

**Seminar Nasional dan Call For Paper
Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0**

POTENSI PROSES TRANSFORMASI SOSIAL DALAM UPAYA MENUMBUHKEMBANGKAN WISATAWAN BERTANGGUNG JAWAB DALAM MENINGKATKAN WISATA BERKELANJUTAN DI DESA WISATA NGLINGGO, SAMIGALUH, KULON PROGO.

¹John Suprihanto, ²Muhamad dan ³Agusta Ika Prihanti Nugraheni

¹ Magister Kajian Pariwisata, ² Sekolah Pascasarjana

¹ John.soeprihanto@gmail.com,

Abstrak

Berwisata sudah menjadi kebutuhan dalam kehidupan masyarakat. Selain wisata massal, wisata minat khusus juga semakin diminati, seperti wisata budaya dan desa wisata. **Tujuan:** mendeskripsi karakter masyarakat desa wisata (dewi) Nglingsgo; mengidentifikasi faktor-faktor yang mengakibatkan belum terwujudnya pariwisata bertanggungjawab dan berkelanjutan di dewi Nglingsgo; dan mengevaluasi proses transformasi social (edukasi dan sosialisasi) pariwisata berkelanjutan dan bertanggungjawab bagi wisatawan di dewi Nglingsgo, Samigaluh, Kulon Progo. **Metode:** penelitian ini menggunakan *mix method* sederhana. Pertama, menggunakan pendekatan diskriptif kuantitatif yaitu meneliti kondisi ekonomi misalnya jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan. Dari aspek sosial diungkapkan tempat tinggal dan tingkat pendidikan. Kedua, menggunakan pendekatan diskriptif kualitatif. Untuk menganalisis data digunakan analisis statistik diskriptif, diskriptif kualitatif, dan kualitatif komparatif. **Pembahasan:** Dalam proses transformasi sosial diperlukan keterlibatan masyarakat dalam pembangunan pariwisata atau pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism - CBT*). Dampak ekonomi (positif) dari wisatawan yang ke dewi Nglingsgo bagi masyarakat adalah peningkatan pendapatan masyarakat dari kegiatan wisata di desa tersebut. Sisi lain, industri pariwisata dianggap bertanggung jawab atas kerusakan lingkungan alam dan budaya di destinasi wisata, termasuk dewi Nglingsgo. Untuk mewujudkan dewi bertanggungjawab-berkelanjutan seluruh *stakeholders* harus berpartisipasi dalam proses transformasi social untuk menumbuhkembangkan wisatawan bertanggungjawab.

Kata kunci: transformasi social, dewi bertanggungjawab-berkelanjutan; CBT, partisipasi, wisatawan bertanggungjawab.

Pendahuluan

Pariwisata tumbuh dan berkembang menjadi sektor penting di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Berwisata sudah menjadi suatu kebutuhan dan aspek penting dalam kehidupan masyarakat. Alasan untuk melakukan wisata pun semakin beragam, mulai dari kesenangan sampai dengan gengsi. Wisata massal juga semakin bermunculan, dimana dimana jumlah pengunjung yang sangat besar terkonsentrasi di satu tempat. Berbagai konsekuensi muncul akibat wisata massal, seperti rusaknya destinasi wisata, terganggunya masyarakat tuan rumah, berubahnya atau hilangnya budaya masyarakat setempat, bahkan muncul konflik diantara masyarakat tuan rumah dan lain sebagainya. Namun selain wisata massal, saat ini jenis wisata minat khusus juga semakin diminati, seperti wisata budaya dan heritage, desa wisata dan lain sebagainya.

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

Di dalam pengelolaan desa wisata satu prinsip yang muncul untuk menjembatani keterlibatan masyarakat dalam pembangunan pariwisata adalah pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism - CBT*). Namun, terlepas apapun bentuknya dan kontribusinya bagi suatu daerah, industri pariwisata juga bertanggung jawab atas kerusakan lingkungan alam dan budaya.

Untuk itu muncul suatu prinsip pembangunan pariwisata, khususnya proses transformasi social dalam pengelolaan desa wisata berkelanjutan yang berusaha memenuhi kebutuhan wisatawan dan tuan rumah yang bertanggungjawab dan berkelanjutan. Selain itu juga untuk melindungi dan memberikan kesempatan bagi masa depan atau untuk mewujudkan pariwisata yang bertanggung jawab yaitu segala bentuk pariwisata yang menghormati lingkungan alam, lingkungan yang dibangun dan lingkungan budaya tuan rumah serta menghormati seluruh kepentingan pihak-pihak yang terlibat. Untuk mewujudkannya maka seluruh stakeholder harus berpartisipasi dalam proses transformasi social baik para pelaku juga termasuk para wisatawan.

Destinasi desa wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta yang masih dalam kategori berkembang adalah Desa Wisata Nglinggo. Desa Wisata Nglinggo sendiri adalah kawasan wisata berkonsep alam dan kebudayaan yang dikembangkan dengan berbasis partisipasi masyarakat secara langsung dalam kegiatan pariwisata. Objek wisata utama yang ditawarkan desa ini adalah kebun teh yang luas dan indah yang dikelola oleh masyarakat. Selain itu, terdapat obyek air terjun Watu Jonggol serta beberapa kegiatan wisata kebudayaan dan lingkungan yang dipadukan dengan konsep berwawasan pengetahuan. Selain potensi alam di desa wisata Nglinggo juga ditawarkan perpaduan beberapa wisata budaya yang disajikan kepada wisatawan. Dampak yang dihasilkan dari adanya wisatawan yang datang ke desa wisata Nglinggo bagi masyarakat adalah dari segi ekonomi adanya perubahan pendapatan yang didapatkan oleh masyarakat sekitar dari kegiatan wisata di desa tersebut.

Terlepas apapun bentuknya, caranya dan volumenya, Industri pariwisata dianggap bertanggung jawab atas kerusakan lingkungan alam dan budaya. Pariwisata dianggap berkontribusi atas emisi Co2 sebesar 5% (Coles dkk, 2009). Bukan hanya itu, pariwisata bahkan telah merusak bangunan-bangunan bersejarah, seperti Akropolis, Makam Tuthankhamen dan lainnya. Di Indonesia pun banyak tempat wisata yang rusak akibat aktivitas berwisata tersebut, seperti padang bunga amaranis di Gunung Kidul, kawasan konservasi pulau Sempu di Jawa Timur dan masih banyak lagi (Rabotic, n.d; Damayanti, 2015). Saat ini banyak destinasi wisata yang kotor bahkan rusak oleh perilaku wisatawan dan adanya pembiaran yang dilakukan oleh para stakeholder.

Semua stakeholder harus melihat ini sebagai satu kesatuan yang utuh dan komprehensif sebagai pola perkembangan desa wisata guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat untuk mampu mendapatkan tingkat kehidupan yang lebih layak dan berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang terdahulu, dalam penelitian ini dirumuskan masalahnya yaitu belum terwujudnya pariwisata bertanggungjawab dan berkelanjutan di desa wisata Nglinggo, Samigaluh, Kulon Progo. Tujuan Penelitian adalah 1) mendiskripsi berbagai karakter masyarakat desa wisata Nglinggo, Samigaluh, Kulon Progo; 2) mengidentifikasi faktor-faktor yang mengakibatkan belum terwujudnya pariwisata bertanggungjawab dan berkelanjutan di desa wisata Nglinggo, Samigaluh, Kulon Progo; 3) mengevaluasi proses transformasi sosial (proses edukasi dan sosialisasi) pariwisata bertanggungjawab dan berkelanjutan bagi wisatawan di desa wisata Nglinggo, Samigaluh, Kulon Progo.

Studi Pustaka dan Landasan Teori

1. Teori Pembangunan Berkelanjutan

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

Teori pembangunan berkelanjutan, termasuk pembangunan pariwisata yang berkelanjutan telah banyak di diskusikan, dipelajari, dan dikembangkan (Smith and Eadington 1992; France 1997; Hall and Lew 1998; Middleton and Hawkins 1998; Swarbrooke 1999 dalam Stanford, 2006) yang muncul untuk menjawab isu-isu dampak negatif dalam pembangunan pariwisata. Studi-studi tersebut banyak yang mencoba mendefinisikan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dimana definisi tersebut mengacu pada Brundtland Report yaitu: "...memenuhi kebutuhan wisatawan dan tuan rumah saat ini dan juga melindungi dan memberikan kesempatan bagi masa depan" (UNWTO dalam Stanford, 2006). Stanford (2006) berpendapat bahwa kesederhanaan definisi ini memiliki kelemahan dan kekuatan, mudah dimengerti dan sampai batasan tertentu intepretasi atas definisi tersebut masih terbuka luas. Menurut UNWTO (2005), pariwisata berkelanjutan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai pariwisata yang memperhitungkan penuh dampak ekonomi, sosial dan lingkungan saat ini dan masa depan, memenuhi kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan dan masyarakat setempat. Praktek manajemen dan pedoman pembangunan pariwisata berkelanjutan dapat diaplikasikan ke semua bentuk aktivitas pariwisata di semua jenis destinasi wisata, termasuk pariwisata massal dan berbagai jenis kegiatan pariwisata lainnya melalui pembangunan yang seimbang diantara 3 dimensi tersebut.

Pembangunan pariwisata berbasis masyarakat mengacu pada prinsip keseimbangan dan keselarasan antara kepentingan berbagai stakeholder pembangunan pariwisata termasuk pemerintah, swasta dan masyarakat (Demartoto dkk, 2009, h.20). Prinsip pembangunan pariwisata berbasis masyarakat, idealnya menekankan pada pembangunan pariwisata "dari masyarakat, oleh masyarakat dan untuk masyarakat". Tujuan akhir dari pembangunan pariwisata berbasis masyarakat adalah untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat, maka dalam setiap tahapan pembangunan, yang dimulai dari perencanaan, pembangunan, pengelolaan dan pengembangan sampai dengan pemantauan (*monitoring*) dan evaluasi, masyarakat tuan rumah atau setempat harus dilibatkan secara aktif dan diberi kesempatan untuk berpartisipasi.

Peran serta dan partisipasi masyarakat dalam menunjang keberhasilan pembangunan pariwisata di daerahnya dan dalam memelihara sumber daya alam dan budaya yang berpotensi untuk menjadi daya tarik wisata tidak dapat diabaikan. Untuk itu, yang penting adalah upaya memberdayakan masyarakat setempat dengan mengikutsertakan mereka dalam berbagai kegiatan pembangunan pariwisata dengan tetap bermitra dengan pemerintah dan swasta karena pembangunan pariwisata berbasis masyarakat tidak akan terwujud apabila penduduk setempat merasa diabaikan, atau hanya dimanfaatkan serta merasa terancam oleh kegiatan pariwisata di daerah mereka (Demartoto dkk, 2009, h.20). Selain untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat, pembangunan pariwisata berbasis masyarakat diarahkan untuk mengurangi tekanan terhadap obyek dan daya tarik wisata sehingga pembangunan pariwisata dapat dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan. Masyarakat tuan rumah harus disadarkan atas potensi yang dimiliki sehingga rasa ikut memiliki (*sense of belonging*) terhadap aneka sumber daya alam dan budaya sebagai asset pembangunan pariwisata akan muncul, tumbuh dan mengakar didalam kehidupan mereka sehari-hari (Demartoto dkk, 2009, h.20).

2. Pariwisata Berbasis Masyarakat (*Community Based Tourism-CBT*) dalam era Milenial

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

Pariwisata merupakan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain dan bersifat sementara, dilakukan perorangan ataupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan, keserasian dalam dimensi sosial budaya dan pengetahuan (Spillane dalam Hadiwijoyo, 2012: 42). Selain itu, Charit (2005) memandang pariwisata sebagai alat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Damanik, 2007: 5-6). Berdasarkan pandangan tersebut, dapat diamati bahwa pariwisata memiliki keterkaitan dengan komponen lain seperti seni-budaya, pendidikan, transportasi, sosial, ekonomi dan lainnya. Pariwisata merupakan media pembelajaran tentang bagaimana orang memahami dirinya di hadapan orang lain, bagaimana menikmati perbedaan, dan bagaimana mengisi ruas-ruas hidup dari pengalaman melalui alam, budaya dan lingkungan sosial yang beragam.

Berdasarkan ragam perspektif di atas, perkembangan pariwisata harus diimbangi dengan perubahan cara pandang yang positif. Cara pandang ini harus berangkat dari persepektif bahwa kegiatan pariwisata merupakan kegiatan penting bagi kehidupan bangsa serta membawa efek langsung terhadap sosial, budaya, pendidikan, ekonomi dan hubungan internasional antar bangsa, "*Tourism is considered an activity essential to the life of nations because of its direct effects on the social, culture, education and economic sector of nation societies and their international relations*" (United Nation-UN, 1981: 5).

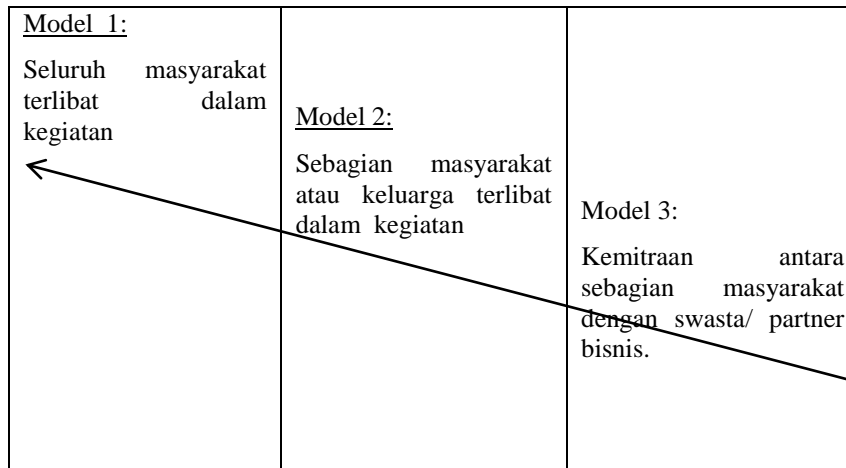
Peta pergerakan pariwisata dunia membawa angin segar terhadap kondisi kepariwisataan di kawasan Asia Pasifik termasuk Indonesia. Vallas memandang bahwa kedepan Asia Pasifik akan menjadi pusat destinasi pariwisata dunia. Keberhasilan ini datang dari pasar domestik dan pasar regional yang kuat serta tingginya persaingan modal dan teknologi (Vellas, 2007: 5). Senada dengan itu, Wacik (2007: 3) mengungkapkan bahwa agenda global *World Tourism Organization* (WTO) menekankan pembangunan pariwisata yang berbasis pada pemberdayaan masyarakat dalam kebijakan nasional pembangunan pariwisata di masing-masing negara.

Falsafah kepariwisataan Indonesia berangkat dari keseimbangan hubungan manusia dengan Tuhan, manusia dengan manusia dan manusia dengan alam (Prosiding Konferensi Pariwisata Indonesia 2020, 2007: 5). Hal ini merupakan konsep hidup berkesinambungan dengan prinsip-prinsip kepariwisataan berbasis masyarakat, berwawasan budaya dan berkelanjutan. Senada dengan itu, segmen pasar pariwisata budaya di Yogyakarta berpedoman pada visi dan misi pembangunan kepariwisataan berbasis budaya, terkemuka di Asia Tenggara, berskala dunia, berdaya saing, berkelanjutan, serta mampu mendorong pembangunan daerah untuk kesejahteraan masyarakat (Peraturan Daerah Provinsi DIY No.1 Tahun 2012 tentang RIPPD).

2.1. Model Pariwisata Berbasis Masyarakat (CBT)

InWent (2002: 3) memandang CBT sebagai salah satu model pariwisata terbaik yang melibatkan kontrol substansial dari masyarakat lokal. Masyarakat terlibat dalam pengembangan dan manajerial serta menerima keuntungan dengan proporsi terbesar. Karakteristik CBT mengutamakan aspek pendidikan dan pengalaman dari atraksi wisata. Aktivitas pariwisata ini juga mampu meningkatkan kepedulian masyarakat dan wisatawan dalam kegiatan konservasi dan pelestarian. Beberapa tipe CBT menurut InWent (2002: 5-10) yaitu; *ecoturisme*, *agroturisme*, wisata kampung pedalaman (*rural tourism*), wisata pedesaan, desa wisata, wisata etnis atau masyarakat adat, wisata budaya, wisata seni dan kerajinan. Adapun model CBT (*Community Based Tourism*) menurut InWent yaitu sebagai berikut:

**Seminar Nasional dan Call For Paper
Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0**



Gambar 2.1 Model Community Based Tourism (CBT) Menurut InWent

Sumber: *InWent-International Capacity Building and Development* (2002).

Model di atas menggambarkan bahwa pengembangan CBT berbanding lurus dengan partisipasi masyarakat. Melalui model ini, pembangunan pariwisata digerakkan oleh partisipasi masyarakat dalam perencanaan dan kerjasama antar pemangku kepentingan (*stakeholder*). Menurut Nasikun tipe pengembangan wisata dengan model CBT menekankan pada pentingnya keberlanjutan kultural (*cultural sustainability*) serta membangkitkan penghormatan wisatawan terhadap budaya lokal (Damartoto dkk., 2009: 51).

2.2. Pengertian Pariwisata Berbasis Masyarakat (CBT)

Pariwisata berbasis masyarakat (*Community Based Tourism-CBT*) menurut banyak pengamat dipandang sebagai paradigma baru pengembangan pariwisata. Konsep ini berangkat dari gagasan bahwa usaha pariwisata dapat dan harus membawa dampak positif bagi masyarakat lokal, mendorong keadilan sosial, pro-masyarakat miskin, terciptanya *eco* dan *green* konsep serta kapasitas untuk membuat perbaikan langsung dan nyata bagi masyarakat lokal (Jones, 2005; Hernández-Ramirez, 2010 dalam L. Sin dan Claudio Minca 2013: 96). Melalui CBT (*Community Based Tourism*), wisatawan berpartisipasi dan berinteraksi langsung dengan masyarakat lokal serta menghasilkan manfaat ekonomi dan konservasi bagi lingkungan tempat wisata (*The Mountain Institute*, 2000: 1).

Responsible Ecological Social Tour (REST), sebuah organisasi non-profit yang fokus dalam pengembangan CBT di Thailand, memaparkan bahwa CBT merupakan konsep pariwisata yang sistem kepemilikan dan pengelolaannya dikendalikan oleh masyarakat dengan mempertimbangkan pelestarian lingkungan, sosial dan budaya (Potjana, 2003: 12). Masyarakat memiliki kontrol dan keterlibatan yang besar dalam pengembangan dan manajerial CBT. Adapun proporsi keuntungan terbesar dari kegiatan pariwisata dikelola oleh dan untuk kepentingan masyarakat lokal, meskipun masyarakat bekerja sama dengan pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) (L. Sin dan Claudio, 2013: 96; Hausler, 2006: 3).

2.3. Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (CBT) dalam Era Milenial

Pengembangan model CBT pertama kali diperkenalkan oleh Murphy (Hadiwijoyo, 2012: 72) yang berpandangan bahwa pariwisata harus melibatkan masyarakat lokal yang menanggung dampak kumulatif dari pariwisata. Beberapa dekade terakhir, konsep CBT

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

mulai dikembangkan di berbagai belahan dunia, terutama di kawasan Asia. Pengembangan CBT di Asia lebih banyak diprakarsai oleh organisasi non-pemerintah baik nasional maupun internasional (Hausler, 2006: 3). Hal ini disinyalir karena sumbu utama pengelolaan CBT harus berangkat dari kesadaran dan swadaya masyarakat.

Kawasan ASEAN memiliki modal sosial yang tergolong masih terjaga dengan hampir 20 tahun pengalaman mengembangkan CBT. Beberapa negara seperti Kamboja, Indonesia, Laos, Filipina, dan Thailand memiliki lebih dari 10 tahun pengalaman dalam mengembangkan CBT. Namun, hingga saat ini belum ada forum ASEAN baik untuk akademisi, praktisi, organisasi maupun bisnis pendukung sebagai media bertukar pengalaman dan pengetahuan tentang CBT (Potjana, 2013: 3). Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan pariwisata melalui model CBT belum menjadi isu bersama bagi beberapa negara di kawasan ASEAN.

2.4. Prinsip Pariwisata Berbasis Masyarakat (CBT)

Pengelolaan CBT berkaitan dengan partisipasi masyarakat lokal dalam proses pengambilan keputusan dan pembagian keuntungan (Timothy, 1999: 372). Selain itu, peningkatan kapasitas, pemahaman dan kepedulian masyarakat sangat penting dilakukan sebelum mengembangkan CBT (*Community Based Tourism*). Masyarakat harus memahami bahwa penerapan CBT dalam kegiatan pariwisata merupakan alat untuk meningkatkan kesejahteraan, konservasi lingkungan dan pelestarian budaya lokal, bukan komersialisasi wisata.

Menurut Potjana (2003: 12), terdapat tujuh prinsip dalam pengembangan *Community Based Tourism* (CBT) yaitu; 1) mengenali, mendukung dan mempromosikan pariwisata sebagai milik masyarakat; 2) melibatkan anggota masyarakat dalam setiap aspek; 3) mempromosikan keramah-tamahan masyarakat; 4) meningkatkan kualitas hidup; 5) mengutamakan pelestarian lingkungan, mempertahankan budaya dan karakter masyarakat setempat yang unik; 6) menghormati perbedaan budaya dan martabat manusia (*cross-culture learning*); serta 7) mendistribusikan manfaat secara adil kepada seluruh masyarakat yang berkontribusi terhadap peningkatan kemajuan masyarakat.

Senada dengan pandangan Potjana di atas, Purbasari dan Asnawi (2014: 479) mengemukakan prinsip-prinsip CBT berikut: 1) mengakui, mendukung dan mempromosikan pariwisata yang dimiliki masyarakat; 2) melibatkan masyarakat dalam setiap aspek pengembangan CBT; 3) meningkatkan kualitas hidup; 4) menjamin keterjagaan sumber daya alam, lingkungan serta keunikan budaya lokal; 5) memiliki kesadaran untuk menjaga norma dan ideologi serta didukung oleh tokoh masyarakat yang mengerti akan tradisi dan kebijakan masyarakat lokal; 6) sistem manajemen yang baik dan disepakati bersama dalam pengaturan, pengelolaan, dan distribusi keuntungan yang adil bagi pembangunan ekonomi, sosial-budaya dan lingkungan; 7) aspek pembelajaran bersama dan membangun pemahaman *cross-culture-learning* dengan menghargai perbedaan antara masyarakat dengan wisatawan.

2.5. Parameter Kesuksesan Pariwisata Berbasis Masyarakat (CBT) dalam Era milenial

Tidak ada ukuran baku dalam pengelolaan CBT (*Community Based Tourism*) yang dapat digeneralkan untuk setiap kondisi. Pengembangan CBT yang ideal harus terencana dengan matang, disesuaikan dengan konteks di masyarakat serta dinamis mengikuti perubahan ke arah yang lebih baik. Untuk itu, pengembangan CBT di beberapa tempat

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

akan berbeda satu sama lain. Hal ini tergantung pada kondisi masyarakat lokal, aktor pengelola dan potensi yang dikembangkan. Komponen pendukung CBT ibarat potongan puzzle yang setiap bagiannya penting dan saling melengkapi satu sama lain. Komponen tersebut terdiri atas latar belakang pembentukan CBT, struktur dan sistem pengelolaan, sumber daya yang menunjang, peningkatan kemampuan dan kapasitas masyarakat lokal serta pemasaran produk dan kemitraan (Asker *et.all*, 2010: 10-11).

Berdasarkan evaluasi CBT yang dilakukan di beberapa negara di Asia, Rocharungsat (2008: 65) memaparkan beberapa kriteria kesuksesan CBT yaitu; 1) keterlibatan masyarakat, 2) distribusi manfaat yang merata, 3) manajemen pariwisata yang baik, 4) kemitraan yang kuat baik ke dalam maupun ke luar, 5) keunikan atraksi, serta 6) konservasi lingkungan dan sosial-budaya. Tipe pengembangan CBT menyadari kelangsungan budaya, sosial dan lingkungan yang dikelola dan dimiliki dari, oleh dan untuk masyarakat lokal (Hadiwijoyo, 2012: 71). Senada dengan pandangan tersebut, Dinas Pariwisata DIY (2012: 2.22) berpandangan bahwa CBT (*Community Based Tourism*) merupakan suatu pendekatan menyeluruh dari pariwisata yang menyatukan dampak terhadap aspek lingkungan, budaya dan ekonomi.

Secara general, kerangka konseptual keberhasilan pengembangan CBT terdiri atas beberapa faktor sukses. Faktor tersebut yaitu partisipasi dan pemberdayaan masyarakat, kepemilikan masyarakat lokal melalui pendekatan kolaboratif (kemitraan) dan inovasi serta tanggung jawab masyarakat lokal. Di samping itu, pembagian keuntungan CBT harus dilakukan secara adil dengan kontrol dan pengelolaan yang baik. Kepemimpinan dan manajerial juga ikut menentukan upaya-upaya pelestarian, konservasi dan pengalaman wisatawan dalam menghargai perbedaan (Henry dalam *Heritage Tourism Workshop*, 2009:). Pengembangan CBT dikatakan sukses jika mampu memberikan dampak positif terhadap sektor sosial, budaya, ekonomi dan kondisi lingkungan di masyarakat. Masyarakat lokal menerima manfaat berupa peningkatan pendapatan, kesempatan kerja, peluang pendidikan dan pelatihan serta peningkatan kualitas hidup (Nitikasetsoontorn, 2015: 48).

2.6. Manfaat Pariwisata Berbasis Masyarakat (CBT) dalam Era Milenial

Pengelolaan CBT memberikan manfaat dalam pelestarian warisan budaya dan penguatan identitas budaya melalui apresiasi wisatawan. Di samping itu, CBT merupakan upaya mengentaskan kemiskinan dengan distribusi manfaat yang adil pada masyarakat dan perlindungan sumber daya lokal. Melalui CBT, masyarakat diharapkan mampu membangun kawasan pedesaan, mengurangi migrasi (terutama untuk remaja) dan meningkatkan standar hidupnya (Hausler, 2006: 3 dan Henry dalam *Heritage Tourism Workshop*, 2009: 10).

Senada dengan pandangan di atas, Asker *et.all* (2010: 3) memaparkan manfaat CBT dalam poin-poin berikut; 1) meningkatkan keberlanjutan sosial dengan memberdayakan masyarakat lokal; 2) mendorong partisipasi aktif masyarakat lokal dalam pembangunan; 3) pengelolaan dan pelestarian sumber daya alam dan sosial-budaya; 4) mempromosikan dan mendidik wisatawan dalam pewarisan budaya dan alam 5) menunjukkan praktek manajemen yang baik; 6) menyediakan lapangan pekerjaan dan pembangunan ekonomi lokal secara efektif; 7) membangun kapasitas dan peningkatan pendapatan bagi masyarakat lokal, serta (8) menjamin kualitas dan pengalaman yang aman untuk semua pihak yang terlibat.

2.7. Transformasi Sosial dalam CBT

Adapun beberapa pengertian transformasi sosial menurut beberapa ahli diantaranya adalah sebagai berikut:

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

1. Kingsley Davis: perubahan sosial merupakan perubahan-perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi Masyarakat
2. William F. Ogburn: perubahan sosial adalah perubahan yang mencakup unsur-unsur kebudayaan baik material maupun imaterial yang menekankan adanya pengaruh besar dari unsur-unsur kebudayaan material terhadap unsur-unsur imaterial.
3. Iver: perubahan sosial adalah perubahan-perubahan yang terjadi dalam hubungan sosial (*social relation*) atau perubahan terhadap keseimbangan (*equilibrium*) hubungan Sosial
4. Gillin dan Gillin: perubahan sosial adalah perubahan yang terjadi sebagai suatu variasi dari cara hidup yang telah diterima karena adanya perubahan kondisi geografi, kebudayaan material, komposisi penduduk, ideologi, maupun adanya difusi atau penemuan-penemuan baru dalam masyarakat.

Dari beberapa pengertian dapat disimpulkan bahwa perubahan sosial merupakan perubahan-perubahan yang terjadi pada lembaga-lembaga kemasyarakatan dalam suatu masyarakat yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk nilai, sikap-sikap sosial, dan pola perilaku di antara kelompok-kelompok dalam masyarakat atau proses di mana terjadi perubahan struktur dan fungsi suatu system social

Perubahan tersebut terjadi sebagai akibat masuknya ide-ide pembaruan yang diadopsi oleh para anggota sistem sosial yang bersangkutan. Proses perubahan sosial bisa terdiri dari tiga tahap:

1. Invensi, yakni proses di mana ide-ide baru diciptakan dan dikembangkan
2. Difusi, yakni proses di mana ide-ide baru itu dikomunikasikan ke dalam system social
3. Konsekuensi, yakni perubahan-perubahan yang terjadi dalam sistem sosial sebagai akibat pengadopsian atau penolakan inovasi. Perubahan terjadi jika penggunaan atau penolakan ide baru itu mempunyai akibat Timbulnya tranformasi sosial bukanlah tanpa sebab tetapi dipengaruhi oleh ragam factor

Faktor-faktor yang menyebabkan adalah timbunan kebudayaan, kontak dengan kebudayaan lain, penduduk yang heterogen, kekacauan sosial dan perubahan sosial itu sendiri. Dalam transformasi sosial akan melibatkan penduduk, teknologi, nilai-nilai kebudayaan dan gerakan sosial. Dalam ensiklopedi nasional Indonesia disebutkan pula, seringkali istilah transformasi sosial diartikan sama dengan perubahan.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Dari tahap awal, menggunakan pendekatan diskriptif kualitatif yaitu meneliti kondisi ekonomi dilihat dari aspek ekonomi yaitu jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan, kemudian dari aspek sosial dilihat dari tempat tinggal dan tingkat pendidikan. Tahap berikutnya, tetap dengan menggunakan pendekatan diskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Selain itu dibutuhkan data sekunder yang tersedia di desa wisata dan berbagai sumber terkait. Untuk data primer, metode pengumpulan data melalui wawancara tidak terstruktur. Sedangkan untuk data sekunder digunakan metode dokumentasi. Alat analisis: untuk menganalisis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini digunakan analisis analisis kualitatif diskriptif, dan analisis kualitatif komparatif.

3.1. Teknik Pengumpulan Data

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

Hasil penelitian sangat ditentukan oleh teknik pengumpulan data yang digunakan. Data yang diperlukan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder baik berupa data kualitatif maupun data kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian yaitu teknik wawancara, kuesioner atau angket, observasi, studi dokumentasi, studi literatur dan penelusuran data *online*. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam, kuesioner atau angket dan observasi lapangan. Data sekunder didapatkan dari berbagai sumber dan data yang diperoleh melalui studi dokumentasi, studi literatur dan penelusuran data *online*.

3.1.1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data secara lisan terhadap responden dengan menggunakan pedoman wawancara untuk melakukan tanya-jawab. Penggunaan wawancara dalam penelitian ini merupakan metode pelengkap untuk mencari informasi yang tidak dapat diperoleh dengan cara lain (Hadi, 1989: 193). Metode wawancara mendalam (*in-deep interview*) dilakukan secara terstruktur menggunakan recorder dan pedoman wawancara yang diajukan kepada informan kunci. Informan wawancara yang dipilih yaitu tokoh masyarakat, stakeholder dan pengurus Desa Nginggo.

Hasil wawancara diolah menurut indeks matriks dengan rekaman, transkrip, catatan lapangan dan membaca catatan, penomoran hingga penjelasan peneliti terhadap hasil transkrip yang diperoleh (Wengraf, 2006: 208-214). Cara ini akan memudahkan peneliti untuk menginterpretasi hasil penelitian kedalam pembahasan.

3.1.2. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melihat, mengamati dan mencatat hasil sesuai dengan kebutuhan peneliti. Berdasarkan pemahaman tentang metode observasi atau pengamatan, C.L. Selltiz (Bungin, 2011: 118) berpandangan bahwa suatu kegiatan pengamatan baru dikategorikan sebagai kegiatan pengumpulan data penelitian apabila memiliki empat kriteria. Pertama, pengamatan digunakan dalam penelitian dan telah direncanakan secara serius. Kedua, pengamatan harus berkaitan dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Ketiga, pengamatan dicatat secara sistematis dan dihubungkan dengan proporsisi umum dan bukan dipaparkan sebagai suatu yang hanya menarik perhatian. Terakhir, pengamatan dapat dicetak dan dikontrol mengenai keabsahannya. Dalam penelitian ini, teknik observasi merupakan teknik yang bersifat pendukung terhadap teknik lain dalam mengumpulkan data.

3.1.3. Studi Dokumentasi

Menurut Arikunto (1998: 236), metode dokumentasi merupakan salah satu cara mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda dan sebagainya. Pada penelitian ini, studi dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan sejumlah dokumen yang diperlukan. Dokumen yang dikumpulkan merupakan bahan data tentang Dewi Peri baik secara historis, demografis, geografis, maupun kondisi faktual lainnya. Studi dokumentasi dilakukan melalui analisis transkrip, buku, surat kabar, majalah dan dokumen lain yang mengandung informasi tentang tujuan penelitian.

3.1.4. Studi Literatur

Studi literatur merupakan alat pengumpul data untuk mengungkapkan berbagai teori yang relevan. Bahan pembahasan hasil penelitian diambil dari berbagai literatur yang relevan sesuai dengan tujuan penelitian. Literatur yang digunakan dalam penelitian membantu peneliti untuk menguraikan tujuan menjadi variabel-variabel penelitian. Literatur yang terkumpul

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

menjadi *teoretical framework* atau kerangka teori yang menjadi bingkai dalam menganalisis rumusan masalah dalam penelitian.

3.1.5. Penelusuran Data *Online*

Seiring perkembangan internet, data *online* digunakan untuk menjawab berbagai kebutuhan masyarakat, termasuk dalam bidang akademik. Akademisi banyak menggunakan media *online* untuk menelusuri berbagai informasi. Ketersediaan informasi di media *online* yang berkaitan dengan tujuan dalam penelitian, menginisiasi peneliti untuk memanfaatkannya berdasarkan kaidah akademik. Maka dari itu, dalam menggunakan data dan informasi dari media *online*, peneliti berpedoman pada validasi dan keabsahan sumber data. Prosedur terpenting dalam menggunakan metode ini yaitu penyebutan sumber data, waktu melakukan *browsing* dan penyebutan sumber penelusuran (Bungin, 2011: 129).

3.1.6. Metode Analisis

Dalam penelitian ini dilaksanakan dua pola analisis yaitu analisis diskriptif kualitatif (mendeskripsi atau menguraikan) dan analisis diskriptif komparatif (membandingkan). Dua pola analisis tersebut dilaksanakan dengan tahapan *interactive model* yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1982) dengan tahapan sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan mencari tema dan polanya Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan memudahkan untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari apabila diperlukan Temuan yang dipandang asing, tidak dikenal, dan belum memiliki pola, maka hal itulah yang dijadikan perhatian karena penelitian kualitatif bertujuan mencari pola dan makna yang tersembunyi dibalik pola dan data yang Nampak

2. Display Data

Data yang sudah direduksi maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data Penyajian data sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data Data penelitian dapat disajikan dalam bentuk uraian yang didukung dengan matriks jaringan kerja Display data ialah menyajikan data dalam bentuk matriks, network, chart atau grafik, dan sebagainya Dengan demikian, peneliti dapat menguasai data dan tidak terbenam dengan setumpuk data

3. Pengambilan Keputusan dan Verifikasi

Mula-mula kesimpulan itu kabur, tetapi lamakelamaan semakin jelas karena data yang diperoleh semakin banyak dan mendukung Verifikasi dapat dilakukan dengan singkat, yaitu dengan cara mengumpulkan data baru Penarikan simpulan merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data Simpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian

Berdasarkan analisis *interactive model*, kegiatan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan / verifikasi merupakan proses siklus dan interaktif. Analisis data kualitatif merupakan upaya yang berlanjut, berulang, dan terus menerus Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan menjadi gambaran

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

keberhasilan secara berurutan sebagai rangkaian kegiatan analisis yang saling susul menyusul.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan FGD dengan perangkat Desa Pagerharjo dan perwakilan Pokdarwis serta Karang Taruna. Mereka selama ini telah terlibat dalam kegiatan pengembangan Desa Wisata Nglinggo. Desa Pagerharjo merupakan salah satu desa yang ikut terlibat dalam pengelolaan wisata kebun teh Nglinggo.

4.1 Mendiskripsi berbagai karakter masyarakat desa wisata Nglinggo, Samigaluh, Kulon Progo.

Pagerharjo merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta dengan luas 1.140,52 hektare atau 16,46% dari luas Kecamatan Samigaluh (Kecamatan Samigaluh, 2018). Desa Pagerharjo dikepalai oleh kepala desa dan memiliki 20 padukuhan (Kecamatan Samigaluh, 2018). Dua puluh padukuhan tersebut adalah Kalinongko, Jetis, Suren, Beteng, Mendolo, Separang, Sarigono, Ngemplak, Plono Barat, Plono Timur, Kemesu, Ngentak, Sinogo, Kalirejo Utara, Kalirejo Selatan, Nglinggo Barat, Nglinggo Timur, Jobolawang, Ngaglik, dan Gegerbajing (Asmaradahani, 2016). Kabupaten Magelang merupakan daerah yang berbatasan secara administratif dengan Desa Pagerharjo di sebelah utara. Di sebelah timur adalah Desa Kebonharjo, sebelah selatan adalah Kabupaten Purworejo, dan sebelah barat adalah Desa Ngargosari.

Selain kebun teh Nglinggo, obyek wisata dan kesenian yang dimiliki oleh Desa Pagerharjo sangat beragam seperti kesenian tradisional jatilan dan langger tertua di Kecamatan Samigaluh (Asmaradahani, 2016). Potensi unggulan desa yang dimiliki saat ini adalah Kebun Teh Nglinggo atau dikenal juga sebagai Desa Wisata Nglinggo yang menawarkan atraksi berupa pemandangan Kebun Teh dan juga dilengkapi oleh berbagai atraksi lain seperti kesenian tradisional, wisata kuliner serta jelajah desa dan belajar tentang pembuatan produk-produk lokal. Di puncak Nglinggo, pengunjung dapat merasakan udara yang sejuk dan segar dari hawa perbukitan. Selain hamparan kebun teh, pengunjung juga dapat menikmati hutan pinus serta air terjun di kaki hutan pinus. Selain itu, beberapa gunung yang mengelilingi Desa Wisata Nglinggo yaitu: Gunung Widosari, Bentarm, Tritisan dan Kukusan menambah keragaman pemandangan yang menjadi nilai unggul tersendiri bagi wisatawan yang juga merencanakan untuk mengikuti paket wisata ke beberapa gunung tersebut. Beberapa paket kunjungan di Dusun Nglinggo antara lain: Wisata trekking pedesaan (nuansa pedesaan & panorama Menoreh/*sunrise*, air terjun Watu Jonggol, Watu Bentar, Perkebunan teh), Wisata pertanian (proses pemetikan teh & kopi, pembuatan minyak atsiri, peternakan kambing PE), Wisata budaya penderesan gula aren, rumah pedesaan (joglo, kampung, dan limasan) (Dinas Pariwisata DIY, 2014). Untuk akomodasi, Desa wisata Nglinggo menyediakan fasilitas penginapan berupa *homestay* sebanyak 23 (dua puluh tiga) rumah penduduk dengan kapasitas rata-rata 4 orang per-rumah (Desa Wisata Nglinggo, 2018).

Jumlah penduduk desa Pagerharjo sebanyak 4.587 orang dengan kepadatan penduduk 402 orang per km². Berdasarkan hasil estimasi tahun 2015 jumlah rumah tangga di desa Pagerharjo sebanyak 1.341 rumah tangga. Desa Pagerharjo merupakan desa kedua yang persentase penduduk penerima Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) tertinggi di kecamatan Samigaluh. Jumlah JKN di desa Pagerharjo pada tahun 2014 sebesar 2.957 jiwa. Sensus tahun 2011 menyatakan pendidikan masyarakat Pagerharjo 14,85% lulusan SMP, 74,84% lulusan

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

SLTA, 2,49% lulusan SD, namun 69,75% berprofesi sebagai petani (Pancawati, Nugraheni & Yuda, 2018).

4.2 Berbagai faktor yang mengakibatkan belum terwujudnya pariwisata bertanggungjawab dan berkelanjutan di desa wisata Nglinggo, Samigaluh, Kulon Progo.

Berdasarkan hasil FGD, terdapat beberapa faktor yang mengakibatkan belum terwujudnya pariwisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan di Desa Wisata Nglinggo. Faktor-faktor yang teridentifikasi adalah pertama masyarakat Desa Pagerharjo masih dalam tahap awal pengembangan pariwisata sehingga fokus utama lebih banyak diarahkan pada terwujudnya *event-event* wisata yang dapat menarik dan bagaimana menarik wisatawan untuk datang ke Desa Pagerharjo dimana desa tersebut bukan merupakan destinasi utama.

Jika mengacu pada pemahaman atas pariwisata yang bertanggung jawab, berarti dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata, seluruh pihak yang terlibat, dalam hal ini pemerintah Desa Pagerharjo dan masyarakat harus terlibat secara aktif dengan memikirkan minimal dampak ekonomi, lingkungan dan sosial bagi seluruh masyarakat desa. Hasil dari diskusi kelompok terarah terungkap bahwa telah ada upaya dari seluruh perangkat desa dan kelompok-kelompok masyarakat dalam membangun daerahnya melalui pariwisata secara bertanggung jawab. Walaupun mereka tidak menyadari bahwa yang mereka upayakan tersebut adalah merupakan pariwisata yang bertanggung jawab. Contohnya, mereka mengungkapkan bahwa pengelolaan kegiatan wisata yang tidak melibatkan seluruh masyarakat akan berpotensi menimbulkan konflik, sehingga sampai saat ini perencanaan kegiatan wisata disosialisasikan kepada masyarakat dan diupayakan dilaksanakan secara bersama-sama walaupun dalam keterbatasan dari berbagai aspek. Keterbatasan dapat mencakup kompetensi sumberdaya manusia, sumberdana, dan fasilitas umum dan social lainnya; namun dari sisi lain kelebihan atau kekuatan alam dan warisan budaya disertai peluang juga dimiliki oleh desa Pagerharjo, Samigaluh.

Terlepas apakah seluruh warga masyarakat ingin ikut berpartisipasi atau tidak, namun terutama dari perangkat desa telah berupaya untuk melibatkan warga masyarakat dalam pengembangan pariwisata di daerah tersebut. Hal itu merupakan sifat dasar yang dimiliki oleh masyarakat pedesaan akan kesadaran untuk bergotong royong yang tinggi. Pengambilan keputusan juga melibatkan masyarakat melalui musyawarah desa. Perangkat desa dan kelompok-kelompok masyarakat yang terlibat dalam kegiatan pariwisata memahami bahwa dalam menjaga keberlanjutan sosial dalam pariwisata yang bertanggung jawab berarti berhubungan dengan sosial, antar masyarakatnya, memikirkan daerahnya menjadi daerah wisata secara bersama-sama. Dari diskusi diketahui bahwa saat ini belum berkembang seperti yang diinginkan dan diharapkan (ideal) dikarenakan oleh kelemahan dalam hal kreativitas, inovasi, adaptabilitas, tingkat ketrampilan masyarakat. Proses komunikasi timbal balik dan pembelajaran serta sentuhan dari berbagai sumber sangat menentukan kemajuan dan perkembangan masyarakat desa Pagerharjo, Samigaluh, Kulon Progo.

Berdasarkan FGD yang telah dilakukan diketahui bahwa wisata kebun teh Nglinggo (pemandangan, trekking pedesaan, kuliner, dan berbagai kegiatan pendukung lainnya) telah dapat menaikkan kesejahteraan masyarakat, menuju penuntasan kemiskinan. Pemuda (Karang Taruna) mempunyai produk-produk cinderamata, dan sebanyak 70% terlibat dalam wisata. Namun, desa Pagerharjo yang memiliki luas 1.140,52 hektare dan memiliki 20 padukuhan tersebut; hanya dua padukuhan yang terlibat langsung dengan kegiatan di bidang pariwisata tersebut. Saat ini, desa Pagerharjo juga sedang mengembangkan BUMDES yang diharapkan akan lebih mendukung kegiatan pariwisatanya dan mampu memberi kesempatan masyarakat dari padukuhan yang lainnya untuk ikut terlibat memberi kontribusi baik langsung maupun tidak

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

langsung ke sector pariwisata. Kerjasama dengan Pemda, juga diupayakan dan saat ini masih dalam tahap pencarian metode kerjasama yang cocok dan berkelanjutan.

Beberapa *event* dan lokasi wisata tambahan sedang dikembangkan dengan tetap memperhatikan lingkungan. Lokasi wisata baru yang sedang dibangun adalah *camping ground* Watu Kruyuk. Sarana dan prasarana kamar mandi, WC, air dan tandon air serta bangunan seperti ruang dapur, ruang pertemuan, gudang dan tempat parkir sedang dibangun secara bertahap. Selain direncanakan untuk bumi perkemahan, *camping ground* juga disiapkan sebagai alternative tempat tenda pengungsian (yang dibantu dan disiapkan oleh Pramuka) apabila terjadi bencana; dan juga dapat ditawarkan sebagai tempat untuk wisata *Camping* atau *Glamping (glamour camping)*.

Selain itu, *event* rutin yang juga sudah digalakkan adalah pasar Sempulur. Pasar Sempulur merupakan pasar yang diadakan setiap hari Sabtu dengan lokasi di *camping ground* Watu Kruyuk dengan melibatkan seluruh masyarakat. Keterlibatan masyarakat dalam pasar Sempulur yaitu yang berjualan di pasar Sempulur adalah UMKM atau warga masyarakat Desa Pagerharjo yang berminat. Ditambah pula acara hiburan juga berasal dari masyarakat Desa Pagerharjo. Pasar Sempulur sendiri juga telah menerapkan konsep ramah lingkungan yaitu pasar bebas sampah yang sejalan dengan pariwisata yang bertanggung jawab, yaitu dengan tidak menyediakan plastik dan kertas pembungkus untuk makanan dan minuman, sehingga warga yang datang harus membawa wadah makanan dan minuman sendiri. Walaupun harus menggunakan wadah pembungkus, maka wadah tersebut terbuat dari bahan-bahan non-plastik seperti *besek* dan daun pisang. Tujuan dari pasar Sempulur sendiri selain untuk pemberdayaan masyarakat dan atraksi wisata yang baru adalah untuk Pasar tersebut diharapkan dapat mengedukasi pembeli dan pedagang untuk bebas plastik”

Terkait dengan kebersihan lingkungan (terutama sampah) dan pelestarian tanaman; direncanakan dan dikembangkan bagian dari *ecotourism* yaitu program edukasi wisata ramah lingkungan. Kegiatan benuansa edukasi ramah lingkungan tersebut ditujukan baik bagi masyarakat desa Pagerharjo sendiri maupun langsung kepada seluruh pengunjung/wisatawan dengan ramah maupun sadar pelestarian lingkungan maupun tanggung jawab social. Bagi seluruh wisatawan yang berkunjung diberi kesempatan untuk mengumpulkan/menyimpan sampah sendiri atau dari memungut disekitarnya selanjutnya dapat ditukarkan dengan bibit atau benih pohon yang sudah disiapkan oleh panitia atau kelompok Sadar Wisata. Benih atau bibit pohon tersebut dapat dibawa pulang untuk ditanam atau bisa juga ditanam di lokasi yang sudah disiapkan. Setiap menanam satu pohon maka pohon tersebut diberi nama masing-masing wisatawannya. Selanjutnya pertumbuhan pohon tersebut akan dilaporkan dapat melalui WA atau email para wisatawan yang secara tidak langsung menciptakan *the future market* (kunjungan keluarga bersama anak/cucu masing-masing)

4.3 Proses transformasi sosial pariwisata bertanggungjawab dan berkelanjutan bagi wisatawan di desa wisata Nglinggo, Samigaluh, Kulon Progo.

Telah dikemukakan terdahulu bahwa transformasi atau perubahan sosial merupakan perubahan-perubahan yang terjadi pada lembaga-lembaga kemasyarakatan dalam suatu masyarakat yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk nilai, sikap-sikap sosial, dan pola perilaku di antara kelompok-kelompok dalam masyarakat atau proses di mana terjadi perubahan struktur dan fungsi suatu system social. Perubahan tersebut terjadi sebagai akibat masuknya ide-ide pembaruan yang diadopsi oleh para anggota sistem sosial yang bersangkutan.

Proses perubahan sosial bisa terdiri dari tiga tahap: invensi, yakni proses di mana ide-ide baru diciptakan dan dikembangkan; difusi, yakni proses di mana ide-ide baru itu

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

dikomunikasikan ke dalam system social; konsekuensi, yakni perubahan-perubahan yang terjadi dalam sistem sosial sebagai akibat pengadopsian atau penolakan inovasi. Perubahan terjadi jika penggunaan atau penolakan ide baru itu mempunyai akibat timbulnya transformasi sosial bukanlah tanpa sebab tetapi dipengaruhi oleh ragam factor. Berdasarkan evaluasi terhadap proses transformasi sosial (proses edukasi dan sosialisasi) pariwisata bertanggungjawab dan berkelanjutan bagi wisatawan melalui FGD dapat dipilah-pilah seperti berikut:

Pemandangan Kebun Teh dan kuliner tradisional disertai atraksi dan amenitas lainnya: ide lama yang sudah dikembangkan didukung oleh akses jalan hotmix yang baik. Beberapa paket kunjungan di Dusun Nglinggo antara lain: Wisata trekking pedesaan (nuansa pedesaan & panorama Menoreh/*sunrise*, air terjun Watu Jonggol, Watu Bentar, Perkebunan teh), Wisata pertanian (proses pemetikan teh & kopi, penderesan nira/gula aren, pembuatan minyak atsiri, peternakan kambing PE), Wisata budaya rumah pedesaan (joglo, kampung, dan limasan) (Dinas Pariwisata DIY, 2014). Untuk akomodasi, desa wisata Nglinggo menyediakan fasilitas penginapan berupa *homestay* sebanyak 23 (dua puluh tiga) rumah penduduk dengan kapasitas rata-rata 4 orang per-rumah (Desa Wisata Nglinggo, 2018).

Selanjutnya, berbagai usulan dan wacana yang muncul dalam FGD adalah pengembangan diversifikasi baik untuk Pasar Sempulur; dan *Camping Ground*; dan berbagai kegiatan atraksi pendukung lainnya (lihat Tabel 1 dan 2). Misalnya, Pasar Sempulur: pasar tradisional yang menyediakan atau menjual barang-barang mensosialisasikan kesadaran masyarakat bahwa aktifitas di pasar dapat tetap dilaksanakan tanpa plastik. Ide baru dan sudah dikembangkan dan dilaksanakan lebih lanjut.

Tabel 4.1 Jenis Atraksi Wisata di Pagerharjo, Samigaluh, Kulon Progo

	Atraksi Wisata	invensi	difusi	konsekwensi
1	Kebun Teh: pemandangan & kesejukan	ada	ada	ada
2	Spot Foto Selfie: alami	ada	ada	ada
3	Wisata trekking pedesaan: nuansa pedesaan & panorama Menoreh, air terjun Watu Jonggol, Watu Bentar, & Perkebunan teh.	ada	ada	ada
4	Wisata pertanian: petik teh, kopi, <i>nderes</i> nira atau gula aren.	ada	ada	ada
5	Wisata budaya: rumah pedesaan joglo, kampung, dan limasan.	ada	ada	ada
6	<i>Homestay</i> : 23 rumah @ 4 orang/rumah	ada	ada	ada
7	Pasar Sempulur: Kuliner Tradisional	ada	ada	ada
8	Pasar Sempulur: Ramah Lingkungan	ada	ada	ada
9	Kesenian: Lengger Topeng	ada	ada	ada
10	Experience: Membuat minyak Atsiri	ada	ada	ada

Sumber: Focus Group Discussion: Oktober 2019

Demikian juga, *camping ground* atau sering disebut bumi perkemahan merupakan lapangan relatif terbuka yang ditata dan digunakan utamanya untuk *camping* atau berkemah. Berkemah di bumi perkemahan umumnya dilakukan oleh pramuka atau siswa atau mahasiswa. Namun saat ini kegiatan berkemah boleh dan dapat dilakukan oleh siapapun yaitu individu,

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

kelompok kecil, keluarga maupun komunitas yang lebih besar; bahkan muncul tawaran wisata minat khusus *glamping (glamour camping)* bagi wisatawan yang ingin menikmati dan mengalami (*experience*) suasana alami berkemah dalam kondisi sarana dan prasarana '*glamour*' yang nyaman dan aman dalam artian luas (baik *safety* dan *secure*). Ide lama dan dicoba untuk diversifikasi baik layanan dikembangkan dan pasarnya juga dikembangkan (baru), namun sebagian belum dilaksanakan.

Berdasarkan hasil FGD, proses transformasi sosial (proses edukasi dan sosialisasi) pariwisata bertanggung jawab dan berkelanjutan bagi wisatawan di desa wisata Nglinggo, Samigaluh, Kulon Progo belum dilaksanakan secara formal dan terprogram. Dari segitiga piramida pembangunan pariwisata yang sustainable; skala prioritas pertama cenderung memilih bidang ekonomi yang berdampak pada peningkatan pendapatan untuk menuju kesejahteraan. Prioritas ke dua ke bidang pelestarian lingkungan dan yang ketiga bidang social atau pariwisata bertanggung jawab dan berkelanjutan di Desa Wisata Nglinggo. Hal itu sesuai dengan faktor-faktor yang telah teridentifikasi bahwa masyarakat Desa Pagerharjo masih dalam tahap awal pengembangan pariwisata sehingga fokus utama lebih banyak diarahkan pada terwujudnya *event-event* wisata yang dapat menarik dan bagaimana menarik wisatawan untuk datang ke Desa Pagerharjo dimana desa tersebut bukan merupakan destinasi utama. Berbagai aktivitas seperti melestarikan penggunaan air, pengolahan tanah untuk pertanian pada dasarnya merupakan bagian tahap ke dua yaitu pelestarian lingkungan. Namun hal itu belum secara sadar sepenuhnya bahwa itu merupakan bagian dari pembangunan yang bersifat sustainability. Demikian juga terkait dengan kegiatan yang ramah kepada wisatawan termasuk mengedukasi wisatawan untuk belanja bernuansa ramah lingkungan di pasar Sempulur termasuk dalam wisata bertanggung jawab social.

Jika mengacu pada pemahaman atas pariwisata yang bertanggung jawab, berarti dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata, seluruh pihak yang terlibat, dalam hal ini pemerintah Desa Pagerharjo dan masyarakat harus terlibat secara aktif dengan memikirkan minimal dampak ekonomi, lingkungan dan sosial bagi seluruh masyarakat desa. Hasil dari diskusi kelompok terarah terungkap bahwa telah ada upaya dari seluruh perangkat desa dan kelompok-kelompok masyarakat dalam membangun daerahnya melalui pariwisata secara bertanggung jawab. Walaupun mereka tidak menyadari bahwa yang mereka upayakan tersebut adalah merupakan pariwisata yang bertanggung jawab. Contohnya, mereka mengungkapkan bahwa pengelolaan kegiatan wisata yang tidak melibatkan seluruh masyarakat akan berpotensi menimbulkan konflik sehingga sampai saat ini, perencanaan kegiatan wisata disosialisasikan kepada masyarakat. Terlepas apakah seluruh warga masyarakat ingin ikut berpartisipasi atau tidak, namun terutama dari perangkat desa telah berupaya untuk melibatkan warga masyarakat dalam pengembangan pariwisata di daerah tersebut. Pengambilan keputusan juga melibatkan masyarakat melalui musyawarah desa. Perangkat desa dan kelompok-kelompok masyarakat yang terlibat dalam kegiatan pariwisata memahami bahwa dalam menjaga keberlanjutan sosial dalam pariwisata yang bertanggung jawab berarti berhubungan dengan sosial, antar masyarakatnya, memikirkan daerahnya menjadi daerah wisata secara bersama-sama. Walaupun, saat ini belum berkembang seperti yang diinginkan.

Tabel 4.2 Jenis Potensi Atraksi Wisata di Pagerharjo, Samigaluh, Kulon Progo

No	Atraksi Wisata	invensi	difusi	konsekwensi
1	Spot Foto Selfie: spot profesional	ada	ada	belum
2	Camping Ground: sekolah; pramuka	ada	ada	belum
3	Camping Ground: <i>glamping</i> ; komunitas	ada	belum	belum

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

4	Experience: Memasak Jenang	ada	belum	belum
5	Experience: Memasak Gula Aren	ada	belum	belum
6	Experience: Menganyam Besek & Kerajinan	ada	belum	belum
7	Transaksi: Sampah vs Bibit Pohon	ada	belum	belum

Sumber: Focus Group Discussion: Oktober 2019

Wisata kebun teh Nglinggo telah dapat menaikkan kesejahteraan masyarakat, menuntaskan kemiskinan. Pemuda (karangtaruna) mempunyai produk-produk, dan sebanyak 70% terlibat dalam wisata. Saat ini, Desa Pagerharjo juga sedang mengembangkan BUMDES yang diharapkan akan lebih mendukung kegiatan parwisatanya. Berdasarkan pengembangan strategi diversifikasi (baik produk maupun pasarnya dikembangkan); seperti tampak dalam Table 1 dan 2, diharapkan dua kelompok kegiatan atraksi wisata tersebut akan memperkaya khasanah dan keberagaman tawaran wisata desa wisata Pagerharjo. Selanjutnya, juga sangat perlu dikembangkan bentuk kerjasama yang bernuansa *public private partnership (P3)* yaitu pemerintah daerah (*desa/public*) dengan warga masyarakat (*private*) sedang diupayakan dan saat ini masih dalam tahap pencarian metode kerjasama yang cocok dan berkelanjutan.

Beberapa *event* dan lokasi wisata tambahan sedang dikembangkan dengan tetap memperhatikan lingkungan. Lokasi wisata baru yang sedang dibangun adalah *camping ground* Watu Kruyuk dan *event* rutin yang juga sedang digalakkan adalah pasar Sempulur. Pasar Sempulur merupakan pasar yang diadakan setiap hari Sabtu dengan lokasi di *camping ground* Watu Kruyuk dengan melibatkan seluruh masyarakat. Keterlibatan masyarakat dalam pasar Sempulur yaitu yang berjualan di pasar Sempulur adalah UMKM atau warga masyarakat Desa Pagerharjo yang berminat.

Pasar Sempulur sendiri juga telah menerapkan konsep ramah lingkungan yaitu pasar bebas sampah yang sejalan dengan pariwisata yang bertanggung jawab, yaitu dengan tidak menyediakan plastik dan kertas pembungkus untuk makanan dan minuman, sehingga warga yang datang harus membawa wadah makanan dan minuman sendiri. Kalaupun harus menggunakan wadah pembungkus, maka wadah tersebut terbuat dari bahan-bahan non-plastik seperti *besek* dan daun pisang. Tujuan dari pasar Sempulur sendiri selain untuk pemberdayaan masyarakat dan atraksi wisata yang baru adalah untuk mensosialisasikan kesadaran masyarakat bahwa aktifitas di pasar dapat tetap dilaksanakan tanpa plastik. Pasar tersebut diharapkan dapat mengedukasi pembeli dan pedagang untuk bebas plastik”.

Kesimpulan

Dalam proses transformasi sosial diperlukan keterlibatan masyarakat dalam pembangunan pariwisata atau pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism - CBT*). Dampak ekonomi (positif) dari wisatawan yang ke dewi Nglinggo bagi masyarakat adalah peningkatan pendapatan masyarakat dari kegiatan wisata di desa tersebut. Sisi lain, industri pariwisata dianggap bertanggung jawab atas kerusakan lingkungan alam dan budaya di destinasi wisata, termasuk dewi Nglinggo. Untuk mewujudkan dewi bertanggungjawab-berkelanjutan seluruh *stakeholders* harus berpartisipasi dalam proses transformasi social untuk menumbuhkembangkan wisatawan bertanggungjawab.

Proses perubahan sosial bisa terdiri dari tiga tahap: invensi, yakni proses di mana ide-ide baru diciptakan dan dikembangkan; difusi, yakni proses di mana ide-ide baru itu dikomunikasikan ke dalam system social; konsekuensi, yakni perubahan-perubahan yang terjadi dalam sistem sosial sebagai akibat pengadopsian atau penolakan inovasi. Faktor-faktor

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

yang menyebabkan adalah timbunan kebudayaan, kontak dengan kebudayaan lain, penduduk yang heterogen, kekacauan sosial dan perubahan sosial itu sendiri. Dalam transformasi sosial akan melibatkan penduduk, teknologi, nilai-nilai kebudayaan dan gerakan sosial.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Studi Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: P.T. Rineka Cipta
- Coles, T, Hall, M & Duval, D. 2009. *'Post-Disciplinary in Tourism, dalam Philosophical Issues in Tourism, eds. J. Tribe, Channel View Publication: UK*
- Damayanti, Y. 2015. 'Bagaimana sih Wisatawan yang Bertanggung Jawab?', *Indonesia Tourist News*, <http://traveltourismindonesia.com/bagaimana-sih-wisatawan-yang-bertanggung-jawab.html>
- Demartoto, A, Sugiarti, R, Utami, T, Widiyanto & Adi, R,K. 2009. *Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat*, Demartoto eds. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Diallo, M, F, Diop-Sall, F, Leroux, E & Valette-Florence, P. 2015. 'Responsible tourist behaviour: The role of social engagement'. *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*. Sagepub. Vol.30, No.3, hh.85-104.
- Damartoto, Argyo. 2009. *Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Surakarta: Sebelas Maret University Press
- Ezaki, A, 2015. 'Responsible Tourism: whose responsibility is it to educate travellers?', *The International Ecotourism Society*. <https://www.ecotourism.org/news/responsible-tourism-whose-responsibility-it-educate-travelers>
- Goodwin, H &, Francis, J. 2003. 'Ethical and Responsible Tourism: consumer trends in the UK'. *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 9, No. 3.
- InWent - *Internationale Weiterbildung und Entwicklung gGmbH*, 2002. Training Manual for Community Based Tourism, Germany: CDG-ZEL (Environment and Resources Protection – Center for Food, Rural Development and the Environment): Addendum to "The Ecotourism Training Manual for Protected Area Managers.
- Hadi, Sutrisno. 1989. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hadiwijoyo, S. Sakti. 2012. *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Miles, Matthew B. & Huberman A. Michael. 1992. Analisis Data Kualitatif. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Nitikasetsoontorn, Suthamma, *The Success of Community Based Tourism in Thailand, NIDA Development Journal* Vol. 55 no 2 tahun 2015. Hal. 24-55.
- Potjana, Suansri. 2013. Introduction, dalam *Innovating CBT in ASEAN: Current Directions and New Horizons*, Diedit oleh John Hummel, Hugo de Jong dan Kris Dhiradityakul, Thailand: Thailand Community Based Tourism Institute (CBT-I).
- Potjana, Suansri. 2003. *Community Based Tourism Handbook*. Thailand: Responsible Ecological Social Tour-REST. Mild Publishing.

**Seminar Nasional dan Call For Paper
Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0**

- Rabotic, D.,n.d., 'Tourist Guiding From The Perspective Of Sustainable Tourism',
<http://www.singipedia.com/attachment.php?attachmentid=2225&d=1301246267>
- Rocharungsat, Pimrawee. 2008. *Community Based Tourism in Asia*, in: Moscardo, Gianna. (eds) *Community Capacity for tourism development*. USA: CABI.
- Sulaiman. 2012. *Pengembangan Desa Wisata Berbasis Community Based Tourism di Desa Wisata Candirejo, Borobudur, Magelang, Jawa Tengah*. Tesis: Universitas Gadjah Mada.
- Stanford, D. 2006. 'Responsible Tourism, Responsible Tourists: What Makes A Responsible Tourist In New Zealand?', *Disertasi*, Victoria University of Wellington,
<http://researcharchive.vuw.ac.nz/xmlui/bitstream/handle/10063/367/thesis.pdf?sequence=2>.
- UNWTO. 2005. 'Sustainable Development of Tourism: Definition',
<http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Wei, W, Miao, L & Huang, Z,J. 2013. 'Customer engagement behaviors and hotel responses', *International Journal of Hospitality Management*, Vol.33, Juni, hh: 316–330.
- Witkowski, T,H & Reddy, S. 2010. 'Antecedents of ethical consumption activities in Germany and the United States'. *Australasian Marketing Journal*. Vol.18, No.1, hh. 8–14.