

Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Tinalah Berbasis Pendampingan

Susilo Budi Winarno¹, EndroIsnugroho²

¹STIE "Pariwisata API" Yogyakarta, Indonesia, email: susilostieapi2018@gmail.com

²STIE "Pariwisata API" Yogyakarta, Indonesia, email: endro.isnugroho@gmail.com



Informasi artikel	ABSTRAK
<p>Sejarah artikel Diterima : 16 Juni 2022 Revisi : 22 Juni 2022 Dipublikasikan : 1 Juli 2022</p> <p>Kata kunci: Dewi Tinalah Pemberdayaan masyarakat Pendampingan Desa wisata Wisata alam Digital promotion</p>	<p>Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Tinalah Berbasis Pendampingan merupakan program kerjasama antara STIE "Pariwisata API" Yogyakarta dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dan Kementerian Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (Kemendes PDTT). Desa wisata Tinalah (Dewi Tinalah) berlokasi di desa Purwoharjo, Kecamatan Samigaluh, Kulon Progo. Sebuah desa kaya akan tempat wisata alam dan sejarah. Pendampingan ini bertujuan: (1) meningkatkan pengetahuan kepariwisataan tentang Sapta Pesona dan pelaksanaannya, (2) manajemen produk paket wisata dan (3) promosi produk wisata, khususnya <i>digital marketing</i>. Kegiatan dilakukan dengan pelatihan di dalam kelas dan <i>on the spot</i> di lokasi kegiatan, baik lokasi perkemahan, <i>homestay</i>, maupun rumah produksi. Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi kegiatan pemberdayaan ini memberikan arah positif dan menjadi <i>trigger</i> kebangkitan promosi digital. Terwujudnya media sosial yang berisi kontenaktif yang konsisten mampu mengemas produk wisata yang terintegrasi dari kekayaan yang dimiliki desa Purwoharjo dengan keindahan alam Dewi Tinalah dan Puncak Kleco, wisata sejarah. Rumah Sandi, Goa Sriti dan Museum Tani hingga promosi budaya lokal dan kulinernya.</p>

Keywords:	ABSTRACT
<p>Dewi Tinalah Community Empowerment Tourism Village Assistance Natural tourism Digital promotion</p>	<p>Community Empowerment of Tinalah Tourism Village Based on Mentoring. <i>This program is a collaborative program between STIE "Pariwisata API" Yogyakarta and the Ministry of Tourism and Creative Economy (Kemenparekraf) and the Ministry of Village Development of Disadvantaged Regions and Transmigration (Kemendes PDTT). Desawisata Tinalah (Dewi Tinalah) is located in the village of Purwoharjo, Samigaluh District, KulonProgo. A village is rich in natural and historical attractions. This assistance aims to: (1) increase tourism knowledge about Sapta Pesona and its implementation, (2) tour package product management and (3) promotion of tourism products, especially digital marketing. Activities are carried out by training in the classroom and at the location of the activity, both at the camping ground, homestay, and production house. Results Based on the monitoring and evaluation of this empowerment activity, it provides a positive direction and is a trigger for the revival of digital promotion. The realization of social media containing active content that is consistently able to package integrated tourism products from the wealth owned by the village of Purwoharjo with the natural beauty of Dewi Tinalah and Puncak Kleco, historical tours of Rumah Sandi, Sriti Cave and the Farmers Museum to the promotion of local culture and culinary delights.</i></p>

Pendahuluan

Salah satu pendekatan dalam percepatan pembangunan adalah pengembangan pariwisata yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat lokal melalui program pengembangan desa wisata. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dan Kementerian Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (Kemendes PDTT) dengan menggandeng Perguruan Tinggi bersama-sama memberikan stimuli geliat partisipasi masyarakat desa melalui Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata.

Percepatan pembangunan terlihat pada pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) per kapita D. I. Yogyakarta. Data menunjukkan bahwa dalam 5 tahun terakhir di Daerah Istimewa Yogyakarta dari tahun 2016 terdapat 85 desa wisata dan telah berkembang menjadi 135 desa wisata atau meningkat sebesar 59% dengan didukung 115 kelompok sadar wisata (pokdarwis) di tahun 2016 menjadi 131 kelompok di tahun 2019 atau naik 14%. Perkembangan ini selaras dengan pertumbuhan (PDRB) per kapita atas dasar harga konstan dari 4,95% (2015) tumbuh secara gradual hingga 6,6% (2019). Dari PDRB per kapita yang terendah di Provinsi se Jawa menjadi yang tertinggi (BPS, 2020).

Skema *penta-helix* dalam pembangunan pariwisata sudah menjadi kebijakan harus berjalan secara sinergis dan sinkron. Pemerintah Pusat menyusun kebijakan pembangunan desa wisata berbasis keterpaduan, dan menjadi panduan bagi upaya perencanaan kegiatan sinergitas Kementrian/Lembaga yang terkait. Perguruan Tinggi mengemban amanat Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu, melaksanakan peningkatan kapasitas, kajian penelitian dan melaksanakan pengabdian masyarakat. Adapun masyarakat desa diharapkan mampu mengidentifikasi potensi yang dimiliki, menyusun rencana aksi pengembangan desa wisata, mempertimbangan biaya dan manfaat dan mampu mengakses bantuan dari kementerian atau lembaga terkait (Kemenparekraf, 2020).

Desa Wisata Tinalah atau lebih dikenal dengan sebutan Dewi Tinalah secara administratif berlokasi di kelurahan Purwoharjo, kapanewon Samigaluh, kabupaten Kulon Progo, provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Daerah ini terletak 32 km sebelah barat Yogyakarta atau sekitar 1 jam perjalanan kendaraan bermotor. Lokasi ini menjadi strategis dengan beroperasinya bandara udara New Yogyakarta International Airport (NYIA) Kulon Progo karena merupakan jalur yang dilalui transportasi dari arah bandara NYIA menuju Borobudur, Magelang, sehingga diharapkan Dewi Tinalah menjadi kawasan penyangga wisata Borobudur atau menjadi persinggahan bagi mereka yang melakukan perjalanan NYIA ke Magelang dan sebaliknya.

Desa Purwoharjo, Samigaluh, Kulon Progo mempunyai destinasi unggulan antara lain Dewi Tinalah, Puncak Kleco, Rumah Sandi Negara, dan Gua. Dewi Tinalah dan Puncak Kleco merupakan wisata alam, sedangkan Rumah Sandi Negara dan Gua Sriti berkaitan dengan sejarah bangsa. Satu desa Purwoharjo dengan dengan unggulan empat destinasi wisata utama terasa menjadi kurang “*greget*” bahkan nama desa justru ‘tenggelam’, karena masing-masing membawa identitas sendiri.

Dengan memperhatikan potensi wisata yang masih dapat dikembangkan, maka tim pendamping dari LP2M STIE Pariwisata API melalui pendampingan desa berusaha meningkatkan dan mengembangkan kapabilitas sumberdaya manusia pariwisata dengan memperluas wacana manajerial dalam pengelolaan destinasi wisata. Beberapa permasalahan yang muncul dari hasil observasi antara lain: (1) belum terpenuhinya Sapta Pesona secara menyeluruh dalam pelaksanaannya, (b) Pemasaran wisata kurang agresif dan tidak terlihat adanya inovasi produk, sehingga berkesan partisipasi masyarakat kurang, dan (c) aspek produk wisata belum terintegrasi. Secara umum *brand* Desa Wisata Tinalah masih relatif terbatas dan informasi hanya dapat diakses melalui kesan pengunjung dari peringkat *google*.

Kegiatan ini dimaksudkan untuk mendukung Program Pengembangan Desa Wisata berbasis Pendampingan melalui Perguruan Tinggi. Melalui program ini diharapkan terjadinya percepatan pembangunan perdesaan dengan partisipasi seluruh masyarakat. Bagi Perguruan tinggi program ini sebagai wujud dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Adapun tujuan kegiatan ini adalah (1) Peningkatan Kapasitas SDM Pariwisata, (2) Pengembangan Produk Pariwisata: *pemanduan wisata* dan *home stay* dan (3) Promosi: Penyusunan paket-paket wisata baik paket *halfday tour*, *fullday tour*, *Live-in* dan pemandu wisata dan pemasaran *melalui digital marketing*. Sedangkan sasaran dari kegiatan ini adalah Pengelola desa wisata dan Masyarakat desa Purwoharjo dengan Target yang hendak dicapai dalam pengembangan desa adalah sebagai berikut: (1)

Peningkatan kompetensi SDM Pariwisata. (2) Peningkatan kualitas paket wisata menuju *tour and study*. (3) Destinasi wisata yang saling bersinergi (keterkaitan komponen produk wisata) dan memiliki media promosi yang bersinergi dengan pemerintahan desa.

Metode

Pelaksanaan pendampingan berlangsung dari bulan Februari hingga Oktober 2020, dalam bentuk pelatihan dalam kelas dan pelatihan di lapangan. Tiga pendekatan dalam metode pelatihan dalam pendampingan, yaitu: (1) Diskusi. Dalam bentuk diskusi dapat diperoleh gambaran riil *positioning*, segmentasi dan *targeting* yang dilaksanakan oleh desa wisata. Apa yang telah dilakukan dan yang belum dilakukan, serta dapat memahami tujuan yang hendak dicapai, kendala yang membatasi dan kesulitan yang dihadapi. (2) Model Kelas. Metode ini efektif dalam penyampaian materi atau pengetahuan yang relatif banyak, namun umumnya pengetahuan yang disampaikan tidak terkonfirmasi karena minimnya ruang diskusi. (3) *Focus Group Discussion*. Diskusi dengan kelompok yang mempunyai minat sama sekaligus membahas konsep dan praktiknya kemudian menghasilkan suatu keluaran yang diharapkan.

Pada awal kegiatan, pendampingan lebih banyak dilakukan dengan metode 1, dengan harapan banyak masukan baik kekuatan, kesempatan, kelemahan dan tantangan yang dihadapi masyarakat khususnya pengelola desa wisata. Dengan analisis akademik serangkaian permasalahan diformulasikan sesuai konsep yang relevan untuk dibawa ke dalam kelas. Dari hasil observasi, wawancara, dan diskusi disepakati ruang lingkup materi pelatihan sebagai berikut:

(1) **Peningkatan Kapasitas SDM Pariwisata.** STIE Pariwisata API Yogyakarta sebagai pendamping desa wisata berkewajiban dalam meneruskan kebijakan Kemenparekraf dan Kemendes PDTT, baik materi yang berupa rencana strategis yang digariskan oleh pemerintah maupun materi pendampingan desa wisata secara menyeluruh. Materi dikemas dan disesuaikan dengan kondisi lokal sehingga sasaran dapat tercapai secara efektif dan efisien, dengan materi antara lain: (1) *Clean, Healthy, Safety, and Environment* (CHSE), (2) *Sapta Pesona*, dan (3) *Pelayanan Prima*.

(2) **Pengembangan Produk Pariwisata.** Pengembangan produk meliputi *exploring* dan *packaging*. Dewi Tinalah memiliki potensi alam dan sejarah yang panjang, sehingga dari lokasi ini perlu diidentifikasi secara lebih mendalam dan integral. Beberapa potensi yang belum sempat diekspos ditawarkan kemungkinan pada produk yang telah ada atau justru sebagai produk tambahan (*augmented product*). Hal menjadi fokus dalam *exploring* dan *packaging* adalah mengemas paket produk yang menjamin pariwisata berkelanjutan. Produk unggulan yang telah dipasarkan dan berlangsung kurang 7 tahun adalah Bumi Perkemahan dan produk turunannya seperti *tracking*, *tubing*, susur sungai dan *out bound*. Dengan berlangsungnya waktu dan perubahan jaman, perlu adanya penyempurnaan dan inovasi untuk meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kepuasan konsumen,

(3) **Promosi.** Materi ini sangat penting dan mendesak, mengingat perkembangan dunia digital begitu pesat dan banyak aplikasi yang dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan desa wisata. Generasi muda yang relatif faham dengan teknologi digital khususnya *marketing digital* diharapkan menguasai konsep promosi dan teknis penyebaran. Tidak hanya promosi secara digital, tetapi bentuk lain *personal selling* dan *advertorial* atau publikasi menjadi hal sangat penting dalam memperkenalkan Dewi Tinalah lebih luas.

Selain tiga poin pendampingan di atas, materi kelembagaan juga disisipkan pada setiap materi, pentingnya kelembagaan dalam memperlancar kegiatan dan akses bantuan. Kemampuan kelembagaan dalam memobilisasi partisipasi masyarakat, ruang dan dana relatif sempurna.

Hasil dan Pembahasan

Sebagaimana kebijakan pemerintah beberapa tahun terakhir ini, dalam rangka percepatan pembangunan masyarakat perdesaan pada umumnya dan peningkatan kualitas sumberdaya manusia khususnya, maka masyarakat desa bukan lagi menjadi objek pembangunan namun menjadi subjek pembangunan di wilayahnya masing-masing. Pembangunan dan pengembangan desa meliputi aspek krusial berkaitan dengan lingkungan, ekonomi dan sosial budaya masyarakat. Meskipun kendala begitu

ketat namun kebijakan ini sangat efektif dan di beberapa negara sebagian besar berhasil meskipun dengan berbagai pendekatan yang berbeda (Ohe, 2020).

Pemberdayaan masyarakat adalah proses pembangunan di mana masyarakat berinisiatif untuk memulai proses kegiatan sosial untuk memperbaiki situasi dan kondisi diri sendiri. Pemberdayaan masyarakat hanya dapat terjadi apabila masyarakat itu dapat berpartisipasi. Pada umumnya kelemahan dalam pengembangan desa wisata adalah aspek pemberdayaan masyarakat. Aspek ini menyangkut kapasitas kelembagaan desa wisata, manajemen, dan tingkat partisipasi (keterlibatan) masyarakat. Komunitas dibiarkan begitu saja menjadi penonton dan tidak memiliki peran penting dalam pengembangan desa wisata (Arida, Suryasih, & Pathama, 2019).

Dalam mendorong terwujudnya kondisi pariwisata berkelanjutan di desa, dengan memperhatikan potensi yang dimiliki desa, maka diperlukan sebuah pendekatan yang digunakan sebagai kerangka pembangunan desa wisata. Sosialisasi Sadar Wisata sebagai upaya peningkatan sumberdaya manusia (SDM) hingga terwujudnya partisipasi masyarakat harus dilakukan secara terus menerus dan berkesinambungan seiring dengan pengembangan destinasi wisata (Nugraha, 2021).

Sadar wisata adalah suatu kondisi yang menggambarkan partisipasi dan dukungan masyarakat dalam mendorong terwujudnya iklim yang kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan di suatu destinasi atau wilayah. Sebagai bentuk informal yang dibentuk anggota masyarakat, sebagai unsur pemangku kepentingan, memiliki keterkaitan dan peran penting dalam mengembangkan dan mewujudkan Sadar Wisata dan Sapta Pesona di daerahnya (Kemenparekraf, 2020).

Pelatihan pemberdayaan desa wisata telah dilaksanakan dan mendapat tanggapan positif. Materi yang disajikan meliputi : (1) *Clean, Healthy, Safety, and Environment* (CHSE), (2) Sapta Pesona, dan (3) Pelayanan Prima. Partisipasi aktif tidak hanya pada saat pelatihan saja, namun di lapangan konsep dan teori tersebut diterapkan sesuai dengan kondisinya. Papan nama Sapta Pesona selalu ada di tempat destinasi wisata. Penyampaian materi di kelas diikuti 25 peserta. Namun terlihat para peserta telah banyak mengenal materi yang disampaikan sehingga suasana tampak hidup dan lebih banyak diisi dengan diskusi pada setiap pokok kajian, termasuk pada materi CHSE sebagai materi baru berkaitan dengan pandemi, para peserta telah mempunyai pengalaman praktik di lapangan.

Sementara praktik di lapangan, semua Program Pemerintah dalam protokol covid "*Pranatan Anyar Plesiran Jogja*" dilaksanakan sesuai prosedur. Setiap tempat umum dibangun tempat cuci tangan (*washtafel*) dan banyak titik lokasi memenuhi standar protokol. Meskipun animo permintaan untuk *camping* dan kegiatan relatif banyak, namun tempat wisata untuk sementara belum dapat dibuka, mengingat kondisi pandemi relatif rawan. Sisi positif pandemi adalah persiapan kedepan dengan perbaikan sarana dan prasarana, seperti penambahan MCK pada lokasi perkemahan, renovasi ruang pertemuan untuk peserta *camping*, dan sarana lain seperti perawatan dan kebersihan lokasi.

Pada pelatihan yang diselenggarakan di lokasi desa wisata, partisipasi masyarakat relatif tinggi, total peserta 54 orang yang terlibat dalam kegiatan ini di rentang usia 18 tahun hingga 67 tahun. Pengelola wisata alam dewi Tinalah dan Kleco yang anggota relatif muda dan antusias dalam mengikuti pelatihan membuat *itinerary* dan menghitung harga paket desa wisata. Mereka dari tim kreatif dan marketing juga mencoba membuat paket untuk mengatasi bagaimana siklus musiman di bisnis wisata dapat diatasi. Dibahas pula permasalahan yang selalu muncul di bidang pariwisata adalah masalah musiman, baik karena alam maupun masalah liburan (Para, Garcia, Velasco, & Oblitas, 2015).

Dalam kelompok *homestay* peminat cukup banyak, mereka terdiri atas wirausaha yang bergerak di kuliner, toko/dagang dan kerajinan, meskipun yang terlibat dalam *homestay* saat ini sekitar 14 orang (potensial). Hal ini mengindikasikan bahwa kesediaan mereka berpartisipasi dalam mendukung sebagai desa wisata relatif besar. Pertanyaan yang banyak disampaikan adalah bagaimana memulainya, bagaimana dalam penetapan tarif dan bagaimana menjamunya. Pertanyaan dalam pelatihan yang sering disampaikan adalah bagaimana memulai usaha *Homestay*? Bagaimana menentukan tarifnya? Komponen apa saja yang harus diperhitungkan? Kurang percaya diri banyak dirasakan oleh peserta pelatihan *Homestay*.

Jumlah *homestay* masih relative sedikit, produk utama Dewi Tinalah adalah Perkemahan sehingga pasar *homestay* lebih banyak tersedia untuk mereka yang mengantar putra-putrinya berkemah, atau bagian dari panitia. *Homestay* digunakan untuk menginap rombongan, sehingga fasilitas ini lebih menyerupai penginapan. Pihak pengelola dapat segera menyelenggarakan tempat seperti *live in* bila ada permintaan, termasuk persediaan kasur busa yang melimpah. Namun ada juga penginapan yang beroperasi sebagaimana pengertian *homestay*, yaitu menjual sebagian kamar yang ada untuk tamu. Pada monitoring terakhir telah ada prototipe *homestay* yang telah memenuhi standar bahkan cenderung mengesankan. Rumah bangunan tahun 1962 dialih fungsikan sebagai *homestay* di Tinalah. Bangunan ini mempunyai ruang-ruang yang besar dan halaman luas, sebagaimana umumnya bangunan Jawa masa lalu. MCK dan sanitasi yang telah memenuhi syarat kebersihan maupun ketersediaan. Ruangan yang semua mempunyai sekat memberi ruang privasi bagi yang menempati. Saat ini bangunan sudah bersih dan siap untuk difungsikan, menunggu kegiatan destinasi wisata secara resmi dibuka.

Kelompok wirausaha, meskipun tidak secara khusus menerima materi pelatihan, namun dukungan dan partisipasi sangat tinggi, melalui Wingko Tinalah, Jadah dan Tempe Menoreh, Wedang Jahe sereh, Gudug Kulon Progo yang turut memamerkan keandalan cipta rasa dan kemasannya. Sebagaimana dalam teori bahwa desa wisata dapat berkembang secara swadaya murni atau dengan suntikan investasi dari pihak tertentu (Zhang, 2012). Yang pertama akan berjalan relatif lambat namun ada semangat "*handarbeni*" atau memiliki, sementara yang kedua perkembangan yang lebih cepat dengan orang-orang terbatas, sehingga yang lainnya merasa tersingkirkan. Dewi Tinalah dalam perkembangannya lebih mirip dengan pengembangan swadaya, belum melebur menjadi BUMDes, mungkin akan tetap swadaya. Tanah yang digunakan adalah milik desa yang disewa. Meskipun demikian dari pemerintahan desa sangat mendukung pengembangan desa wisata dan membantu sebatas apa yang dapat dilakukan. Oleh karena itu, konsekuensi dari hal di atas adalah pembangunan infrastruktur terkendala.

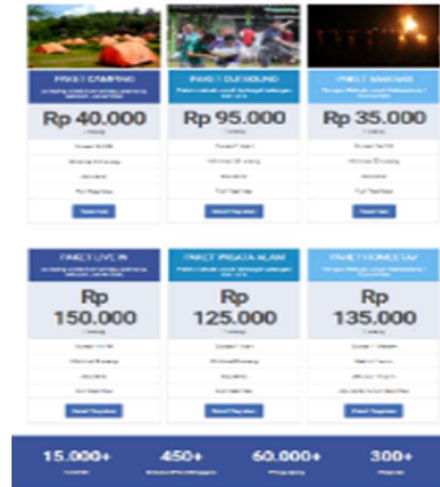
Promosi digital menjawab kesenjangan akses informasi, baik akses untuk mengetahui produk maupun cara mengaksesnya. Suasana pandemi dimanfaatkan pokdarwis melakukan pembenahan di segala bidang, di mulai dari potensi, *supply chain management*, pemasaran hingga ke konsumen. Di awal pendampingan (Februari 2020), untuk mencari informasi tentang Desa Tinalah secara detail relatif sulit. Informasi didapat dari situs lain seperti *web travel* atau bergabung dengan *line* produk yang sama. Cara lain melalui *Google rating* dengan membaca komentar mereka yang telah merasakan produk wisata dewi Tinalah. Konsumen hanya mengetahui produk yang ditawarkan selanjutnya menghubungi petugas nara hubung, Namun diparuh tahun terakhir website www.dewitinalah.com telah tersedia dan secara kontinyu diperbaharui dan dipercantik dengan *layout* yang serasi dan informatif, sebagaimana terlihat dalam Gambar 1. Konten didalamnya banyak bersifat mendidik dan memotivasi untuk berkarya.



Gambar 1. Tampilan muka website dewi Tinalah

Website Dewi Tinalah langsung terhubung dengan *You Tube* dan media sosial lainnya yang mempromosikan pengalaman berwisata, sehingga pembaca dapat melihat video tentang keseluruhan paket yang ditawarkan. Yang menarik dari halaman depan web ini adalah tersedia informasi paket wisata

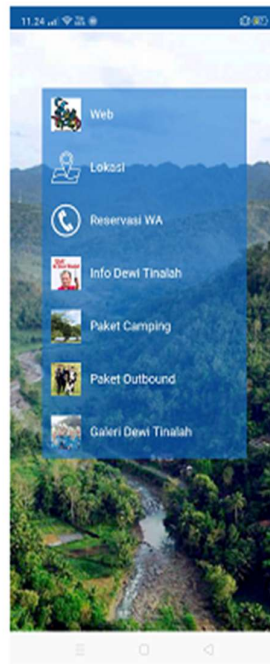
berserta biaya yang dapat langsung diakses konsumen, sehingga mempercepat proses pengambilan keputusan untuk memilih dan menghitung budget yang harus disediakan, pilihan tersedia seperti dalam Gambar 2.



Gambar 2. Pilihan paket wisata

Situs ini tidak sekedar menampilkan kegiatan yang dilakukan banyak orang, tetapi langsung menggiring konsumen untuk segera mengambil keputusan dari berbagai alternatif pilihan rekreasi. Kehadiran website, menghadirkan citra sebagaimana direpresentasikan dalam wacana pariwisata. Keajaiban alam, romantisme, keaslian dan elemen nostalgia dapat dikemas dengan memperkenalkan kembali konsep pedesaan tetapi tetap berorientasi pada pasar dengan harapan menarik wisatawan menikmati udara yang murni (Zhou, 2014). Perjalanan ke daerah pedesaan juga memberikan keuntungan bagi wisatawan. Mereka dapat mengembangkan apresiasi dan pemahaman tentang keindahan alam, ekosistem, dan nilai budaya suatu daerah; manfaat dari luar ruangan pengalaman pendidikan; dan memperoleh keterampilan yang membantu mereka menjalani gaya hidup yang lebih berkelanjutan yang mungkin datang dari mengunjungi objek wisata ekowisata. Kaum urban (wisatawan) mungkin sangat ingin merasakan pengalaman pedesaan budaya dan lanskap, untuk merasakan "makanan lokal" dan ekowisata, di mana informasi dapat diperoleh melalui internet.

Keberadaan *website www.dewitinalah.com* sekaligus mengintegrasikan seluruh potensi yang ada di desa Purwoharjo, baik keindahan alam, sejarah perjuangan, budaya, kerajinan, pertanian, kuliner hingga interaksi belajar-mengajar. Inovasi dan kreasi pokdarwis membuat paket wisata di website, namun juga merancang aplikasi reservasi yang dapat di download melalui *play store* atau *market store* dan kompatibel untuk android maupun IOS.



Gambar 3. Aplikasi Google Play

Tampak pada gambar Gambar 3, sebuah aplikasi ‘dewi tinalah’ yang dapat diunduh melalui *play store* untuk keperluan reservasi atau melihat info terbaru dari lokasi Dewi Tinalah. Keberadaan sangat membantu akses informasi bagi konsumen, sehingga pada akhirnya diharapkan memperkuat *positioning* Dewi Tinalah di benak konsumen. Pengelolaan *web* bukan hal yang mudah, tetapi website mampu mengorganisasikan berbagai informasi sehingga misi promosi dalam meraih konsumen mempunyai peluang yang lebih besar. (Zhou, 2014). Konten yang ada didalamnya akan menjadi pemicu keinginan untuk ‘relaksasi’ di hamparan pegunungan Menoreh.

Media sosial lain seperti *Instagram* dan *facebook* aktif menampilkan foto-foto kegiatan, menjangkau konsumen lokal khususnya di kalangan pecinta wisata alam. Pada masa pandemi segmen yang dijangkau adalah mereka yang bersepeda untuk melewati jalur wisata Tinalah sebagai bagian memperkenalkan lokasi dan mempersiapkan pembukaan secara resmi destinasi wisata Tinalah.

Hasil monitoring mencatat paket-paket wisata baru yang dikemas lebih fleksibel atau *customize* sesuai dengan kebutuhan wisatawan baik dalam hal waktu maupun kegiatan. Paket ini dalam suatu program digital sehingga umpan balik relatif cepat dapat diberikan. Selain itu, telah dibuat kesepakatan kerja sama baru dengan *tour operator* baru. Sebelumnya, kerja sama antara pokdarwis dan *tour operator* lain tidak dibuat hitam di atas putih, sehingga tindak lanjut kedepan selain mengawal setiap MOU juga pada langkah nyata MOE nya. Adapun poin-poin permasalahan dan pelaksanaan solusi diuraikan pada Tabel 1. di bawah ini:

Tabel 1. Perkembangan Sebelum dan Setelah Pendampingan

Potensi Wisata	Pendampingan	
	Sebelum	Sesudah (paska)
<ul style="list-style-type: none"> Lingkungan umum dan infrastruktur 	<ul style="list-style-type: none"> Papan Saptapesona kusam Bangunan identitas hampir roboh Bangunan pertemuan kurang menarik Kontur perkemahan tersedia apa adanya 	<ul style="list-style-type: none"> Papan Saptapesona diperbaharui Bangunan identitas baru dan menjadi spot foto. Bangunan pertemuan di cat ulang Kontur tanah perkemahan diratakan

<ul style="list-style-type: none"> • <i>Homestay</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • CHSE • Tersedia atas permintaan, 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya fasilitas pendukung protokol covid 19 • Tersedia beberapa dan memenuhi syarat <ul style="list-style-type: none"> ○ Bersih, nyaman, sanitasi dan perputaran udara baik, ○ Pelayanan prima
<ul style="list-style-type: none"> • Paket Wisata <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>halfday</i> ○ <i>fullday</i> ○ <i>customize</i> • Promosi <ul style="list-style-type: none"> ○ Dewi Tinalah ○ Puncak Kleco ○ Rumah Sandi ○ Museum tani ○ kerajinan ○ Kuliner ○ Aktivitas Desa 	<ul style="list-style-type: none"> • Telah ada, sederhana belum teradministrasi dengan baik • <i>Personal selling</i> • <i>Word of mouth</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tersedia berbagai pilihan paket wisata dan dapat diakses langsung via media sosial. • <i>Digital marketing</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Website</i> ○ <i>Youtube</i> ○ <i>Aplikasi play store</i> ○ <i>Instagram, face, book</i> ○ Konten aktif dan terbaru • Kerjasama organisasi travel

Sumber: Data Primer 2020

Potensi Desa Purwoharjo, Samigaluh, Kulon Progo sangat kaya destinasi wisata dan atraksi, dan puluhan kegiatan. Dewi Tinalah, Puncak Kleco, Embung Kali Duren, Gua Sriti, Museum Sandi, Museum Tani, Museum Seni. Banyaknya potensi wisata menjadikan tidak fokus dalam pengelolaannya. Diibaratkan energi potensial yang siap diubah menjadi energi kinetik yang akan menggerakkan perekonomian masyarakat Desa. Kegiatan pengabdian seperti pelatihan, pendampingan, FGD, workshop kelembagaan harus terus dapat diselenggarakan sebagai upaya peningkatan kapasitas masyarakat secara berkesinambungan (Rostini *et. al.* 2021).

Simpulan

Tingkat partisipasi masyarakat Desa Purwoharjo, Samigaluh, Kulon Progo dalam melaksanakan kegiatan pelatihan tinggi dan menunjukkan semangat yang besar. Dari berbagai elemen usaha jasa *homestay*, kuliner, kerajinan dan perdagangan sadar akan potensi yang dimiliki daerahnya untuk menjadi desa wisata terdepan.

Masa pandemi tidak menyurutkan langkah pengelola destinasi wisata baik pokdarwis dewi Tinalah maupun Puncak Kleco dalam mempersiapkan paket wisata yang lebih *customize* untuk berbagai segmen baik rombongan besar maupun untuk keluarga, paket bervariasi berdasar waktu, jenis kegiatan dan jenis wisatawan.

Dewi Tinalah melakukan lompatan di bidang promosi digital melalui *website*, tampilan informatif terhubung dengan sosial media lainnya. Langkah inovatif membuat aplikasi reservasi yang dapat diunduh melalui *google play*. Dukungan media sosial yang dimiliki dan konten yang aktif dan konsisten memberikan dukungan informasi untuk “netizen” pariwisata. Inovasi di bidang teknologi ini dapat menjadi alat dalam mengintegrasikan berbagai produk masyarakat ke ranah global.

Ada sedikit catatan bahwa aspek kelembagaan belum terbentuk dengan baik, sehingga permodalan masih menjadi beban mandiri bagi pengelola wisata. Kunci sukses akselerasi pengembangan desa wisata dapat dicirikan adanya pendekatan spasial sebagai dasar dalam menentukan arah pembangunan desa, dan pendekatan sektoral melalui peningkatan peran Badan Usaha Milik Desa untuk membangun perekonomian desa (Purnomo *et. al.* 2020).

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dan Kementerian Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (Kemendes PDTT) yang

memberikan kesempatan kepada STIE “Pariwisata API” turut berperan dan membangkitkan partisipasi masyarakat desa melalui Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata di Desa Wisata Tinalah.

Referensi

- Arida, N., Suryasih, I., & Pathama, I. (2019). Model of Community Empowerment in Tourism Village Development Planning in Bali. Geoplanning-International Conference on Geomatics and Planning.
- BPS. (2020, June 26). Badan Pusat Statistik. Diambil kembali dari <https://www.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html>
- Kememparekraf. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Berbasis Pendampingan . Jakarta: Direktorat Pengembangan SDM Pariwisata.
- Ohe, Y. (2020). Community Based Rural Tourism and Entrepreneurship A Macroeconomic Approach. Singapore: Springer Nature.
- Nugraha, Y. E., 2021, Sosialisasi Sadar Wisata Sebagai Upaya Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat di Desa Fatukoto, Jurnal Abdimas Pariwisata, 2 (1), 14-22
- Para, V. G., Garcia, C. Q., Velasco, C. B., & Oblitas, J. V. (2015). Trends and Seasonal Variation of Tourist Demand in Spain: The role of rural tourism. *Tourism Management Perspective*, 16, 123-128.
- Purnomo, S., Rahayu, E. S., Riani, A. L., Suminah, S., & Udin, U. (2020). Empowerment Model for Sustainable Tourist Village in an Emerging Country. *Journal of Asia Finance, Economics and Business*, 7(2), 261-270.
- Rostini, I. A., Rudiyanto, R., Kaban, I. K. J., Hutagalung, S., 2021, Peningkatan Kapasitas Masyarakat dan Identifikasi Potensi Wisata Dalam Pengembangan Desa Watu Tiri Sebagai Desa Wisata, Jurnal Abdimas Pariwisata, 2 (1), 8-13
- Zhang, X. (2012). Research on the Development Strategies of Rural Tourism in Suzho Based on SWOT Analysis. *Energy Procedia*, 16, 1295-1299
- Zhou, Lingxu, 2014, Online rural destination images:Tourism and rurality, *Journal of Destination Marketing & Management*, 1-14