktur sehingga memberi persepsi yang tepat sebagai referensi untuk bertindak.
Aspek Afeksi	
Motivasi Mewujudkan Desa Wisata Potensi dan keinginan tinggi, namun merasa kurang percaya diri, kurang berpengalaman, dan tidak ada contoh	Semangat menyala, terutama setelah berdiskusi dengan Pelaku Desa Wisata Brayut dan EO Edutour.
Penegasan Nama Desa Wisata Penegasan Nama Belum Tegas	Ditegaskan Nama Desa Wisata Bumi Jelita (Budaya, mina dan jelajah wisata) sebagai Trade Mark Desa Wisata Tegaltirto
Aspek Evaluasi	
Perumusan Langkah Awal Belum ada Rencana Langkah	Sudah didiskusikan Desa Wisata harus segera dimulai dengan kegiatan yang sudah siap terlebih dahulu Teridentifikasi kegiatan yang sudah siap dilaksanakan
Kerjasama dengan Pihak Lain Belum ada	Sudah terjalin, dengan Pengelola Desa Wisata Brayut yang menjadi narasumber, Dengan Kabid Pengembangan Obyek Wisata yang siap menjadi Mentor dan asistensi
Pengelola Desa Wisata Cenderung dimotori oleh Pemerintah Desa,	Disepakati akan dibentuk Tim Pengelola (5 orang) sebagai Pengelola, dan Dukuh Se Tegaltirto sebagai Steering Comitee
Marketing Melalui Media Internet Belum dilakukan	Dirintis Pendirian Blog / Akun Tweeter sebagai media Promosi Desa Wisata Bumi Jelita
Sarana Promosi/Akses Pasar Belum tersedia	Memiliki 2 set/unit promosi berupa 2 laptop lengkap dengan modemnya

Beberapa Kegagalan.

Beberapa hal yang dapat dianggap kegagalan adalah:

- a. Penguatan kelembagaan belum sampai pada tahap pembentukan struktur formal pengelola Desa Wisata Bumijelita
- b. Operator TIK/e-marketing belum berhasil dididik menjadi pengelola web yang efektif.
- c. Content marketing belum bisa disusun karena belum ada kesepakatan diantara warga, tentang materi-materi apa saja yang akan dikemas menjadi paket wisata yang hendak dijual

DAFTAR PUSTAKA

Adiyanti;MiraRachmi.,2005

Arahan Bentuk, Kegiatan dan Kelembagaan Kerjasama pada Pengelolaan Sarana dan Prasarana Pantai Parangtritis, (Thesis)., Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fak. Teknik Universita Diponegoro, Semarang 2005

Carisson;Lars.,1995 *Policy Making, Collective Action, and The Governability of Society.*; Paper dipresentasikan dalam The Mini Conference on Political Order and Development

Henry,N.1995. *Public Administration and Public Affairs*. Sixth Edition. Englewood Cliffs, N.J.:Prentice-Hall.

Gautama, IGA Gede Oka Gautama, Nyoman Sunarta; 2012., *Evaluasi Perkembangan Wisata Bahari, Studikusus Pantai Sanur*; Jurnal Ilmiah Pariwisata; Vol 2 no 1, hal 109-122 september 2012

Olson, Mancur., 1971., The Logic of Collective Action., Cambridge- Harvard University Press. Perda Kab. Bantul No 3/2005., *tentang Perizinan Usaha Jasa Pariwisata Kabupaten Bantul* Perda Kab. Bantul No 5 tahun 2003., *tentang Pembentukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata*

Pratikno (ed)., 2007, *Kerjasama Antar Daerah: Kompleksitas dan Tawaran Format Kelembagaan*; Yogyakarta- Polokda JIP UGM

Putranti., Heni Ari., 2012., *Dampak Kebijakan Pengelolaan Kawasan Pantai Lagoi*

oleh Investor Asing terhadap masyarakat Setempat dan Pemerintah Daerah Riau; Thesis, Jurusan Perencanaan Wilayah Dan Kota, Universitas Diponegoro

Rosen, E.D. 1993. Improving Public Sector Productivity: Concept and Practice. London: Sage Publications, International Educational and Professional Publisher.

Ruswanto, Wawan., 2009., *Kelembagaan Transportasi Kota Medan*; Jurnal Online pada Portal Garuda Kemdiknas; Disertasi Universitas Indonesia (<http://garuda.kemdiknas.go.id/jurnal/detil/id/90:12487/q/transportasi%20kota%20medan/offset/0/limit/15>)

Wibowo, Mardi., 2012., *Sistem Jaringan Kelembagaan dalam Pengelolaan Lingkungan Pantai.*, Jurnal Teknologi Lingkungan, Vol. 3, No. 3, September 2012:218-225 <http://krjogja.com/read/164917/pembahasan-raperda-penyelenggaraan-pariwisata.kr>