

Studi Komparatif Sosial Lembaga pada Desa Wisata Gamplong dan Desa Wisata Pulesari Kabupaten Sleman Sebagai Penggerak Wisata Berbasis Ekonomi Kreatif

Erni Dwi Puji Setyowati¹, Edouard Aryadi Supriyadi², Zuliyana Agus Nur Muchlis Majid³

¹Teknologi Industri Pertanian, Universitas Palangka Raya
email: ernidwipuji@faperta.upr.ac.id

²S1 Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo
email : edouardas@stipram.ac.id

³Budidaya Tanaman Perkebunan, Politeknik Hasnur
email : zuliyanaagus@gmail.com

Abstract

Yogyakarta city has famous types of tourism especially for cultural tourism as a Javanese cultural preserve. Nowadays, tourists are starting to enjoy tourist attractions that not only present their natural beauty but also about community interaction. It began to develop special interest tourism types such as alternative tourism called village tourism. Gamplong tourism village has creative economy sector in handicrafts, while Pulesari Tourism Village carries the concept of Go Green and Back to Nature with its interactive game. This research was conducted to analyze the social processes of institutions that are found in Gamplong and Pulesari Tourism Village to serve as a reference for other tourism villages to develop their potential in terms of different creative economies. Descriptive qualitative method using data triangulation techniques with data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results showed that the establishment of Pulesari and Gamplong Tourism Village went through several stages of group development where the dependency and inclusion phases that occurred in Pulesari were actors who played a role in mobilizing the community were Mr Amin Sarjana while in Gamplong were people weaving craftsmen and natural fibers. The counterdependency and fight stage that exists in the two tourism villages lies in human resources, which some people do not understand the nature of the importance of tourism and tourism potential. Then the stage of trust and structure have an organizational structure that was built together after going through a conflict that occurred before. The work phase has already proceeded with the division of performance in the organizational structure and the existence of a medium-term program plan and cooperation and training with related parties that have been carried out. The termination phase is carried out by holding a performance evaluation meeting every month.

Keywords: comparative studies, creative economy, social processes of institutions, tourist village, Yogyakarta

Abstrak

Kota Yogyakarta terkenal dengan jenis wisata yang khas, yaitu jenis wisata budaya sebagai cagar budaya Jawa. Dewasa ini para wisatawan mulai menggemari tempat wisata yang tidak hanya sekedar menyajikan keindahan alamnya saja tetapi lebih kepada interaksi masyarakat. Oleh karena itu mulai berkembang jenis wisata minat khusus, yaitu wisata alternatif yang disebut desa wisata. Desa wisata di wilayah Kabupaten Sleman berkembang sangat dinamis dan mampu menggerakkan sektor pariwisata di Kabupaten Sleman. Desa wisata Gamplong termasuk dalam sektor ekonomi kreatif bidang kerajinan (*handycraft*), sedangkan Desa Wisata Pulesari mengusung konsep *Go Green and Back to Nature* dengan permainan interaktifnya. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis proses sosial lembaga yang terdapat pada Desa Wisata Gamplong dan Desa Wisata Pulesari untuk dijadikan sebagai acuan desa wisata lain mengembangkan potensi yang dimiliki dari segi ekonomi kreatif yang berbeda. Metode yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik triangulasi data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembentukan Desa Wisata Pulesari dan Desa Wisata Gamplong melalui beberapa tahap perkembangan kelompok dimana tahap *dependency and inclusion* yang terjadi di Desa Wisata Pulesari aktor yang berperan untuk menggerakkan masyarakat adalah Bapak Amin Sarjana sedangkan pada Desa Wisata Gamplong adalah masyarakat pengrajin tenun dan serat alam. Tahap *counterdependency and fight* yang ada pada kedua desa wisata terletak pada sumber daya manusia yang sebagian masyarakat belum memahami hakikat akan pentingnya wisata dan potensi wisata yang dimiliki. Kemudian tahap *trust and structure* dimana kedua desa wisata masing-masing telah memiliki struktur organisasi yang dibangun bersama setelah melewati konflik yang terjadi sebelumnya. Tahap *work* pada kedua desa wisata telah berjalan dengan adanya pembagian kinerja pada struktur organisasi dan adanya rencana program jangka menengah serta kerjasama dan pelatihan dengan pihak terkait yang telah dilaksanakan. Tahap *termination* yang dilakukan pada kedua desa wisata masing-masing dengan mengadakan rapat evaluasi kinerja setiap bulan.

Kata Kunci: desa wisata, ekonomi kreatif, proses sosial lembaga, studi komparatif, Yogyakarta

Pendahuluan

Pariwisata seringkali dipandang sebagai sektor yang sangat terkemuka dalam ekonomi dunia. Jika sektor tersebut berkembang atau mundur maka banyak negara akan terpengaruh secara ekonomis (Spillane, 2012). Dalam perkembangannya industri pariwisata ini mampu berperan sebagai salah satu sumber pendapatan negara.

Kota Yogyakarta terkenal dengan jenis wisata yang khas, yaitu jenis wisata budaya sebagai cagar budaya Jawa. Dewasa ini para wisatawan mulai menggemari tempat wisata yang tidak hanya sekedar menyajikan keindahan alamnya saja tetapi lebih kepada interaksi masyarakat. Oleh karena itu mulai berkembang jenis wisata minat khusus, yaitu wisata alternatif yang disebut desa wisata. Desa Wisata merupakan salah satu program pemerintah, yaitu Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif masuk dalam Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri yang diluncurkan pemerintah pada tahun 2009. Desa wisata memiliki berbagai kegiatan yang terjadi yang memanfaatkan potensi lokal masing-masing daerah. Dari kegiatan tersebut, tercipta kreativitas dari masyarakat sekitar untuk menghasilkan produk-produk yang berkualitas. Kualitas produk tersebut dapat diperoleh melalui pencitraan ataupun menciptakan produk-produk inovatif yang berbeda dari wilayah lainnya. Berangkat dari poin inilah, ekonomi kreatif menemukan eksistensinya dan berkembang (Salman, 2010).

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Pendapatan Asli Daerah (PAD) Subsektor Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta DIY Tahun 2013-2017

Dati II	2013	2014	2015	2016	2017
	Jumlah/Rp				
Kota Yogyakarta	94.840.264.727	116.146.936.925	116.146.936.925	162.390.765.921	186.241.789.463
Kab. Sleman	68.632.185.594	84.780.228.453	104.985.102.620	137.152.075.928	180.915.056.183
Kab. Bantul	14.533.814.042	16.046.012.057	18.281.328.042	21.901.264.614	17.774.915.394
Kab. Kulonprogo	2.646.017.079	2.544.115.778	3.420.774.733	4.004.044.791	5.323.777.984
Kab. Gunungkidul	8.168.857.392	17.415.255.577	24.107.812.555	28.375.385.566	32.758.748.570
Pemda DIY	17.876.510	23.038.900	51.404.440	89.828.720	132.323.220
Jumlah	188.839.015.344	236.955.587.690	266.993.359.315	353.913.365.540	423.146.610.814

Tabel 1 menggambarkan data perkembangan pendapatan asli daerah (PAD) dari subsektor Pariwisata yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2013-2017. Jumlah PAD setiap tahun mengalami peningkatan. Pendapatan tertinggi terjadi di Kota Yogyakarta tahun 2017. Seperti halnya yang kita tahu bahwa Kota Yogyakarta memiliki ikon tersendiri dengan jalan Malioboro, pasar seni, dan industri pakaian seperti Dagadu dan Batiknya. Hal ini terjadi karena pariwisata menjadi salah satu kegiatan yang berupaya untuk mengembangkan perekonomian dengan dampaknya terhadap perekonomian daerah yang dikunjungi oleh wisatawan. Kedatangan wisatawan dapat meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan penduduk setempat. Sama halnya dengan sektor lain, pariwisata juga mempengaruhi perekonomian suatu daerah atau daerah tujuan wisata. Selain itu, pariwisata merupakan upaya pembangunan yang menghasilkan PAD bagi pemerintah. Pariwisata berkontribusi terhadap PAD melalui pendapatan dari pajak daerah dan retribusi daerah. Dengan semakin berkembangnya berbagai macam potensi lokal dari kegiatan ekonomi kreatif yang dimiliki oleh masyarakat masing-masing daerah di Yogyakarta, maka tidak heran jika provinsi DI Yogyakarta mengalami peningkatan pendapatan asli daerah (PAD) terutama dalam sektor pariwisata.

Ekonomi kreatif telah dikembangkan di berbagai negara dan menampilkan hasil positif yang signifikan, antara lain berupa penyerapan tenaga kerja, penambahan pendapatan daerah, hingga pencitraan wilayah di tingkat internasional. Sebagai contoh, Kota Bandung yang saat ini terkenal karena distro dan *factory outlet*-nya. Dalam konteks yang lebih luas, pencitraan wilayah dengan menggunakan ekonomi kreatif juga terkoneksi dengan berbagai sektor, di antaranya sektor wisata. Ekonomi kreatif dan sektor wisata merupakan dua hal yang saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik (Suparwoko, 2010).

Keberadaan desa wisata berbasis ekonomi kreatif menambah keunggulan daya tarik masing-masing desa wisata. Contoh desa wisata yang memiliki ekonomi kreatif di Kabupaten Sleman yaitu Desa Wisata Gamplong dan Pulesari. Desa wisata Gamplong termasuk dalam sektor ekonomi kreatif bidang kerajinan (*handycraft*), sedangkan Desa Wisata Pulesari mengusung konsep *Go Green and Back to Nature* dengan permainan

interaktifnya. Pada intinya, hampir sebagian besar daerah di Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan ekonomi kreatif sebagai penggerak sektor pariwisata. Namun perlu diketahui, ekonomi kreatif tidak hanya berupa produk barang saja. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di bawah kepemimpinan Mari Elka Pangestu (2011-2014) telah mencatat sebanyak 15 jenis ekonomi kreatif, diantaranya adalah musik, *fashion*, arsitektur, periklanan, pasar barang seni, kerajinan, desain, film/video/fotografi, permainan interaktif, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, riset dan pengembangan, dan kuliner (UNDP, 2008).

Desa wisata merupakan salah satu ekonomi kreatif yang termasuk dalam Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) yang dicanangkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan tujuan untuk menanggulangi kemiskinan yang ditujukan kepada masyarakat desa wisata, masyarakat di sekitar daya tarik wisata, dan masyarakat di sekitar usaha pariwisata (Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata, 2011). Akan tetapi masih banyak desa wisata yang belum dapat mengembangkan potensi yang dimiliki secara maksimal sehingga memerlukan panduan khusus dari desa wisata lain yang mandiri untuk dijadikan sebagai acuan pengembangan desa wisata yang dimiliki. Dengan demikian desa wisata juga dapat mendukung perubahan bagi masyarakat sekitarnya sehingga dapat meningkatkan keadaan sosial ekonomi masyarakat setempat

Dengan meningkatnya keadaan sosial ekonomi masyarakat tentunya tak lepas dari berbagai macam aspek yang mempengaruhi dalam pengembangan desa wisata seperti aspek kelembagaan, objek dan daya tarik wisata, serta sarana prasarana wisata (Sastryuda, 2010). Atas dasar tersebut, diperlukan suatu upaya kelompok masyarakat untuk dapat memberdayakan masyarakat sekitar destinasi wisata. Berkembangnya desa wisata ini tidak lepas dari kelompok masyarakat yang melakukan pemberdayaan kepada masyarakat sekitar. Melalui pemberdayaan yang dilakukan oleh kelompok masyarakat ini dihasilkan bahwa masyarakat sekitar merasakan manfaat yang positif. Peneliti melihat fenomena sebuah kelompok yang berkembang dan dapat memberdayakan masyarakat sehingga peneliti berusaha untuk membedah bagaimana pembentukan sebuah kelompok yang menarik masyarakat dalam pengelolaannya sehingga masyarakat dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Aspek kelembagaan merupakan pembahasan yang sedang banyak dibicarakan, karena dalam pendekatan kelembagaan terdapat muatan pemberdayaan masyarakat dan pembangunan sosial. Pemberdayaan dilakukan oleh kelompok masyarakat sehingga dampaknya dirasakan oleh masyarakat itu sendiri.

Observasi peneliti di lapangan memperoleh gambaran bahwa desa wisata yang berbasis ekonomi kreatif memiliki ciri khas tersendiri dalam mengembangkan potensi lokal yang dimiliki masing-masing desa wisata terutama dalam desa wisata mandiri karena dapat dikatakan bahwa desa wisata mandiri dapat menjadi acuan untuk desa wisata yang sedang berkembang dan tumbuh untuk mengembangkan potensi lokal mereka. Desa Wisata Gamplong meraih penghargaan sebagai Juara 1 Festival Desa Wisata Kabupaten Sleman Tahun 2017 kategori desa wisata mandiri sedangkan Desa Wisata Pulesari meraih penghargaan juara 1 Festival Desa Wisata Kabupaten Sleman pada tahun 2018 kategori desa wisata mandiri. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk membandingkan Desa Wisata Gamplong dan Desa Wisata Pulesari dari segi sosial lembaga untuk dijadikan acuan desa wisata lain mengembangkan potensi yang dimiliki dilihat dari perbedaan jenis ekonomi kreatif yang akan dikembangkan. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis proses sosial lembaga yang terdapat pada Desa Wisata Gamplong dan Desa Wisata Pulesari.

Tinjauan Pustaka

Tahap Perkembangan Desa Wisata

Menurut (Anonim, 2018) tahap perkembangan suatu Desa Wisata sebagai sebuah produk wisata dapat dikategorikan ke dalam 3 (tiga) tahapan yaitu : Tumbuh, Berkembang dan Mandiri.

a. Desa Tumbuh

Ciri dari tahap perkembangan desa wisata di tahap Desa Tumbuh adalah warga desa yang belum memahami potensi desanya, ketiadaan fasilitas hingga kunjungan ke desa yang masih sedikit serta belum diolahnya kunjungan wisatawan sebagai mata pencaharian bagi penduduk. Setelah memahami potensi yang ada di dalam desa, kemudian ditentukanlah apakah desa tersebut layak menjadi desa yang bisa dikembangkan ke arah wisata atau tidak.

b. Desa Berkembang

Tahap perkembangan desa wisata selanjutnya inilah dimana seluruh proses pengembangan desa, mulai dari peresmian nama, pembangunan lokasi-lokasi strategis yang menunjang keberadaan desa wisata tersebut hingga promosi akan dilakukan. Oleh karena itulah sangat penting untuk memahami potensi desa yang ada, apakah nantinya akan dituju ke wisata alam atau seperti wisata agrikultur.

c. Desa Mandiri

Sebagai ciri dari tahap perkembangan desa wisata yang terakhir ini adalah kesadaran masyarakat sudah tumbuh bahwa wisata yang ada dalam desa bisa menjadi sumber penghidupan mereka dan yang kedua adalah bahwa desa tersebut sudah dikenal oleh para wisatawan hingga wisatawan asing dan tidak sedikit pula yang datang berkunjung. Dari bangunan fisik pun, untuk tahap perkembangan desa wisata akhir sudah dianggap memiliki fasilitas yang lengkap. Sedangkan jika ada proses pembangunan, mungkin diarahkan ke pengembangan karena fasilitas sudah cukup atau terbilang sudah terpenuhi. Itulah ke tiga tahap perkembangan desa wisata yang akan dan harus dipenuhi oleh calon ataupun juga desa wisata.

Kelembagaan

Menurut Goldsmith dan Brikenhoff (1991), kelembagaan itu merupakan aturan prosedur yang menentukan bagaimana manusia bertindak, dan atau peranan organisasi yang bertujuan untuk memperoleh status atau legitimasi tertentu. Peraturan dan peran dapat dilembagakan, sebagai peraturan atau perundang-undangan dan sebagai organisasi yang kongkrit. Sebagai organisasi, kelembagaan diartikan sebagai wujud kongkrit yang membungkus aturan main tersebut seperti yang dilakukan pemerintah, bank, koperasi, pendidikan, tataniaga dan sebagainya. Batasan tersebut menunjukkan bahwa organisasi dapat dipandang sebagai perangkat keras dari kelembagaan, sedangkan aturan main merupakan perangkat lunak. Organisasi terbentuk dari suatu kelompok orang dalam suatu wadah untuk tujuan bersama.

Proses Pembentukan Kelompok

Kelompok dalam masyarakat tidak muncul secara tiba-tiba sebagai sebuah perkumpulan orang. Pembentukan kelompok diyakini akan memerlukan waktu, yang terkadang bisa cukup panjang untuk bisa mapan disebut sebagai kelompok. Pada setiap kelompok akan melalui tahap perkembangan yang berbeda. Namun pada prinsipnya semua kelompok akan melalui tahapan tersebut. Menurut Wheelan dalam Nurwafi (2015) mencatat adanya lima tahap perkembangan yang akan dilalui kelompok yaitu :

1. Tahap ketergantungan dan keterlibatan (*dependency and inclusion*)
2. Tahap melawan ketergantungan dan perjuangan (*counterdependency and fight*)
3. Tahap membina kepercayaan dan struktur (*trust and structure*)
4. Tahap bekerja (*work*)
5. Tahap pengakhiran / terminasi (*termination*)

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian. Data kualitatif dapat bersumber dari data primer dan data sekunder, contohnya yaitu hasil wawancara terhadap responden individu atau *focus group discussion*, data publikasi perusahaan, serta hasil dari penelitian-penelitian terkait (Bougie and Sekaran, 2013). Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, studi pustaka dan wawancara dengan beberapa informan yang ahli dalam bidangnya yaitu ketua pengelola beserta tokoh masyarakat Desa Wisata Pulesari dan Desa Wisata Gamplong dan pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sleman yaitu kepala seksi atraksi wisata dan ekonomi kreatif dan kepala seksi sumber daya manusia. Teknik analisis data menggunakan triangulasi data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Pembahasan pada penyajian data merupakan hasil analisis dari fakta yang ditemukan di lapangan. Peneliti menggunakan teori Wheelen dalam Nurwafi (2015) dalam tahap perkembangan kelompok yang terdiri dari 5 tahap yaitu ketergantungan dan keterlibatan (*dependency and inclusion*), tahap melawan ketergantungan dan perjuangan (*counterdependency and fight*), tahap membina kepercayaan dan struktur (*trust and structure*), tahap bekerja (*work*) dan tahap terminasi (*termination*). Berikut merupakan tabel perbandingan tahapan perkembangan kelompok pada Desa Wisata Pulesari dan Desa Wisata Gamplong :

Berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat bahwa tahap *dependency and inclusion* yang dilakukan di Desa Wisata Pulesari berawal dari Bapak Amin Sarjana sebagai aktor yang menggerakkan masyarakat untuk mengembangkan sebuah desa wisata karena latar belakang yang dimiliki sehingga masyarakat menggantungkan beliau untuk memimpin sebuah konsep pengembangan desa wisata, berbeda hal dengan Desa Wisata Gamplong, masyarakat yang memiliki kerajinan tenun dan alam yang berperan sebagai aktor dalam menggerakkan masyarakat Dusun Gamplong untuk mengembangkan desa wisata. Hal tersebut dikarenakan kerajinan Gamplong yang berdiri semenjak jaman penjajahan Jepang sehingga membutuhkan pengembangan desa lebih lanjut

Tahap kedua yaitu *Counterdependency and fight* dimana terdapat konflik yang terjadi di dalam sebuah perkembangan kelompok. Pada saat pengembangan Desa Wisata Pulesari, kendala yang terjadi yaitu sumber daya manusia yang berbasis pertanian bukan berbasis wisata dimana sebagian besar lahan yang berada di Dusun Pulesari merupakan lahan pertanian salak sehingga membutuhkan waktu untuk memberikan pengetahuan mengenai wisata kepada masyarakat. Kendala kedua yaitu sumber daya alam yang dimiliki merupakan lahan pribadi sehingga membutuhkan MoU yang tepat untuk perizinan mengembangkan desa wisata di Dusun Pulesari. Kendala yang ketiga yaitu terjadinya kesenjangan sosial, dengan akan dibangunnya desa wisata maka menimbulkan kesenjangan sosial bagi masyarakat terutama dusun lainnya sehingga membutuhkan waktu untuk musyawarah antar dusun agar kesenjangan sosial tidak terjadi. Desa Wisata Gamplong memiliki beberapa kendala yang terjadi pada saat pengembangan desa wisata yaitu pengetahuan dan pemahaman masyarakat berkaitan dengan desa wisata. Hal tersebut dikarenakan para pengrajin dan pemilik UKM kerajinan lebih berfokus pada omset penjualan masing-masing sehingga tidak memiliki waktu yang cukup mengembangkan dusun mereka serta akses kendaraan besar seperti bus yang menghalangi jalan membuat masyarakat enggan untuk mengembangkan dusun mereka lebih lanjut.

Tabel 2. Perbandingan Tahapan Perkembangan Kelompok pada Desa Wisata Pulesari dan Desa Wisata Gamplong

No.	Tahap Perkembangan	Hasil Penelitian Desa Wisata Pulesari	Hasil Penelitian Desa Wisata Gamplong
1	<i>Dependency and inclusion</i> (ketergantungan dan keterlibatan)	Bapak Amin Sarjana sebagai aktor yang menggerakkan masyarakat untuk menciptakan sebuah desa wisata dengan latar belakang beliau yang bekerja di kantor Desa Wonokerto bidang kemasyarakatan dan sebagai penari dalam event Pariwisata di Kabupaten Sleman	Sejak jaman penjajahan Jepang Dusun Gamplong memiliki kerajinan tenun. Pada tahun 1998 saat krisis moneter banyak wisatawan baik domestik dan mancanegara membeli kerajinan.
2	<i>Counterdependency and fight</i> (melawan ketergantungan dan perjuangan)	Sumber daya manusia tidak berbasis wisata, sumber daya alam untuk pengembangan merupakan tanah milik pribadi, dan kesenjangan sosial	Masyarakat Desa Wisata Gamplong yang belum memahami akan potensi pengembangan desa yang dimiliki untuk dijadikan desa wisata dan akses kendaraan besar seperti bus yang menghalangi jalan warga
3	<i>Trust and structure</i> (membina kepercayaan dan struktur)	Mulai dibentuk sebuah lembaga atau struktur organisasi yaitu Dewi Pule tahun 2010 dan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Dewi Pule pada tahun 2012	Mulai dibentuk struktur lembaga/organisasi dengan nama Kelompok Tegar pada tahun 2001 dan disusul pokdarwis pada tahun 2018

4	<i>Work</i> (bekerja)	Adanya pembagian kerja sesuai dengan kapasitas sumber daya manusia yang dimiliki, rencana program jangka menengah 5 tahun Desa Wisata Pulesari, pelatihan/pengembangan Desa Wisata Pulesari dan kerjasama dengan pihak eksternal	Sudah ada kerjasama dan pelatihan dari pihak eksternal seperti Dinas-dinas terkait, studi banding serta rencana program kegiatan Desa Wisata Gamplong
5	<i>Termination</i> (pengakhiran)	Diadakan rapat besar untuk evaluasi setiap jumat Pon sebagai evaluasi	Diadakan evaluasi setiap bulan melalui Forum Musyawarah Tegar

Tahap ketiga yaitu *trust and structure* yang mulai membinan kepercayaan dan struktur dengan asumsi bahwa kelompok dapat melalui tahap kedua secara berhasil. Desa Wisata Pulesari mulai mendirikan sebuah struktur organisasi tahun 2010 dan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Dewi Pule pada tahun 2012 sedangkan Desa Wisata Gamplong mulai membentuk struktur organisasi Kelompok Tegar pada tahun 2001 dan pokdarwis pada tahun 2018.

Tahap keempat yaitu *work* dimana tujuan, struktur dan norma kelompok telah dimantapkan. Berdirinya sebuah struktur organisasi pada Desa Wisata Pulesari dan Desa Wisata Gamplong menunjukkan bahwa kedua desa wisata tersebut telah siap bekerja untuk mengembangkan desa wisata masing-masing. Kesiapan tersebut dapat kita lihat pada Desa Wisata Pulesari dengan adanya pembagian kerja sesuai dengan kapasitas sumber daya manusia, rencana program jangka menengah 5 tahun, pelatihan/pengembangan desa wisata dan kerjasama dengan pihak eksternal, sedangkan di Desa Wisata Gamplong dengan adanya kerjasama dan pelatihan dari pihak eksternal seperti Dinas-dinas terkait, studi banding dan rencana program kegiatan Desa Wisata Gamplong.

Tahap kelima yaitu *termination* yaitu peningkatan produktivitas dan efektivitas kelompok fokus dalam pencapaian prestasi dan tujuan yang diharapkan. Pada Desa Wisata Pulesari tahap pengakhiran dilakukan dengan cara rapat besar sebagai bentuk evaluasi yang dilakukan setiap jumat Pon sedangkan Desa Wisata Gamplong melakukan evaluasi setiap bulan melalui Forum Musyawarah Tegar serta menciptakan kotak saran via *whatsapp* maupun box.

Kesimpulan

Pembentukan Desa Wisata Pulesari dan Desa Wisata Gamplong melalui beberapa tahap perkembangan kelompok dimana tahap *dependency and inclusion* yang terjadi di Desa Wisata Pulesari aktor yang berperan untuk menggerakkan masyarakat adalah Bapak Amin Sarjana sedangkan pada Desa Wisata Gamplong adalah masyarakat pengrajin tenun dan serat alam. Tahap *counterdependency and fight* yang ada pada kedua desa wisata terletak pada sumber daya manusia yang sebagian masyarakat belum memahami hakikat akan pentingnya wisata dan potensi wisata yang dimiliki. Kemudian tahap *trust and structure* dimana kedua desa wisata masing-masing telah memiliki struktur organisasi yang dibangun bersama setelah melewati konflik yang terjadi sebelumnya. Tahap *work* pada kedua desa wisata telah berjalan dengan adanya pembagian kinerja pada struktur organisasi dan adanya rencana program jangka menengah serta kerjasama dan pelatihan dengan pihak terkait yang telah dilaksanakan. Tahap *termination* yang dilakukan pada kedua desa wisata masing-masing dengan mengadakan rapat evaluasi kinerja setiap bulan.

Diperlukan upaya peningkatan pemahaman dan sosialisasi melalui kerjasama yang intensif kepada masyarakat, sehingga pola pikir (*mindset*), tingkat pengetahuan, dan kesadaran wisata masyarakat lebih baik. Harapannya agar masyarakat kedua desa wisata lebih antusias dan termotivasi dalam pengembangan Desa Wisata. Rutin berkoordinasi dan berkomunikasi dengan masyarakat lain, pengelola, dan pemerintah terkait agar terjadi keselarasan pemikiran dan tindakan untuk memajukan masing-masing desa wisata. Selain itu, lebih berpartisipasi dalam menuangkan ide dan gagasan untuk kemajuan bersama.

Daftar Pustaka

Anonim. 2018. 3 Tahap Perkembangan Desa Wisata. <http://www.berdesa.com/3-tahap-perkembangan-desawisata/>

- Bougie dan Sekaran. (2013). 5th Edition. *Research Methods for Business: A skill Building Approach*. New York: John wiley & Sons.
- Goldsmith, A.A, dan Brinkerhoff, D. W. 1991. *Sustainability and Rural Agricultural Development, In Institutional Sustainability Agricultural and Development, Global Perspective*. New York : Praeger Publisher
- Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata. 2011. Pedoman Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Pariwisata. Nomor : KM.18/HM.001/MKP/2011. Jakarta
- Nurwafi F, Luthfi. 2015. Dinamika Pembentukan Kelompok Sadar Wisata di Desa Wisata Nglanggeran. *Jurnal Studi Pemuda* Vol.. 4, No. 2
- Salman, D. 2010. *Rethinking of Cities, Culture and Tourism within a Creative Perspective*. PASOS, Vol. 8
- Sastrayuda, G. S. 2010. *Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia
- Spillane. James J. 2012. *Pariwisata Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius.
- Suparwoko. 2010. Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Industri Pariwisata Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah. Conference Paper. <https://www.researchgate.net/publication/273122669> diakses 7 Maret 2019.
- UNDP. 2008. *Creative Economy Report 2008*. Nations Unies 2008
- Wheelen, Thomas L., dan Hunger, J. David. 2012. *Strategic Management and Business Policy, thirteenth edition*. New York: Pearson