

POTENSI DESA WISATA DI YOGYAKARTA SEBAGAI DESTINASI INSENTIF

Elen Rifkin Muthmainnah dan Firman Syah
Ellen.rifkinmuthmainnah.an18@mhs.w.pnj.ac.id
Firman.syah@bisnis.pnj.ac.id

ABSTRAK

Yogyakarta merupakan daerah di Jawa Tengah yang memiliki beragam desa wisata yang sudah dilengkapi oleh berbagai fasilitas dan atraksi yang unik serta menarik. Desa wisata di Yogyakarta memiliki potensi untuk menjadi destinasi untuk penyelenggaraan event MICE yaitu perjalanan insentif. Contoh desa wisata yang memiliki potensi besar untuk pengadaan perjalanan insentif adalah desa wisata Tinalah di Kulon Progo dan desa wisata Nglanggeran di Gunung Kidul karena dua desa tersebut sudah memiliki berbagai macam fasilitas yang memadai dan atraksi yang berpotensi untuk dikembangkan. Penelitian ini sebagai upaya mengidentifikasi secara lebih detail potensi yang dimiliki, dengan demikian maka dapat diketahui karakter desa wisata yang dapat menjadi destinasi perjalanan insentif.

Kata Kunci: Desa Wisata, Perjalanan Insentif

ABSTRACT

Yogyakarta is an area in Central Java that has a variety of tourist villages that are equipped with various facilities and attractions that are unique and interesting. Tourist villages in Yogyakarta have the potential to become destinations for organizing MICE events, namely incentive travel. Examples of tourist villages that have great potential for organizing incentive trips are Tinalah tourist village in Kulon Progo and Nglanggeran tourist village in Gunung Kidul because these two villages already have a variety of adequate facilities and attractions that have the potential to be developed. This research is an effort to identify in more detail the potential that is owned, so that the character of tourist villages that can become incentive travel destinations can be known.

Keywords: Tourist villages, Incentive Travel

PENDAHULUAN

Salah satu industri MICE yang tumbuh dengan cepat adalah perjalanan insentif (Formica, 2006). Hal tersebut ditunjukkan oleh data World Tourism Monitor dalam Purnama (2015) yang menjelaskan bahwa sektor insentif memiliki pertumbuhan paling tinggi jika dibandingkan sektor MICE lainnya, yaitu sebesar 61%, dan diikuti oleh sektor konvensi sebesar 44%. Namun bidang wisata MICE belum berkembang begitu

baik di Indonesia, Yahya dalam cnnindonesia.com (2017) mengatakan bahwa MICE menyumbang 20% dari pendapatan sektor wisata, dan 80% masih berasal dari *traveling*, sehingga harus ditangani dengan lebih serius. Yogyakarta merupakan salah satu destinasi pariwisata yang masuk ke dalam kategori destinasi potensial MICE di tahun 2021 bersama 10 destinasi lainnya yaitu Bandung, Surabaya, Makassar, Medan, Manado, Solo, Semarang,

Lombok, Batam dan Balikpapan (Kristiana, 2010). Yogyakarta mempunyai potensi untuk mengembangkan industri MICE yang besar, salah satu potensi yang dimiliki adalah tradisi yang masih dipertahankan oleh Yogyakarta itu sendiri, Yogyakarta merupakan kota unik yang memiliki berbagai tradisi Jawa yang begitu melekat di masyarakatnya, hal yang menjadi titik sentral yaitu perkembangan kesenian dan budaya kesultanan.

Yogyakarta mempunyai sejarah dalam setiap kegiatan pembangunan yang didirikan, hal tersebut menjadi salah satu yang menjadi pembeda dan juga cerita dibalik pembangunan sesuatu yang penuh sejarah dan budaya. Keistimewaan Yogyakarta yang lain adalah Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat yang masih berdiri dan darah seni menyatu dengan kehidupan masyarakat Yogya. Berbagai jenis kesenian lahir dan tumbuh subur di kota ini, mulai dari seni peninggalan nenek moyang hingga seni modern. Eksotisme Candi Prambanan dan Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat juga menjadi salah satu pembeda dari kota lainnya (Wardani, 2018). Sektor wisata di kota Yogyakarta pun saat ini sudah memiliki fasilitas dan atraksi wisata yang cukup memadai, untuk atraksi setidaknya ada 24 candi dan 10 situs peninggalan jaman kerajaan yang masih dijaga dan dilestarikan hingga kini. Fasilitas akomodasi Yogyakarta memiliki 58 pilihan hotel, Venue MICE berstandar internasional, dan fasilitas lainnya yang mendukung kegiatan pariwisata dan MICE. Selain itu juga Yogyakarta sudah mengembangkan banyak desa wisata untuk meningkatkan minat para wisatawan lokal maupun asing untuk berkunjung ke Yogyakarta.

Salah satu aspek unggul yang dimiliki Yogyakarta dibandingkan dengan destinasi lainnya adalah konsep *community-based tourism* yang masih terus ditingkatkan hingga saat ini dengan mengembangkan desa berbasis komunitas atau lebih dikenal dengan Desa Wisata. Partisipasi langsung para komunitas lokal dalam penyelenggaraan *event* MICE terutama Perjalan Insentif bisa menjadi nilai unggul bagi Yogyakarta (Rahayu, 2016). Namun dalam proses mengembangkan desa wisata menjadi lebih unggul dan layak menjadi destinasi perjalanan insentif masih terdapatnya permasalahan yang dihadapi, seperti permasalahan pada SDM dan juga kualitas fasilitas yang ada.

Berdasarkan penjelasan di atas banyak sekali potensi yang bisa digali dari Yogyakarta sehingga dapat menjadi destinasi MICE, khususnya perjalanan insentif. Namun kondisi di lapangan masih banyak kekurangan yang perlu dibenahi untuk itu penulis tertarik untuk mengangkat penelitian terkait potensi desa wisata di Yogyakarta sebagai destinasi insentif.

METODOLOGI

Lokasi penelitian adalah di Desa Wisata Tinalah, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo dan Desa Wisata Nglanggeran, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunung Kidul. Waktu Penelitian pada bulan Agustus - Desember 2022. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Sesuai dengan pendekatan yang digunakan maka pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan studi dokumen. Observasi dilakukan terhadap aktifitas desa dan pengelola obyek wisata, sarana prasaran

wisata dan obyek wisata. Wawancara dilakukan dengan mengambil sampel Kepala Desa Wisata, pendamping desa, Pokdarwis dan tokoh masyarakat. Studi dokumen dilakukan dengan mengumpulkan studi literatur, dari data yang telah terkumpul tersebut dilakukan analisis deskriptif mengenai potensi wisata di Desa Wisata Tinalah dan Nglanggeran sebagai destinasi insentif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakter Desa Wisata

Menurut Nuryanti (Dalam Yulianti & Suwandono, 2016) desa wisata merupakan wujud kombinasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang dikemas dalam suatu pola kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku sehingga menjadikan desa tersebut sebagai tujuan wisata. Desa wisata adalah bentuk industri pariwisata yang berupa kegiatan perjalanan wisata identik meliputi sejumlah kegiatan yang bersifat mendorong wisatawan sebagai konsumen agar menggunakan produk dari desa wisata tersebut atau melakukan perjalanan wisata ke desa wisata. Unsur produk pariwisata terdiri dari angkutan wisata, atraksi wisata, dan akomodasi pariwisata.

Menurut Muljadi (2012) Desa wisata merupakan pengembangan suatu wilayah desa yang pada dasarnya tidak merubah apa yang sudah ada akan tetapi lebih cenderung kepada pengembangan potensi desa yang ada dengan melakukan pemanfaatan kemampuan unsur-unsur yang ada di dalam desa. Ini berfungsi sebagai atribut produk wisata dalam skala yang kecil menjadi rangkaian aktivitas atau kegiatan pariwisata

dan mampu menyediakan serta memenuhi serangkaian kebutuhan perjalanan wisata baik dari aspek daya tarik maupun sebagai fasilitas pendukung

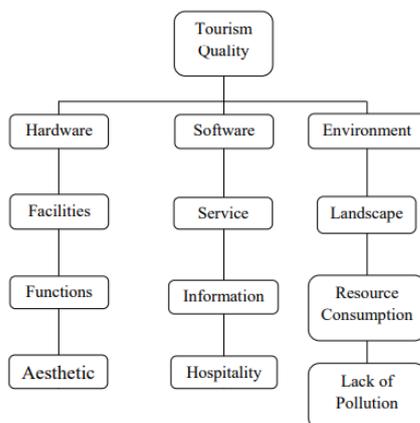
Berdasarkan atas beberapa pendapat para ahli di atas, dapat dijelaskan bahwa desa wisata adalah sebuah kawasan pedesaan yang memiliki atribut produk wisata dari kombinasi antara atraksi, lingkungan, nilai budaya dan didukung oleh akomodasi, infrastruktur dan fasilitas yang memadai. Juga selalu mengembangkan potensi yang ada dalam pola hidup masyarakat, sehingga para wisatawan dapat ikut terjun langsung merasakan kehidupan masyarakat di desa tersebut.

Karakter Destinasi Insentif

Menurut Morrison (2013) yang paling penting dari sebuah destinasi wisata adalah kualitas atribut dan jasa yaitu pelayanan dan sambutan yang diberikan oleh warga setempat. Berikut adalah alasan dan keuntungan meningkatkan kualitas destinasi (Morrison, 2013):

1. Kualitas memberikan keunggulan dibanding kompetitor
2. Kinerja yang berkualitas membuat destinasi dan layanannya lebih mudah dipasarkan, baik untuk pihak manajemen maupun wisatawan
3. Hasil produk yang berkualitas menghasilkan loyalitas wisatawan
4. Kualitas lebih baik berarti keuntungan yang lebih
5. Manajemen kualitas mengarah pada industri pariwisata yang stabil dan melindungi pekerjaan.

6. Peningkatan kualitas di sebuah destinasi akan memberikan kualitas kehidupan yang lebih baik bagi penduduk lokal.
7. Manajemen kualitas meningkatkan akses terhadap keuangan.
8. Pemantau kemajuan yang efektif dapat menghindari kesalahan yang sama yang fatal.
9. Pengumpulan data yang cermat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan secara cepat dan tepat
10. Memonitor kemajuan dalam peningkatan kualitas memberikan pemahaman yang mendorong manajemen untuk menjadi proaktif.



Deskripsi Potensi Desa Wisata sebagai Destinasi Insentif

Beberapa desa wisata di Yogyakarta memiliki potensi yang cukup tinggi untuk dapat dikembangkan menjadi destinasi insentif. Maka dari itu pembangunan desa wisata dengan tujuan untuk mengoptimalkan potensi desa wisata sangat diperlukan.

Optimalisasi yang dimaksud adalah meningkatkan dan menyempurnakan potensi yang dimiliki oleh desa wisata, dan juga

membuat faktor – faktor pendukung yang belum ada. Menurut pengamatan dan analisis penulis berdasarkan survey lapangan ke beberapa desa wisata dapat diketahui bahwa sebagian besar masyarakat desa belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai untuk berkontribusi dalam mengelola desa wisata. Namun selain hal tersebut banyak faktor yang mendukung desa wisata untuk dijadikan destinasi untuk perjalanan insentif.

Desa wisata Tinalah dan Nglanggeran adalah dua desa wisata terbaik yang paling berpotensi untuk dijadikan sampel dan gambaran dari seberapa besar potensi yang dimiliki oleh desa wisata di Yogyakarta sebagai destinasi insentif. Gambaran potensi yang dibuat penulis didasari oleh teori menurut Morison (2013).

Pengembangan Desa Wisata Sebagai Destinasi Insentif

Tujuan dari pengembangan desa wisata adalah untuk melestarikan lingkungan alam dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu daerah sehingga dengan mengimplementasikan konsep desa wisata ini menjadi salah satu wujud pariwisata yang ramah terhadap lingkungan di waktu mendatang.

Pengembangan desa wisata erat kaitannya dengan industri pariwisata. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Berkembangnya desa wisata, akan memacu geliat industri pariwisata di Yogyakarta. Untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama mengunjungi destinasi wisata diperlukan kehadiran industri pariwisata sebagai penunjang kegiatan. Dalam konsep desa wisata, industri pariwisata yang mayoritas tersedia adalah restoran atau rumah makan, jasa transportasi, hotel atau penginapan.

Masyarakat lokal berperan penting dalam pengembangan desa wisata karena sumber daya dan keunikan tradisi dan budaya yang melekat pada komunitas tersebut merupakan unsur penggerak utama kegiatan desa wisata. Lain pihak, komunitas lokal yang tumbuh dan hidup berdampingan dengan suatu objek wisata menjadi bagian dari sistem ekologi yang saling kait mengait, karena keberhasilan pengembangan desa wisata tergantung pada tingkat penerimaan dan dukungan masyarakat lokal, Wearing (2001). Masyarakat lokal berperan sebagai tuan rumah dan menjadi pelaku penting dalam pengembangan desa wisata secara keseluruhan tahapan mulai dari tahap perencanaan, pengelolaan, pengawasan dan evaluasi karena masyarakat lokal berkedudukan sama penting dengan pemerintah dan swasta sebagai salah satu pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata.

Peluang yang dapat dikembangkan desa wisata di Indonesia melalui beberapa kekayaan yang dimiliki. Antara lain wisata petualangan, wisata agro, wisata bahari, wisata kuliner, wisata budaya dan sejarah, dan wisata kreatif. Dilanjutkan dengan pembinaan masyarakat yang diharapkan ekonomi desa juga ikut maju. Namun, memutuskan konsep desa wisata dapat dimulai dari tingkat RT hingga kepala desa

dengan tetap menerima masukan dan pandangan camat serta walikota/bupati setempat (Firman, 2017).

Deskripsi Faktor Potensi Desa Wisata Tinalah

1. Kesadaran (Masyarakat Desa)
Tingkat kesadaran masyarakat desa wisata Tinalah untuk berkontribusi dalam mengelola desa wisata sudah ada dalam tingkat kemitraan yaitu sudut pandangnya sudah dalam timbal balik yang dinegosiasikan
2. Daya Tarik (Atraksi, Produk Unggulan)
-Tarian adat lokal
-Produk olahan umkm (wingko, kripik bayam, keripik gedebog pisang, topi rajut, dan lain-lain)
3. Ketersediaan (Informasi via Website dan Sosmed)
-Website
-Instagram
-Whatsapp
-Telegram
-Youtube
4. Akses (Transportasi)
-Motor
-Mobil
-Big Bus
5. Penampilan (Kesan baik)
Dinobatkan sebagai juara 4 di Malam Anugerah Desa Wisata Indonesia 2021 oleh Kemenparekraf RI
6. Aktivitas (Experience)
-Homestay
-River tubing
-Live In
-Outbound
-Jelajah Sungai
-Goa Sriti

- Alam Puncak Kleco
- Camping Outdoor
- Campervan
- Jeep Tour

7. Apresiasi (Sikap Masyarakat Lokal)
Euphoria, kedatangan wisatawan diterima dengan baik dengan sejuta harapan.
8. Tindakan (Pemasaran)
 - Pemasaran media social
 - Pemasaran interaktif
 - Pemasaran langsung
 - Pemasaran konten

Deskripsi Faktor Potensi Desa Wisata Nglanggeran

1. Kesadaran (Masyarakat Desa)
Tingkat kesadaran masyarakat desa wisata Nglanggeran untuk berkontribusi dalam mengelola desa wisata sudah ada dalam tingkat kontrol masyarakat dimana merupakan tingkat kesertaan yang paling tinggi dimana sepenuhnya dikontrol oleh masyarakat setempat
2. Daya Tarik (Atraksi, Produk Unggulan)
 - Pertunjukan adat di embung nglanggeran (tari topeng, kroncong)
 - Olahan kakao (susu coklat, keripik kulit pisang coklat, dodol coklat, dll)
3. Ketersediaan (Informasi via Website dan Sosmed)
 - Website
 - Instagram
 - Whatsapp
 - Telegram
 - Youtube
 - Facebook
 - Twitter
4. Akses (Transportasi)
 - Motor

- Mobil
- Big Bus

5. Penampilan (Kesan baik)
Dinobati sebagai *Best Tourism Villages* 2021 oleh ONWTO
6. Aktivitas (Experience)
 - Educational Tourism
 - Culture Tourism
 - Adventure Tourism
 - Agro Tourism
 - Green Tourism
 - Workshop UMKM
7. Apresiasi (Sikap Masyarakat Lokal)
Euphoria, kedatangan wisatawan diterima dengan baik dengan sejuta harapan.
8. Tindakan (Pemasaran)
 - Pemasaran media social
 - Pemasaran interaktif
 - Pemasaran langsung
 - Pemasaran konten

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang sesuai dengan judul yang penulis ajukan, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa, desa wisata di Yogyakarta memiliki potensi yang tinggi untuk dijadikan destinasi perjalanan insentif. Hal tersebut karena desa wisata di Yogyakarta memiliki atribut destinasi yang cukup seperti daya tarik, kemudahan untuk mendapat informasi, akses yang mudah, kesan yang baik, banyaknya aktivitas dan atraksi yang bisa dinikmati, masyarakat lokal yang ramah.

DAFTAR PUPSTAKA

Kristiana. Yustisia, “Kesiapan Yogyakarta Sebagai Kota Wisata

- MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition),” vol. I, no. 1, April 2010. Mercubuana : Yogyakarta.
- Rahayu. Sugi, Dewi. Utami, Fitriana. Nur. Kurnia, “Pengembangan *Community-based tourism* Sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta,” Jurnal Penelitian Humaniora, vol. 12, no. 1, April 2016.
- Yuliati, dan Suwandono. 2016. *Arahan Konsep dan Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Nongkosawit Sebagai Destinasi Wisata*. Kota Semarang. Jurnal, Vol 2 No 4, 263-272 P-ISSN 1858-3881; E-ISSN 2356-0088.
- Mujadi, J. 2012. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, Hlm 12.
- Soetarso, Priasukmana. dan Mulyadin, Mohamad. 2013. *Pembangunan Desa Wisata: Pelaksanaan Undang-undang Otonomi Daerah*. Jurnal. Hlm 38.
- Ismayanti. 2013. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo, Hlm 51.
- Hilman, Yusuf Adam dan Chollil, Fachrudin. 2019. *Implementasi Dana Desa Untuk Kegiatan Kebudayaan Gumelaring Kadipaten Di Desa Purwodadi*. Kabupaten Magetan: Program Studi Ilmu Pemerintahan, FISIP, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Indonesia.
- Ibori, Anthonius. 2013. *Partisipasi Masyarakat Dalam Pelaksanaan Pembangunan Di Desa Tembuni*. Distrik Tembuni Kabupaten Teluk Bintuni. Jurnal.
- Gumelar, S. Sastrayuda. 2010. *Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata*. Jurnal.
- Putra, Theofilus Retmana. 2013. *Peran Pokdarwis dalam Pengembangan Atraksi Wisata di Desa Wisata Tembi, Kecamatan Sewon-Kabupaten Bantul*. Jurnal.
- Syah, Firman. 2017. *Strategi Mengembangkan Desa Wisata*. Jurnal Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu & Call For Papers Unisbank Ke-3. Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI Jakarta.