

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Statistika dalam Kajian Deskriptif, Inferensial, dan Nonparametrik*. PT. Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2013). *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Azhari, M. A. A., SW, C., & Irianti, L. (2015). Rancangan Produk Sepatu Olahraga Multifungsi Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 4(3), 241–252.
- Bappelitbangda. (2021). *Kajian Rantai Nilai Komoditas Sutra Sulawesi Selatan*. Bappelitbangda Provinsi Sulawesi Selatan.
- Br Tarigan, Z. N. A., Dewi, F. N., & Pribadi, Y. (2022). Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Masa Pandemi: Dukungan Kebijakan Pemerintah. *Jurnal BPPK : Badan Pendidikan Dan Pelatihan Keuangan*, 15(1), 12–23. <https://doi.org/10.48108/jurnalbppk.v15i1.666>
- Chan, L. K., & Wu, M. L. (2002). Quality function deployment: A literature review. In *European Journal of Operational Research* (Vol. 143, Issue 3). [https://doi.org/10.1016/S0377-2217\(02\)00178-9](https://doi.org/10.1016/S0377-2217(02)00178-9)
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Darmawan, R., Praptono, B., & Tripiawan, W. (2017). Perancangan Model Bisnis Vaga Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas. *E-Proceeding of Engineering*, 4(3), 1–14.
- Departemen Pengembangan UMKM. (2020). *Pemetaan Dan Strategi Peningkatan Daya Saing Umkm Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (2015) Dan Pasca Mea 2025*. <https://www.bi.go.id/>. [https://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/Pages/Pemetaan-dan-Strategi-Peningkatan-Daya-Saing-UMKM-dalam-Menghadapi-Masyarakat-Ekonomi-ASEAN-\(2015\)-dan-Pasca-MEA-2025.aspx](https://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/Pages/Pemetaan-dan-Strategi-Peningkatan-Daya-Saing-UMKM-dalam-Menghadapi-Masyarakat-Ekonomi-ASEAN-(2015)-dan-Pasca-MEA-2025.aspx)

- Departemen Pengembangan UMKM Bank Indonesia. (2016). Pemetaan dan strategi peningkatan daya saing umkm dalam menghadapi masyarakat ekonomi asean (MEA 2015). In *Bank Indonesia*. Departemen Pengembangan UMKM Bank Indonesia.
- Faruq, M. A., & Usman, I. (2014). Penyusunan Strategi Bisnis Dan Strategi Operasi Usaha Kecil Dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 7(3), 173–198. <https://doi.org/10.20473/JMTT.V7I3.2710>
- Francisco A.D.S.Silva, N., Sulistio, H., & Abusini, S. (2015). Kajian Kinerja Pelayanan Terminal Angkutan Umum (Studi Kasus Terminal Becora Dili - Timor Leste). *Jurnal Media Teknik Sipil*, 13(1), 69–78. <https://doi.org/10.22219/jmts.v13i1.2546>
- Gurel, E., & Tat, M. (2017). SWOT Analysis: A Theoretical Review. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(51), 1576–1580.
- Hisnul, H., Setiadi, P. B., & Rahayu, S. (2022). UMKM Dimasa Pandemi Covid 19 Berdampak Pada Teknologi Dan Digitalisasi Pada Pusat Oleh Oleh Rahma Di Desa Kendalrejo. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1). <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i1.693>
- Ihsanul Fuad, F., Kadang, J., Syarifuddin, I., Umum Daerah Kota Palu Alamat, P., Soekarno Hatta Km, J., & -Sulawesi Tengah, P. (2023). Implementasi Business Model Canvas (BMC) Dalam Perencanaan Strategi Pemasaran Toreko. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 102–113.
- Jatiningtias, M., Harisudin, M., & Sundari, M. T. (2018). Strategi Pemasaran Agrowisata Hortimart Agro Center Kabupaten Semarang. *Agrista*, 6(1), 139–149.
- Juwita, O., & Dwi Hartadi, A. (2016). Analisa SWOT untuk Strategi Pengembangan Teknologi Informasi pada Koperasi Simpan Pinjam XYZ. *Informatics Journal*, 1(1), 10–13.

- Kadir, N., Munir, A. R., Umar, F., & Maming, J. (2021). Development of Silk Business in South Sulawesi Province. *ICAME*. <https://doi.org/10.4108/eai.14-10-2020.2304262>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI. (2022). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*.
- Kurnia. (2023). *Model manajemen krisis dalam mewujudkan kemandirian dan ketangguhan umkm di kabupaten wajo*. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Mashuri & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). . *Jurnal Perbankan Syariah*, 1.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Novia, C., Pasaribu, R. D., Sutjipto, M. R., & Bustomi, D. (2022). Analisis Business Model Canvas (BMC) CV Munjul Jaya Karawang. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(1), 595.
- Nuraeni, N. (2018). Analysis of Entrepreneurship Perception and Business Developmental Strategy of Silk In Wajo Regency, South Sulawesi, Indonesia. *International Journal of Law and Management*, 64(1–2), 113–113. <https://doi.org/10.1515/mks-1981-641-215>
- Nurhaedah. (2006). *Kualitas Bibit Ulat Sutera pada beberapa Waktu Pengupasan Kokon. Penelitian Hutan dan Konservasi Alam*, (2nd ed., Vol. 3). Penelitian Hutan dan Konservasi Alam.
- Nurrahmi, M., Saepudin, R., & Zain, B. (2019). Strategi Pemasaran Madu Hutan di Kota Bengkulu. *Mapetari*, 4(1), 13–20. <https://doi.org/10.35989/mapetari.v4i1.2>
- Puspasari, A. N. , Haris, H. , Baharuddin, A. , Aslinda, A. , & Darwis, M. (2023). Peningkatan Daya Saing Produk UMKM Pengrajin Sutera Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo (Studi Kasus Pada Pengrajin Sutera Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo). *Ilmu Administrasi Bisnis*, 1.

- Sabela, R., & Pramono, S. (2019). Proses Value Chain Sebagai Upaya Mewujudkan Keunggulan Kompetitif Pada Ub Fitness Center. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(1).
- Sanjaya, W. (2011). *Strategi Pembelajaran Berbasis Standar Proses Pendidikan*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta.
- Sulselprov.go.id. (2020). *Sekprov Sulsel :Melalui Digitalisasi Ekonomi, akan Mampu Meningkatkan Taraf Hidup Para Pelaku UMKM*. <https://Sulselprov.Go.Id/>.  
<https://sulselprov.go.id/welcome/post/sekprov-sulsel-melalui-digitalisasi-ekonomi-akan-mampu-meningkatkan-taraf-hidup-para-pelaku-umkm>
- Utsalina, D. S., & Primandari, L. A. (2020). Analisis SWOT dalam penentuan bobot kriteria pada pemilihan strategi pemasaran menggunakan analytical network process. *Antivirus: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika*, 14(1), 41–50.
- Wagiono, Y. K., & Hamrah. (2007). Metode Quality Function Deployment (QFD) untuk Informasi Penyempurnaan Perakitan Varietas Melon. *Jurnal Agribisnis Dan Ekonomi Pertanian*, 1(2), 48–57.
- Wardana, M. H., & Sitania, F. D. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Business Model Canvas pada Kedai Kabur Bontang. *Jurnal Teknik Industri (JATRI)*, 1(1), 10–17. <https://doi.org/10.30872/jatri.v1i1.492>
- Yasmi, M. R. (2023). Pengembangan Desain Produk Kemasan Kopi Di Sapuangin Kopi Basecamp Merapi Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (Qfd) Dan Kano. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(1).

**LAMPIRAN**

## LAMPIRAN 1

### Lampiran 1 KUISIONER SWOT

#### KUISIONER SWOT

	No	Faktor Internal	SS	S	N	TS	STS
<b>Strengths</b>	1	Bahan Baku memiliki kualitas tinggi					
	2	Keunikan budaya dan tradisi					
	3	Sumber daya manusia lokal					
	4	Dukungan komunitas					
	5	Petani memiliki kemampuan mumpuni					
	6	Potensi pasar ekspor					
	7	Persediaan dan kontinuitasnya ada sepanjang waktu					
	8	Produk benang dinantikan oleh konsumen					
	9	Memiliki brand yang baik					
	10	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk					
<b>Weaknesses</b>	11	Infrastruktur kurang memadai					
	12	Corak benang tidak bervariasi					
	13	Pengelolaan brand dan pemasaran					
	14	Keterbatasan teknologi					
	15	Modal dan pendanaan					
	16	Kurangnya Pendidikan dan pelatihan					
<b>Opportunities</b>	1	Dukungan pemerintah					
	2	Tren fashion berkelanjutan					
	3	Pengembangan produk inovatif					
	4	Pemasaran digital					
	5	Ramah lingkungan					
	6	Kios online mudah dipromosikan.					
	7	Kolaborasi dengan desainer dan merek					
<b>Threats</b>	8	Perubahan Preferensi Konsumen					
	9	Risiko Lingkungan dan Iklim					
	10	Produk sintetis banyak variasi corak					
	11	Persaingan Global					
	12	Fluktuasi Harga Bahan Baku					
	13	Pesaing kompetitor					

No	Faktor Internal	SS	S	N	TS	STS
14	Risiko pemalsuan produk dan pelanggaran hak kekayaan intelektual (Piracy dan Counterfeiting)					
15	Persaingan Pasar					

## **LAMPIRAN 2**

### Lampiran 2 PERTANYAAN WAWANCARA

#### **PERTANYAAN WAWANCARA**

##### **BMC**

#### 1. Key Partner

- Siapa sajakah yang menjadi kunci partner dalam bisnis sutera?
- Adakah tambahan lain partner dari akademisi sebagai penelitian berkelanjutan selama ini?
- Mohon penjelasan peran masing-masing partner yang disampaikan.

#### 2. Key Activities

- Bagaimana aktifitas pada produksi sutera?
- Bagaimana aktifitas pada pemasaran dan penjualan sutera?
- Apakah ada inovasi-inovasi berkelanjutan dalam bisnis sutera ini?
- Bagaimana perkembangan petani serta pengrajin sutera di Sulawesi Selatan?

#### 3. Key Resources

- Bagaimana kunci sumber daya pada bisnis sutera Sulawesi Selatan?
- Apakah terdapat modal untuk menunjang sumber daya pada bisnis sutera Sulawesi Selatan?

#### 4. Value Propositions

- Apa saja value proposition dari bisnis sutera di Sulawesi Selatan?
- Mohon anda dapat menjelaskan sedikit value proposition sutera Sulawesi Selatan.

#### 5. Customer Relationships

- Bagaimana bisnis sutera Sulawesi Selatan dalam berelasi?



- Adakah hubungannya dengan melakukan pemasaran?

#### 6. Channels

- Bagaimana bisnis sutera dalam melakukan penjualannya?
- Adakah kerja sama dengan pihak-pihak tertentu, mohon anda jelaskan secara singkat.
- Penunjang lainnya agar lebih dikenal di masyarakat, usaha apa yang selama ini dicapai bisnis sutera Sulawesi Selatan?

#### 7. Customer Segment

- Siapa sajakah yang menjadi pelanggan bisnis sutera selama ini?
- Adakah komunitas tertentu?
- Adakah pelanggan dari luar negeri?

#### 8. Cost Structure

- Apa saja yang menentukan biaya-biaya dalam bisnis sutera Sulawesi Selatan?
- Apakah ada kendala terkait biaya dalam bisnis sutera Sulawesi Selatan?
- Apakah dalam manufaktur memerlukan biaya sebagai peningkatan produksi sutera Sulawesi Selatan?

#### 9. Revenue Streams

- Bagaimana penjualan hasil dari sutera dilakukan?
- Dari mana saja bisnis sutera mendapatkan revenue?
- Apakah Anda memiliki saran atau ide untuk meningkatkan aliran pendapatan dalam bisnis sutera di Sulawesi Selatan?

## Lampiran 3 PANDUAN PELAKSANAAN FGD

### PANDUAN PELAKSANAAN **FOCUS GROUP DISCUSSION**

Panduan pelaksanaan Focus Group Discussion (FGD) OPTIMISASI VALUE CHAIN SUTERA SULAWESI SELATAN MENGGUNAKAN BMC, Sebagai Berikut:

#### 1. Peserta Diskusi

Peserta diskusi adalah orang yang mampu memberikan informasi terkait perkembangan industri bisnis sutera.

#### 2. Tempat Pelaksanaan

Lokasi FGD dilaksanakan di Sulawesi Selatan atau daerah yang menjadi lokasi penelitian

#### 3. Layout Ruangan

Ruangan akan disesuaikan dengan metode diskusi, dimana ada satu meja besar yang akan dikelilingi kursi peserta dengan narasumber peserta. Di setiap kelompok akan difasilitasi dengan satu fasilitator.

#### 4. Pelaksanaan FGD

- Peserta FGD diberikan lembar pertanyaan-pertanyaan dan diperkenankan menjawab pertanyaan-pertanyaan, dilakukan dengan apa adanya serta pengetahuan pengalaman yang pernah dilakukan.
- Penulis memegang kunci instrumen dengan tujuan memberikan pertanyaan dan memvalidasi jawaban-jawaban sebagai hasil FGD yang telah dilakukan.

## LEMBAR PERTANYAAN

### FGD

1. Bagaimana sutera menjadi produk yang akan dilakukan kajian serta dapat dikatakan sebagai produk unggulan provinsi Sulawesi Selatan?
2. Permasalahan apa saja yang selama ini dalam bisnis Sutera?
3. Adakah komoditas lainnya selain sutera, mohon mungkin dapat dijelaskan?
4. Adakah histori sutera, kenapa sutera menjadi produk yang ingin di unkit kembali?
5. Bagaimana petani sutera saat ini di Sulawesi Selatan?
6. Apakah ada kendala atau peristiwa bisnis sutera?
7. Apakah terdapat aktifitas saat ini dalam produksi sutera?
8. Bagaimana petani mendapatkan bibit ulat?
9. Bagaimana manufaktur atau alat produksi, apakah tersedia dan sudah memenuhi?
10. Bagaimana hubungan hulu-hilir?
11. Bagaimana pembiayaan-pembiayaan dalam melakukan produksi?
12. Sejauh mana petani menjadi sejahtera dari sutera?
13. Perkembangan kedepan, untuk sumber daya apakah bisa di tingkatkan?
14. Bagaimana rantai pasok sutera di Sulawesi Selatan?
15. Bagaimana upaya-upaya yang dilakukan pemangku kepentingan dari pemerintah, praktisi dan akedemisi?
16. Adakah penelitian tingkat lanjutan terkait industri sutera di Sulawesi Selatan?
17. Bagaimana melestarikan sutera yang termasuk budaya lokal yang dulunya sempat berjaya?

## **LAMPIRAN 4**

### Lampiran 4 CASE STUDY

#### **CASE STUDY**

#### **"Dari Ulat ke Kain: Menavigasi Masa Depan Berkelanjutan Industri Sutera"**

##### **Pendahuluan**

Industri sutera, yang telah lama dikenali sebagai salah satu kekayaan budaya dan ekonomi yang berharga, menghadapi tantangan keberlanjutan yang signifikan dalam era modern. Sebagai warisan tradisional, industri ini tidak hanya mencerminkan keahlian dan inovasi generasi masa lalu tetapi juga menawarkan peluang ekonomi bagi banyak komunitas. Di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan perubahan preferensi pasar, industri sutera harus menavigasi antara mempertahankan praktik tradisional yang lestari dan mengadopsi inovasi untuk tetap relevan dan kompetitif.

Tantangan keberlanjutan yang dihadapi industri sutera meliputi berbagai aspek, mulai dari pengelolaan sumber daya alam hingga penerapan praktik produksi yang ramah lingkungan. Ulat sutera, sebagai sumber utama serat sutera, membutuhkan kondisi tertentu dan sumber daya yang signifikan untuk berkembang, yang menimbulkan pertanyaan tentang penggunaan lahan dan dampaknya terhadap biodiversitas. Di sisi lain, proses produksi sutera yang konvensional seringkali memerlukan penggunaan bahan kimia dan air dalam jumlah besar, menambah beban terhadap lingkungan.

Selain itu, pasar global yang semakin kompetitif menuntut inovasi dan efisiensi yang terus menerus, seringkali pada biaya tradisi dan keberlanjutan. Industri sutera harus menemukan keseimbangan antara memenuhi standar kualitas internasional dan mempertahankan metode produksi yang berkelanjutan dan etis. Ini mencakup penelitian dan pengembangan dalam teknik produksi yang lebih ramah lingkungan, serta strategi pemasaran yang menonjolkan nilai tambah dari produksi sutera berkelanjutan.

Di sisi sosial, industri sutera juga berperan dalam pemeliharaan warisan budaya dan dukungan terhadap komunitas lokal. Praktik tradisional

pembuatan sutera seringkali terkait erat dengan identitas budaya dan tradisi komunitas tertentu. Oleh karena itu, upaya pelestarian industri ini tidak hanya berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan tetapi juga pada pemeliharaan warisan budaya dan sosial.

Menghadapi tantangan ini, industri sutera memerlukan pendekatan holistik yang mengintegrasikan inovasi teknologi, strategi keberlanjutan, dan pelestarian nilai-nilai tradisional. Ini mencakup kolaborasi antara pemerintah, industri, komunitas lokal, dan lembaga penelitian untuk mengembangkan praktik terbaik yang mendukung pertumbuhan ekonomi sekaligus melindungi lingkungan dan memelihara warisan budaya. Dengan menghadapi tantangan ini secara proaktif, industri sutera dapat menavigasi masa depan berkelanjutan, memastikan bahwa kekayaan ini dapat dinikmati oleh generasi mendatang.

Penelitian ini dimulai dengan memperhatikan situasi terkini di sektor persuteraan Sulawesi Selatan, yang mengalami penurunan meskipun memiliki nilai budaya yang kuat dalam masyarakat setempat dan juga dianggap sebagai prioritas dalam pembangunan Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan. Sutera memiliki potensi manfaat yang beragam, selain itu sutera Sulawesi Selatan dulunya pernah berada dalam kejayaan penghasil sutera satu-satunya di Indonesia.

Tujuan dari studi kasus ini adalah untuk mengeksplorasi dan mengidentifikasi strategi inovatif dan berkelanjutan yang dapat diadopsi oleh industri sutera dalam rangka menghadapi tantangan zaman modern, sembari mempertahankan nilai-nilai warisan yang kaya. Dalam konteks industri sutera, yang merupakan simbol dari kekayaan budaya dan sejarah panjang, terdapat kebutuhan mendesak untuk menemukan solusi yang dapat memperkuat ketahanan dan adaptabilitas industri ini terhadap perubahan pasar, teknologi, dan tekanan lingkungan. Studi ini akan fokus pada berbagai aspek, mulai dari produksi sutera yang berkelanjutan, inovasi dalam teknik pemintalan dan pewarnaan, hingga pemasaran dan distribusi produk sutera yang etis dan bertanggung jawab. Dengan memahami dan menerapkan pendekatan yang berkelanjutan, industri sutera diharapkan tidak hanya dapat bertahan tapi juga berkembang di era disrupsi ini, sembari terus menghormati dan melestarikan warisan kejayaan masa lalu.

## **Sejarah dan Warisan Industri Sutera**

Kebudayaan menenun bagi masyarakat Bugis sudah dijalankan sejak abad ke-13. Fenomena tersebut dibuktikan dengan adanya artefak bahan pakaian yang terbuat dari kulit kayu yang ditemukan sekitar abad ke-13 di wilayah Bugis. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian Pelras (2006) yang menemukan bahwa keterampilan menenun adalah keterampilan lokal yang dimiliki oleh nenek moyang berbagai etnis Bugis-Makassar yang kemudian diperkaya dengan adanya interaksi antara India dan Cina. Keterampilan menenun adalah semacam local genius yang dimiliki oleh etnis Bugis. Selain itu ditemukan bahwa keterampilan bertenenun merupakan salah satu sumber penghasilan orang Bugis pada masa kerajaan, termasuk kerajaan Wajo yang berdiri pada tahun 1436. Kegiatan menenun di Wajo sudah ada sejak abad ke-13.

Tenun mulai berkembang pada abad ke-15 pada saat Islam masuk di Sulawesi Selatan. Orang Wajo pada awalnya menenun untuk memenuhi kebutuhan di lingkungan keluarga. Kain sarung dibuat untuk dipakai sehari-hari, kemudian menghadiri upacara adat, misalnya perkawinan dan kenduri. Para penenun menjalankan aktivitasnya di rumah. Di antara hasil tenun tersebut, terdapat juga untuk kebutuhan pelayaran, misalnya kain layar perahu. Bahan tenun awalnya diperoleh dari serat batang pisang dan serat nanas. Kemudian mereka mengenal kapas yang dipilih sendiri. Sementara benang sutera baru dikenal kapas yang dipilih sendiri. Sementara benang sutera baru dikenal di Nusantara pada abad ke-15-16, ketika pedagang-pedagang dari luar membawa benang sutera.

Menelusuri jejak sejarah pertenenan Wajo, diyakini oleh orang Wajo bahwa pertenenan di Wajo sebagaimana yang ada sekarang ini bermula dari Tosora, kemudian menyebar ke berbagai tempat di Wajo. Hal ini berdasarkan sejarah bahwa Tosora merupakan Ibu Kota kerajaan Wajo pada masa lalu sehingga aktivitas ekonomi berpusat di Tosora. Kegiatan menenun sebagai produk kebudayaan pada masa awal kemunculannya diperuntukkan bagi kepentingan upacara adat dan kerajaan, karena itu adalah rasional jika dikatakan Tosora merupakan pusat pertenenan pertama di Wajo. kain tenun memainkan peran penting dalam kehidupan praktis

upacara adat dan agama dari rakyat Asia selama berabad-abad. Setelah penghancuran Tosora oleh pasukan kerajaan Bone kemudian ibukota kerajaan Wajo dipindahkan ke Sengkang. Dengan demikian perpindahan ibukota kerajaan Wajo di masa lalu diikuti dengan perpindahan pusat aktivitas ekonomi, termasuk pertenunan. Kota Sengkang sebagai ibu kota Kabupaten Wajo telah berkembang menjadi pusat usaha industri/perdagangan kain tenun sutera.

Sutera dalam Bahasa lokal (Bugis) disebut *sabbe* merupakan hasil kerajinan tenun yang menjadi kebanggaan suku Bugis, sehingga anggota masyarakat masih menggunakannya sebagai pakaian adat, terutama dalam acara adat dan pesta tradisional. Budaya menenun kain sutera mulai berkembang di Sulawesi Selatan pada tahun 1400 dengan corak garis vertikal dan horizontal. Kemudian pada tahun 1600 berkembanglah corak kotak-kotak seiring dengan masa kejayaan Islam di Sulawesi Selatan. Lippa bercorak kotak-kotak kemudian menjadi ciri khas corak lippa, baik sebagai corak maupun latar corak. Bahan dasar dari benang yang digunakan untuk pembuatan tenun sutera Sengkang merupakan sutera dari kepompong yang dihasilkan larva ulat sutera murbei (*bombyx mori*) yang ditenak. Sutera tersebut bertekstur mulus, lembut, namun tidak licin. Rupa berkilauan yang menjadi daya tarik sutera berasal dari struktur seperti prisma segitiga dalam serat tersebut yang membuat kain sutera dapat membiaskan cahaya dari berbagai sudut. Aktivitas masyarakat Wajo dalam mengelola persuteraan sudah dilakukan secara turun temurun baik diusahakan sebagai kegiatan sampingan maupun dikelola dalam skala industri rumah tangga bahkan sampai industri menengah.

Industri sutera memiliki hubungan yang mendalam dengan warisan budaya dan tradisi yang telah turun-temurun, menjadi bagian integral dari banyak masyarakat di seluruh dunia. Dari proses pembudidayaan ulat sutera hingga teknik pemintalan dan pewarnaan kain, setiap tahapan produksi sutera mencerminkan pengetahuan, keterampilan, dan tradisi yang unik, yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Berikut adalah proses produksi sutera yang sarat dengan nilai-nilai dengan warisan budaya dan tradisi.

#### 1. Pembudidayaan Ulat Sutera:

Pembudidayaan ulat sutera (serikultur) adalah praktek yang kuno, di mana pengetahuan tentang pemeliharaan ulat sutera dan pohon murbei (sumber makanan utama ulat) diwariskan. Praktek ini mencerminkan pemahaman mendalam tentang siklus alam dan interaksi antara hewan dan tanaman. Serikultur, atau budidaya ulat sutera untuk produksi sutera, merupakan bagian penting dari warisan budaya dan ekonomi di Sulawesi Selatan. Tradisi ini berkaitan erat dengan pengetahuan tradisional, keterampilan, dan teknik yang telah diwariskan dari generasi ke generasi, menggambarkan hubungan mendalam antara masyarakat lokal dengan lingkungan alam mereka.

Di Sulawesi Selatan, serikultur tidak sekadar tentang produksi benang sutera; ini juga melibatkan proses budaya yang kaya, mulai dari pemilihan telur ulat sutera, pemeliharaan ulat pada daun murbei, hingga proses pemintalan benang sutera yang menjadi kain sutera. Kain sutera yang dihasilkan kemudian digunakan dalam berbagai upacara adat dan acara penting, menegaskan perannya sebagai simbol status, kekayaan, dan keindahan dalam masyarakat.

Pengembangan serikultur di Sulawesi Selatan juga mencerminkan upaya untuk melestarikan warisan budaya sekaligus meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal. Melalui program pemberdayaan masyarakat dan inisiatif pelestarian, pemerintah daerah dan berbagai lembaga telah bekerja untuk mempromosikan serikultur sebagai industri yang berkelanjutan. Ini termasuk pelatihan dalam teknik budidaya modern, pengembangan pasar untuk produk sutera, dan upaya untuk memperkuat identitas budaya melalui karya kreatif yang menggunakan sutera.

Namun, industri ini menghadapi tantangan, termasuk persaingan dari produk sutera impor, keterbatasan akses ke pasar global, dan kebutuhan akan teknologi yang lebih efisien untuk meningkatkan produksi. Selain itu, ada kekhawatiran mengenai dampak lingkungan dari budidaya ulat sutera, termasuk penggunaan lahan dan sumber daya air, yang memerlukan pendekatan yang lebih berkelanjutan.

Dengan demikian, serikultur di Sulawesi Selatan tidak hanya terkait erat



dengan warisan budaya dan tradisi yang telah turun-temurun, tapi juga dengan upaya kontemporer untuk menyeimbangkan antara pelestarian tradisi dan kebutuhan akan modernisasi dan keberlanjutan ekonomi.

## 2. Teknik Pemintalan dan Penenunan

Teknik tradisional dalam pemintalan benang sutera dan penenunan kain menunjukkan keahlian yang luar biasa. Di banyak wilayah, teknik khusus ini mencerminkan identitas budaya dan estetika lokal, dengan motif dan desain yang unik yang menceritakan cerita dan legenda setempat.

Teknik pemintalan sutera di Sulawesi Selatan adalah proses yang memadukan keterampilan tradisional dan pengetahuan turun-temurun, yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Proses ini mencerminkan kekayaan budaya dan dedikasi masyarakat lokal dalam melestarikan warisan budaya mereka, sambil menghasilkan sutera berkualitas tinggi yang dihargai baik di pasar lokal maupun internasional. Berikut ini adalah gambaran umum tentang proses pemintalan sutera tradisional di Sulawesi Selatan:

### 1. Persiapan Kokon

Proses pemintalan sutera dimulai dengan pemilihan kokon ulat sutera yang berkualitas. Kokon yang digunakan biasanya berasal dari ulat yang dibesarkan pada daun murbei. Kokon yang sehat dan matang dipilih untuk dipintal menjadi benang sutera. Proses persiapan kokon sutera merupakan langkah penting dalam produksi sutera, yang melibatkan beberapa tahapan khusus untuk memastikan kualitas benang sutera yang dihasilkan.

- Langkah pertama adalah pemilihan kokon yang berkualitas. Kokon yang digunakan harus utuh, tidak rusak, dan memiliki ukuran yang seragam. Kokon yang berkualitas tinggi akan menghasilkan benang sutera yang lebih baik. Kokon yang dipilih biasanya adalah yang memiliki warna yang seragam dan tidak memiliki bercak atau kerusakan.
- Setelah pemilihan, kokon dibersihkan dari kotoran atau benda

asing lainnya yang mungkin melekat. Ini penting untuk memastikan bahwa tidak ada impuritas yang ikut dipintal menjadi benang sutera.

- Kokon ulat sutera kemudian direbus dalam air panas. Proses ini bertujuan untuk melunakkan serisin, yaitu lem alami yang mengelilingi serat sutera, sehingga serat sutera dapat dengan mudah dipisahkan dari kokon. Perebusan harus dilakukan dengan hati-hati untuk memastikan bahwa serat sutera tidak rusak. Proses perebusan ini memudahkan penguraian benang sutera dari kokon. Suhu air dan durasi perebusan harus dikontrol dengan cermat untuk tidak merusak serat sutera.
- Setelah direbus, kokon dikeringkan sebentar untuk mengurangi kelembapan dan memudahkan penguraian serat. Kokon tidak boleh terlalu kering karena dapat membuat serat menjadi rapuh dan sulit diurai.
- Proses selanjutnya adalah penguraian benang dari kokon. Ini dilakukan dengan mencari ujung benang serat sutera pada kokon yang sudah direbus dan melunak, kemudian menggulung benang tersebut pada alat penggulung. Istilah dalam Bahasa bugisnya adalah Mappaturung, yakni menggulungkan serat ke bulobulo atau gelendong, dengan bantuan roweng dan ganra. Roweng ialah tempat serat sewaktu akan dipindahkan ke bulobulo, agar tidak kusut. Alat ini terbuat dari kayu dan bambu. Sementara ganra (semacam alat jantra), atau appoliren, ialah alat untuk memindahkan benang dari roweng ke bulobulo. Ganra biasanya terbuat dari kayu. Ujung serat sutera dicari dan dipisahkan dengan menggunakan alat yang disebut penyisir sutera. Serat sutera yang halus kemudian diulur dan digulung pada alat pemintal. Proses ini memerlukan keahlian khusus untuk memastikan bahwa serat sutera tidak putus dan gulungan benang menjadi rapi. Dibutuhkannya ketelitian dan keahlian untuk mengurai benang dengan panjang yang maksimal tanpa memutuskannya.
- Serat sutera yang telah digulung kemudian dipintal menjadi

benang. Istilahnya dalam Bahasa Bugis adalah Mangempe, yakni serat yang sudah dipisahkan dalam bulo-bulo. Penggabungan ini bertujuan untuk memperbesar lembaran benang (memperbesar ukuran denier). Dalam tahap ini benang digintir agar jalinannya lebih kuat, juga dengan bantuan ganra. Proses pemintalan ini bisa dilakukan dengan menggunakan alat pemintal tradisional atau mesin pemintal. Kecepatan dan ketegangan dalam pemintalan harus diatur dengan cermat untuk menghasilkan benang sutera yang kuat dan seragam. Pemintalan juga bertujuan untuk menghasilkan benang sutera dengan ketebalan yang seragam sesuai dengan kebutuhan.

- Selanjutnya proses Maggatti dan Makkajuneng, yaitu memindahkan benang dari bulo-bulo kembali ke roweng, agar benang kembali menjadi gulungan besar sehingga mudah dimasak dan diwarnai. Kokon yang belum diproses biasanya disimpan dalam kondisi yang kering dan sejuk untuk menjaga kualitasnya sebelum masuk ke proses selanjutnya.

Setiap langkah dalam proses persiapan kokon sutera memainkan peran penting dalam menentukan kualitas akhir dari benang dan kain sutera yang dihasilkan. Teknik pemintalan sutera di Sulawesi Selatan tidak hanya menghasilkan produk sutera yang berkualitas, tetapi juga merupakan ekspresi dari identitas budaya dan kearifan lokal. Melalui pemeliharaan dan pengembangan teknik ini, masyarakat Sulawesi Selatan berkontribusi pada pelestarian warisan budaya dan pemberdayaan ekonomi lokal. Pengrajin sutera yang berpengalaman memiliki pengetahuan mendalam tentang setiap tahap ini dan dapat mengadaptasi teknik mereka untuk menghasilkan sutera berkualitas tinggi.



## 2. Proses Pewarnaan

Setelah dipintal, benang sutera dapat diwarnai menggunakan pewarna alami atau sintetis. Teknik pewarnaan tradisional sering kali menggunakan bahan-bahan alami seperti kulit kayu, daun, atau akar untuk menghasilkan warna yang kaya dan tahan lama. Proses pewarnaan sutera merupakan tahap penting dalam produksi kain sutera, memberikan warna dan keindahan pada benang sutera alami. Proses ini melibatkan beberapa langkah kunci yang harus dilakukan dengan hati-hati untuk memastikan kualitas warna yang baik dan kelestarian kain, karena warna sangat menentukan dalam pembentukan ragam hias.

- Sebelum pewarnaan, benang sutera harus dibersihkan untuk menghilangkan serisin (lapisan pelindung alami pada benang sutera) dan kotoran lainnya. Proses pemasakan (degumming) bertujuan untuk membuang serisin yang terkandung dalam benang sutera, agar benang lebih halus (tidak kaku) dan warna

mudah terserap. Sementara pemutihan (bleaching) dilakukan untuk menghasilkan benang sutera yang putih bersih sehingga setelah dicelup warna dapat terlihat lebih cerah. Untuk proses pemutihan, pengrajin umumnya hanya menggunakan deterjen, sabun tangan atau majang ataa.

- Proses pewarnaan dapat dilakukan dengan dua cara, yakni celup dan colet. Proses pencelupan warna juga terbagi lagi dalam dua cara, yakni celup panas dan celup dingin. celup panas ialah proses pewarnaan benang melalui pemasakan, dan celup dingin tidak melalui proses pemasakan (cukup dengan air hangat). Penggunaannya ini dapat ditentukan dari jenis pewarna yang akan digunakan, maupun intensitas warna yang ingin dihasilkan. Umumnya bila ingin menghasilkan warna tua/gelap, pengrajin menggunakan cara celup panas. Dan sebaliknya, jika warna yang diinginkan ialah warna-warna muda/pastel, pengrajin menggunakan cara celup dingin.
- Pengrajin juga menggunakan cara celup ikat, di mana bagian-bagian benang yang tidak ingin diwarnai terlebih dulu diikat untuk merintangai warna sehingga terbentuklah ragam hias. Cara ini dapat dilakukan baik pada benang lungsi (tenun ikat lungsi), benang pakan (tenun ikat pakan), maupun pada keduanya. Sementara cara colet dilakukan dengan mengoleskan/mengisi pewarna langsung pada bagian-bagian benang yang ingin diberi warna seperti melukis. Cara colet ini sering digunakan untuk membentuk ragam hias tenun ikat. Proses pewarnaan ini disebut cingga atau kasumba, kedua istilah tersebut bagi penduduk setempat berarti warna.
- Pewarna alami atau sintetis dipersiapkan dalam larutan. Dalam penggunaan pewarna alami, bahan seperti akar, daun, bunga, atau kulit kayu harus direbus dalam air untuk mengekstrak warna. Untuk pewarna sintetis, pewarna dilarutkan dalam air sesuai dengan instruksi untuk mendapatkan intensitas warna yang diinginkan.
- Langkah ini penting untuk memastikan bahwa warna menempel

pada kain sutera dengan baik. Mordant, seperti alum atau besi, ditambahkan ke dalam larutan pewarna atau diterapkan pada kain sebelum proses pewarnaan. Mordant membantu memperbaiki warna pada serat sutera, meningkatkan kejernihan dan ketahanan warna.

- Benang sutera kemudian direndam dalam larutan pewarna. Suhu dan waktu perendaman dapat bervariasi tergantung pada jenis pewarna dan efek warna yang diinginkan. Proses ini mungkin memerlukan pengadukan konstan untuk memastikan distribusi warna yang merata. Setelah dicelup, benang lalu dikelos kembali ke bulo-bulo dengan bantuan rowing dan ganra. Proses ini sering disebut proses mappaturung akhir. Benang yang sudah diwarnai dan dikelos siap untuk dihani (sau’).
- Setelah proses pewarnaan selesai, benang dibilas dengan air bersih untuk menghilangkan kelebihan pewarna dan mordant. Ini mungkin memerlukan beberapa kali bilas hingga air bilasan jernih. Dalam beberapa kasus, langkah tambahan untuk memperbaiki warna mungkin diperlukan untuk meningkatkan ketahanan warna terhadap cuci dan sinar matahari. Ini dapat melibatkan perlakuan panas atau penggunaan bahan kimia fiksasi.
- Benang sutera yang telah dicuci kemudian diangin-anginkan atau dikeringkan dengan cara yang tidak langsung terkena sinar matahari langsung untuk menghindari pemudaran warna. Kain harus digantung atau diletakkan datar untuk menghindari kerutan.



Proses pewarnaan sutera membutuhkan keahlian untuk mencapai hasil yang diinginkan dan mempertahankan kualitas sutera. Penggunaan pewarna alami menawarkan keuntungan tambahan berupa keberlanjutan dan minimnya dampak lingkungan, sementara pewarna sintetis menawarkan spektrum warna yang lebih luas dan konsistensi warna. Industri sutera juga kaya dengan teknik pewarnaan tradisional menggunakan bahan alami, yang tidak hanya ramah lingkungan tapi juga menghasilkan warna-warna khas yang tidak dapat ditiru oleh pewarna sintetis. Desain pada kain sutera sering kali memiliki makna simbolis dan terkait erat dengan tradisi dan upacara lokal. Benang sutera yang telah diwarnai kemudian ditenun menjadi kain sutera menggunakan alat tenun tradisional. Proses tenun ini membutuhkan ketelitian dan kesabaran untuk menciptakan motif dan tekstur yang diinginkan.

Ada hal menarik yang perlu diketahui. Proses pemintalan dan pewarnaan ini tidak umum dilakukan oleh pengrajin tenunan. Para pengrajin tenunan sutera ini biasanya hanya menggunakan benang jadi sehingga mereka tidak perlu mengolah benang dari serat sutera

mentah lagi, karena para pengrajin tenunan ini memegang teguh sebuah konsep sederhana yakni membiarkan setiap orang hidup damai dengan rezekinya masing-masing. Jadi meskipun mereka mahir menenun, mereka tidak berniat untuk mempelajari cara pemintalan benang, sehingga setiap penduduk memiliki kesempatan untuk memperoleh rezeki. Harmonisasi inilah yang juga dinilai sebagai salah satu modal dasar bertahannya tenunan sutera di Kabupaten Wajo.

### 3. Penenunan

Proses penenunan sutera di Sulawesi Selatan merupakan sebuah praktik yang kaya akan warisan budaya dan teknik tradisional, menggambarkan kedalaman pengetahuan lokal yang telah diwariskan selama berabad-abad. Penenunan sutera tidak hanya sekedar menghasilkan kain, tetapi juga mempertahankan dan merayakan identitas budaya, cerita, dan filosofi masyarakat Sulawesi Selatan.

#### 1. Persiapan Benang

Proses penghanian (atau dalam bahasa Bugis disebut sau', sautan, massau) dan pencucukan ialah proses persiapan benang lungsi yang akan ditenun. Sebelumnya benang lungsi dikelos pada beberapa bulo-bulo secara terpisah sesuai warna. Lalu, dengan proses ini, benang-benang lungsi tersebut disusun sesuai dengan ragam hias yang diinginkan. Sebelum penenunan dimulai, benang sutera yang telah dipintal dan diwarnai harus disiapkan. Proses ini melibatkan pengurutan dan penggulungan benang ke dalam spul atau gulungan kecil untuk memudahkan penggunaan pada alat tenun. Pengurutan benang ini penting untuk menjamin kelancaran proses penenunan dan mencegah benang kusut atau putus. Benang yang telah dikelos ke bulo-bulo digantung pada umbara sebelah kiri penghani. Umbara ialah dua kayu panjang yang digantung bersebelahan ataupun dipasang pada tiang, tingginya sejajar dada penghani. Masing-



masing ujung umbara yang searah dihubungkan dengan tali. Di depan tali penghubung tersebut dipasangkan tali gantungan atau tiang kayu yang dipalang untuk meletakkan pappasiala, jakka, gulungeng dan pangngareken. Sementara ujung sebelah dalam peralatan-peralatan tersebut disisipkan pada kedua utas tali penghubung umbara. Setelah persiapan selesai, ujung benang dari bulobulo disimpulkan pada ujung dalam pappasiala dan disangkutkan pada umbara dari atas ke bawah dan diuraikan hingga ke umbara berikutnya. Setibanya di umbara berikutnya, benang disangkutkan dari atas ke bawah. Begitu seterusnya proses berlangsung, dengan tujuan untuk mengatur benang lungsi sesuai dengan desain yang sudah ada. Proses inilah yang disebut massau'.

Sementara proses pencucukan ialah proses pemasukan benang lusi ke masing-masing lubang are atau jakka. Proses ini membutuhkan ketekunan dan ketelitian yang tinggi. Karena ribuan helai benang lungsi harus tersusun berjajar dengan rapi agar tidak menjadi kusut saat perajinan berlangsung. Apabila setiap sela-sela jakka dan are sudah terisi sehelai benang lungsi, sela benang di depan pappasiala diselipkan walida dan diangkat hingga tercipta rongga diantara jajaran benang lungsi yang sudah diatur. Kemudian patekko dimasukkan di antara rongga di depan pappasiala, dan ana'pessa diselipkan bersampingan dibelakang patekko. Setelah patekko dan ana'pessa terselip, pappasiala dapat dilepas. Maka selesailah seluruh proses massau' dan pencucukan.



Sisa benang digulung ke kapelu untuk dijadikan benang pakan. Setelah selesai disau' dan dicucuk, benang lungsi pun siap dipindahkan ke alat tenun. Patekko dipindahkan ke pamalu' dan digulung sampai ke umbara lalu dipindahkan ke caca'. Kemudian ana'pessa juga dipindahkan ke pessa, dan benang lungsi dibentangkan untuk menyelipkan dua bilah palapa bersampingan dengan pangngereken. Pada waktu benang lungsi dipindahkan ke tempat menenun, jakkka, galungeng, pangngereken, patekko, dan ana'-pessa tetap pada posisi yang sama.

## 2. Pembuatan Pola

Pembuatan pola adalah langkah krusial dalam penenunan sutera, di mana pengrajin menentukan desain dan warna kain yang akan ditenun. Pola tersebut seringkali mengandung simbolisme dan makna yang mendalam, merefleksikan tradisi,

kepercayaan, dan cerita rakyat lokal. Pengrajin menggunakan teknik ikat untuk membentuk pola pada benang sebelum proses pewarnaan, sebuah teknik yang memungkinkan pembentukan desain yang kompleks dan detail.

### 3. Penyiapan Alat Tenun

Penenun di Kabupaten Wajo dalam kegiatan produksinya menggunakan tiga macam alat tenun, yaitu alat tenun Gedongan, Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) dan Alat Tenun Mesin (ATM). Penggunaan alat tenun Gedongan oleh masyarakat setempat dimulai sejak abad ke-13 atau sejak adanya kerajaan Wajo sampai pada saat ini. alat tenun Gedongan (bahasa lokal: tennung walida) adalah alat tenun tradisional yang semua peralatannya digerakkan oleh tangan manusia. Alat tenun tradisional, yang sering disebut sebagai 'looms,' disiapkan dengan memasang benang pakan (melintang) dan benang lungsi (membujur). Ini memerlukan ketelitian dan kesabaran, karena setiap benang harus ditempatkan dengan benar untuk memastikan kualitas tenunan.

### 4. Proses Penenunan

Setelah semua persiapan selesai, proses penenunan dimulai. Pengrajin menggunakan alat tenun untuk menggabungkan benang lungsi dan pakan, secara manual menggerakkan shuttles (alat untuk memasukkan benang pakan) bolak-balik sambil mengangkat dan menurunkan serangkaian benang lungsi untuk membentuk tenunan. Proses penenunan atau dalam bahasa Bugis disebut mattenung, ialah proses menyusun benang pakan ke dalam benang lungsi sehingga terjadi jalinan menyilang antara keduanya. Mattenung dengan alat tenun gedogan dilakukan secara manual oleh tangan. Posisi perajin berada dalam sikap duduk di antara pessa dan boko-boko, dengan kedua kaki menjulur ke depan. Benang lungsi direntangkan sepanjang kaki pengrajin. Sementara gulungan benang pakan pada kepelu dimasukkan ke dalam taropong.

Boko-boko ditempatkan di punggung pengrajin dan dikaitkan ke essa dengan menggunakan ulan. Setiap akan memasukkan benang pakan, benang lungsi terlebih dahulu disisir dengan menggunakan jakka. Pabbiccang are' diangkat untuk membuka susunan benang lungsi, kemudian walida diselipkan ke sela bukaan tersebut dan diletakkan dengan posisi tegak lurus bersampingan dengan jakka. Awereng juga membantu memisahkan susunan benang atas bawah agar walida mudah diselipkan. Hal ini bertujuan agar taropong mudah dilewati susunan benang dan membuat jalinan antara lungsi dan pakan. Setelah taropong dimasukkan ke dalam sela benang lungsi dari kanan ke kiri, benang akan dirapatkan menggunakan walida dengan cara menekannya (ditette) ke arah jakka beberapa kali, lalu walida dikeluarkan. Setelah itu benang lungsi disisir kembali dengan jakka, pabbiccang are' diangkat untuk menyelipkan walida pada susunan berikutnya, taropong dimasukkan dari kiri ke kanan, lalu benang pakan ditette lagi. Proses ini terus diulang hingga seluruh benang lungsi terjalin dengan benang pakan. Hasilnya digulung pada pessa, sehingga susunan benang lungsi yang belum ditenun (yang digulung pada patekko) terus mendekati arah posisi perajin sampai proses mattennung ini selesai seluruhnya.

Selama proses mattennung, setiap saat benang lungsi dan pakan dibasahi dengan kanji (ada pula yang menggunakan air perasan jeruk nipis, dalam bahasa Bugis disebut lemo kopasa) yang ditampung dalam pattasi lalu dibersihkan dan dikeringkan dengan jakkasorong dan jakka gemme, agar benang tidak kusut dan tetap awet. Proses ini penting untuk menjaga kekuatan benang selama bergesekan dengan alat tenun. Umumnya, pengrajin dapat mengerjakan selebar sarung dalam waktu 2 minggu hingga bulan, tergantung pada kegiatan mereka sehari-hari, juga pada kerumitan ragam hiasnya. Proses ini membutuhkan koordinasi yang baik dan perhatian terhadap detail untuk memastikan pola terbentuk dengan tepat sesuai

desain.

#### 5. Finishing

Setelah kain sutera selesai ditenun, dilakukan proses finishing untuk meningkatkan kualitas akhir kain. Pinggiran benang lungsi pada patekko dan ana'pessa digunting, lalu gulungan hasil tenunan pada pessa dilepas. Proses ini meliputi pencucian, pengeringan, dan terkadang proses penghalusan untuk membuat kain menjadi lebih lembut dan mengkilap. Proses finishing ini penting untuk memastikan bahwa kain sutera memiliki tekstur, kilau, dan kelembutan yang diinginkan. Hasil tenunan yang berupa lippa sabbe' ada yang dijual berbentuk lembaran, ada pula yang disambung terlebih dahulu.

Penenunan sutera di Sulawesi Selatan adalah proses yang membutuhkan keahlian, kesabaran, dan dedikasi yang tinggi. Kain yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai pakaian atau barang kebutuhan sehari-hari, tetapi juga sebagai karya seni yang menyimpan nilai budaya, estetika, dan sejarah.



### 3. Pakaian Tradisional dan Upacara

Sutera sering digunakan dalam pembuatan pakaian tradisional dan digunakan dalam berbagai upacara dan perayaan, menandakan pentingnya kain ini dalam budaya dan tradisi masyarakat. Hal ini menunjukkan peran sutera tidak hanya sebagai barang dagangan tapi juga sebagai pembawa identitas budaya. Ditinjau dari sejarahnya kain sutera Bugis mulanya hanya dikenakan kaum bangsawan dan kerajaan karena harganya yang relatif mahal. Kain sutera yang dipakai pada di masa lalu biasanya didesain dalam bentuk sarung (lippa sabbe) dan digunakan dalam aktivitas sehari-hari, maupun untuk kegiatan adat. Pemanfaatan sarung sutera Bugis untuk wanita yang paling umum yakni dipadu-padankan bersama baju bodo, baju khas Sulawesi Selatan yang berbentuk segi empat dan berlengan pendek yakni menutup setengah atas bagian siku lengan. Sementara untuk pria dipadukan dengan Jas Tutup. Selain menjadi pakaian sehari-hari, kain ini biasanya juga sering digunakan untuk kelengkapan upacara yang sakral maupun hadiah untuk mempelai perempuan dari mempelai laki-laki.

#### **Peranan Sutera dalam Budaya dan Ekonomi**

Sutera memiliki peran penting dalam budaya dan ekonomi lokal di banyak wilayah di dunia, termasuk di Sulawesi Selatan, Indonesia. Kain sutera tidak hanya dianggap sebagai bahan pakaian yang mewah dan bernilai tinggi, tetapi juga memiliki makna simbolis yang mendalam dalam berbagai tradisi dan upacara.

##### 1. Pentingnya Sutera dalam Budaya

Sutera seringkali dianggap sebagai simbol kemewahan dan status sosial. Dalam banyak masyarakat, pemakaian kain sutera dalam upacara dan acara penting menandakan prestise dan kehormatan. Penggunaan sutera sebagai simbol

kemewahan dan status sosial berakar dari warisan budaya yang kuat. Teknik pembuatan sutera tradisional, termasuk pemintalan, pewarnaan, dan penenunan, merupakan bagian dari warisan budaya yang diwariskan dari generasi ke generasi. Kain sutera sering mengandung motif dan desain yang memiliki makna kultural dan historis bagi masyarakat setempat. Dalam banyak kebudayaan, baik di Indonesia maupun di beberapa negara lain, kain sutera digunakan dalam berbagai upacara tradisional, seperti pernikahan, upacara keagamaan, dan festival. Ini menunjukkan keterkaitan sutera dengan identitas budaya dan spiritual masyarakat.

## 2. Pentingnya Sutera dalam Ekonomi Lokal

Sutera menjadi salah satu sumber penghidupan bagi Masyarakat. Industri sutera menyediakan sumber penghidupan bagi banyak masyarakat lokal, termasuk petani murbei, pengrajin ulat sutera, pemintal, pewarna, dan penenun. Ini mendukung ekonomi lokal dan mengurangi kemiskinan. Adanya nilai ekonomi pada produk sutera menjadikan sutera sebagai salah satu komoditas ekspor. Sutera berkualitas tinggi memiliki permintaan yang tinggi di pasar internasional, memberikan peluang ekspor yang signifikan bagi negara-negara produsen sutera. Hal ini membantu meningkatkan perekonomian nasional melalui devisa ekspor. Selain itu keunikan dari sutera juga memainkan peran dalam mengembangkan pariwisata budaya. Pengunjung tertarik untuk melihat proses produksi sutera tradisional dan membeli produk sutera sebagai souvenir, yang secara langsung meningkatkan ekonomi lokal. Sehingga diperlukannya pengembangan produk sutera inovatif dan kolaborasi dengan desainer fashion membuka peluang ekonomi baru, mempromosikan diversifikasi ekonomi dan adaptasi industri dengan pasar modern.

## 3. Pasar dan Perdagangan

Sejarah perdagangan sutera, termasuk Jalur Sutera kuno, menggambarkan bagaimana industri sutera telah menjadi penghubung antarbudaya dan mempengaruhi perkembangan ekonomi, sosial, dan budaya masyarakat di berbagai belahan dunia. Pasar dan perdagangan sutera di Sulawesi Selatan memiliki karakteristik unik yang terkait erat dengan budaya, tradisi, dan ekonomi lokal. Industri sutera di wilayah ini tidak hanya mempertahankan kekayaan budaya leluhur tetapi juga berkontribusi pada kehidupan banyak komunitas lokal. Berikut adalah beberapa aspek penting yang menandai pasar dan perdagangan sutera di Sulawesi Selatan:

- Pasar Tradisional dan Lokal  
Sutera Sulawesi Selatan, terutama kain sutera tradisional seperti Sutera Bugis, banyak diperdagangkan di pasar tradisional. Pasar ini tidak hanya menjadi tempat transaksi ekonomi tetapi juga pusat pertemuan sosial, di mana pengrajin dan pembeli bertukar pengetahuan dan nilai budaya.
- Festival dan Pameran  
Festival budaya dan pameran kerajinan sering diadakan di Sulawesi Selatan, memberikan peluang bagi pengrajin sutera untuk memamerkan dan menjual produk mereka. Event-event ini juga berperan penting dalam mempromosikan sutera Sulawesi Selatan ke pasar yang lebih luas, termasuk wisatawan domestik dan internasional.
- Pemasaran Online  
Dengan berkembangnya teknologi digital, beberapa pengrajin dan pedagang sutera mulai memanfaatkan platform online untuk memasarkan produk mereka. Media sosial, website e-commerce, dan marketplace menjadi alat penting untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk pembeli dari luar Sulawesi Selatan.
- Kerjasama dengan Desainer



Beberapa pengrajin sutera di Sulawesi Selatan telah bekerja sama dengan desainer fashion untuk mengintegrasikan kain sutera tradisional ke dalam desain busana modern. Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan nilai jual produk tetapi juga melestarikan teknik pembuatan kain sutera tradisional.

Meskipun pasar sutera Sulawesi Selatan memiliki potensi yang besar, terdapat beberapa tantangan, seperti persaingan dengan produk impor, keterbatasan akses ke pasar internasional, dan perluasan kapasitas produksi. Selain itu, pelestarian teknik tradisional dalam menghadapi modernisasi juga menjadi isu penting. Pemerintah daerah dan berbagai lembaga non-pemerintah telah memberikan dukungan melalui pelatihan, fasilitasi akses ke pasar, dan pemberian modal untuk mengembangkan industri sutera. Program-program ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produksi dan memperluas jangkauan pasar bagi produk sutera Sulawesi Selatan. Pasar dan perdagangan sutera di Sulawesi Selatan terus berkembang, menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang untuk mempertahankan keberlanjutan industri sutera yang kaya warisan budaya ini.

#### 4. Pelestarian dan Pengembangan

Dalam beberapa tahun terakhir, ada upaya untuk melestarikan teknik pembuatan sutera tradisional sebagai bagian dari warisan budaya takbenda (intangible). Organisasi dan komunitas lokal bekerja sama untuk mempertahankan keberlanjutan praktik ini dan mengadaptasinya dengan cara yang relevan dengan kehidupan modern. Industri sutera melibatkan rantai nilai yang panjang, melibatkan banyak sektor, dan menawarkan beraneka manfaat. Sejumlah kepustakaan mengidentifikasi sedikitnya enam manfaat utama pengembangan komoditas sutera. Pertama, sutera punya andil

pada peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat karena sifatnya yang padat karya dan masa pemeliharaan ulat sutera sampai penjualan kokon yang relatif pendek (Atmosoedarjo et al., 2000; Sadapotto, 2010; Isnan et al., 2019). Kedua, pengembangan sutera terkait dengan pemeliharaan lingkungan karena pohon murbei dapat memperbaiki lahan kritis sehingga dikenal sebagai tanaman konservasi (Sadapotto, 2010; Isnan & Muin, 2015). Dengan demikian, pohon murbei bisa ditanam di semua jenis lahan bahkan di lahan kritis sehingga membantu petani di daerah yang kurang curah hujan (Sadapotto, 2010). Ketiga, pohon murbei merupakan alternatif tanaman hutan sehingga menghindari kerusakan hutan dan dapat menjadi salah satu jalan masuk menuju perhutanan social (Sadapotto, 2010; Harbi et al., 2015). Keempat, daun murbei tidak semata untuk pakan ulat sutera tapi bisa juga dikembangkan untuk pakan ternak lain, seperti sapi, kerbau, domba, ayam dan kepiting bakau (Isnan & Muin, 2015; Setiawan & Wiryawan, 2015; Dady et al., 2016; Kamaruddin et al., 2018). Kelima, daun murbei seringkali dimanfaatkan sebagai minuman kesehatan atau obat herbal yang dikenal dengan teh daun murbei (Isnan & Muin, 2015; Wirastuty, 2019; Laelasari et al., 2016; Miladiyah, 2003). Keenam, komoditas sutera memiliki potensi besar untuk pengembangan agrowisata dan industri kreatif (Sumarni & Abdullah, 2019; Cangara et al., 2019; Akil, 2015). Terakhir, yang tak kalah pentingnya pengembangan komoditas sutera juga selama ini melibatkan kelompok rentan, seperti perempuan, penyandang difabel, dan masyarakat miskin (Lathifah et al., 2015; Ibrahim et al., 2013; Rachmawati; Suyono, 2006). Keanekaragaman manfaat komoditas ini di sepanjang proses produksi dari hulu ke hilir meletakkannya pada posisi yang sangat strategis. Pengembangan komoditas sutera menyodorkan potensi sangat besar dalam memberikan dampak lebih luas untuk peningkatan perekonomian dan lingkungan Sulawesi Selatan.

Situasi komoditas sutera terus mengalami penurunan sejak dua dekade terakhir seiring dengan melambannya laju pertumbuhan ekonomi Sulawesi Selatan sejak 2016. BPS (2020) mencatat bahwa terjadi pelambatan sebesar 0,5 persen pada perekonomian di Sulawesi Selatan dalam tiga tahun terakhir. Merespon pelambatan sektor industri pengolahan sejak 2017, Pemerintah Sulawesi Selatan menetapkan Perda No. 7 Tahun 2018 tentang Rencana Pembangunan Industri Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2018–2038, dimana industri sutera menjadi komoditas industri unggulan yang diharapkan dalam 2 dekade nantinya dapat menambah pendapatan ekspor, menyerap tenaga kerja, dan dapat berkontribusi lebih besar pada sector industry untuk membangkitkan kembali perekonomian Sulawesi Selatan.

Secara keseluruhan, sutera bukan hanya komoditas ekonomi tetapi juga elemen penting dari warisan budaya yang memperkaya identitas dan tradisi masyarakat. Pelestarian dan pengembangan industri sutera dengan cara yang berkelanjutan dan inovatif dapat membantu menjaga relevansi budaya ini sekaligus meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal. Industri sutera lebih dari sekedar produksi tekstil; ia adalah pembawa warisan budaya yang kaya, menceritakan kisah kerajinan manusia, interaksi dengan alam, dan pertukaran budaya antar masyarakat.

Perspektif yang digunakan dalam studi kasus ini menggunakan analisis rantai nilai (value chain). Disadari bahwa sebagian besar penelitian sebelumnya tentang komoditas pada umumnya menggunakan analisis rantai pasok (supply chain). Meskipun kedua konsep ini saling berkaitan dan seringkali saling melengkapi dalam praktik bisnis, keduanya memiliki perspektif yang berbeda. Sedikit penjelasan mengenai perbedaan antara keduanya secara sederhana dibagi kedalam 3 garis besar, yaitu fokus, tujuan, dan perspektif.

## Supply Chain

## Value Chain

<b>Supply chain mengacu pada rangkaian proses dan entitas yang terlibat dalam produksi dan distribusi produk dari pemasok bahan baku hingga produk akhir sampai ke tangan konsumen. Ini termasuk produksi, pengolahan, penyimpanan, transportasi, dan distribusi.</b>	<b>Fokus</b>	Value chain menekankan pada penciptaan nilai tambah pada setiap tahapan proses produksi dan distribusi. Ini mencakup aktivitas inti seperti desain, produksi, pemasaran, dan layanan purna jual, serta aktivitas pendukung seperti pengadaan, pengembangan teknologi, dan manajemen sumber daya manusia.
<b>Tujuan utama dari supply chain management adalah untuk mengoptimalkan dan memastikan efisiensi operasional dalam pengiriman barang dan jasa dari produsen ke konsumen, meminimalkan biaya dan waktu, serta memastikan ketersediaan produk.</b>	<b>Tujuan</b>	Tujuan dari analisis value chain adalah untuk mengidentifikasi cara-cara untuk meningkatkan nilai yang dirasakan oleh konsumen dan meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan atau industri melalui diferensiasi produk dan efisiensi operasional.
<b>Supply chain berorientasi pada aliran material, informasi, dan keuangan, mencakup kolaborasi antar pemasok, produsen, distributor, dan pengecer untuk memenuhi permintaan konsumen.</b>	<b>Perspektif</b>	Value chain berfokus pada peningkatan kualitas, efektivitas, dan nilai produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen, memperhatikan tidak hanya aspek operasional tetapi juga inovasi, branding, dan kepuasan konsumen.

Dalam konteks industri sutera Sulawesi Selatan analisis supply chain akan melihat bagaimana ulat sutera dipelihara, bagaimana sutera diproduksi, dan bagaimana produk akhir didistribusikan ke pasar. Sedangkan analisis value chain akan mengeksplorasi bagaimana setiap tahap dalam proses produksi sutera (dari pemeliharaan ulat hingga penjualan kain) menambah nilai pada produk, seperti melalui penggunaan teknik pewarnaan tradisional atau desain tenun yang unik, dan bagaimana ini dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dan kepuasan konsumen. Dengan demikian, kedua konsep ini memberikan pandangan yang

komplementer tentang bagaimana produk dikembangkan dan dipasarkan, dengan supply chain berfokus pada aspek logistik dan operasional, sementara value chain berfokus pada penciptaan dan peningkatan nilai.

Untuk memahami rantai nilai (value chain) dari industri sutera Sulawesi Selatan, keseluruhan proses dibagi kedalam 3 sektor yaitu sektor hulu, sektor manufaktur, dan sektor hilir.

### **Sektor Hulu**

Analisis sektor hulu industri sutera di Sulawesi Selatan melibatkan pemahaman tentang aspek-aspek awal dari rantai produksi sutera, yang mencakup segala aktivitas dari budidaya pohon murbei sebagai pakan ulat sutera, pembibitan ulat sutera, hingga produksi kepompong yang berkualitas. Sektor hulu ini merupakan fondasi dari seluruh industri sutera, karena kualitas bahan baku yang dihasilkan di tahap ini secara langsung mempengaruhi kualitas produk sutera akhir.

#### **1. Pelaku Sektor Hulu**

Awalnya, para pelaku sektor hulu terkonsentrasi di tiga Kabupaten yakni Kabupaten Enrekang, Soppeng dan Wajo. Namun saat ini pelaku sektor hulu di Kabupaten Enrekang tidak lagi bisa ditemukan. Sedangkan di Kabupaten Wajo dan Soppeng pelaku sektor hulu masih aktif di beberapa tempat, dengan jumlah terbatas. Pelaku sektor hulu sutera yang masih bertahan di Sulawesi Selatan tinggal 75 petani. Di antara mereka, 56 petani (74,67 persen) tinggal di Kabupaten Soppeng, umumnya tersebar di Kecamatan Donri-Donri, dan beberapa berdomisili di Kecamatan Citta dan Kecamatan Lalabata. Sedangkan di Kabupaten Wajo jumlah pelaku sektor hulu yang masih bertahan hanya 19 petani, seluruhnya bermukim di Kecamatan Sabbangparu. Pelaku sektor hulu sutera Sulawesi Selatan yang masih bertahan didominasi oleh petani lanjut usia, berpendidikan rendah, dan umumnya perempuan. Mayoritas pelaku berumur di atas 51 tahun bahkan ada yang sudah berusia 71 tahun. Sekitar 25 persen pelaku

yang masih aktif berusia 61 tahun ke atas, nyaris seluruhnya berasal dari Kabupaten Soppeng, dan lebih separuh dari mereka adalah perempuan (10 dari 19 orang). Dapat dikatakan pelaku sektor ini sedang menua dan ditinggalkan oleh kelompok usia muda terutama laki-laki dengan Pendidikan tinggi yang mungkin lebih memilih komoditas atau profesi lain. Selain itu pelaku industri sutera Sulawesi Selatan didominasi perempuan. Ada yang berstatus sebagai orang tua tunggal atau juga tidak pernah menikah. Kebanyakan pelaku perempuan ditemui di Kabupaten Wajo dibandingkan Kabupaten Soppeng. Gambaran ini menunjukkan bahwa penyusutan jumlah pelaku meninggalkan budi daya murbei dan beralih ke tanaman lain karena tuntutan ekonomi.

## 2. Budidaya Pohon Murbei

Tanah yang subur dan iklim yang sesuai di Sulawesi Selatan mendukung pertumbuhan pohon murbei. Analisis terhadap kondisi ini penting untuk memastikan ketersediaan pakan ulat sutera yang berkualitas. Selain itu, penerapan teknik budidaya yang efektif, seperti rotasi tanaman, pemangkasan, dan pengelolaan hama, berperan penting dalam meningkatkan produksi daun murbei. Tantangan utama meliputi serangan hama dan penyakit pada tanaman murbei, serta fluktuasi iklim yang dapat mempengaruhi produksi daun.

## 3. Pembibitan Ulat Sutera dan Seleksi Bibit: Memilih bibit ulat sutera yang sehat dan berkualitas tinggi merupakan langkah awal yang kritis. Bibit yang baik akan menghasilkan kepompong dengan kualitas serat sutera yang lebih baik. Pemeliharaan ulat sutera yang baik memerlukan kondisi lingkungan yang terkontrol, termasuk suhu, kelembapan, dan kebersihan area pemeliharaan. Tantangannya ada pada penyakit ulat sutera dan pengelolaan nutrisi yang tidak tepat merupakan tantangan utama dalam pembibitan ulat sutera.

## 4. Produksi Kepompong dan Proses Pemintalan Kepompong: Ulat sutera yang telah matang akan memintal kepompong sebagai

persiapan untuk metamorfosis menjadi ngengat. Kualitas kepompong sangat bergantung pada kualitas pakan dan kondisi pemeliharaan. Pengumpulan dan Seleksi Kepompong: Pengumpulan kepompong dilakukan dengan hati-hati untuk menghindari kerusakan. Kepompong yang berkualitas tinggi dipilih untuk diproses lebih lanjut menjadi benang sutera. Tantangan: Tantangan di tahap ini termasuk memastikan bahwa semua ulat sutera memintal kepompong secara serentak dan mengelola risiko penyakit selama proses pemintalan.

5. Dukungan dan Infrastrukturu dengan Penelitian dan Pengembangan: R&D sangat penting untuk meningkatkan ketahanan tanaman murbei dan ulat sutera terhadap penyakit, serta untuk meningkatkan kualitas produksi sutera. Dukungan Pemerintah: Program dukungan dari pemerintah, seperti penyediaan bibit berkualitas, pelatihan bagi petani dan pengrajin, serta subsidi untuk pembelian peralatan, berperan penting dalam meningkatkan produksi sektor hulu.
6. Peluang Pengembangan dengan Peningkatan Teknologi: Adopsi teknologi baru dalam budidaya murbei dan pemeliharaan ulat sutera dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Pasar Organik: Pengembangan produk sutera organik, dengan memanfaatkan pakan murbei organik dan praktik budidaya ramah lingkungan, dapat membuka peluang pasar baru.

Analisis sarana sektor hulu industri sutera di Sulawesi Selatan melibatkan evaluasi infrastruktur dan sumber daya yang mendukung aktivitas budidaya ulat sutera, termasuk pemeliharaan pohon murbei dan pengelolaan kepompong. Sarana ini esensial untuk efisiensi produksi, kualitas produk, dan keberlanjutan industri. Berikut adalah beberapa aspek penting dalam analisis sarana sektor hulu industri sutera:

#### 1. Infrastruktur Budidaya Murbei

- Lahan Pertanian: Ketersediaan dan aksesibilitas lahan subur untuk budidaya murbei yang cukup luas dan dapat diakses oleh petani merupakan faktor penting. Kondisi tanah, irigasi, dan iklim setempat sangat mempengaruhi produktivitas dan kualitas daun murbei.
- Fasilitas Pengelolaan Hama dan Penyakit: Keberadaan fasilitas atau program untuk pengelolaan hama dan penyakit tanaman murbei, termasuk pengetahuan tentang penggunaan pestisida yang aman dan efektif.

## 2. Peralatan Pembibitan Ulat Sutera

- Inkubator: Penggunaan inkubator untuk mengontrol kondisi lingkungan selama fase awal kehidupan ulat sutera, termasuk suhu dan kelembapan, yang dapat meningkatkan tingkat kelangsungan hidup dan kualitas bibit.
- Fasilitas Pemeliharaan: Sarana untuk pemeliharaan ulat sutera, seperti rak atau tempat pemeliharaan yang dirancang khusus untuk memastikan aksesibilitas dan kebersihan.

## 3. Teknologi dan Inovasi

- Teknologi Budidaya: Penggunaan teknologi terkini dalam budidaya murbei dan pemeliharaan ulat sutera, seperti sistem irigasi tetes, penggunaan pupuk organik, dan metode pengendalian hama yang inovatif.
- Penelitian dan Pengembangan: Ketersediaan pusat penelitian atau laboratorium untuk pengembangan varietas murbei dan ulat sutera yang lebih tahan terhadap penyakit serta memiliki produktivitas lebih tinggi.

## 4. Pendukung Produksi dan Pengolahan Kepompong

- Alat Pengolahan Kepompong: Investasi dalam alat pengolahan kepompong yang efisien, termasuk peralatan untuk membersihkan, merebus, dan mengurai kepompong menjadi serat sutera.
- Pelatihan dan Pengembangan Kapasitas: Program pelatihan untuk petani dan pengrajin dalam menggunakan teknologi baru, serta pengelolaan budidaya murbei dan ulat sutera yang lebih efektif.



5. Dukungan Pemerintah dan Kelembagaan
  - Subsidi dan Bantuan Finansial: Ketersediaan bantuan finansial dari pemerintah atau lembaga donor untuk pengadaan peralatan dan pengembangan infrastruktur.
  - Kelembagaan Petani: Pembentukan kelompok atau asosiasi petani yang dapat memfasilitasi distribusi sumber daya, berbagi pengetahuan, dan memperkuat posisi tawar petani dalam pasar.
  
6. Akses ke Pasar dan Jaringan Distribusi
  - Sistem Distribusi: Pengembangan sistem distribusi yang efisien untuk daun murbei dan kepompong, memastikan pasokan bahan baku yang stabil ke pengrajin sutera.
  - Promosi dan Pemasaran: Strategi promosi untuk meningkatkan kesadaran tentang produk sutera Sulawesi Selatan, baik di pasar lokal maupun internasional.

Melalui peningkatan sarana dan infrastruktur sektor hulu, industri sutera Sulawesi Selatan dapat meningkatkan produktivitas, kualitas produk, dan keberlanjutan operasional. Investasi dalam teknologi, pelatihan, dan pengembangan kapasitas para stakeholder sektor hulu sangat penting untuk mendukung pertumbuhan dan daya saing industri sutera di tingkat nasional dan internasional.

### **Sektor Manufaktur**

Analisis sektor manufaktur sutera di Sulawesi Selatan dapat meliputi beberapa aspek utama seperti kondisi saat ini, tantangan yang dihadapi, serta potensi untuk pengembangan lebih lanjut.

1. Kondisi saat ini

Produksi sutera di Sulawesi Selatan cenderung berskala kecil hingga menengah, dengan banyak pengrajin yang bekerja secara individu atau dalam kelompok kecil. Sutera tradisional seperti Sutera Sengkang dari Kabupaten Wajo adalah contoh produk yang masih diproduksi dengan

metode tradisional. Selain itu teknik produksi yang digunakan masih banyak yang tradisional, meliputi pemeliharaan ulat sutera, pemintalan, pewarnaan dengan bahan alami, dan penenunan manual. Meskipun ini menambah nilai budaya dan estetika, efisiensi produksi seringkali rendah. Kualitas sutera yang dihasilkan bervariasi, dengan beberapa pengrajin mampu menghasilkan produk berkualitas tinggi yang sangat dihargai di pasar lokal dan internasional.

## 2. Tantangan yang dihadapi

Pasar sutera global didominasi oleh produsen besar seperti China dan India, yang menawarkan harga lebih rendah karena skala produksi dan efisiensi yang lebih tinggi. Ini menekan produsen lokal yang beroperasi dengan biaya yang lebih tinggi dan skala yang lebih kecil. Pengrajin sering kali menghadapi hambatan dalam mengakses pasar lebih luas, terutama pasar ekspor, karena kurangnya jaringan distribusi dan promosi. Kurangnya infrastruktur yang memadai dan akses ke modal adalah hambatan besar untuk ekspansi dan modernisasi.

## 3. Potensi pengembangan lebih lanjut

Ada ruang besar untuk inovasi dalam desain produk dan penerapan teknologi baru dalam proses produksi. Diversifikasi produk, termasuk pengembangan produk turunan sutera, bisa membuka pasar baru. Melalui peningkatan kualitas produk dan penguatan branding, produk sutera Sulawesi Selatan dapat menarik segmen pasar yang lebih premium, baik domestik maupun internasional. Membangun kemitraan dengan institusi pendidikan, pemerintah, dan organisasi internasional untuk mendukung R&D, pelatihan, dan pemasaran dapat memberikan dorongan signifikan. Dengan memanfaatkan nilai budaya dan estetika produksi sutera sebagai atraksi wisata bisa menjadi sumber pendapatan alternatif dan promosi.

## 4. Kebijakan dan dukungan pemerintah

Pemerintah dapat memainkan peran penting dengan menyediakan insentif bagi industri sutera, seperti subsidi untuk bahan baku,

pengurangan pajak untuk pengrajin, dan bantuan dalam membangun infrastruktur. Mendukung inisiatif pelatihan untuk pengrajin sutera dalam mengadopsi teknologi baru dan metode produksi yang lebih efisien.

Sektor manufaktur sutera di Sulawesi Selatan memiliki potensi yang belum sepenuhnya dimanfaatkan karena sejumlah tantangan struktural dan operasional. Namun, dengan strategi yang tepat dan dukungan yang cukup, sektor ini bisa berkembang menjadi lebih kompetitif dan berkelanjutan, memberikan manfaat ekonomi yang signifikan untuk wilayah tersebut dan membantu melestarikan warisan budaya yang kaya. Dalam sektor manufaktur industri sutera Sulawesi Selatan, beberapa aspek kritis mempengaruhi kemampuan untuk meningkatkan nilai tambah dan kualitas produk. Berikut adalah beberapa aspek yang berpengaruh:

1. Inovasi dalam proses produksi  
Penerapan teknologi modern dalam pemintalan dan penenunan dapat meningkatkan kehalusan, kekuatan, dan uniformitas benang serta kain sutera. Mesin-mesin modern yang lebih efisien juga bisa meningkatkan output produksi sambil mengurangi limbah. Inovasi dalam penggunaan bahan pewarna alami dan proses finishing yang ramah lingkungan tidak hanya memperbaiki kualitas estetika tetapi juga menarik konsumen yang sadar lingkungan.
2. Pengembangan keterampilan dan kapasitas pengrajin  
Memberikan pelatihan berkelanjutan kepada pengrajin untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam teknik-teknik tradisional dan modern. Pelatihan ini juga harus mencakup aspek pengelolaan kualitas dan kontrol produksi. Kolaborasi dengan desainer fesyen dan tekstil dapat menghasilkan desain-desain inovatif yang memenuhi tren pasar saat ini, memberikan nilai tambah pada produk sutera.
3. Penelitian dan pengembangan  
Investasi dalam R&D untuk mengembangkan produk-produk baru, seperti aplikasi sutera dalam biomedis atau industri teknologi, yang bisa membuka pasar baru dan meningkatkan nilai jual.
4. Standarisasi dan sertifikasi

Menerapkan standar industri yang ketat dalam setiap aspek produksi untuk memastikan konsistensi dan keandalan produk. Memperoleh sertifikasi seperti organik, fair trade, atau eco-friendly dapat meningkatkan kredibilitas dan memungkinkan produk untuk mencapai segmen pasar yang lebih luas dan premium.

5. Pemasaran dan branding

Mengembangkan strategi pemasaran yang menekankan keunikan, kualitas, dan keberlanjutan produk sutera Sulawesi Selatan. Cerita merek yang kuat dan menarik bisa sangat efektif dalam membangun loyalitas merek dan preferensi konsumen.

### **Sektor Hilir**

Analisis sektor hilir industri sutera di Sulawesi Selatan mencakup aspek distribusi, penjualan, dan konsumsi produk sutera yang telah diproduksi. Fokus pada sektor hilir adalah penting karena mempengaruhi keberhasilan keseluruhan industri sutera dalam mencapai pasar target dan memaksimalkan nilai dari produknya.

Kanal distribusi untuk produk sutera di Sulawesi Selatan terutama bersifat lokal dengan penjualan langsung dari pengrajin ke konsumen atau melalui pasar tradisional. Beberapa pengrajin telah mengadopsi penjualan online, tetapi secara umum pemanfaatan e-commerce masih terbatas. Selain itu, aktivitas pemasaran sering kali bersifat insidental atau tidak terstruktur dengan baik. Penjualan cenderung musiman dan sangat bergantung pada permintaan pasar lokal dan turis yang berkunjung. Sebagian besar produk sutera yang dijual masih berupa kain atau produk dasar lainnya. Beberapa pengrajin telah mencoba memproduksi barang-barang dengan nilai tambah lebih tinggi seperti aksesoris fashion dan home decor. Adanya beberapa inisiatif kolaborasi antara pengrajin sutera dengan desainer lokal dan perusahaan fashion, namun skala dan frekuensinya masih terbatas.

Dukungan dari pemerintah dan lembaga pendidikan untuk sektor hilir masih terbatas pada kegiatan promosi umum atau pelatihan sporadis. Sehingga dibutuhkan lebih banyak program dukungan yang dirancang khusus untuk membantu pengrajin mengembangkan kapasitas bisnis

mereka, termasuk manajemen, pemasaran, dan teknik penjualan modern.

### Analisis SWOT

Dengan melihat situasi pada sektor hulu, manufaktur, dan hilir maka dilakukan analisis Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), Threats (Ancaman) atau SWOT. Analisis SWOT adalah alat yang efektif untuk mengevaluasi situasi internal dan eksternal sektor hulu dan hilir manufaktur sutera di Sulawesi Selatan. Situasi dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal dengan pengukuran SWOT. Dapat disebutkan sebagai faktor internal dan eksternal, yaitu sebagai berikut:

<b>Strength</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Kualitas bahan baku</li><li>- Keunikan budaya dan tradisi</li><li>- Sumber daya manusia lokal</li><li>- Dukungan komunitas</li><li>- Potensi pasar ekspor</li></ul>	<b>Weakness</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Keterbatasan teknologi</li><li>- Modal dan pendanaan</li><li>- Infrastruktur</li><li>- Pendidikan dan pelatihan</li><li>- Pengelolaan brand dan pemasaran</li></ul>
<b>Opportunities</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Tren fashion berkelanjutan</li><li>- Kolaborasi dengan desainer dan merek</li><li>- Pemasaran digital</li><li>- Dukungan pemerintah</li><li>- Pengembangan produk inovatif</li></ul>	<b>Threats</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Persaingan pasar</li><li>- Fluktuasi harga bahan baku</li><li>- Perubahan preferensi konsumen</li><li>- Risiko lingkungan dan iklim</li><li>- Piracy dan counterfeiting</li></ul>

Perencanaan dan pengembangan saat dilakukan wawancara tim peneliti sebelumnya balitbangda Sulawesi Selatan menyampaikan bahwa telah melakukan peninjuan serta melakukan kajian terkait peluang strategis produksi sutera. Kajian dilakukan oleh balitbangda Sulawesi Selatan dimulai pada Agustus-Desember 2020. Temuan-temuan pada 3 sektor ini adalah:

a) Sektor Hulu

Saat dilakukan wawancara ketertarikan yang di tinjau dari banyak petani tersisa 75 petani saja. tersebar di Kabupaten Soppeng (56 orang) dan Wajo (19 orang). Sebagian besar yang tersisa adalah perempuan (75%), berusia tua (67% petani berusia 51 tahun ke atas), dan berpendidikan rendah (sekitar 46% persen berpendidikan SD, sebagian tidak tamat, 15% SMP, 34% SMA, dan hanya 5% sarjana). Produksi menurun disebabkan fluktuasi bahan baku serta ulat yang didapatkan dari impor. Selain itu, penggunaan pestisida yang dapat membunuh ulat sehingga produksi menurun. Ulat penghasil sutera tidak dapat bertahan hidup jika mendapatkan perawatan yang ala kadarnya. Ada lagi faktor yang dapat menurunkan produktivitas yaitu semakin hari petani mengalami penurunan karena pendapatan kesejahteraan petani dikesampingkan. Kebijakan pemerintah masih sampai perbaikan produksi, bukan juga dengan ciri khas petani.

b) Sektor Manufaktur

Pemintal kekurangan pasokan kokon yang mengimbas pada kuantitas serta kualitas produksi kokon. Selain itu, ditemukan keterbatasan alat, Kokon yang tidak segera dipintal akan mempengaruhi kualitas benang, namun sulit untuk segera memintal karena pelaku kecil punya keterbatasan alat pemintal. Akibatnya untuk mengejar permintaan pasar akan terabaikan dan pastinya merosot pasokan kokon. Sumber Daya Manusia masih mengalami nasib malang. Hal ini saat dilakukan wawancara, menyampaikan bahwa langkah terakhir untuk mendapatkan pendapatan yaitu melakukan pekerjaan menenun sutera. Sehingga, ekonomi value tidak sebanding dengan proses kokon yang dilakukan.

c) Sektor Hilir

Budaya masyarakat di daerah setempat seperti sarung berbahan sutera asli sangat diincar oleh konsumen. Budaya tradisi serta acara-acara yaitu penggunaan sarung sutera banyak di temui oleh masyarakat. Namun, karena adanya kekurangan sutera asli, pelaku usaha di luaran mengombinasikan sutera asli dengan sutera sintesis yang lebih banyak ragam tidak seperti otentik (authentic) sutera asli

dalam sebuah produk misalnya pada sarung. Produk kombinasi ini atau juga sintesis replika sutera lebih banyak diminati karena sutera otentik lebih mahal. Akan tetapi jika tersedia produk yang memakai sutera otentik tentunya sutera memiliki kekuatan yang lebih unggul, bisa dari umur produk yang digunakan masyarakat.

### **Business Model Canvas (BMC)**

Hasil analisis SWOT dan didukung oleh penelitian dari Bapelitbanda Sulawesi Selatan menunjukkan bahwa masih ada ruang pada industri Sutera Sulawesi Selatan untuk fokus pada penguatan kekuatan, mengatasi kelemahan, meraih peluang, dan mengantisipasi ancaman. Dibutuhkan alat yang dapat digunakan untuk menentukan perencanaan strategis dan pengembangan bisnis.

Business Model Canvas (BMC) memiliki beberapa kelebihan yang menjadikannya alat yang populer dan efektif antara lain:

1. BMC menyajikan model bisnis dalam format visual yang mudah dipahami, memungkinkan pemangku kepentingan untuk melihat hubungan antara berbagai komponen bisnis secara cepat dan jelas.
2. BMC memfokuskan perhatian pada area utama yang mempengaruhi keberhasilan bisnis, seperti pelanggan, penawaran, infrastruktur, dan keuangan, membantu bisnis untuk lebih fokus pada apa yang penting.
3. BMC dirancang untuk mudah diubah dan diperbarui, yang membuatnya sangat berguna dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Perubahan dalam satu blok dapat dengan cepat dilihat berdampak pada blok lain.
4. BMC mendukung diskusi dan kolaborasi tim. Ini memungkinkan pemangku kepentingan dari berbagai fungsi bisnis untuk memberikan masukan dan berbagi pandangan, memastikan model bisnis yang komprehensif dan terintegrasi.

Menggabungkan analisis SWOT dengan BMC tidak hanya memperkuat dasar dari keputusan strategis yang dibuat tetapi juga

memastikan bahwa model bisnis yang dihasilkan sejalan dengan realitas internal dan eksternal bisnis, meningkatkan peluang keberhasilan dan keberlanjutan dalam jangka panjang. Penulis menyuguhkan hasil temuan yang dikemas dengan model BMC yaitu sebagai berikut:

## Business Model Canvas Sutera Sulawesi Selatan



Gambar 2 Hasil BMC Industri Sutera

Sumber: diolah penulis, 2023

Berdasarkan gambar diatas 9 blok Business Model Canvas berisi:

a) Key Partnership:

- Peternak Ulat Sutera dan Petani Murbei Lokal merupakan sumber utama penghasil bahan baku. Kerjasama erat dengan mereka penting untuk memastikan kualitas dan ketersediaan sutera.
- Pemasok Alat Tenun. Kualitas alat tenun berpengaruh pada efisiensi produksi dan kualitas produk akhir.
- Distributor dan Retailer Fashion membantu dalam memperluas pasar dan jangkauan produk.



- Lembaga Pemerintah dan LSM. Dukungan dalam bentuk subsidi, pelatihan, atau sertifikasi dapat meningkatkan kredibilitas dan visibilitas produk.
- Universitas dan Lembaga Penelitian berperan dalam inovasi dan penelitian untuk meningkatkan kualitas sutera dan efisiensi produksi.

b) Key Activities:

- Budidaya Ulat Sutera. Proses ini harus dikelola dengan baik untuk memastikan kualitas benang sutera.
- Pembuatan Kain dan Produk Fashion adalah inti dari aktivitas bisnis, mencakup dari pembuatan benang hingga produk jadi.
- Pemasaran dan Penjualan. Strategi pemasaran yang efektif diperlukan untuk mencapai pasar sasaran.
- Pengembangan Produk dan Inovasi diperlukan untuk terus menerus memperbaiki produk untuk tetap relevan di pasar.
- Pendidikan dan Pelatihan penting untuk meningkatkan keterampilan petani dan pengrajin.

c) Key Resources:

- Tenaga Kerja Terampil. Keterampilan dalam pemeliharaan ulat sutera dan pembuatan kain sangat penting.
- Investasi dalam peralatan modern dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas.
- Ketersediaan dan kualitas daun murbei dan benang sutera adalah kunci bahan baku.
- Pengembangan Teknologi digunakan untuk pemasaran, manajemen, dan pengembangan produk.
- Modal untuk operasional dan ekspansi bisnis.

d) Value Proposition

Mengembalikan kejayaan sutera Sulawesi Selatan dan menjadikan Sulawesi Selatan sebagai produsen sutera terbesar di Indonesia dan Asia Tenggara. Ditempuh dengan cara sebagai berikut:

- Menekankan pada kualitas tinggi dan desain unik kain sutera lokal.

- Keberlanjutan untuk menunjukkan komitmen terhadap praktek ramah lingkungan.
- Pemberdayaan Masyarakat Lokal untuk menciptakan nilai tambah bagi masyarakat lokal melalui pekerjaan dan pengembangan keterampilan.
- Personalisasi dilakukan untuk menawarkan produk yang dapat disesuaikan sesuai permintaan pelanggan.
- Transparansi dan Etika guna memberikan informasi jelas tentang asal-usul dan cara produksi.

e) Customer Relationship

- Pemasaran Digital menggunakan media sosial dan platform online untuk berinteraksi dengan pelanggan.
- Kolaborasi dengan Desainer untuk membangun hubungan dengan desainer fashion untuk menciptakan produk inovatif.
- Edukasi Pelanggan guna menyediakan informasi tentang nilai dan proses pembuatan sutera.
- Layanan Pelanggan diperlukan untuk memberikan layanan yang responsif dan personal kepada pelanggan.

f) Channels

- Penjualan Online untuk mencapai pasar yang lebih luas melalui e-commerce.
- Kerjasama dengan Butik untuk menjangkau pelanggan yang menghargai produk berkualitas tinggi.
- Pameran dan Event diperlukan untuk dilakukan secara frekuen untuk menampilkan produk dan membangun kesadaran merek.
- Peningkatan Distribusi melalui jaringan agen dan distributor yang efektif.

g) Customer Segments

- Industri Fashion menjadi target pasar utama yang mencari bahan berkualitas tinggi.
- Pelanggan Berkelanjutan. Dapat ditujukan untuk orang-orang yang menghargai produk ramah lingkungan dan berkelanjutan.

- Pasar Ekspor untuk mencapai pasar internasional dengan produk premium.
- Komunitas Lokal dan Wisatawan yang tertarik dengan produk kultural dan lokal.

#### h) Cost Structure

- Biaya Produksi, termasuk biaya bahan baku dan tenaga kerja.
- Pemasaran dan Promosi, investasi dalam aktivitas pemasaran untuk meningkatkan visibilitas.
- Teknologi dan Peralatan, investasi dalam peralatan modern untuk efisiensi.
- Biaya Operasional, termasuk gaji, sewa, utilitas, dan lainnya.

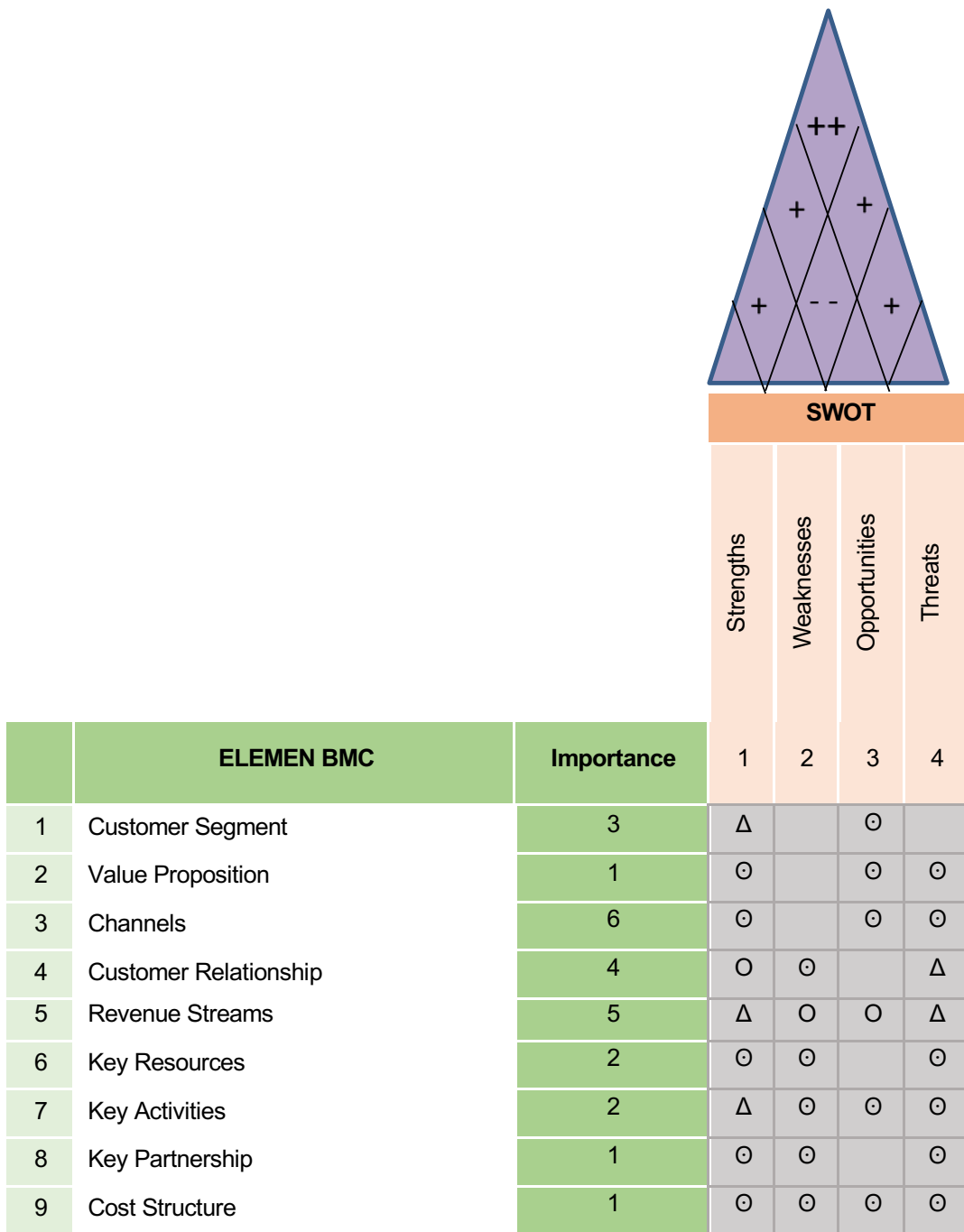
#### i) Revenue Streams

Peningkatan pendapatan Daerah dari penjualan benang sutera di pasar Lokal, Regional dan Internasional Peningkatan kesejahteraan masyarakat yang terlibat dalam value chain Industri Sutera (budidaya ulat sutera, pemintalan dan produksi benang sutera, penenunan kerajinan sutera, dll).

- Penjualan Langsung ke konsumen melalui toko online atau outlet fisik.
- Penjualan Grosir ke butik dan retailer.
- Kolaborasi dengan Merek Fashion dijangkau melalui proyek bersama atau edisi terbatas.
- Workshop dan Pelatihan sebagai sumber pendapatan tambahan.

### **Quality Function Deployment**

Dari hasil SWOT dan BMC maka penelitian ini memberikan model QFD dengan menggambarkan optimasi strategi value chain sutera Sulawesi Selatan untuk memastikan implementasi strategis. Adapun hasil QFD dengan HoQ yaitu sebagai berikut:



Gambar 1 Hasil HoQ dari Prioritas SWOT dan BMC

Korelasi/Colleration:		Hubungan/Relationship	
++	Strong Positive	Strong	= □
+	Positive	Medium	= Δ
--	Strong Negative	Weak	= ⊙
-	Negative	Strong	= □

Dapat diinterpretasikan pada hasil QFD yang didalamnya membuat peta HoQ dari hasil sebelumnya SWOT dan BMC yaitu terdapat beberapa yang paling penting untuk dilakukan optimasi yaitu diantaranya dapat diurutkan sebagai berikut: 1) Key Partnership; 2) Cost Structure; dan Value Proposition. Ketiga ini merupakan juga disinggung oleh tim peneliti dari pihak pemerintah balitbangda Sulawesi Selatan dan Dinas Perindustrian Sulawesi Selatan. Sementara itu, dari analisis SWOT didapatkan hasil strengths dan threats juga memiliki korelasi. Relasinya yang sangat mempengaruhi yaitu diantaranya: 1) customer segment terhadap opportunities; 2) value proposition terhadap strengths, opportunities, dan threats; 3) customer relationship terhadap weaknesses; 4) key resources terhadap strengths, weaknesses, dan threats; 5) key activities terhadap weaknesses, opportunities, dan threats; 6) key partnership terhadap strengths, weaknesses, dan threats; 7) cost structure terhadap strengths, weaknesses, opportunities, dan threats.

Sementara itu, agar hasil yang didapatkan menjadi prioritas untuk ditangani langkah pengoptimasian penulis memberikan hasil kolaborasi yang didapatkan dari kolaborasi SWOT dan BMC menghasilkan HoQ sebagai value chain optimasi strategi sutera. Hal ini berdasarkan hasil temuan serta analisis data yang didapatkan. Semua terangkum dalam hasil QFD yang digambarkan sebagai HoQ sebelumnya.

Penulis membahas berdasarkan hasil temuan yang paling prioritas dan paling penting untuk mengambil langkah pengoptimasian strategis sutera Sulawesi Selatan. Subbab sebelumnya menginterpretasikan bahwa yang paling penting dilakukan pengotimasian yaitu didapatkan dari metode BMC diantaranya yaitu: 1) Key Partnership; 2) Cost Structure; dan Value Proposition. Ketiga ini merupakan juga disinggung oleh tim peneliti dari pihak pemerintah Balitbangda Sulawesi Selatan dan Dinas Perindustrian Sulawesi Selatan. Sementara itu, dari analisis SWOT didapatkan hasil strengths dan threats juga memiliki korelasi. Relasinya yang sangat mempengaruhi yaitu diantaranya: 1) customer segment terhadap opportunities; 2) value proposition terhadap strengths, opportunities, dan threats; 3) customer relationship terhadap weaknesses; 4) key resources terhadap strengths,

weaknesses, dan threats; 5) key activities terhadap weaknesses, opportunities, dan threats; 6) key partnership terhadap strengths, weaknesses, dan threats; 7) cost structure terhadap strengths, weaknesses, opportunities, dan threats.

Key partnership adalah elemen yang paling penting pertama. Karena tanpa adanya key partnership sepertinya akan menjadi kosong. Key Partnership dapat membuka jalannya proses perencanaan dan pengembangan sutera Sulawesi Selatan. Didalamnya didapatkan terdapat pemangku kepentingan yang semuanya saling membutuhkan. Identifikasi key partnership yaitu Petani budidaya Ulat Sutera, Badan Riset Nasional (penghasil bibit ulat sutera), Importir, UPTD atau BLUD, Pengrajin/ Penenun, Pemerintah Daerah. Jika salah satu dari identifikasi key partnership ini tidak terbuka, maka proses perencanaan dan pengembangan akan tidak optimal. Sehingga, para pemangku kepentingan ini atau key partnership harus dikumpulkan untuk mendapatkan kesatuan tujuan yang sama saling terbuka dan bersinergi mendukung satu sama lain. Berdasarkan hasil wawancara dengan Balitbangda Sulawesi Selatan, disampaikan bahwa kurangnya hubungan pendekatan sosial antara petani dan kurangnya dukungan pemerintah dapat menjadi renggang. Hal ini tentunya akan berdampak pada semangat petani.

Selain itu, petani kurang mendapatkan pengetahuan dalam membudidayakan dan cara merawat ulat untuk menghasilkan sutera yang memiliki kualitas. Kebanyakan petani mengungkapkan banyak ulat yang mati. Hal ini kurangnya perhatian serta pembinaan yang mungkin pemerintah provinsi turun tangan untuk memberikan edukasi terhadap para petani sutera. Akan tetapi, hal ini memerlukan dana atau biaya untuk melakukan kegiatan tersebut. Dana terbatas dapat menghambat kegiatan ini. Kemudian, para pemangku kepentingan “key partnership” pada intinya saling bersinergi dalam merencanakan dan mengembngkan sutera Sulawesi Selatan.



Gambar 2 Cycle Key Partnership

Kedua, Cost Structure adalah struktur biaya. Struktur biaya sangat diperlukan sebagai langkah perencanaan dan pengembangan dalam mengoptimasi strategi sutera di Sulawesi Selatan. Biaya harus di rencanakan untuk mendukung aktifitas dalam melakukan produksi. Didalam struktur biaya terdapat beberapa yang diperlukan dalam merancang biaya-biaya perencanaan dan pengembangan produksi sutera, yaitu diantaranya: pembelian bibit sutera kualitas terbaik, peningkatan kualitas dan pengembangan riset kokon sutera dari brin, optimalisasi alat produksi sutera di kab. Wajo dan kab. Soppeng, peningkatan kualitas alat penenunan, peningkatan sdm pengrajin sutera, sosialisasi benang sutera sulsel, dan re-branding industri Sutera. Biaya dapat dianggarkan terlebih dahulu, tanpa adanya biaya ini, maka apabila terdapat suatu pembelian, secara otomatis tidak dapat terbeli yang tentunya akan mandek atau hanya angan-angan saja.

Ketiga, optimasi strategi yang paling terakhir yaitu value proposition merupakan pernyataan yang dibangun untuk memberikan masyarakat lebih mengenal produk unggulan serta memberikan nilai serta manfaat. Dalam hal ini, gubernur menyatakan slogannya dalam rencana serta implementasinya yaitu “Mengembalikan kejayaan Sutera di Sulawesi Selatan. Menjadikan

Sulawesi Selatan Produsen Sutera Terbesar di Indonesia dan Asia Tenggara.”

Value proposition ini telah dilakukan, akan tetapi masih belum secara penuh. Memerlukan waktu untuk membuat sutera dapat berkiprah kejayaan kembali. Sebaiknya, optimasi dilakukan dengan melakukan langkah demi langkah untuk mewujudkan slogan tersebut. Adanya diskusi, koordinasi dan dukungan sangat ideal dalam mewujudkannya. Oleh karena itu, untuk pengoptimasian perlu dilakukan evaluasi dari kegiatan yang sebelumnya dilakukan. dari evaluasi ini kiranya dapat mengisi kekosongan untuk diisi dalam kegiatan selanjutnya. Perlu juga mengagendakan secara praktis dan efisien dengan melibatkan key partnership dalam mewujudkan sutera berjaya kembali di Sulawesi Selatan.

Setiap produk pastinya memiliki kekuatan, kelemahan, serta peluang dan ancaman. Sutera pun demikian. Dari keempatnya itu, dari hasil temuan, sutera memiliki kekuatan dan juga ancaman di Sulawesi Selatan. Sutera di daerah tersebut telah dikenal sebagai sutera satu-satunya produk lokal yang memiliki kualitas yang baik di masyarakat dalam negeri dan luar negeri. Akan tetapi juga, sutera Sulawesi Selatan juga mendapatkan ancaman. Optimasi dalam kekuatan sutera dapat dioptimasi pada bahan serta cara mengelola dan merawat ulat sutera sebaik mungkin. Ini juga sebagai himbauan bahwa petani perlu adanya binaan ahli serta pelatihan-pelatihan dalam menjaga kualitas hasil sutera dari ulat yang dirawat. Sementara ancaman-ancaman saat ini, tentunya dapat dilakukan upaya pencegahan serta transformasi edukasi kembali sutera asli pada masyarakat. Upaya ini dilakukan untuk masyarakat dapat tau mana yang asli dan mana yang tidak asli. Sutera saat ini telah banyak beredar yaitu sutera sintetis untuk menekan harga jual serta karena kurangnya sutera asli akibat terbatasnya pembudidaya ulat sutera.

### **Inisiatif Perencanaan dan Pengembangan**

Untuk mengoptimalkan industri sutera di Sulawesi Selatan, langkah-langkah khusus dapat diambil dalam mengintegrasikan aspek Key Partnerships, Cost Structure, dan Value Proposition menggunakan prinsip-prinsip desa wisata dari Kementerian Pariwisata. Framework desa wisata sangat cocok untuk pengembangan industri sutera di Sulawesi Selatan



karena beberapa alasan strategis dan praktis yang memungkinkan sinergi antara pelestarian budaya, pengembangan ekonomi lokal, dan penarikan wisatawan.

Industri sutera di Sulawesi Selatan kaya akan tradisi dan teknik pembuatan yang merupakan bagian penting dari warisan budaya lokal. Desa wisata memungkinkan pelestarian teknik tradisional ini sambil memperkenalkannya kepada pengunjung, memberikan wawasan tentang keunikan budaya lokal. Dengan demikian pengunjung desa wisata dapat langsung menyaksikan proses pembuatan sutera dari awal hingga akhir, memberikan mereka pengalaman yang mendidik dan mengesankan. Ini tidak hanya meningkatkan apresiasi terhadap produk tetapi juga menambah nilai pada pengalaman wisata.

Pengembangan desa wisata di sekitar industri sutera dapat menciptakan banyak lapangan kerja baru, tidak hanya dalam pembuatan sutera tetapi juga dalam layanan pariwisata, seperti pemandu wisata, pengelolaan fasilitas, dan hospitalitas. Dengan peningkatan jumlah wisatawan, penjualan produk sutera dan kerajinan tangan lainnya dapat meningkat, yang secara langsung meningkatkan pendapatan pengrajin dan komunitas lokal.

Desa wisata merupakan platform efektif untuk memasarkan produk sutera kepada audiens yang lebih luas. Pengunjung yang mengalami proses produksi sutera secara langsung lebih cenderung untuk membeli produk sebagai kenang-kenangan atau hadiah. Interaksi langsung antara pengrajin dan pengunjung membuka peluang untuk jaringan pemasaran yang lebih luas, termasuk peluang ekspor yang mungkin diinisiasi oleh wisatawan internasional atau pengusaha yang berkunjung.

Desa wisata memungkinkan pemanfaatan sumber daya lokal, baik manusia maupun alam, dengan cara yang berkelanjutan, mendukung konsep pariwisata berkelanjutan yang tidak merusak tetapi justru memelihara lingkungan dan budaya. Pengunjung desa wisata diajarkan tentang pentingnya keberlanjutan dalam industri fashion dan pembuatan kain, yang dapat meningkatkan kesadaran dan mendorong praktek berkelanjutan di tempat lain. Desa wisata memungkinkan pengembangan terintegrasi berbagai aspek kehidupan komunitas, dari budaya, ekonomi,

sosial, hingga lingkungan, memastikan bahwa semua aspek mendukung satu sama lain dalam mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan.

Framework desa wisata, dengan fokusnya pada keautentikan, pengalaman, dan partisipasi komunitas, menawarkan model yang sangat relevan untuk pengembangan industri sutera di Sulawesi Selatan. Framework ini dapat diaplikasikan dengan membentuk Kawasan Terpadu Industri Sutera yang dapat berpusat di Kabupaten Wajo dengan menggunakan aspek Key Partnership, Cost Structure, dan Value Proposition sebagai berikut:

### Key Partnership

- Kolaborasi dengan pemerintah lokal dan nasional dalam pengembangan infrastruktur dan dukungan regulasi.
- Pendanaan dan pengembangan operasional kawasan dengan pendanaan swasta atau melalui program pemerintah.
- Kemitraan untuk pengembangan teknologi sutera, peningkatan kualitas, dan pelatihan tenaga kerja dengan Universitas.
- Bekerja sama dengan badan pariwisata untuk memasarkan dan mempromosikan kawasan sebagai destinasi wisata.
- Melibatkan masyarakat setempat dalam pengembangan dan operasional kawasan untuk memastikan manfaat ekonomi yang berkelanjutan.

### Cost Structure

- Biaya pengembangan infrastruktur dasar seperti jalan, utilitas, dan bangunan dengan pemanfaatan insentif dan subsidi pemerintah.
- Biaya berkelanjutan termasuk upah tenaga kerja, pemeliharaan fasilitas, dan biaya operasional lainnya.
- Investasi dalam aktivitas pemasaran untuk menarik pengunjung dan pembeli, khususnya dalam konteks pariwisata.
- Anggaran untuk R&D dalam mengembangkan produk baru atau meningkatkan proses produksi.
- Biaya program pelatihan untuk meningkatkan keterampilan pengrajin dan program komunitas untuk mendukung pengembangan sosial ekonomi lokal.

### Value Proposition

- Menekankan pada kualitas sutera yang dihasilkan, menggunakan teknik tradisional yang dipadukan dengan inovasi modern.
- Menawarkan pengalaman unik bagi pengunjung untuk belajar dan menyaksikan pembuatan sutera dari hulu ke hilir.
- Mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam setiap aspek operasional, dari produksi hingga penjualan, memperkuat citra dan nilai pasar.
- Mengembangkan kawasan ini tidak hanya sebagai tempat produksi tetapi juga sebagai destinasi wisata yang menawarkan berbagai aktivitas, seperti workshop, tur pabrik, dan acara budaya.

Rancangan implementasi pembangunan kawasan terpadu industri sutera di Kabupaten Wajo didasari oleh beberapa faktor antara lain; Wajo memiliki sejarah panjang dan kaya dalam produksi sutera terutama sutera Sengkang, infrastruktur dan potensi yang memadai, dukungan yang kuat dari komunitas lokal dan pemerintah, serta aksesibilitas ke tenaga terampil dan ketersediaan bahan baku lokal.

Dengan menggunakan strategi desa wisata maka langkah-langkah berikut dapat dipakai untuk memulai perencanaan pembangunan kawasan terpadu sutera Sulawesi Selatan. Desa Wisata Sutera bertujuan untuk mempromosikan dan melestarikan warisan budaya produksi sutera tradisional Sulawesi Selatan, sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal melalui pariwisata berbasis komunitas. Konsep dan pendekatan yang digunakan berbasis produk unggulan dan pemberdayaan masyarakat.

Desa wisata diharapkan mampu menampilkan sutera Sulawesi Selatan sebagai produk unggulan yang memiliki nilai budaya, alam, dan kreatifitas. Menampilkan proses produksi sutera tradisional, mulai dari budidaya ulat sutera hingga penenunan kain sutera, mengembangkan wisata alam sekitar seperti kebun murbei dan panorama pedesaan, dan mengadakan aktifitas yang dapat dilihat dan dirasakan oleh pengunjung.

#### Tahap 1 – Perencanaan dan Desain

Pada tahapan ini diperlukan langkah-langkah persiapan yaitu:

1. Pengkajian kelayakan dan Perencanaan awal

Melakukan studi kelayakan yang mencakup analisis pasar, analisis lingkungan, dan kelayakan teknis. Menentukan lokasi yang strategis berdasarkan ketersediaan bahan baku, tenaga kerja, dan aksesibilitas untuk turis.

2. Desain kawasan

Merancang masterplan kawasan yang mengintegrasikan fasilitas produksi sutera, area pameran, ruang penjualan, serta fasilitas pendukung pariwisata seperti area penginapan, restoran, dan ruang pertemuan. Menyertakan aspek keberlanjutan, seperti

pengelolaan limbah yang ramah lingkungan dan pemanfaatan energi terbarukan.

### 3. Perizinan dan regulasi

Memperoleh semua perizinan yang diperlukan dari pemerintah lokal dan pusat, serta memastikan kepatuhan terhadap regulasi lingkungan, sosial, dan ekonomi. Bekerja sama dengan pemerintah daerah, industri pariwisata, dan akademisi. Melibatkan masyarakat lokal dalam manajemen dan operasional desa wisata.

## Tahap 2 – Pembangunan

1. Persiapan pembangunan infrastruktur dasar termasuk jalan, saluran air, listrik, dan fasilitas internet.
2. Membangun fasilitas produksi, pengolahan, dan penjualan sutera sesuai dengan standar yang ditetapkan.
3. Mengadakan dan menginstal peralatan produksi sutera yang modern dan efisien.
4. Melengkapi area pameran dan penjualan dengan peralatan dan dekorasi yang mendukung visibilitas produk.

## Tahap 3 – Operasional

1. Menyusun struktur manajemen untuk kawasan industri yang mencakup tim produksi, pemasaran, dan layanan tamu.
2. Melakukan pelatihan berkala bagi seluruh karyawan untuk memastikan kualitas produk dan pelayanan.
3. Memulai operasi produksi sutera dengan mengimplementasikan teknik dan teknologi yang telah direncanakan.
4. Menjaga kualitas produk yang tinggi melalui kontrol kualitas yang ketat.
5. Mengelola aktivitas pariwisata yang melibatkan wisata edukasi, workshop membuat sutera, dan kegiatan budaya lokal.
6. Mengimplementasikan strategi pemasaran yang mencakup promosi online dan offline untuk menarik pengunjung dan pembeli.

#### Tahap 4 – Evaluasi dan Penyesuaian

1. Melakukan monitoring dan evaluasi berkala terhadap semua aspek operasional kawasan.
2. Mengumpulkan feedback dari pengunjung dan klien untuk peningkatan berkelanjutan.
3. Melakukan penyesuaian dalam strategi produksi dan pemasaran berdasarkan hasil evaluasi dan kondisi pasar.
4. Mengadaptasi dan memperbarui fasilitas serta layanan sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi pengunjung.

Pembuatan kawasan terpadu industri sutera di Kabupaten Wajo, Sulawesi Selatan, membawa berbagai keuntungan, baik materiil maupun imateriil, yang dapat meningkatkan kualitas hidup komunitas lokal, mendukung pelestarian budaya, dan meningkatkan perekonomian regional. Pembukaan lapangan kerja baru dalam produksi, penjualan, dan layanan pariwisata, yang secara langsung meningkatkan pendapatan bagi pengrajin dan pekerja lainnya di komunitas. Meningkatnya aktivitas turis dan ekspansi pasar akan memperkuat usaha-usaha lokal seperti toko souvenir, restoran, dan layanan akomodasi.

Pembangunan infrastruktur seperti jalan, listrik, dan fasilitas umum yang diperbaiki atau dibangun baru akan menambah nilai properti dan meningkatkan kualitas hidup warga lokal. Aktivitas ekonomi yang meningkat akan menstimulasi pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan konsumsi dan investasi dalam berbagai sektor. Pengembangan kawasan terpadu membantu diversifikasi ekonomi lokal yang sebelumnya mungkin terlalu bergantung pada sektor-sektor tertentu, seperti pertanian tradisional atau penambangan.

Keuntungan immaterial mencakup pelestarian budaya, peningkatan sosial, kesadaran lingkungan dan sebagai brand dan citra daerah. Mengintegrasikan industri sutera dengan prinsip desa wisata memungkinkan pelestarian dan promosi warisan budaya pembuatan sutera yang autentik. Pengunjung dan generasi muda lokal mendapat kesempatan untuk belajar

dan menghargai seni pembuatan sutera tradisional. Program pemberdayaan komunitas yang dirancang untuk mendukung pengrajin, khususnya wanita, dalam mengembangkan keterampilan dan mengelola usaha mereka, meningkatkan status sosial mereka dalam komunitas. Kegiatan bersama dan keberhasilan bersama dalam kawasan terpadu meningkatkan kohesi dan kebanggaan komunitas.

Integrasi prinsip keberlanjutan dalam pengelolaan kawasan industri sutera meningkatkan kesadaran tentang pentingnya praktik ramah lingkungan dan pengelolaan sumber daya yang bertanggung jawab. Keberhasilan kawasan terpadu pengembangan industri sutera sebagai destinasi wisata dan produksi akan mempromosikan Kabupaten Wajo sebagai merk daerah yang dikenal secara nasional maupun internasional. Kolaborasi antara pengrajin, akademisi, dan profesional dari berbagai bidang dapat memfasilitasi transfer pengetahuan dan inovasi dalam teknik produksi dan manajemen.

Berikut analisa SWOT kawasan terpadu industri sutera:



Pembuatan kawasan terpadu industri sutera di Kabupaten Wajo diharapkan tidak hanya membawa keuntungan ekonomi tetapi juga memperkuat jaringan sosial, meningkatkan kualitas hidup, dan memelihara kekayaan budaya daerah, sembari memberikan model pembangunan yang berkelanjutan dan inklusif. Kawasan terpadu ini bertujuan untuk mempromosikan dan melestarikan warisan budaya produksi sutera tradisional Sulawesi Selatan, sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal melalui pariwisata berbasis komunitas.

### **Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menilai kinerja dalam rangka mengoptimalkan strategi perusahaan sutera di Sulawesi Selatan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif yang berfokus pada Quality Function Deployment (QFD), Business Model Canvas (BMC), dan analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, beberapa kesimpulan utama dapat diambil sebagai berikut:

1. Desa Wisata Sutera di Sulawesi Selatan memiliki keunggulan yang signifikan berupa warisan budaya dan keahlian tradisional dalam produksi sutera. Keunggulan ini memberikan nilai tambah yang kuat bagi pengembangan desa wisata dan menarik minat wisatawan lokal maupun internasional.
2. Penelitian ini mengidentifikasi beberapa kelemahan dan tantangan utama yang dihadapi, termasuk adopsi teknologi yang terbatas, skala operasi yang rendah, dan pemasaran global yang belum memadai. Kelemahan ini perlu diatasi melalui peningkatan kapasitas, pengembangan teknologi, dan strategi pemasaran yang efektif.
3. Penelitian ini menunjukkan peluang pengembangan pasar dan kemitraan strategis. Pasar untuk tekstil ramah lingkungan dan berkelanjutan serta potensi kemitraan dengan merek mode internasional memberikan peluang besar bagi pengembangan desa wisata sutera. Mengembangkan produk terkait pariwisata yang menampilkan sutera tradisional juga membuka peluang untuk menarik lebih banyak wisatawan.
4. Ancaman dari alternatif sintetis yang lebih murah dan fluktuasi harga bahan

baku perlu dimitigasi dengan strategi yang tepat. Pengembangan produk berkualitas tinggi, pemasaran yang efektif, dan diversifikasi produk dapat membantu mengurangi dampak ancaman ini.

5. Penggunaan QFD dalam memasukkan kebutuhan dan prioritas pelanggan ke dalam perencanaan dan pengembangan produk telah terbukti efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing produk sutera. Implementasi SWOT dan BMC membantu dalam merancang model bisnis yang berkelanjutan dengan memperhatikan sembilan blok utama, termasuk mitra utama, aktivitas utama, sumber daya utama, proposisi nilai, hubungan dengan pelanggan, saluran, segmen pelanggan, struktur biaya, dan aliran pendapatan.
6. Digitalisasi melalui pengembangan website, aplikasi mobile, dan penggunaan media sosial sangat penting untuk promosi dan pengelolaan desa wisata. Peningkatan infrastruktur jalan dan transportasi lokal juga mendukung aksesibilitas yang lebih baik bagi wisatawan.
7. Pemberdayaan masyarakat lokal melalui pelatihan keterampilan dan keterlibatan dalam manajemen desa wisata sangat penting untuk keberlanjutan. Pelestarian budaya dan lingkungan juga harus menjadi fokus utama untuk menjaga keaslian dan daya tarik desa wisata.

### Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa rekomendasi yang dapat diberikan untuk mengoptimisasi rantai nilai sutera sulawesi selatan sebagai berikut:

Sektor Hulu	Sektor Manufaktur	Sektor Hilir	Implementasi
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perbaiki kelembagaan, infrastruktur, dan SDM untuk uji adaptasi dan produksi telur ulat sutera.</li> <li>- Produksi telur ulat sutera nasional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lembaga pengelola pemintalan menyiapkan mekanisme dan model pengelolaan alat pintal rekomendasi secara otomatis full.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembuatan Peraturan Bersama Gubernur dan Bupati tentang labelisasi produk sutera serta sosialisasi kepada pelaku usaha</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengkajian kelayakan pembangunan kawasan terpadu.</li> <li>- Merancang masterplan kawasan yang mengintegrasikan fasilitas produksi</li> </ul>



Sektor Hulu	Sektor Manufaktur	Sektor Hilir	Implementasi
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengorganisasian.</li> <li>- Evaluasi dan pelatihan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pemetaan data besar profil dan pengorganisasian penenun mandiri atau langganan</li> <li>- Pelatihan dan pengorganisasian</li> <li>- Diskusi dan konsultasi secara berkala lebih sering</li> <li>- Evaluasi</li> <li>- Pengadaan tenaga ahli tekstil yang menangani permasalahan pemintalan dan pertenunan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penyediaan sarana dan tenaga pendukung proses labelisasi sutera</li> <li>- Pemasaran yang menarik dan secara luas baik online maupun offline.</li> <li>- Perbaikan sistem labelisasi, sertifikat motif, aturan reward dan punishment dalam plagiasi motif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>hingga pameran.</li> <li>- Memastikan perizinan dan kepatuhan regulasi.</li> <li>- Pengadaan konstruksi, infrastruktur, dan fasilitas.</li> <li>- Menyusun manajemen operasional yang menunjang produksi hingga aktifitas pariwisata.</li> <li>- Monitoring dan evaluasi, penyesuaian strategis secara berkala.</li> </ul>

Dengan implementasi yang tepat dari strategi-strategi tersebut, diharapkan rantai nilai Sutera Sulawesi Selatan dapat menjadi destinasi wisata unggulan yang berdaya saing, berkelanjutan, dan memberikan kontribusi signifikan bagi kesejahteraan masyarakat lokal serta pelestarian budaya tradisional.



# PEDOMAN DESA WISATA

# **PEDOMAN DESA WISATA**

# PEDOMAN DESA WISATA

## Pengarah

Muhadjir Effendi  
Luhut Binsar Pandjaitan  
Tito Karnavian  
Johnny G. Plate  
Sakti Wahyu Trenggono  
A. Halim Iskandar  
Sandiaga Salahuddin Uno  
I Gusti Ayu Bintang Darmawati

Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan  
Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi  
Menteri Dalam Negeri  
Menteri Komunikasi dan Informatika  
Menteri Kelautan dan Perikanan  
Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi  
Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif  
Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak

## Penanggung Jawab

Dody Usodo Hargo S.  
Odo Rene Manuhutu  
Yusharto Huntoyungo  
Samuel Abdrijani Pangerapan  
Miftahul Huda  
Samsul Widodo  
Wisnu Bawa Tarunajaya  
Rini Handayani

Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan  
Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi  
Kementerian Dalam Negeri  
Kementerian Komunikasi dan Informatika  
Kementerian Kelautan dan Perikanan  
Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi  
Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif  
Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak

## Tim Penyusun

Agnes Wirdayanti  
Amanah Asri  
Bambang Dwi Anggono  
Dwi Rudi Hartoyo  
Enny Indarti  
Hasyim Gautama  
Hermin Esti S  
Kosmas Harefa  
Maria Minsia  
Monalisa Rumayar  
Mustikorini Indrijatiningrum  
Theresia Susanti  
Vitria Ariani

## Penyunting

Agnes Wirdayanti  
Vitria Ariani

## Desain Grafis

Bondan Basuki  
Vitria Ariani

## Hak Cipta Gambar

Bangsawan Azza  
Barry Kusuma  
Dani Rahadian  
Vitria Ariani

## Kontributor

Aranyaka Dananjaya Axioma  
Dani Rahadian M.  
Doto Yorgantoro  
Husen Hutagalung  
Marhan Faiz  
Oneng Setyahrini  
Torang Nasution  
Vitria Ariani  
Zahrina Hasyati

## Diterbitkan:

Kementerian Koordinasi  
Bidang Kemaritiman dan Investasi

Edisi I, September 2019  
(Kementerian Pariwisata Republik Indonesia)

Edisi II, Juni 2021  
(Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Republik Indonesia)

# PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat petunjuk-Nya, buku Pedoman Desa Wisata edisi kedua ini bisa diselesaikan sebagai jalan untuk menopang kebangkitan pariwisata Indonesia di masa pandemi Covid-19. Sebagaimana kita rasakan, pandemi itu telah mengakibatkan keterpurukan ekonomi bangsa dan kemunduran pariwisata nasional.

Namun dengan kegigihan dan kebersamaan kita semua, pembangunan pariwisata berbasis desa yang akan membangkitkan kembali ekonomi masyarakat pedesaan terus kita upayakan. Setapak demi setapak, upaya tersebut telah membuahkan hasil berupa rumusan strategi yang akan menjadi konsep pembangunan desa wisata.

Melalui buku ini, landasan filosofis yang mengedepankan aspek keselamatan dan kesehatan sekaligus pembangunan ekonomi pedesaan menjadi jawaban dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Tentunya buku yang jauh dari sempurna ini memerlukan banyak kritik dan masukan dari semua pihak agar menjadi yang lebih baik.

Besar harapannya, buku ini menjadi saksi atas bangkitnya desa wisata dan perekonomian masyarakat desa di tengah badai Covid-19. Semoga apa yang kita cita-citakan di dalam ujian besar ini terwujud demi tercapainya kemaslahatan bangsa. Semoga Tuhan Yang Maha Pemurah senantiasa melindungi kita semua. Aamiin.

Tim Penulis



MENTERI KOORDINATOR BIDANG  
PEMBANGUNAN MANUSIA DAN KEBUDAYAAN  
**MUHADJIR EFENDI**

## SAMBUTAN MENTERI KOORDINATOR BIDANG PEMBANGUNAN MANUSIA DAN KEBUDAYAAN MUHADJIR EFENDI

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,  
Salam Sejahtera bagi kita semua, Om Swastiatu,  
Namo Buddhaya, Salam Kebajikan*

Setiap Desa memiliki ciri khas dan karakter yang unik, tidak ada desa yang identik baik dari aspek ekonomi, sosial, maupun budaya dengan desa lainnya. Melalui mandat Undang-undang nomor 6 tahun 2014 tentang Desa, Dana Desa menjadi instrumen strategis untuk mendorong pembangunan dan pemberdayaan masyarakat Desa.

Dana Desa tahun 2021 ini sebesar Rp.72 Triliun untuk 74.961 Desa, diprioritaskan pemanfaatannya untuk mengurangi dampak sosial dan ekonomi masyarakat akibat pandemi Corona Virus Disease 2019 (CoVID-19) serta upaya adaptasi kebiasaan baru di Desa. Upaya ini dilakukan dengan menggerakkan simpul-simpul kekuatan Desa dalam pengelolaan sumber daya alam dan menciptakan usaha masyarakat lokal yang memberi nilai tambah ekonomi. Dengan strategi inovasi, semua potensi dan tradisi budaya di Desa menjadi sangat eksotis dan memiliki daya tarik bagi wisatawan.

Era globalisasi yang diwarnai dengan triple *T-revolution* yaitu *Technology, Telecommunication Transportation*, dan *Tourism* tentunya akan membawa pergeseran nilai-nilai yang berdampak luas pada semua aspek kehidupan. Demikian pula di sektor pariwisata, harus mengikuti perkembangan jaman dengan Desa sebagai garda terdepan pembangunan

sektor saat ini. Pengembangan wisata di Desa dengan berbagai potensinya diharapkan dikelola oleh masyarakat dengan mengadopsi konsep *community-based tourism*. Pengelolaan pariwisata yang diinisiasi masyarakat lokal dengan didukung kemitraan multipihak, akan memicu semangat pemajuan ekonomi masyarakat Desa secara mandiri, menciptakan masyarakat yang tangguh, dan berdaya saing.

Kesadaran masyarakat Desa terhadap pengembangan potensi wisata diharapkan mampu menambah citra Indonesia sebagai *Heaven on Earth* pada kancah global. Pembangunan dan pemberdayaan Desa akan mampu mempercepat pengentasan kemiskinan dan harapannya dapat menahan dalam rangka pemanfaatan bonus demografi secara optimal dan laju urbanisasi.

Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan melalui upaya Koordinasi, Sinkronisasi, dan Pengendalian (KSP) terus mendorong pengembangan Desa Wisata dengan tetap mempertimbangkan protokol kesehatan. Berbagai destinasi dan pengalaman berwisata yang mengangkat keragaman budaya serta kearifan lokal di Desa dapat menjadi tujuan wisata yang menarik. Akhir kata, saya mengapresiasi terbitnya Buku Pedoman Desa Wisata edisi II ini, dengan harapan menjadi pedoman bagi para pemangku kepentingan dalam mengembangkan Desa Wisata.

*Selamat membaca.  
Wassalamu'alaikum warahmotullahi wabarakatuh*

MENTERI KOORDINATOR  
BIDANG KEMARITIMAN DAN INVESTASI  
**LUHUT B. PANDJAITAN**



**SAMBUTAN MENTERI KOORDINATOR  
BIDANG KEMARITIMAN DAN INVESTASI  
LUHUT B. PANDJAITAN**

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,  
Salam Sejahtera untuk kita semua, Om Swastiastu, Namo Buddhaya, Salam Kebajikan*

**P**andemi Covid-19 telah menggerus perekonomian kita. Namun bukan berarti harapan dan semangat kita ikut hanyut dalam gelombang yang dahsyat ini. Justru dengan ujian ini, ketahanan kita sebagai bangsa semakin teruji. Tempaan hidup ini akan membuat kita menjadi bangsa yang tangguh dan unggul dalam menghadapi setiap tantangan zaman.

Sektor pariwisata merupakan harapan besar sebagai penggerak perekonomian bangsa. Dengan mengandalkan keindahan alam sebagai Karunia Tuhan kepada bangsa Indonesia dan keragaman budaya yang unik, besar harapannya menjadi daya tarik bagi wisatawan baik lokal maupun mancanegara.

Konsep dari desa, oleh desa, untuk desa akan menjadi landasan utama untuk menggenjot pariwisata berbasis budaya yang akan berimplikasi dengan meningkatnya perekonomian rakyat. Sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yang didukung oleh pengusaha Mikro dan Kecil Menengah (UMKM) di pedesaan juga akan menjadi faktor penunjang yang menghidupkan daya tarik wisatawan.

Saya yakin dengan kerja keras, kesungguhan hati serta gotong royong dari semua pihak, cita-cita luhur ini akan tercapai. Pencapaian itu kelak menjadi warisan berharga buat generasi mendatang dalam menyambut Tahun Emas Indonesia 2045. Tak ada jerih payah yang tak membuahkan hasil dan tak ada proses yang mengkhianati hasil, apa yang kita susun dalam Pedoman Desa Wisata ini akan menjadi kunci sukses buat kesejahteraan bangsa.

Desa adalah fondasi utama dari bangsa dan negara kita. Desa adalah harapan kita semua. Desa adalah kunci sukses pembangunan pariwisata kita. Desa Wisata adalah penggerak ekonomi daerah yang berkelanjutan.

Tidak ada perekonomian negara yang kuat tanpa ditopang oleh perekonomian desa yang sehat. Tidak akan tercapai perekonomian desa yang sehat tanpa tumbuhnya kesadaran masyarakat dalam membangun desanya. Jadilah bangsa juara yang dimulai dari desa. Jadikan desa kita sebagai surga pariwisata yang mendunia. Terus berjuang buat kita semua. Semoga Tuhan YME senaniasa merestui perjuangan kita. Aamiin.



MENTERI DALAM NEGERI  
**TITO KARNAVIAN**

## SAMBUTAN MENTERI MENTERI DALAM NEGERI TITO KARNAVIAN

*Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

*Salam Sejahtera untuk kita semua, Om Swastiastu, Namu Budhaya, Salam Kebajikan*

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, saya menyambut baik diterbitkannya Buku "Pedoman Desa Wisata 2020".

Buku ini memberikan muatan informatif terkait perubahan yang terjadi dalam Bidang pariwisata serta peluang bagi desa untuk menjadikan desa lebih maju, Mandiri dan sejatera sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, melalui pengembangan wisata alam atau budaya lokal desa, yang responsif terhadap implementasi adaptasi baru (new normal).

Buku ini juga memberikan inspirasi bagi penyelenggara pemerintahan desa serta Pembina desa bahwa untuk menjadikan desa lebih baik, dapat dimulai dengan memanfaatkan potensi

yang ada di desa. Desa yang diidentikkan dengan keterpencilan dan keterbelakangan dapat dikembangkan menjadi suatu entitas yang menarik dan memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat.

Sebagai Pembina penyelenggaraan pemerintahan desa, saya memberikan apresiasi atas terbitnya buku ini dan berharap desa ke depan akan semakin maju serta mampu bangkit dari dampak penyebaran Covid 19.

Semeoga Tuhan Yang Maha Esa, selalu melindungi dan menyertai kita sekalian yang tidak pernah lelah memperjuangkan kemajuan desa. Aamiin.

Sekian dan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

## SAMBUTAN MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

### JOHNNY G. PLATE

Indonesia merupakan bangsa yang besar, tidak saja karena luasnya wilayah daratan dan lautan, tetapi juga jumlah penduduk dan kekayaan budaya yang sangat beragam. Dalam 17.491 pulau yang terbentang dari Bengkulu hingga Papua, terdapat pesona alam yang tidak akan habis untuk dikunjungi. Pantai dengan pasir beragam warna, gunung dengan berbagai lanskap, perairan dengan kekayaan bahari, hingga perkotaan dengan peleburan budayanya memberikan potensi ekonomi wisata yang luar biasa.

Kekuatan pariwisata Indonesia tidak hanya terletak pada keindahan alamnya saja, tetapi juga ditunjang oleh budaya, sejarah, adat, kuliner, hingga kreativitas masyarakat. Destinasi wisata di Indonesia pun dapat berkembang pesat tak lepas dari tangan-tangan piawai para penduduk yang meracik makanan, membuat cenderamata, merancang busana, hingga mendesain tempat-tempat untuk dikunjungi. Masing-masing wilayah pun memiliki kearifan lokal dan tradisi yang memberikan karakter serta rasa yang khas terhadap masing-masing daerah. Sebagian besar pelaku usaha yang berkontribusi terhadap pariwisata merupakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah serta Usaha Ultra Mikro (UMKM/UMi), yang juga menjadi penyumbang 60,4% Produk

Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Potensi yang masif ini harus dapat dikelola untuk kemajuan bangsa dan kemajuan masyarakat. Kontribusi ini masih dapat ditingkatkan lagi melalui digital onboarding UMKM/UMi menjadi industri digital kreatif, mengingat saat ini baru 18% UMKM/UMi yang terdigitalisasi di Indonesia. Di sinilah Pemerintah Indonesia hadir memberikan dukungan untuk digitalisasi sektor pariwisata, termasuk UMKM/UMi di Indonesia di Indonesia melalui pembangunan infrastruktur telekomunikasi dan program-program peningkatan ekonomi digital.

Dari segi infrastruktur, hingga tahun 2020, masih terdapat 12.548 desa/kelurahan dari 83.218 desa/kelurahan yang belum terjangkau jaringan 4G. Kementerian Kominfo dan operator seluler memproyeksikan dapat menuntaskan pembangunan infrastruktur ini pada akhir tahun 2022. Selain pembangunan infrastruktur, Kementerian Kominfo juga mendukung pembuatan aplikasi Jaringan Pariwisata Hub (JP Hub) sebagai tindak lanjut dari Gerakan Nasional Bangga Berwisata di Indonesia. Platform digital ini ditujukan sebagai pintu pengetahuan, pencarian, dan pemesanan destinasi mulai dari tingkat provinsi hingga desa. Selain itu,

sepanjang tahun 2020, Kementerian Kominfo juga melakukan pendampingan bagi desa wisata berupa pelatihan Bahasa Inggris untuk pengelola di 66 desa wisata, pemanfaatan toko daring pada 16 BUMDes pariwisata, pelatihan UMKM/UMi melalui Digital Entrepreneurship Academy (DEA), dan memfasilitasi digital onboarding UMKM/UMi melalui program Bangga Buatan Indonesia bersama dengan K/L lain.

COVID-19 memang memberikan dampak pada kepariwisataan Indonesia. Tapi dengan kekuatan wisata yang dahsyat tersebut Indonesia tidak boleh kalah dan harus keluar sebagai pemenang. Untuk itu, pemerintah melalui koordinasi dan kerja sama lintas kementerian lembaga pusat dan daerah mengambil langkah-langkah pemulihan kesehatan dan perekonomian. Demikian halnya Kementerian Kominfo mengambil peran untuk memastikan infrastruktur digital terbangun dan memberikan dukungan yang konkret terhadap kelahiran kembali pariwisata Indonesia. Di mana saat resesi ekonomi pada tahun 2020 lalu, sektor informatika dan telekomunikasi (infokom) mampu mencatatkan pertumbuhan positif 10,58% year-on-year. Momentum ini perlu kita jadikan titik tolak untuk menapaki akselerasi transformasi digital dengan optimisme yang lebih solid menuju Indonesia Terkoneksi: Semakin Digital, Semakin Maju!



MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
JOHNNY G. PLATE



## SAMBUTAN MENTERI KELAUTAN DAN PERIKANAN

### SAKTI WAHYU TRENGGONO

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, Salam Sejahtera untuk kita semua,  
Om Swastiastu, Namu Buddhaya, Salam Kebajikan*

Salam sehat selalu,  
Alhamdulillah, puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT atas terbitnya buku "Pedoman Desa Wisata".

Saya menyampaikan apresiasi atas terbitnya buku "Pedoman Desa Wisata" ini, terlebih di tengah terpuruknya sektor pariwisata akibat Pandemi Covid-19. Dengan adanya buku pedoman ini, dapat menjadi panduan bagi desa-desa dengan potensi pariwisata yang belum tersentuh untuk dapat mengembangkan desanya sebagai desa wisata. Desa Wisata dapat menjadi pilihan destinasi wisata baru untuk wisatawan lokal maupun wisatawan asing, sekaligus dapat menghidupkan perekonomian desa.

Seiring dengan pengembangan desa wisata, khususnya di daerah pesisir, Kementerian Kelautan dan Perikanan mempunyai program Pembangunan Desa Wisata Bahari (Dewi Bahari). Pembangunan Dewi Bahari merupakan implementasi pembangunan berbasis desa di mana fokusnya adalah pelestarian ekosistem pesisir, perbaikan lingkungan permukiman masyarakat, pengembangan budaya lokal masyarakat pesisir, dan pengembangan potensi desa, yang akhirnya dapat menggerakkan ekonomi masyarakat pesisir.

Pelaksanaan pembangunan Dewi Bahari dapat merujuk pada Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan No. 93 tahun 2020 tentang Desa Wisata

Bahari. Pengembangan Dewi Bahari dapat dilakukan hingga 5 tahun agar dapat diwujudkan desa pesisir yang mampu mengembangkan nilai ekonomi dari jasa-jasa ekosistem di wilayah pesisir secara optimal yang dampak positifnya ekosistem terjaga/lestari, di sisi lain ekonomi masyarakat dapat bergerak.

Beberapa contoh lokasi yang sudah dikembangkan sebagai Dewi Bahari, telah mampu mengembangkan usaha-usaha turunan pada level masyarakat lokal. Kelompok masyarakat mempunyai aktivitas penjualan souvenir, olahan-olahan hasil perikanan, olahan dari mangrove dan lainnya, serta mengembangkan warung makan/restoran dan *guesthouse/homestay* yang telah memenuhi standar yang berlaku bagi wisatawan. Ke depan, pengembangan Dewi Bahari perlu keterlibatan stakeholder lain agar desa-desa pesisir tersebut dalam pengembangan usahanya dapat lebih optimal baik dalam jenis usaha maupun inovasi produk, sehingga dapat merekrut tenaga kerja lebih banyak.

Akhirnya, saya berharap Kementerian/Lembaga dan stakeholder yang terkait dapat bersinergi dengan Kementerian Kelautan dan Perikanan sehingga mewujudkan masyarakat desa sebagai pelaku ekonomi utama di desanya sendiri.

Sukses Program Pembangunan Dewi Bahari, sukses pula Desa Wisata kita.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

MENTERI KELAUTAN DAN PERIKANAN

### SAKTI WAHYU TRENGGONO



## SAMBUTAN MENTERI DESA, PEMBANGUNAN DAERAH TERTINGGAL DAN TRANSMIGRASI ABDUL HALIM ISKANDAR

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, Salam Sejahtera untuk kita semua.*

Lebih dari sekadar batasan wilayah secara administratif, Desa merupakan sebuah ekosistem yang mencakup masyarakat, organisasi tingkat desa, potensi, serta sosial budaya yang terbukti eksis dan mampu menyelesaikan masalahnya dengan kearifan lokal yang dimilikinya. Karenanya, keberadaan 74.961 Desa di Indonesia saat ini, berpotensi besar menyelesaikan 74 persen target pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (TPB), seperti diatur dalam Peraturan Presiden nomor 59 tahun 2017. Adapun jalan pencapaian TPB ditempuh dengan aksi pelokalan TPB dalam pembangunan Desa, melalui pencapaian 18 Tujuan SDGs Desa, yang secara utuh memuat aspek kewargaan dan kewilayahan.

Kekuatan transfer Dana Desa yang terus meningkat sejak tahun 2015 menjadi salah satu penopangnya. Sepanjang 2015-2020 total Dana Desa tersalur mencapai Rp 323,32 triliun, direncanakan pada tahun 2021 mencapai 72 triliun. Kekuatan ini, terbukti mampu menggeliatkan APBDes, membangkitkan ekonomi desa, serta meratakan pembangunan desa.

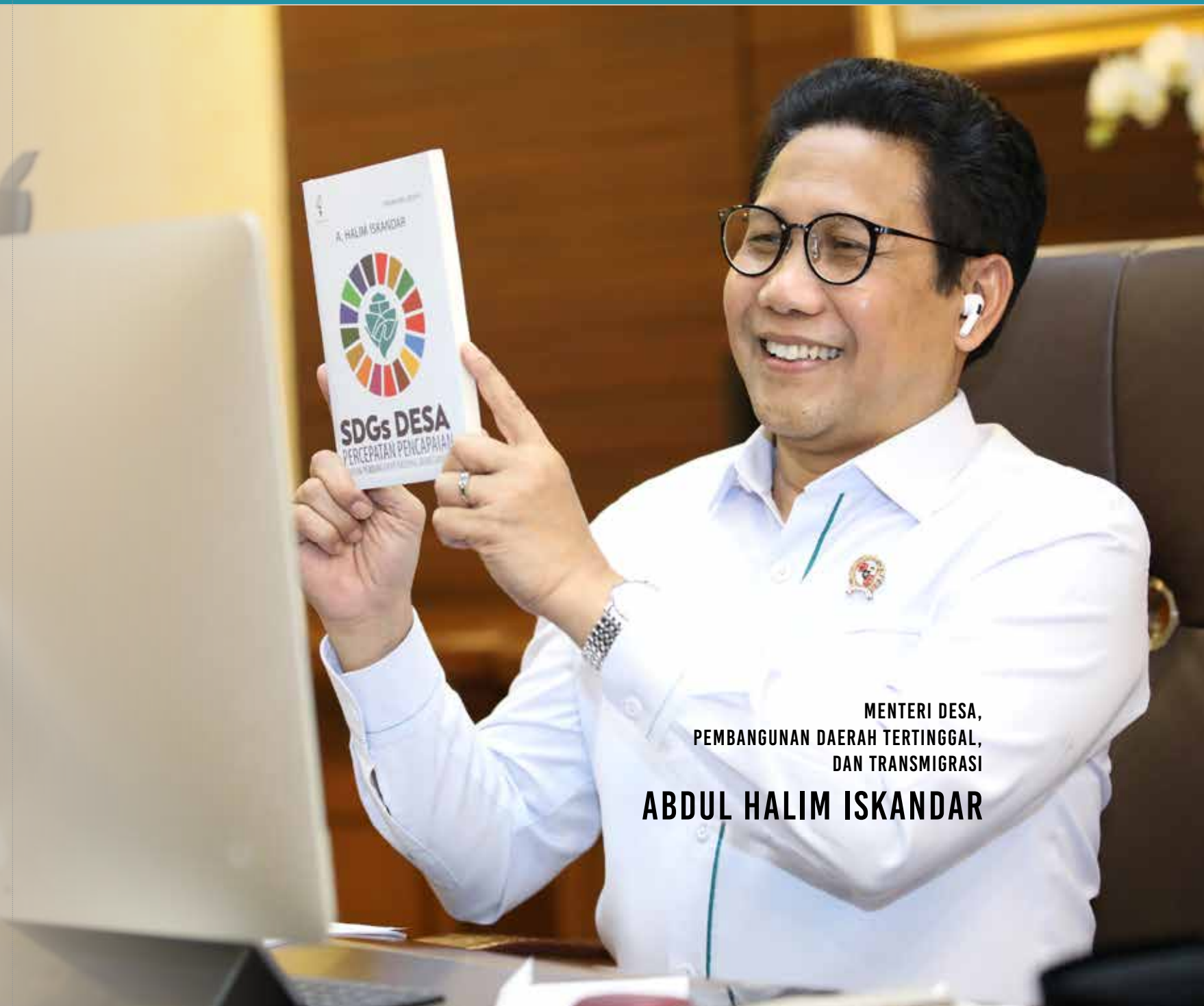
Pengembangan Desa Wisata yang melibatkan seluruh dimensi pada ekosistem desa berperan penting dalam pencapaian SDGs Desa. Berdasarkan Potensi Desa 2018, terdapat 18.480 Objek dan

Daya Tarik Wisata yang tersebar di Desa-Desa seluruh Indonesia. Sebagai sektor yang memiliki multiplier effect, pengembangan Desa Wisata dapat memiliki efek pengganda turunan pada setiap industri yang terlibat. Dimulai dari pengembangan melalui mekanisme Padat Karya Tunai Desa hingga pengelolaan yang terstruktur oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa), maka pengembangan Desa Wisata dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi di Desa.

Buku Pedoman Desa Wisata ini tidak hanya menjelaskan strategi pengembangan dan pengelolaan Desa Wisata, namun juga mengulas praktik baik pengembangan Desa Wisata yang mengolaborasikan seluruh elemen Desa menjadi sebuah ekosistem yang utuh dan kokoh. Buku ini diharapkan dapat menjadi referensi dan inspirasi bagi Desa untuk mengembangkan kreativitas dan berinovasi dalam pengembangan Desa Wisata baik menggunakan Dana Desa maupun pendanaan lainnya.

Akhir kata, semoga buku ini bermanfaat dan berkontribusi dalam upaya percepatan pembangunan Desa melalui pencapaian 18 tujuan SDGs Desa. Membangun Indonesia dari Desa. Desa Bangkit, Indonesia Kuat.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*



**MENTERI DESA,  
PEMBANGUNAN DAERAH TERTINGGAL,  
DAN TRANSMIGRASI  
ABDUL HALIM ISKANDAR**



MENTERI PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF  
**SANDIAGA SALAHUDIN UNO**

## SAMBUTAN MENTERI PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF **SANDIAGA SALAHUDIN UNO**

*Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.*

Pandemi telah memberikan dampak bagi pariwisata dan ekonomi kreatif, namun juga sekaligus menciptakan trend baru. Salah satu trend yang muncul di masa pandemi ini yaitu meningkatnya minat wisatawan untuk berwisata di alam terbuka. Desa wisata dapat menjadi pilihan bagi wisatawan untuk dapat menikmati alam terbuka, sembari merasakan pengalaman berwisata di tengah kehidupan masyarakat pedesaan.

Kememparekraf/Badan Parekraf terus berkomitmen mendukung pengembangan desa wisata, yang juga menjadi salah satu agenda pembangunan nasional dalam RPJMN Tahun 2020-2024. Tujuan kami dalam pengembangan desa wisata yaitu menumbuhkan desa-desa wisata berkembang menjadi maju hingga mandiri, sehingga tercipta lapangan pekerjaan dan menghasilkan nilai tambah bagi perekonomian masyarakat. Berbagai potensi desa wisata yang ada di Indonesia memang sudah sepatutnya digarap bersama-sama, namun harus tetap menjaga kearifan lokal dan menerapkan prinsip-prinsip pembangunan pariwisata berkelanjutan.

Untuk mencapai tujuan tersebut, kami tidak dapat berdiri sendiri. Pengembangan desa wisata sangat memerlukan kolaborasi antar Kementerian/Lembaga terkait, pemerintah daerah, masyarakat, pelaku usaha,

*Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.*

asosiasi, serta media. Dalam pengembangannya, masyarakat bukanlah obyek, melainkan pelaku utama. Sehingga, pendekatan dalam pengembangan desa wisata adalah pembangunan pariwisata berbasis masyarakat. Desa wisata dapat tumbuh dan berkembang dengan cepat atas hasil partisipasi penuh dari masyarakat.

Selain kolaborasi, terdapat dua kunci penting lain yang dapat berperan dalam keberhasilan pengembangan desa wisata yaitu inovasi dan adaptasi. Strategi inovasi dilakukan dengan pendekatan big data untuk memetakan potensi dan menguatkan berbagai aspek pada sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Di masa pandemi ini, kami juga terus mendorong seluruh pelaku pariwisata untuk melakukan adaptasi dengan memenuhi syarat protokol Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan dan Keberlanjutan Lingkungan (K4). Kemudian, diperlukan adanya semangat gerak cepat (Gercep), Gerak Bersama-sama (Geber), dan garap semua potensi lapangan pekerjaan yang ada (Gaspol).

Akhir kata, semoga buku pedoman desa wisata yang disusun secara kolaboratif ini dapat membantu kita dalam mengembangkan desa wisata di Indonesia, sehingga desa wisata mampu berkontribusi meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat dan membantu pemulihan perekonomian.



**MENTERI PEMBERDAYAAN PEREMPUAN  
DAN PERLINDUNGAN ANAK**

**I GUSTI AYU BINTANG DARMAWATI**

## **SAMBUTAN MENTERI PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DAN PERLINDUNGAN ANAK**

### **I GUSTI AYU BINTANG DARMAWATI**

Nawacita ke-3 Presiden Joko Widodo adalah membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah-daerah dan desa. Merujuk arahan tersebut, sudah sepantasnya pembangunan di perdesaan yang setara dilaksanakan, dengan mengedepankan asas universal, integrasi, dan inklusif sebagai wujud pemenuhan hak asasi manusia dan prinsip tidak ada yang tertinggal atau no one left behind.

Keterlibatan perempuan di berbagai bidang pembangunan dan perlindungan anak mulai dianggap penting sejak beberapa decade terakhir. Termasuk bidang pariwisata. Program Desa Wisata memberikan peluang untuk perempuan sebagai pelaku usaha dan dapat mengurangi kekerasan, peran ganda, serta ketimpangan gender dalam pembangunan.

Perempuan mempunyai potensi kemampuan usaha ekonomi yang tidak dapat dipandang sebelah mata. Dari total unit usaha mikro, kecil, menengah dan besar, sekitar 99 persen berada pada skala UMKM, dan diperkirakan lebih dai 50 persen UMKM dikelola atau dimiliki oleh perempuan.

**Perempuan Berdaya, Anak Terlindungi, Indonesia Maju.**

Di masa pandemic Covid-19 ini, sosok perempuan yang mandiri secara ekonomi dapat menjadi pahlawan ekonomi bagi keluarga melalui usaha yang digelutinya. Para perempuan yang mandiri secara ekonomi berperan dalam melaksanakan fungsi ekonomi keluarga, mampu mandiri dan berdaya ikut menentukan tujuan negara, sehingga keluargapun menjadi lebih harmonis, setara dan sejahtera, sehingga anak pun juga akan terjamin hak-hak tumbuh kembang dan perlindungannya, serta menciptakan generasi bangsa yang berkualitas dan berdaya saing.

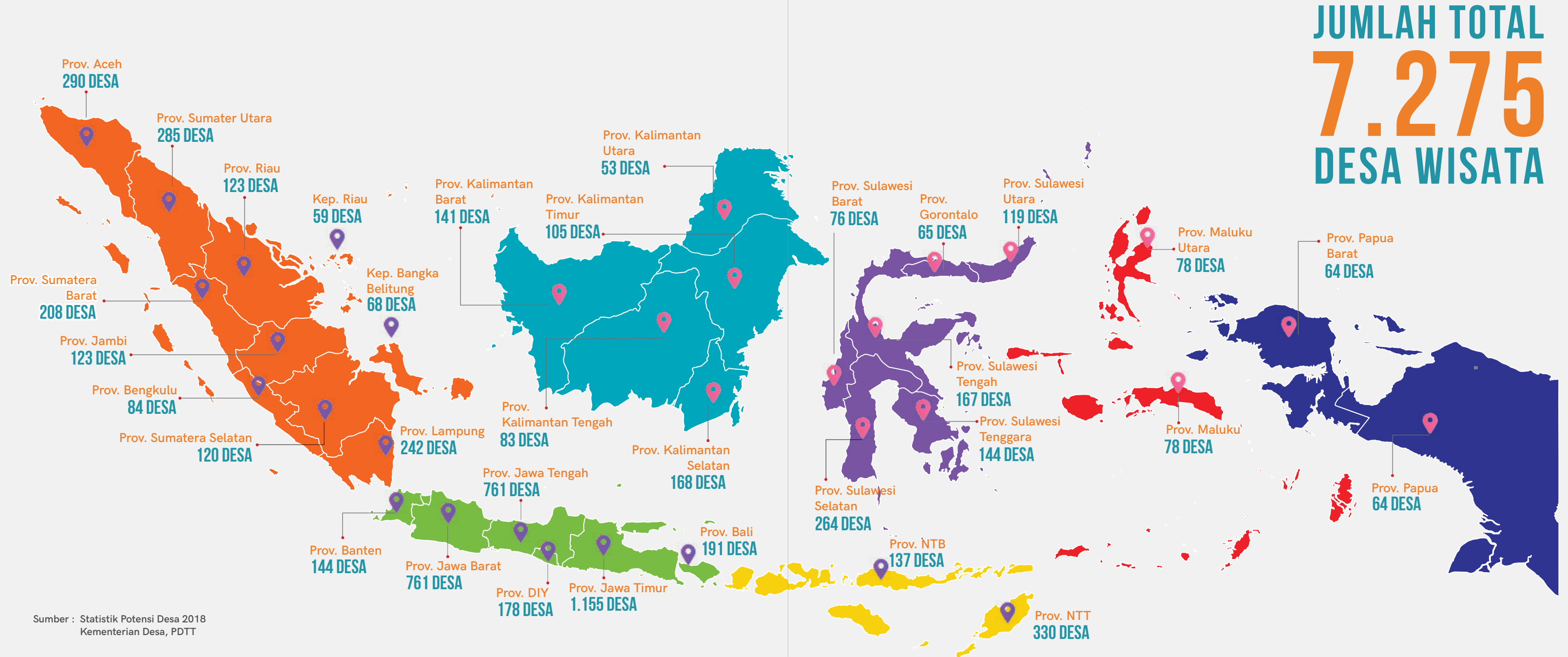
Situasi tersebut juga menuntut adanya penyelesaian bersama dalam bentuk sinergi antar pemangku kepentingan, abik pemerintah, lembaga masyarakat, dunia usaha, maupun masyarakat dalam membantu meningkatkan pemberdayaan dan produktifitas perempuan khususnya dalam mendukung terciptanya sinergi Desa Wisata dengan Desa Ramah Perempuan dan Peduli Anak.

Semoga dengan diterbitkannya Pedoman Desa Wisata ini dapat lebih memperkuat komitmen seluruh stakeholders, sehingga tercipta sinergi pembangunan di Desa.



# DAFTAR ISI

Pengantar	003	024	BAB 1 LATAR BELAKANG
Sambutan Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan <b>MUHADJIR EFENDI</b>	005	034	BAB 2 KONSEP, PENDEKATAN DAN SKEMA DESA WISATA
Sambutan Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi <b>LUHUT B. PANDJAITAN</b>	007	040	BAB 3 PENGEMBANGAN DESA WISATA
Sambutan Menteri Dalam Negeri <b>TITO KARNAVIAN</b>	009	050	BAB 4 STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA
Sambutan Menteri Komunikasi dan Informatika <b>JOHNNY G. PLATE</b>	011	064	BAB 5 PENYELENGGARAN DESA WISATA
Sambutan Menteri Kelautan dan Perikanan <b>SAKTI WAHYU TRENGGONO</b>	013	074	BAB 6 DESA WISATA DIGITAL
Sambutan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi <b>ABDUL HALIM ISKANDAR</b>	015	080	BAB 7 DESA WISATA BAHARI
Sambutan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif <b>SANDIAGA SALAHUDDIN UNO</b>	017	084	BAB 8 DESA RAMAH PEREMPUAN & PEDULI ANAK (DERAP-PA)
Sambutan Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak <b>I GUSTI AYU BINTANG DARMAWATI</b>	019	090	BAB 9 IMPLEMENTASI ADAPTASI BARU
		094	BAB 10 KISAH SUKSES



Sumber : Statistik Potensi Desa 2018  
Kementerian Desa, PDTT

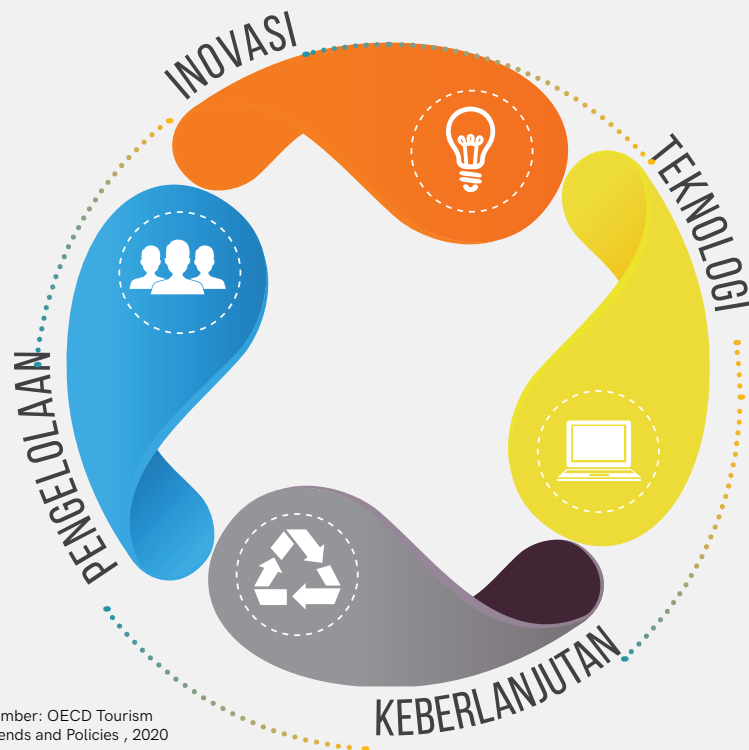
# 1

## LATAR BELAKANG



Vitria Ariani, 2018 🇮🇩  
Balige, Tobasa, Sumatra Utara

# MENUJU PENGEMBANGAN PARIWISATA YANG CERDAS DAN BERORIENTASI MASA DEPAN



Sumber: OECD Tourism Trends and Policies, 2020

## TREN PARIWISATA DAN ISU PENGEMBANGAN DESA WISATA

Perubahan dari wisata massal menjadi wisata alternatif ini memberikan keuntungan bagi desa wisata sebagai pilihan dalam pengembangan pariwisata. Karena pada desa wisata umumnya memiliki keragaman produk yang dapat ditawarkan kepada wisatawan dengan produk utama yaitu kehidupan sehari-hari masyarakat di desa. Pengalaman yang diberikan kepada wisatawan berupa keragaman budaya, keunikan alam, dan karya kreatif di desa.

Selain perubahan pada motivasi wisatawan, *Organization for Economic Cooperation and Development* pada tahun 2018 menyampaikan Megatren Pariwisata yang akan membentuk Pariwisata Masa Depan yaitu:

Tren perjalanan wisatawan saat ini mengalami perubahan yaitu dari wisata massal (*mass tourism*) ke arah wisata alternatif (*alternative tourism*). Perubahan ini mengarah pada jenis kegiatan wisata yang berorientasi pada wisata alam atau budaya lokal dengan tujuan untuk meningkatkan wawasan, petualangan, dan belajar, seperti wisata

## WISATA PERDESAAN *VILLAGE TOURISM*

- Sebagai daya tarik alternatif
- Wisata alternatif tematik yang menyajikan aktivitas perdesaan dan kearifan lokal masyarakat sebagai atraksi



petualangan (*adventure tourism*) - mendaki gunung (*hiking*), berjalan (*trekking*), dan juga wisata yang menawarkan pengalaman langsung kepada wisatawan seperti wisata perdesaan (*village tourism*), dan sebagainya.

## WISATA ALTERNATIF

*Alternative Tourism*

- Kembali ke alam
- Interaksi dengan masyarakat
- Daya Tarik: Belajar budaya dan keunikan lokal

## INFOGRAFIS TREN PERUBAHAN WISATA

### WISATA MASSAL *MASS TOURISM*

- Motivasi rekreasi biasa
- Orientasi Destinasi populer
- Daya Tarik : Laut, Pasir dan Matahari



Sumber: Buku Pedoman Desa Wisata, 2019



## PENGERTIAN DESA WISATA

**D**esa memiliki potensi sebagai destinasi wisata yang berbasis komunitas dan berlandaskan pada kearifan lokal kultural masyarakatnya dan juga dapat sebagai pemicu peningkatan ekonomi yang berprinsip gotong royong dan berkelanjutan.

Hal ini sesuai dengan konsep membangun dari pinggiran atau dari desa untuk mensejahterakan masyarakat Indonesia dengan menggali potensi lokal dan pemberdayaan masyarakatnya yang dicanangkan oleh Pemerintah sebagai program prioritas UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa yang menjelaskan bahwa Desa memiliki hak asal usul dan hak tradisional dalam mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat dan berperan mewujudkan cita-cita kemerdekaan berdasarkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pemerintah tingkat desa memiliki otonomi sendiri untuk mengelola sumber daya dan arah pembangunannya.

Kearifan lokal adalah roh utama dalam pengelolaan desa wisata. Nilai kearifan lokal

terwujud dalam masyarakat melalui nilai keunikan budaya maupun tradisi yang dimiliki oleh masyarakat, nilai keotetikan yang sudah mandarah daging dalam budaya masyarakat setempat, serta keaslian nilai-nilai tradisi yang muncul di masyarakat. Nilai-nilai ini yang akan menarik wisatawan mengunjungi Desa Wisata. Salah satu model pengembangan pariwisata yang memberdayakan masyarakat dengan *Community Based Tourism (CBT)* adalah pengembangan desa wisata.

Desa wisata (Kampung, Nagari, Gampong, atau sebutan lainnya) adalah kawasan yang memiliki potensi dan keunikan daya tarik wisata yang khas yaitu merasakan pengalaman keunikan kehidupan dan tradisi masyarakat di perdesaan dengan segala potensinya. Desa wisata dapat dilihat berdasarkan kriteria:

- a. Memiliki potensi daya tarik wisata (Daya tarik wisata alam, budaya, dan buatan/karya kreatif);
- b. Memiliki komunitas masyarakat;
- c. Memiliki potensi sumber daya manusia lokal yang dapat terlibat dalam aktivitas pengembangan desa wisata;
- d. Memiliki kelembagaan pengelolaan;

- e. Memiliki peluang dan dukungan ketersediaan fasilitas dan sarana prasarana dasar untuk mendukung kegiatan wisata; dan
- f. Memiliki potensi dan peluang pengembangan pasar wisatawan.

Desa Wisata bisa saja terdiri dari lebih dari satu desa yang berdekatan sehingga menciptakan sebuah wisata berbasis perdesaan yang terintegrasi. Hal ini menunjukkan bahwa Desa Wisata menitikberatkan pada perasaan dan *sense* yang ditimbulkan saat seseorang berwisata di Desa Wisata, dan tidak terikat pada suatu wilayah administratif tertentu.

Dalam pengembangan desa wisata, prinsip pengembangan produk desa wisata:

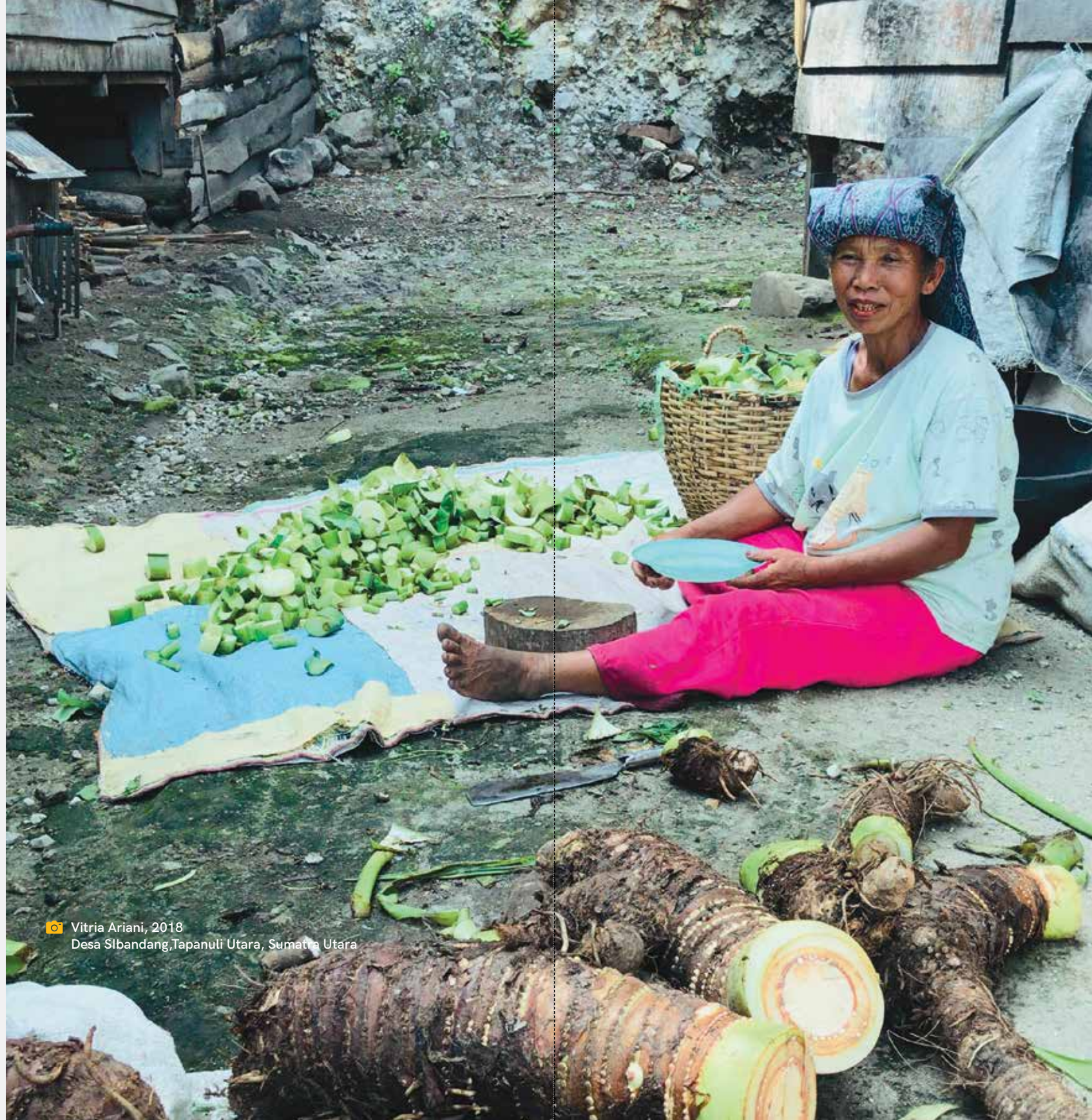
- a. Keaslian : atraksi yang ditawarkan adalah aktivitas asli yang terjadi pada masyarakat di desa tersebut;
- b. Masyarakat setempat: merupakan tradisi yang dilakukan oleh masyarakat dan menjadi keseharian yang dilakukan oleh masyarakat;
- c. Keterlibatan masyarakat : masyarakat terlibat secara aktif dalam aktivitas di desa wisata;

- d. Sikap dan nilai: tetap menjaga nilai-nilai yang dianut masyarakat dan sesuai dengan nilai dan norma sehari-hari yang ada; dan
- e. Konservasi dan daya dukung : tidak bersifat merusak baik dari segi fisik maupun sosial masyarakat dan sesuai dengan daya dukung desa dalam menampung wisatawan.

Desa wisata mampu mengurangi urbanisasi masyarakat dari desa ke kota karena banyak aktivitas ekonomi di desa yang dapat diciptakan. Selain itu juga, desa wisata dapat menjadi upaya untuk melestarikan dan memberdayakan potensi budaya lokal dan nilai-nilai kearifan lokal (*local wisdom*) yang ada di masyarakat.

Terdapat 4 (empat) jenis desa wisata yang dapat menjadi acuan, antara lain:

- a. Desa wisata berbasis keunikan sumber daya alam  
yaitu desa wisata yang menjadikan kondisi alam sebagai daya tarik utama seperti pegunungan, lembah, pantai, sungai, danau dan berbagai bentuk bentang alam yang unik lainnya.



Vitria Ariani, 2018  
Desa Sibandang, Tapanuli Utara, Sumatera Utara

- b. Desa wisata berbasis keunikan sumber daya budaya lokal  
yaitu desa wisata yang menjadikan keunikan adat tradisi dan kehidupan keseharian masyarakat menjadi daya tarik utama seperti aktivitas mata pencaharian, religi maupun bentuk aktifitas lainnya.
- c. Desa wisata kreatif  
yaitu desa wisata yang menjadikan keunikan aktivitas ekonomi kreatif dari kegiatan industri rumah tangga masyarakat lokal, baik berupa kerajinan, maupun aktivitas kesenian yang khas menjadi daya tarik utama.
- d. Desa wisata berbasis kombinasi  
merupakan desa wisata yang mengkombinasikan antara satu atau lebih daya tarik wisata yang dimiliki seperti alam, budaya dan kreatif.

Pengembangan Desa Wisata harus difokuskan pada pengembangan yang terintegrasi dan kolaboratif dari 5 unsur penting **pentahelix** yang terdiri dari masyarakat (komunitas/ lembaga kemasyarakatan), pemerintah, industri, akademisi dan media sebagai katalisator.

**1. Akademisi**

Peran akademisi disini adalah berbagi informasi dengan pelaku stakeholder. Akademisi berperan sebagai konseptor, seperti melakukan standarisasi proses bisnis serta sertifikasi produk dan ketrampilan pada sumber daya manusia.

**2. Bisnis**

Bisnis tersebut ialah pengelola, warung masyarakat, pelaku usaha yang berperan sebagai *enabler* yang menghadirkan fasilitas dan kualitas untuk kemajuan ekonomi daerah serta dapat membantu pengembangan wisata menjadi lebih efektif, efisien, dan produktif.

**3. Komunitas**

Merupakan orang-orang yang berperan sebagai akselerator. Bertindak sebagai pelaku, penggerak dan penghubung untuk membantu pengembangan pariwisata dalam keseluruhan proses sejak awal.

**4. Pemerintah**

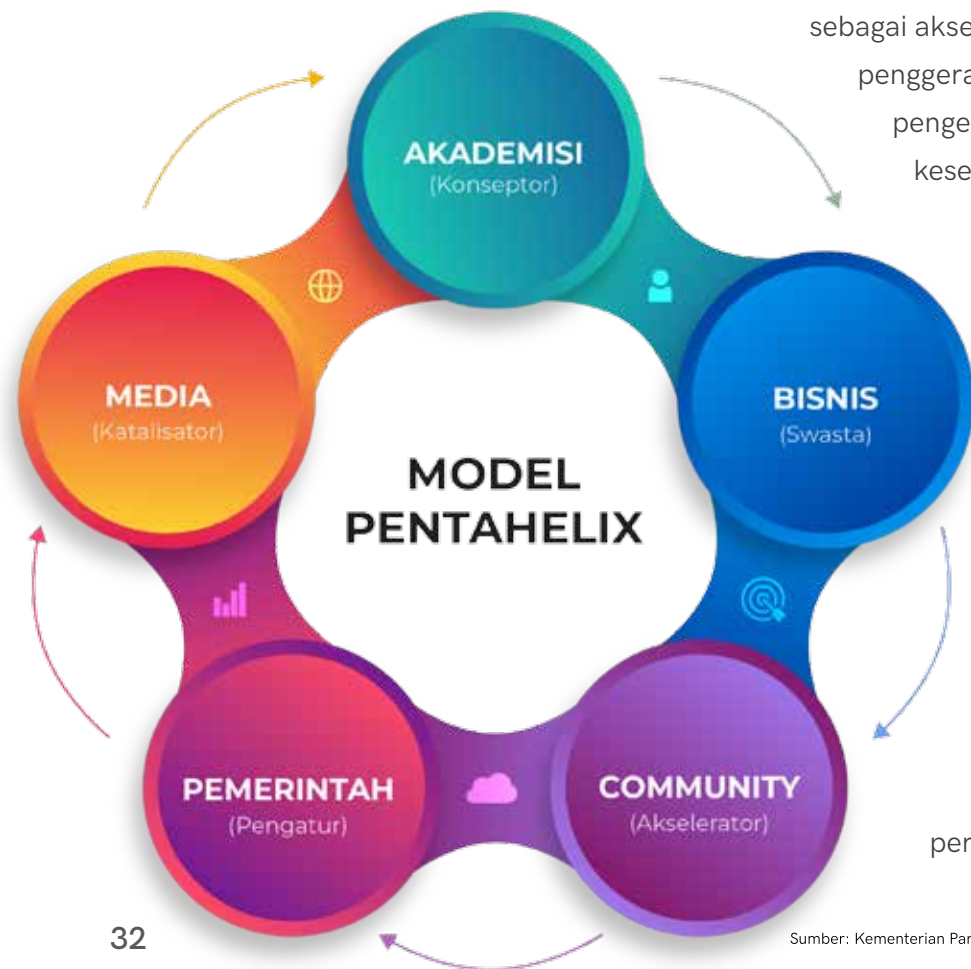
Merupakan salah satu pemangku kepentingan yang memiliki peraturan dan tanggung jawab dalam mengembangkan pariwisata, berperan sebagai regulator sekaligus berperan sebagai kontroler. Dalam hal ini melibatkan semua jenis kegiatan seperti perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, pengendalian, promosi, alokasi keuangan, perizinan, program, undang-undang,

pengembangan dan pengetahuan, kebijakan inovasi publik, dukungan untuk jaringan inovasi dan kemitraan.

**5. Media**

Media berfungsi sebagai pemberi informasi, pendidikan, penghibur, dan sebagai pengontrol sosial. Media merupakan perangkat promosi yang mencakup aktivitas periklanan, personal selling, public relation, informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), dan *direct marketing* serta berperan kuat untuk mempromosikan dan membuat *brand image*.

**BISNIS SEBAGAI TRANSFORMASI LOKOMOTIF USAHA**



Sumber: Kementerian Pariwisata RI



kompasiana.com  
Partisipasi masyarakat membangun desa wisata

# 2

## KONSEP, PENDEKATAN DAN SKEMA DESA WISATA



# KONSEP PEMBANGUNAN DESA WISATA

**D**esa Wisata Indonesia secara garis besar terbagi menjadi 3 produk unggulan potensi yaitu berbasis budaya, alam dan kreatif. Roh desa wisata Indonesia sebagai implemementasi keterhubungan multi dimensi yang holistik harus dapat mengedepankan konsep *see, feel and explore* sebagai dasar desa wisata.

## DESA WISATA INDONESIA



Sumber: Vitria Ariani, 2017, Percepatan Perdesaan dan Perkotaan Kemenpar RI 2017-2019

# PENDEKATAN PENGEMBANGAN DESA WISATA

## PENDEKATAN DESTINASI WISATA PRODUK

### ATRAKSI

- Diversifikasi aktivitas wisata.
- Manajemen Pengunjung (*Visitor Manegement*)
- Sadar Wisata.

### AKSEBILITAS

- Sarana (moda transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyebrangan, angkutan laut dan kereta api).
- Prasarana (pelabuhan laut, bandara, stasiun).
- Sistem Transportasi (informasi rute dan jadwal, ICT, kemudahan reservasi moda).

### AMENITAS

- Prasarana umum (Listrik, Air, Telekomunikasi, Pengelola Limbah).
- Fasilitas Umum (keamanan, keuangan perbankan bisnis, kesehatan, sanitasi dan kebersihan, khusus bagi penderita cacat fisik, anak-anak dan lanjut usia, rekreasi, lahan parkir dan ibadah).
- Fasilitas Pariwisata (akomodasi, rumah makan/ restoran, informasi dan pelayanan pariwisata, kemigrasian, TIC dan e-tourism kios, polisi pariwisata dan satuan tugas wisata, toko cinderamata, penunjuk arah-papan informasi wisata-rambu lalu lintas wisata, bentuk bentang lahan).
- Standarisasi dan Sertifikasi Usaha Pariwisata.



Sumber: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2016

# KONSEP PEMBANGUNAN DESA WISATA



Sumber: Vitria Ariani, 2017, Percepatan Perdesaan dan Perkotaan Kemenpar RI 2017-2019

# ASPEK PENTING PENGEMBANGAN MENUJU DESA WISATA UNGGUL




Sumber: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2016

3

PENGEMBANGAN  
DESA WISATA



Vitria Ariani, 2019   
Cafe Bug-Bug, Ubud, Bali

Pengembangan Desa Wisata dapat dijabarkan dalam 4 kategori, yaitu Rintisan, Berkembang, Maju dan Mandiri. Penentuan klasifikasi Desa Wisata (atau sebutan lainnya) dapat dilakukan selambat-lambatnya 2 (dua) tahun oleh Perangkat Desa yang membidangi pariwisata bersama dengan OPD yang membidangi pemberdayaan pemerintahan dan pemberdayaan masyarakat Desa. Ketentuan lebih lanjut untuk tata cara perhitungan dan evaluasi dalam penentuan klasifikasi desa wisata di Indonesia akan diatur secara terpisah dalam petunjuk teknis penentuan klasifikasi Desa Wisata.

### 1. RINTISAN

- Penentuan klasifikasi desa wisata rintisan dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:
- Masih berupa potensi yang dapat dikembangkan untuk menjadi destinasi wisata.
  - Pengembangan sarana prasarana wisata masih terbatas.
  - Belum ada/masih sedikit sekali wisatawan yang berkunjung dan berasal dari masyarakat sekitar.
  - Kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata belum tumbuh.



- Sangat diperlukan pendampingan dari pihak terkait (pemerintah, swasta).
- Memanfaatkan Dana Desa untuk pengembangan Desa Wisata .
- Pengelolaan desa wisata masih bersifat lokal desa.

### 2. BERKEMBANG

Penentuan klasifikasi desa wisata berkembang dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

- Sudah mulai dikenal dan dikunjungi, masyarakat sekitar dan pengunjung dari luar daerah.
- Sudah terdapat pengembangan sarana prasarana dan fasilitas pariwisata.
- Sudah mulai tercipta lapangan pekerjaan dan aktivitas ekonomi bagi masyarakat.

### 3. MAJU

Penentuan klasifikasi desa wisata maju dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

- Masyarakat sudah sepenuhnya sadar akan potensi wisata termasuk pengembangannya.
- Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal dan banyak dikunjungi oleh wisatawan, termasuk wisatawan mancanegara.

- Sarana prasarana dan fasilitas pariwisata sudah memadai.
- Masyarakat sudah berkemampuan untuk mengelola usaha pariwisata melalui pokdarwis/kelompok kerja lokal.
- Masyarakat sudah berkemampuan memanfaatkan dana desa untuk pengembangan desa wisata.
- Sistem pengelolaan desa wisata yang berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat di desa dan pendapatan asli desa.

### 4. MANDIRI

Penentuan klasifikasi desa wisata mandiri dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

- Masyarakat sudah memberikan inovasi dalam pengembangan potensi wisata desa (diversifikasi produk) menjadi unit kewirausahaan yang mandiri.
- Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal oleh mancanegara dan sudah menerapkan konsep keberlanjutan yang diakui oleh dunia.
- Sarana dan prasarana sudah mengikuti standar internasional minimal ASEAN.



- d. Pengelolaan desa wisata sudah dilakukan secara kolaboratif antar sektor dan pentahellx sudah berjalan baik.
- e. Dana desa menjadi bagian penting dalam pengembangan inovasi diversifikasi produk wisata di desa wisata.
- f. Desa sudah mampu memanfaatkan digitalisasi sebagai bentuk promosi mandiri (mampu membuat bahan promosi dan menjual secara mandiri melalui digitalisasi dan teknologi).

Terdapat 4 (empat) manfaat bagi pengembangan desa sebagai desa wisata, meliputi:

- a. Tingkat hidup masyarakat maju dan budaya serta tradisi dapat lestari.  
Manfaat pengembangan desa sebagai desa wisata yang tentunya akan langsung memberikan dampak positif bagi warga tentu saja adalah dampak positif bagi tingkat kehidupan warga, yakni tercipta lapangan kerja baru hingga peningkatan kualitas hidup masyarakat pedesaan melalui fasilitas perbaikan agar layak dikunjungi.
- b. Manfaat perekonomian bagi masyarakat pedesaan.  
Pengembangan desa sebagai desa wisata akan menimbulkan dampak dalam perekonomian bagi masyarakat pedesaan.

- c. Meningkatkan keberadaan industri kecil dan menengah.  
Manfaat pengembangan desa sebagai desa wisata adalah peningkatan industri kecil menengah yang memanfaatkan produk lokal sebagai bahan bakunya.
- d. Promosi produk lokal.  
Manfaat pengembangan desa sebagai desa wisata adalah sebagai sarana promosi produk lokal dengan pemanfaatan sumber daya alam maupun produk lokal yang ada untuk meningkatkan penjualan.

Pada pengembangan desa wisata untuk mewujudkan pembangunan pariwisata berkelanjutan, terdapat pendekatan yang perlu diperhatikan yaitu Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Potensi lokal.

## PEMBANGUNAN PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT DAN POTENSI LOKAL

Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Potensi Lokal yaitu pengembangan pariwisata yang menitikberatkan pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan pariwisata

ini dimiliki, dioperasikan, dikelola dan dikoordinasikan oleh komunitas, yaitu masyarakat. Pemberdayaan masyarakat perlu didasarkan pada hal-hal sebagai berikut:

- a. Memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas.
- b. Meningkatkan tingkat pendapatan secara ekonomis sekaligus mendistribusikan merata pada penduduk lokal.
- c. Berorientasi pada pengembangan usaha berskala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga besar dan berorientasi pada teknologi tepat guna.
- d. Mengembangkan semangat kompetisi sekaligus kooperatif.
- e. Memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai agen penyumbang tradisi budaya dengan dampak seminimal mungkin.

# 8 KRITERIA CBT ASEAN + 1 DIGITALISASI

NO.	KRITERIA A	NO.	SUBKRITERIA
1.	Kepemilikan dan kepengurusan oleh masyarakat	1.1	Terdapat pengelolaan yang efektif dan transparan
		1.2	legalitas lembaga/kelompok Desa Wisata
		1.3	Memiliki pengelolaan yang efektif dan transparan
		1.4	Memiliki kemitraan yang efektif
		1.5	BUM Desa sebagai badan usaha mengelola Desa Wisata dengan berkolaborasi bersama Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)
		1.6	Kepemilikan yang pengelolaannya melalui kerjasama pemerintah desa dengan pihak yang akan mengelola desa wisata
		1.7	Kepemilikan yang pengelolaannya membentuk lembaga baru yang mengelola dan mengembangkan desa wisata dengan melibatkan beberapa unsur
2.	Kontribusi terhadap kesejahteraan sosial	2.1	Menjaga martabat manusia
		2.2	Pembagian biaya dan keuntungan yang adil
		2.3	Memiliki jaringan ke ekonomi lokal dan regional
		2.4	Melestarikan sumber daya alam
3.	Kontribusi untuk menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan	3.1	Melestarikan sumber daya alam
		3.2	Aktifitas konservasi untuk meningkatkan kualitas lingkungan

NO.	KRITERIA A	NO.	SUBKRITERIA
4.	Mendorong terjadinya partisipasi interaktif antara masyarakat lokal dengan pengunjung (wisatawan)	4.1	Terdapat interaksi antara tamu dan masyarakat lokal
		4.2	Keberlanjutan produk-produk wisata berbasis masyarakat
		4.3	Peningkatan kapasitas aparatur dan masyarakat desa oleh pemerintah desa
5.	Jasa perjalanan wisata dan pramuwisata yang berkualitas	5.1	Kualitas dan keahlian pramuwisata desa wisata
		5.2	Memastikan kualitas perjalanan wisata
		5.3	Pemantauan kinerja dari jasa perjalanan wisata dan pramuwisata oleh pemerintah desa
		5.4	Jasa perjalanan wisata dan pramuwisata harus menerapkan standar kesehatan adaptasi kebiasaan baru sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
6.	Kualitas makanan dan minuman	6.1	Kualitas pelayanan makanan dan minuman
		6.2	Memastikan makanan dan minuman yang berkualitas
7.	Kualitas akomodasi	7.1	Kualitas pelayanan akomodasi
		7.2	Memastikan pengelolaan akomodasi yang berkualitas
8.	Kinerja Friendly Tour Operator	8.1	Komitmen kepada nilai-nilai ideal desa wisata
		8.2	Kontribusi terhadap perlindungan masyarakat dan alam
		8.3	Dukungan terhadap ekonomi lokal
		8.4	Mempromosikan indahnya penemuan, pengetahuan dan penghargaan
		8.5	Mempromosikan pengalaman yang memuaskan dan aman bagi wisatawan dan masyarakat
		8.6	Masyarakat lokal yang sadar wisata
		8.7	Masyarakat lokal yang memahami sapta pesona dan menerapkannya
9.	Pemanfaatan Teknologi	9.1	Menerapkan teknologi sebagai media penyebaran informasi dan promosi
		9.2	Menerapkan teknologi dalam pengelolaan desa wisata

Sumber: Adaptasi 8 kriteria CBT ASEAN

## PEMBANGUNAN PARIWISATA BERKELANJUTAN

Pembangunan pariwisata berkelanjutan harus memenuhi syarat: Yaitu pembangunan pariwisata yang menyeimbangkan 3 (tiga) aspek, yaitu ekonomi, lingkungan, sosial budaya. Pembangunan pariwisata berkelanjutan ini memiliki tujuan utama yaitu peningkatan kualitas hidup, memperkuat nilai budaya dan masyarakat, dan memberikan nilai tambah perekonomian masyarakat.

### 3 ASPEK PEMBANGUNAN PARIWISATA BERKELANJUTAN

#### EKONOMI PROSPERITY

Memberikan kemudahan pada pengusaha lokal berskala kecil untuk ikut serta pada usaha pariwisata

Mampu memberikan dampak positif pada sektor bisnis lain

Pembangunan fasilitas harus memperhatikan dampak yang ditimbulkan terhadap kondisi lingkungan setempat (alam maupun budaya) sehingga pembangunan pariwisata tidak akan menurunkan kualitas lingkungan

#### LINGKUNGAN PLANET

Mampu menjamin berkelanjutan dan tidak merugikan generasi yang akan datang.

Optimalisasi lingkungan bukan eksploitasi.

Pembangunan harus tetap memperhatikan lingkungan yang ada, sesuai dengan kemampuan daya dukungnya.

#### SOSIAL BUDAYA PEOPLE

Pembangunan harus melibatkan masyarakat lokal

Menciptakan keseimbangan antara wisatawan dengan masyarakat baik secara jumlah maupun kualitas

## PEDOMAN DESA WISATA

Desa memiliki potensi sebagai destinasi wisata yang berbasis komunitas dan berlandaskan pada kearifan lokal kultural masyarakatnya dan juga dapat sebagai pemicu peningkatan ekonomi yang berprinsip gotong royong dan berkelanjutan.

Hal ini sesuai dengan konsep membangun dari pinggiran atau dari desa untuk mensejahterakan masyarakat Indonesia dengan menggali potensi lokal dan pemberdayaan masyarakatnya yang dicanangkan oleh Pemerintah, sebagai program prioritas Penerapan konsep pembangunan berkelanjutan di sektor pariwisata (*Sustainable Tourism Development*).

Keberlanjutan intinya mengandung pengertian pembangunan pariwisata yang tanggap terhadap minat wisatawan dan keterlibatan langsung dari masyarakat setempat dengan tetap menekankan upaya perlindungan dan pengelolaannya yang berorientasi jangka panjang.

Upaya pengembangan dan pengelolaan sumber daya yang dilakukan harus diarahkan agar dapat memenuhi aspek ekonomi, sosial dan estetika. Sekaligus dapat menjaga keutuhan dan atau kelestarian ekologi, keanekaragaman hayati,

budaya serta sistem kehidupan. (WTO,1990). Konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan tersebut pada intinya menekankan empat (4) prinsip, sebagai berikut.



# 4

## STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA



# DESA SEBAGAI EKOSISTEM

Desa wisata sebagai satu kesatuan EKOSISTEM memerlukan satu pemahaman yang terintegrasi mengenai bagaimana desa mengeksplorasi keunikan, kelebihan serta melihat kekurangan untuk menjadi kekuatan atraksi sebagai desa wisata. Identifikasi kelemahan kekurangan serta menetapkan produk unggulan desa sebagai desa wisata dengan potensi pilihan utama sebagai prioritas penting untuk dilakukan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan penerapan konsep explorasi diri dari desa sebagai ekosistem yang terdiri dari komponen : Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas, Aktivitas, SDM Unggul. Pengembangan Desa Wisata harus difokuskan pada pengembangan ekosistem multidimensi yang saling berinteraksi dan berhubungan. Sebagai sebuah ekosistem multidimensi holistik yang kuat maka Desa Wisata akan tetap terjaga ketahanannya meskipun terjadi

## SDM UNGGUL

Peningkatan skill dan pengetahuan masyarakat desa/komunitas penggerak desa sebagai peran utama yang memiliki desa sebagai host atau tuan rumah terkait desa wisata sebagai satu kesatuan ekosistem

## ATRAKSI

Atraksi atau potensi atraksi sebagai suatu penawaran "experience" dengan kata lain pengalaman berwisata bagi wisatawan atau tamu yang berkunjung menikmati alam, budaya serta kreatifitas proses berkarya dari masyarakat desa.

## AKTIVITAS

Aktivitas keseharian sebagai suatu proses interaksi budaya dan pengalaman pertukaran budaya yang menjadikan kegiatan berwisata membuahkan pengalaman berwisata yang tidak terlupakan.

## AMENITAS

Amenitas sebagai penunjang pemenuhan kebutuhan wisatawan untuk dapat menikmati atraksi dengan pengalaman yang maksimal.

## AKSESIBILITAS

Aksesibilitas atau kemudahan yang diberikan kepada wisatawan untuk dapat menikmati desa sebagai destinasi wisata yang ramah dan mudah bagi wisatawan untuk melakukan kegiatan wisatanya dengan aman dan nyaman



Sumber: Vltria Ariani, 2018

Strategi pengembangan desa wisata salah satunya melalui pengembangan Destinasi Pariwisata yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan yang maju:

## ATRAKSI, AKSESIBILITAS DAN AMENITAS (3A)

### 1. ATRAKSI

Atraksi atau yang biasa disebut Daya Tarik adalah aset-aset yang dapat menarik wisatawan domestik maupun internasional. Daya Tarik memberikan motivasi awal bagi para wisatawan untuk mengunjungi sebuah destinasi. Daya tarik dibagi menjadi 3 kategori yaitu:

#### Alam (Nature)

Keindahan bentang alam dan pemandangan, fauna dan flora, pesisir dan bentang laut, dengan keindahan bawah lautnya, aktivitas seperti menjelajah alam, bersepeda gunung, menunggang kuda,

memanjat tebing, menyelam dan snorkeling, dan safari, melakukan pendakian, berkemah, diving, snorkeling, geopark, berkunjung ke taman Nasional, wisata pesisir pantai, dan lain sebagainya.

#### Budaya (Culture)

Sejarah, seni dan kerajinan, acara dan pertunjukkan, masyarakat lokal, masakan, dan aktivitas seperti misalnya menghadiri festival, Heritage, upacara adat, belajar tarian, Sejarah dan warisan budaya.

#### Kreatif

Mengkombinasikan beberapa kategori ini menunjukkan bahwa Desa Wisata bisa menjadi Desa Wisata Kreatif seperti mengombinasikan budaya membatik di Desa dengan potensi alam sehingga dapat menawarkan atraksi pembuatan pewarnaan alam dan kemudian digabungkan dengan budaya pembuatan batik dapat menjadi atraksi yang menarik bagi wisatawan dan lain sebagainya.

#### 2. Aksesibilitas

Desa wisata harus dapat dijangkau, tersedianya sarana, prasarana dan sistem transportasi yang memudahkan wisatawan dari dan menuju ke destinasi desa wisata, baik jalur laut, darat dan udara. Wisatawan juga harus dapat bepergian dengan mudah di sekitar destinasi pariwisata.

**3. Amenitas**

Kelengkapan sarana, prasarana, peralatan, dan amenities yang mendukung aktivitas dan layanan wisatawan. Hal ini meliputi infrastruktur dasar seperti layanan umum, transportasi publik dan jalan. Layanan langsung bagi wisatawan seperti informasi, rekreasi, pemandu wisata, operator wisata, katering (jasa boga) dan fasilitas belanja, SDM, Masyarakat dan Industri (SMI).

**4. SDM**

Sumber Daya Manusia yang bekerja dan terlibat langsung dalam pengembangan desa wisata yang menyediakan barang atau jasa bagi wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Pariwisata bersifat padat karya, tenaga kerja sektor pariwisata yang terlatih sesuai dengan kapasitas yang diharapkan.

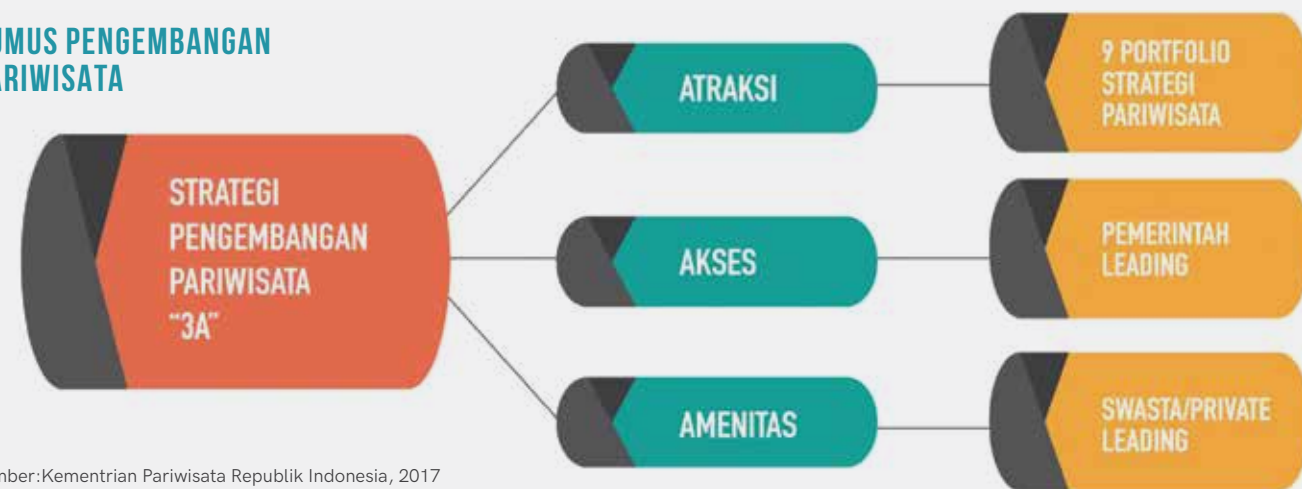
**5. Masyarakat**

Masyarakat di dalam dan di sekitar desa wisata terlibat dan mendukung penyelenggaraan pariwisata. Masyarakat terlibat aktif seluas-luasnya bersama pemangku kepentingan seperti pemerintah pusat, daerah dan pelaku usaha pariwisata. Setidaknya masyarakat memahami gerakan sadar wisata dan sapta pesona.

**6. Industri**

Berbagai usaha, terkait dengan fasilitas pariwisata yang menyediakan barang atau jasa bagi wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Pada desa wisata diharapkan industri dikelola langsung oleh masyarakat, antara lain penyediaan usaha rumah makan, penyedia jasa transportasi wisata, penyedia perjalanan wisata, penerjemah, pemandu, dan lain lain.

**RUMUS PENGEMBANGAN PARIWISATA**



Sumber:Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2017

**BRANDING, ADVERTISING AND SELLING (BAS)**

**BRANDING**

Pembuatan slogan/tagline desa wisata sesuai dengan karakteristik dan konsep desa wisata yang ingin dibentuk sebagai ciri khas dari desa wisata yang dapat mudah diingat oleh wisatawan.

**ADVERTISING**

Promosi desa wisata kepada wisatawan, baik dari menggunakan media cetak maupun online untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke desa wisata.

**SELLING (MISI PENJUALAN)**

Dapat dilakukan dengan mengikuti event seperti travel fair, bazar, pameran dengan menawarkan atraksi dan produk wisata yang ada di desa wisata. Selain itu, pada era digital saat ini, desa wisata dapat memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi desa wisata melalui:

1. Penggunaan Media Sosial sebagai media promosi misalnya Facebook, Instagram dan Youtube.

**PROGRAM PROMOSI DESA WISATA**



Sumber: Vitria Ariani, 2017, Percepatan Perdesaan dan Perkotaan Kemenpar RI 2017-2019



2. Menentukan segmentasi wisatawan yang ingin dituju, umumnya berdasarkan umur, dan asal wisatawan. Segmentasi ini akan menentukan cara berpromosi, sebagai contoh:
  - a. Facebook: ditujukan bagi keluarga dan wisatawan secara general, umumnya atraksi yang dipasarkan adalah atraksi yang menyenangkan.
  - b. Instagram: ditujukan bagi wisatawan muda, umumnya atraksi yang dipasarkan adalah atraksi dengan pemandangan indah.
  - c. Youtube: ditujukan bagi seluruh kalangan wisatawan, umumnya atraksi yang dipasarkan adalah aktivitas yang dapat dilakukan di atraksi wisata tersebut.
  - d. Twitter.
  - e. TikTok.
  - f. Platform aplikasi Desa Wisata.
  - g. Website Desa.
3. Penggunaan Media Gambar dan Video yang menarik.
4. Penggunaan Bahasa yang persuasif atau menarik minat pembaca untuk membaca lebih jauh.
5. Pada segi penjualan, digitalisasi dapat dimanfaatkan dengan mendaftarkan atraksi desa wisata ke dalam, website marketplace atau website yang menjual atraksi wisata, seperti traveloka, Agoda, ITX dan lain lain.

6. Membuat website desa wisata, dapat memanfaatkan halaman blog gratis seperti blogspot untuk dapat menuliskan secara lengkap tentang desa wisata.

Pengembangan desa wisata tidak dapat dipisahkan dari penerapan strategi rumusan 3C yang terdiri dari komitmen pemangku jabatan di daerah dari lini bawah kepala desa sampai dengan gubernur yang digambarkan sebagai CEO komitmen.

Setelah adanya CEO komitmen maka penting adanya peningkatan kapasitas pelaku desa wisata dan Masyarakat yaitu digambarkan sebagai *competence* yang melahirkan champion atau sdm desa wisata yang mumpuni dan unggul. Para SDM unggul ini yang nantinya berperan sebagai *change agent* atau agen perubah dari desa yang unggul dan menjadi *trainer of trainer* dari *champion champion* baru yang akan dilahirkan di desa desa yang akan menjadi binaan mereka.

## STRATEGI RUMUSAN 3C



Sumber: Arief Yahya, Vitria Ariani, 2017, Percepatan Perdesaan dan Perkotaan Kemenpar RI 2017-2019

Fungsi Desa Wisata merupakan sebagai wadah langsung bagi masyarakat akan kesadaran adanya potensi Wisata dan terciptanya Sapta Pesona di lingkungan wilayah di destinasi wisata dan sebagai unsur kemitran baik bagi Pemerintah propinsi maupun pemerintah daerah (kabupaten/kota) dalam upaya perwujudan dan pengembangan kepariwisataan di daerah.

Membangun Desa Wisata adalah memperhatikan nilai lokal. Hal tersebut menjadi kata kunci:

1. Desa wisata berbeda dengan daya tarik wisata karena mengembangkan desa wisata harus memperhatikan seluruh kawasan dan komponen ekosistem di desa bukan hanya terfokus pada satu atraksi saja.
2. Menekankan pada partisipasi masyarakat karena masyarakat adalah unsur terpenting

sebagai pemilik, pelaku dan pengelola pembangunan dan pengembangan pariwisata di Desa.

3. Modal Sosial sebagai sumber daya yang dimiliki Masyarakat seperti sikap gotong royong, rukun, guyub dan tepa selira.
4. Memperhatikan nilai-nilai lokal sebagai identitas diri dan identitas desa.
5. Menumbuhkan semangat kewirausahaan sebagai usaha untuk meningkatkan kemampuan untuk memicu perkembangan ekonomi gotong royong di desa.
6. Memperkuat produk lokal dengan cara memanfaatkan bahan lokal dan menciptakan kreativitas produk sebagai souvenir.
7. Merasa cukup dengan tidak mengeksploitasi secara berlebihan demi mengejar pendapatan.



Desa Kete Kesu identik dengan rumah adat Tongkonan yang berbentuk unik. Desa di Tana Toraja ini memiliki daya tarik berupa pemakaman tertua di dunia

# IMPLEMENTASI PROGRAM

NO.	ASPEK	ATRAKSI
<b>Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas (A3)</b>		
1	<b>RINTISAN</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengidentifikasi dan menginventarisir potensi dan karakteristik desa dari semua aspek</li> <li>2. Mensosialisasikan potensi kepada seluruh masyarakat</li> <li>3. Menyusun rencana kerja pengembangan desa wisata</li> <li>4. Merintis pengembangan fasilitas dan sarana prasarana</li> </ol>
2	<b>BERKEMBANG</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Implementasi rencana pengembangan potensi dan karakteristik desa menjadi daya tarik wisata utama dan pendukung</li> <li>2. Menyusun paket wisata berdasarkan potensi dan karakter desa</li> <li>3. Pengembangan fasilitas dan sarana prasarana mendukung wisata</li> </ol>
3	<b>MAJU</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan inovasi terhadap produk yang ada</li> <li>2. Memperkaya produk yang ada dengan produk baru yang sesuai dengan karekter kebutuhan pasar</li> <li>3. Melengkapi fasilitas pendukung yang sudah ada sesuai dengan kebutuhan wisata</li> </ol>
4	<b>MANDIRI</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan inovasi/diversifikasi produk lebih dari satu berbasis kewirausahaan mandiri masyarakatnya sesuai dengan pasar yang tepat</li> <li>2. Melakukan pengembangan produk wisata yang terintegrasi dengan destinasi lain</li> <li>3. Mengimplementasikan daya dukung destinasi pada pengelolaan kunjungan wisatawan sesuai dengan konsep pariwisata berkelanjutan</li> </ol>



NO.	ASPEK	AMENITAS
<b>Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas (A3)</b>		
1	<b>RINTISAN</b>	Peningkatan kebersihan desa wisata dan penyediaan sarana prasarana umum seperti: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Listrik atau sumber penerangan lainnya</li> <li>2. Ketersediaan air bersih</li> <li>3. Jaringan telekomunikasi atau sinyal telepon selular</li> <li>4. Fasilitas keamanan</li> <li>5. Kios kelontong, warnet, wartel</li> <li>6. Fasilitas kesehatan</li> <li>7. Fasilitas sanitasi dan kebersihan: toilet umum, tempat sampah</li> <li>8. Fasilitas ibadah</li> <li>9. Fasilitas rekreasi, fasilitas bermain, fasilitas olahraga, fasilitas pejalan kaki</li> <li>10. Fasilitas lahan parkir</li> </ol>
2	<b>BERKEMBANG</b>	Penyediaan fasilitas pariwisata yang diperlukan sebagai contoh: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fasilitas pusat informasi pariwisata desa/kawasan pedesaan terkait dapat memanfaatkan kantor/bangunan desa/homestay</li> <li>2. Satgas wisata</li> <li>3. Tempat penjualan cinderamata</li> <li>4. Pelayanan penyediaan makanan dan minuman seperti restoran oleh warga setempat dengan menu minimal makanan khas</li> <li>5. Penyediaan akomodasi seperti homestay/losmen</li> </ol>
3	<b>MAJU</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konservasi Sumber Daya (alam dan budaya) di desa wisata dan menerapkan konsep keberlanjutan</li> <li>2. Peningkatan jumlah rumah penduduk yang dipakai sebagai homestay</li> <li>3. Pembangunan TIC (<i>Tourism Information Center</i>)</li> <li>4. Peningkatan kuantitas dan kualitas toilet</li> <li>5. Peningkatan kapasitas lahan parkir</li> <li>6. Penyediaan fasilitas penyandang kebutuhan khusus, orang tua, dan anak-anak di pusat desa atau kawasan pedesaan</li> </ol>
4	<b>MANDIRI</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengembangkan amenitas sebagai bagian dari atraksi dengan disain yang berkearifan lokal</li> </ol>

NO.	ASPEK	AKSESIBILITAS
<b>Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas (A3)</b>		
1	<b>RINTISAN</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perbaikan lingkungan desa wisata</li> <li>2. Perkerasan jalan</li> <li>3. Pembuatan dermaga/tempat berlabuh</li> <li>4. Pembuatan jembatan titian</li> </ol>
2	<b>BERKEMBANG</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perbaikan akses jalan lingkungan</li> <li>2. Pemasangan rambu penunjuk arah</li> </ol>
3	<b>MAJU</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyediaan angkutan wisata di dalam dan menuju ke desa wisata</li> </ol>
4	<b>MANDIRI</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyediaan angkutan wisata ramah lingkungan dan sesuai dengan kearifan lokal</li> <li>2. Akses desa wisata ramah lingkungan dan aman bagi anak serta penyandang disabilitas</li> <li>3. Pengembangan akses melalui digitalisasi</li> </ol>
<b>Sumber Daya Manusia, Manajemen, dan Industri (SMI)</b>		
<b>Sumber Daya Manusia, Manajemen, dan Industri (SMI)</b>		
1	<b>RINTISAN</b>	Membangun/membentuk sumber daya manusia lokal menjadi kelompok masyarakat yang mau bekerja/berpartisipasi dalam pembangunan desanya
2	<b>BERKEMBANG</b>	Memberikan pelatihan kepada kelompok masyarakat dengan berbagai macam keterampilan sesuai dengan karakter dan potensi produk yang dimiliki desa
3	<b>MAJU</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjadikan kelompok masyarakat yang mandiri dan mampu membangun tim kerja yang kuat</li> <li>2. Membangun kerja sama antara kelompok masyarakat dengan pihak lainnya</li> </ol>
4	<b>MANDIRI</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan pengetahuan dan kemampuan SDM dalam hal pengembangan produk dan pengelolaan desa wisata dari hulu ke hilir</li> </ol>

**BRANDING, ADVERTISING AND SELLING (BAS)**

**TUJUAN MONITORING DAN EVALUASI**

- a. Mengetahui kesesuaian rencana program kerja yang dibuat berdasarkan kebutuhan dan karakter dari desa wisata.
- b. Mengetahui proses pelaksanaan pengelolaan dan pengembangan desa wisata sesuai dengan rencana yang telah dibuat.
- c. Mengetahui tingkat keberhasilan dalam pencapaian target yang telah ditentukan.

**SASARAN MONITORING DAN EVALUASI**

Terciptanya kesesuaian rencana program kerja serta proses pelaksanaan dan pengembangan desa wisata sehingga tercapai tingkat keberhasilan sesuai dengan target yang telah ditentukan.

**INSTRUMEN EVALUASI**

Instrumen evaluasi merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengevaluasi program pengembangan suatu desa wisata. Dalam penyusunan instrumen evaluasi desa wisata, dapat dilakukan dengan cara mengidentifikasi karakteristik desa wisata yang diteliti dan menjabarkan indikator dari setiap desa wisata.

NO.	KARAKTERISTIK	INDIKATOR
1	ATRAKSI	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat peningkatan inovasi/penciptaan dan pengelolaan produk wisata berbasis potensi sumber daya lokal di desa wisata</li> <li>2. Terdapat peningkatan diversifikasi produk wisata</li> <li>3. Terdapat peningkatan modifikasi/daur ulang produk wisata sesuai dengan kebutuhan pasar</li> <li>4. Terdapat peningkatan kunjungan dan kualitas wisatawan di desa wisata</li> <li>5. Terdapat peningkatan lama tinggal wisatawan di desa wisata</li> <li>6. Terdapat peningkatan pengeluaran wisatawan di desa wisata</li> <li>7. Terdapat keberlanjutan even dan paket wisata</li> </ol>
2	AMENITAS	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat kualitas lingkungan desa wisata (termasuk sarana prasarana lingkungan untuk mendukung kegiatan kepariwisataan)</li> <li>2. Terdapat rumah penduduk yang dipakai sebagai homestay</li> <li>3. Terdapat bangunan yang dimanfaatkan sebagai sarana pariwisata yang berdasarkan tata ruang yang sudah ditetapkan</li> <li>4. Terdapat kuantitas dan kualitas toilet</li> <li>5. Terdapat pasar tradisional yang nyaman</li> </ol>

NO.	KARAKTERISTIK	INDIKATOR
		<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Terdapat lahan parkir yang memadai</li> <li>7. Terdapat penandaan dan petunjuk arah</li> </ol>
3	AKSESIBILITAS	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat akses jalan yang aman dan memadai</li> <li>2. Terdapat jalan penghubung ke wilayah luar desa dalam kondisi baik</li> <li>3. Terdapat moda transportasi lokal</li> <li>4. Terdapat peningkatan kondisi jalan desa aman bagi pejalan kaki</li> <li>5. Terdapat kemudahan akses bagi penyandang disabilitas/difable</li> <li>6. Terdapat kemudahan layanan dan sumber informasi</li> <li>7. Terdapat keterbukaan masyarakat terhadap tamu wisatawan</li> </ol>
4	SUMBER DAYA MANUSIA	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat manusia usia produktif yang cukup besar dan bermukim di desa</li> <li>2. Terdapat lulusan sekolah pariwisata</li> <li>3. Terdapat warga yang menguasai bahasa asing</li> <li>4. Peningkatan kompetensi dan keterampilan masyarakat di desa wisata dalam bidang kepariwisataan</li> <li>5. Peningkatan kapasitas dan peran masyarakat/SDM setempat dalam inisiasi dan pelaksanaan program desa wisata</li> <li>6. Peningkatan swadaya masyarakat di desa wisata</li> <li>7. Peningkatan penciptaan lapangan kerja di desa wisata</li> </ol>
5	MASYARAKAT	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempunyai atau memiliki prinsip partisipatif dan pelibatan aktif masyarakat lokal</li> <li>2. Terdapat mayoritas masyarakat yang memiliki persepsi positif terhadap pariwisata desa</li> <li>3. Secara dominan warga memiliki pola pikir yang terbuka dan bersahabat dengan orang luar atau wisatawan</li> <li>4. Menjadikan masyarakat menjadi akselerator bersama pemangku kepentingan mengembangkan desa wisata</li> <li>5. Masyarakat menjaga dan melestarikan warisan budaya lokal</li> <li>6. Masyarakat mendukung nilai-nilai Pancasila</li> </ol>
6	INDUSTRI	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan sejumlah warga yang bergelut di sektor usaha pariwisata</li> <li>2. Peningkatan pendapatan masyarakat dari kegiatan kepariwisataan di desa wisata</li> </ol>

Landasan Hukum terkait implemetasi desa wisata yang berdaya saing dan berbasis kerakyatan terdiri dari Terdapatnya Pengaturan Peraturan Bupati/Walikota tentang Kewenangan Desa; Terdapatnya Peraturan Desa tentang Kewenangan Desa; Terdapatnya Peraturan Desa tentang Pengelolaan Desa Wisata; Terdapatnya kontribusi Dana Desa untuk Pengembangan Desa Wisata; Terdapatnya Pengaturan Peraturan Desa tentang Protokol Kesehatan di Lingkungan Desa Wisata; Terdapatnya Kontribusi Hasil Pengelolaan Desa Wisata dalam Peningkatan Pendapatan Asli Desa; Tertuangnya Pemajuan Desa Wisata dalam RPJMDesa, RKPDesa, APBDDesa; dan Tercatatnya Desa Wisata sebagai bagian dari Aset Pemerintahan Desa.

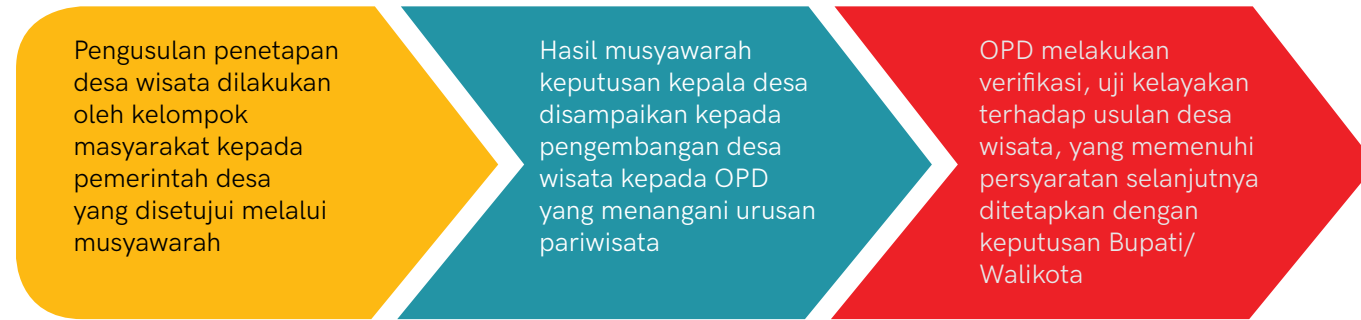
# 5

## PENYELENGGARAAN DESA WISATA



## PENETAPAN DESA WISATA

Penetapan Desa Wisata melalui beberapa tahapan proses sebagai berikut:



Verifikasi dan uji kelayakan terhadap usulan Desa wisata dilaksanakan secara kolaboratif lintas Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yaitu:

- 1) OPD yang menangani bidang pariwisata.
- 2) OPD yang menangani bidang administrasi pemerintahan dan pemberdayaan masyarakat Desa.

Hal ini perlu dilakukan karena akan berpengaruh pada skema perencanaan, penganggaran, pengelolaan dan pertanggungjawaban serta pengembangan dari desa wisata yang potensial yang menjadi target program pembangunan dan pemberdayaan masyarakat yang dapat disesuaikan dengan peran Desa sebagai Desa Wisata.

## KELEMBAGAAN DESA WISATA

Dalam perkembangannya, pengelolaan desa wisata dapat dilakukan dengan 3 (tiga) lembaga pengelola yang kesemuanya berlandaskan pada pemberdayaan masyarakat, yaitu:

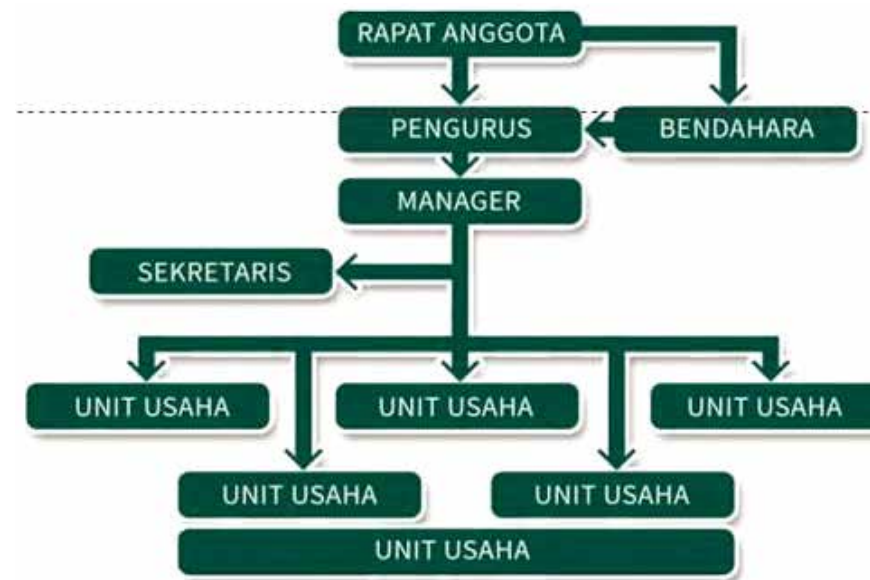
### a. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis).

Kelompok ini dibentuk berdasarkan kesepakatan masyarakat yang diketahui oleh Kepala Desa dan dikukuhkan oleh Kepala Dinas Pariwisata setempat sebagai penggerak kegiatan sadar wisata dan implementasi sapta pesona. Di dalam Pokdarwis akan terdapat beberapa kelompok kerja kegiatan pariwisata yang ada di satu destinasi atau satu desa yang memiliki destinasi wisata. Anggota Pokdarwis adalah pelaku-pelaku kegiatan pariwisata.

### STRUKTUR ORGANISASI POKDARWIS



### STRUKTUR ORGANISASI KOPERASI WISATA



### b. Koperasi

Desa Wisata juga dapat dikelola oleh koperasi, dimana koperasi didirikan oleh sedikitnya oleh 20 anggota yang membentuk kepengurusan koperasi dan dikukuhkan oleh Dinas Koperasi setempat menjadi badan hukum yang berkewajiban mengelola kegiatan dan mendapatkan keuntungan (Sisa Hasil Usaha/SHU) dan dipertanggungjawabkan pada Rapat Anggota Tahunan (RAT) koperasi. Kepengurusan koperasi dapat diperbarui secara periodik atau sesuai dengan usulan dalam RAT.

### c. BUM Desa

Badan Usaha Milik Desa (BUM desa) merupakan badan hukum resmi desa yang dibentuk oleh Pemerintah Desa dan Badan Permusyawaratan Desa

### STRUKTUR ORGANISASI USAHA MILIK DESA



(BPD) melalui musyawarah desa. Kelembagaan yang dibentuk menyerupai perusahaan, dimana sahamnya dimiliki oleh pemerintah desa dengan mengangkat direksi di desa dengan menggunakan skema penyertaan modal dan aset desa. Di antara sekian banyak usaha yang dapat dilakukan BUM Desa, salah satunya adalah usaha pariwisata untuk desa yang memiliki potensi dan produk wisata didesa tersebut.

Pelaksanaan fungsi BUM Desa sebagai Badan Usaha yang turut membidangi Wisata harus dalam koordinasi yang sejalan dengan Pokdarwis Desa. Hal ini bertujuan agar terjadi kesinambungan antara program yang telah digagas oleh Pokdarwis dengan pengelolaan yang akan dilakukan oleh BUM Desa. Agar hal ini dapat berlangsung, BUM Desa dan Pokdarwis harus saling berafiliasi dalam pengembangan Desa Wisata.

Dengan pengelolaan pariwisata melalui BUM Desa, pendapatan Desa dapat dilaksanakan secara terintegrasi dengan unit usaha desa yang lainnya sehingga menciptakan sebuah lini bisnis yang kuat dan saling berkesinambungan. CEO Desa Wisata dapat dikembangkan dengan mengedepankan karakteristik pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan pariwisata.

#### d. BUM Desa

Bersama Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) Bersama yang dibentuk dari beberapa BUM Desa antar Desa dimana dalam pengelolaannya perlu di sepakati dengan Peraturan Bersama Antar Desa termasuk struktur kelembagaan, pengelolaan, kepemilikan usaha bersama dari pariwisata untuk desa yang memiliki potensi dan produk wisata didesa tersebut.

## PENDANAAN DESA WISATA

Sumber pendanaan Pengembangan Desa Wisata antara lain dapat diperoleh dari:

- a. Penganggaran dan pembiayaan Desa Wisata yang dikelola Desa berdasarkan kewenangannya di tetapkan dalam APBDesa yang sumber pendanaannya ditentukan oleh Desa dalam musyawarah Desa sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dengan memperhatikan bidang lainnya yang mendukung kemajuan dari Desa Wisata tersebut.
- b. Dana Desa  
Dana yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara yang diperuntukkan bagi Desa untuk digunakan

untuk mendanai penyelenggaraan kegiatan di Desa. Kegiatan yang dapat dilaksanakan menggunakan dana desa yaitu:

- 1) Pembangunan Desa adalah pembangunan sarana dan prasarana penunjang desa wisata.
- 2) Pemberdayaan masyarakat desa adalah kegiatan pelatihan bagi masyarakat desa untuk meningkatkan keterampilan, perilaku, kemampuan, dan kesadaran wisata bagi masyarakat desa.

Penggunaan anggaran dana desa untuk pengembangan desa wisata ditetapkan melalui musyawarah desa. Jenis kegiatan penggunaan anggaran dapat mengacu pada Peraturan Menteri Desa D T T tentang prioritas penggunaan dana desa

Dalam proses penetapan penggunaan anggaran Desa termasuk dana desa ditentukan berdasarkan hasil pembahasan dengan melalui beberapa tahapan yaitu:

#### Tahap I : Musyawarah Desa

- 1) Masuk dalam pembahasan yang dilaksanakan oleh Badan Pemusyawaratan Desa dengan Kepala Desa dan masyarakat merumuskan

dan menentukan wisata yang merupakan kewenangan Desa.

- 2) Pembahasan pada musyawarah desa yaitu menyepakati bahwa Desa Wisata merupakan program prioritas sesuai kewenangan pembagian porsi anggaran dana desa sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan disepakati bersama dan dituangkan dalam Rencana Kerja Pemerintah (RKP) Desa dan teranggarkan dalam APBDesa termasuk menentukan sumber pendapatan yang akan digunakan.
- 3) Hal-hal yang dibahas dalam Musyawarah Desa, paling sedikit meliputi:
  - a) Pencermatan Ulang RPJMDes;
  - b) Evaluasi RKPDes tahun sebelumnya;
  - c) Penyusunan prioritas tahun selanjutnya; dan
  - d) Pembentukan Tim Penyusun RKP Desa;
- 4) Hasil musyawarah desa dituliskan dalam Berita Acara.
- 5) Musyawarah Desa tentang Perencanaan diselenggarakan paling sedikit satu kali dalam 1 (satu) tahun atau musyawarah Desa dapat dilakukan untuk membahas hal strategis sesuai kebutuhan.
- 6) Kebutuhan Desa Wisata masuk dalam prioritas program dan kegiatan melalui RPJMDesa dan RKPDesa.
7. Desa menetapkan Perdes tentang Pengelolaan dan Pengembangan Wisata di Desa tersebut.

#### **Tahap II: Penyusunan Rancangan RKP (Rencana Kerja Pemerintah) Desa**

- 1) Hasil Musyawarah Desa menjadi acuan Kepala Desa untuk memasukan Desa Wisata menjadi Kegiatan prioritas Desa di dalam RKPDesa dan apabila menjadi sesuatu yang sangat strategis dapat di revisi RPJMDesa dengan memprioritaskan Desa Wisata.
- 2) Sebagai tindaklanjut mempersiapkan RKPDesa, Kades membentuk tim Analisis kelayakan wisata dan tim penyusunan RKPDesa untuk mensinkronkan dan mensinerginya kebutuhan-kebutuhan serta strategi dan proses pengelolaan yang akan di masukan dalam RKPDesa dan di anggarakan dalam APBDesa.
- 3) Selanjutnya draft hasil analisis dan hasil penyusunan RKPDesa di bahas terpisah dan dilaksanakan pada kualitas kebutuhan.
4. RKPDesa yang disusun oleh Desa dilanjutkan untuk di Evaluasi dan di Verifikasi oleh camat.
- 5) Untuk analisis kelayakan yang dilakukan oleh tim kelayakan dibahas dalam musyawarah Desa dengan agenda pembahasan pembacaan dan publikasi kelayakan wisata yang dikelola Desa dengan mengundang atau melibatkan tim verifikasi uji kelayakan oleh OPD bidang pariwisata dan bidang administrasi pemerintahan dan pemberdayaan masyarakat Desa.

- 6) Draft RKPDesa dibahas dalam musrenbangdesa yang dilaksanakan oleh Kepala Desa dengan agenda pembahasan dengan BPD dan masyarakat, membahas kesepakatan program Desa Wisata yang menjadi agenda prioritas. Dan mengundang juga unsur OPD yang akan mensinkronisasikan program Desa Wisata yaitu Bappeda, OPD bidang Pariwisata, OPD bidang pemerintahan dan Pemberdayaan masyarakat Desa dan OPD bidang komunikasi dan informasi serta digitalisasi.
- 7) Pelaksanaan musyawarah Desa membahas kelayakan wisata yang dilakukan oleh tim Desa, dilakukan sebelum pelaksanaan musrebangdes.
- 8) Penetapan dokumen RKPDesa memastikan bahwa kegiatan Desa Wisata sudah menjadi kegiatan prioritas yang dianggarkan melalui APBDesa.
- 9) Kepala Desa berkewajiban untuk mempublikasikan kegiatan Desa Wisata kepada masyarakat melalui media publikasi RKPDesa atau dengan publikasi lainnya.

#### **Tahap III: Penyusunan Rancangan APB Desa**

- 1) Penentuan anggaran berpedoman pada Permendagri 20 Tahun 2018 tentang pengelolaan keuangan Desa.
- 2) Acuan nilai standar biaya dan besaran

anggaran harus berdasarkan peraturan di Daerah yang mengatur standar biaya di Desa dan peraturan Bupati/Wali Kota mengenai tata cara pembagian dan penetapan rincian Dana Desa.

- 3) Untuk Rancangan anggaran pembiayaan kegiatan dengan Dana Desa berpedoman kepada RKP Desa yang telah disusun.
- 4) Kepala Desa wajib mensosialisasikan dan menginformasikan kepada masyarakat Desa tentang APB Desa.
- 5) Masyarakat Desa berhak untuk menyampaikan keberatan kepada Kepala Desa apabila rancangan penggunaan Dana Desa berbeda dengan rencana yang sudah ditetapkan dalam RKPDesa.
- 6) Apabila dalam penanggaran dan pembiayaan Desa Wisata, ada sumber pendapatan lain yaitu:
  - a. CSR (*Corporate Social Responsibility*).
  - b. Pendanaan dari perusahaan bisnis untuk berkontribusi kepada masyarakat dan komunitas yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup bersama. Pendanaan CSR umumnya berasal dari perusahaan swasta.
  - c. Dana hibah.
  - d. Pendanaan model bapak asuh.
  - e. Pendanaan lain yang bersifat tidak

mengikat lainnya maka faedah kepemilikan dari sumber pendapatan tersebut perlu diperhatikan. Apabila sumber tersebut diperuntukan ke Desa, maka proses sumber pendapatan tersebut harus dimasukkan dalam APBDesa.

Selanjutnya apabila berdampak kepada penambahan aset Desa berdasarkan Permendagri 1 Tahun 2017 tentang pengelolaan Aset Desa, maka aset yang diberikan dari sumber pendapatan lainnya

tersebut didaftarkan menjadi aset desa.

**Tahap IV: Tinjauan Rancangan APB Desa dilakukan oleh Bupati/ Wali Kota berdasarkan ketentuan yang berlaku.**

Tinjauan yang dilakukan oleh Bupati/Walikota terhadap pelaksanaan kegiatan Desa Wisata menjadi bagian dari Laporan Penyelenggaraan Pemerintahan Desa dan Laporan Kinerja BPD serta laporan masyarakat yang ditindaklanjuti sebagai bentuk pemantauan dan pembinaan dari Bupati/ Walikota.

### FOKUS PRIORITAS PENGGUNAAN DANA DESA 2021 UNTUK MEWUJUDKAN SDGs DESA



Sesuai Permendesa No. 13 Tahun 2020 tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2021 (Tercantum dalam Pasal 5 dan 6 terkait Prioritas Penggunaan Dana Desa)

- Pemulihan ekonomi nasional sesuai kewenangan desa**
  - Pembentukan, pengembangan dan revitalisasi BUM Desa/ BUM Desma (SDGs Desa 8)
  - Penyediaan listrik desa (SDGs Desa 7)
  - Pengembangan usaha ekonomi produktif, utamanya yang dikelola BUM Desa/ BUM Desma (SDGs Desa 1 2)
- Program prioritas nasional sesuai kewenangan desa**
  - Pendataan desa, pemetaan potensi dan sumber daya dan pengembangan teknologi informasi dan komunikasi (SDGs Desa 17)
  - Pengembangan Desa Wisata (SDGs Desa 8)
  - Penguatan ketahanan pangan dan pencegahan stunting di desa (SDGs Desa 2)
  - Desa inklusif (SDGs Desa 5, 16, 18)
- Adaptasi kebiasaan baru: Desa Aman COVID-19 (SDGs Desa 1 dan 3)**

### PRIORITAS PENGGUNAAN DANA DESA 2021 FOKUS PADA SDGS DESA

Sesuai Permendesa No. 13 Tahun 2020 tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2021 (Implementasi Perpres No. 59 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan)



## 9 Langkah Mengembangkan Desa Wisata

**KOMITMEN BERSAMA**  
Sebelum memutuskan desa dikembangkan menjadi desa wisata perlu komitmen dari seluruh komponen desa: masyarakat, komunitas, pemerintah desa.

**01**

**02 IDENTIFIKASI POTENSI**  
Temukan potensi desa baik berbasis alam, budaya atau kreatif (buatan) yang khas/unik dan tidak dimiliki oleh daerah lain melalui rembuk bersama.

**03 ANALISA PERMASALAHAN**  
Temukan permasalahan yang menjadi penghambat baik bersifat fisik, non fisik, sosial budaya dari internal maupun eksternal

**04 SOLUSI DAMPAK**  
Petakan dampak negatif dan positif yang akan muncul dari segi sosial budaya, alam dan ekonomi, dan cari solusi dengan melibatkan seluruh komponen desa

**05 REGULASI**  
Persiapkan perangkat aturan, norma untuk mengawal pengembangan potensi alam, budaya dan kreatif desa wisata sesuai porsinya untuk meningkatkan perekonomian kerakyataan

**06 INTEGRASI-KOLABORASI**  
Impelementasi dari Pentahelix Model (Gandeng berbagai pihak (pemerintah daerah dan pusat, industri, akademisi, komunitas dan media

**07 PENINGKATAN KAPASITAS**  
SDM unggul dengan peningkatan keahlian dan keilmuan di bidang pariwisata, manajemen hospitaliti, CHSE, komunikasi, teknologi informasi, marketing dan promosi digital dan inovasi lain yang diperlukan sesuai kebutuhan.

**08 PUBLIKASI DAN PROMOSI**  
Menggunakan media konvensional maupun digital untuk publikasi dan promosi desa wisata

**09 BERKELANJUTAN**  
Monitoring dan Evaluasi, inovasi, kreatifitas serta belajar dari kesuksesan desa wisata lain dengan terus menjaga komitmen menjadi kata kunci keberlanjutan di desa wisata

**4 Desa Wisata Indonesia Masuk Top 100 Destinasi Berkelanjutan Dunia**

*desa digital*

*Berbangsa*

# 6

## DESA WISATA DIGITAL





## DESA WISATA DIGITAL

Desa Digital merupakan desa yang memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam semua aspek pembangunan desanya dengan tujuan untuk peningkatan kualitas pelayanan publik yang efisien, peningkatan daya saing desa dengan inovasi desa dan penyelesaian masalah-masalah desa yg strategis. Dengan TIK masyarakat desa dapat mewujudkan peningkatan standar hidupnya yang dibarengi dengan peningkatan literasi digital sehingga masyarakat memiliki kemampuan dalam penggunaan TIK, seperti pemanfaatan internet untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat yang meliputi peningkatan aspek pengelolaan lingkungan, ekonomi, pendidikan, peluang inovasi, stabilitas sosial dan lain-lainnya. Dari definisi Desa Digital ini kita dapat mendefinisikan Desa Wisata Digital sebagai desa yang memanfaatkan TIK dalam pengembangan ekosistem wisatanya.

## TRANSFORMASI DIGITAL

Desa Wisata Proses menuju Desa Wisata digital disebut proses transformasi digital yang harus dilakukan secara end-to-end (ujung ke ujung)

dan secara terintegrasi antara satu komponen dengan yang lainnya. Hal ini bertujuan agar transformasi digital dapat menciptakan suatu nilai (*value creation*) yang meningkatkan kemanfaatan bagi semua pihak, penurunan risiko dan efisiensi penggunaan sumber daya yang terbatas. Nilai kemanfaatan yang dirasakan oleh para pihak misalnya kemudahan, kecepatan dan biaya yang rendah. Penurunan risiko sangat penting untuk mengurangi kejadian kegagalan atau kesalahan jalannya proses termasuk juga menghindari potensi gangguan yang mungkin terjadi. Pemanfaatan TIK juga harus memperhatikan efisiensi penggunaan sumber daya, misalnya ketersediaan dana dan SDM yang ada di desa.

Pada umumnya transformasi digital mencakup beberapa aspek, yaitu kebijakan-kebijakan nasional terkait desa wisata, pengaturan proses bisnis yang sesuai, kelembagaan desa yang lebih cocok, kebiasaan atau adat desa, informasi desa, ketersediaan infrastruktur dan aplikasi, SDM desa yang memadai. Masing-masing aspek akan dibahas dengan rinci sebagai berikut.

Kebijakan-kebijakan nasional terkait desa wisata harus menjadi faktor pendorong proses transformasi digital. Kebijakan yang terkait kewenangan Desa yang mengacu pada Peraturan

Bupati/Walikota tentang Daftar Inventarisasi Kewenangan Hak Asal Usul dan Lokal berskala Desa dan di legalisasikan dalam Perdes. Berdasarkan Permendagri 114 Tahun 2014 bahwa Digitalisasi Desa Wisata yang merupakan kewenangan desa harus menjadi prioritas dalam RPJM Desa dan RKPDesa dan teranggarkan dalam bidang pariwisata dan informasi bidang pendukungnya yang teranggarkan di APBDesa berdasarkan Permendagri 20 Tahun 2018. Kebijakan-kebijakan yang ada perlu dikaji secara mendalam apakah ada tumpang tindih kewenangan ataupun ada kekosongan peran yang seharusnya dijalankan oleh pihak tertentu.

Kebijakan penggunaan dana desa dalam belanja TIK juga harus jelas, mulai dari perencanaan belanja, proses belanja dan proses audit keuangannya. Berdasarkan peraturan Menteri Desa Nomor Nomor 7 tahun 2020 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, Dan Transmigrasi Nomor 11 Tahun 2019 Tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2020, Dana Desa dapat digunakan untuk membuat sebuah Sistem Informasi Desa.

Transformasi digital menuntut ada pengaturan proses bisnis yang sesuai. Prosedur-prosedur

yang ada berdasarkan kebiasaan cara manual bisa jadi tidak cocok dan/atau kurang harmonis jika didukung dengan TIK. Pada dasarnya pemanfaatan TIK bukanlah sekedar menggunakan TIK dalam menjalankan proses yang manual. Tanpa pengaturan proses bisnis yang sesuai, penggunaan TIK hanya menjadi beban berat, biasanya beban biaya tinggi. Sedangkan nilai kemanfaatan yang dirasakan sangat kurang. Perubahan proses bisnis dapat dilakukan dengan mengubah prosedur-prosedur teknis, proses perekaman/pencatatan data, proses transaksi keuangan dan lain-lainnya. Perubahan proses bisnis ini dilakukan berdasarkan hasil analisis proses bisnis yang dilakukan sebelumnya.

Proses transformasi menuju Desa Wisata Digital ini perlu dikelola oleh lembaga desa yang sesuai. Setidaknya diperlukan dua peran kelembagaan, yaitu peran tata kelola (*governance*) dan peran manajemen. Peran tata kelola Desa Wisata Digital bertanggung jawab memberikan arah kebijakan pemanfaatan TIK yang sesuai/harmonis dalam pencapaian tujuan pengembangan wisata desa. Peran ini biasanya dipegang oleh tim yang terdiri pimpinan di desa dan ketua adat/ masyarakat. Sedangkan peran manajemen bertanggung jawab menjalankan operasional TIK sehari-hari dalam

menopang berjalannya proses desa wisata. Lembaga yang menjalankan peran ini harus terpisah dari lembaga tata kelola agar fokus menjalankan operasional TIK. Lembaga ini dapat berupa badan usaha milik desa.

Kebiasaan dan adat desa sangat menentukan penerimaan TIK. Pada saat proses adopsi TIK jangan sampai berbenturan dengan nilai-nilai kebiasaan atau adat desa. Selain itu pada saat operasionalisasi TIK perlu dijaga agar nilai-nilai kebiasaan atau adat desa tidak terkikis. Dalam hal ini perlu dirumuskan kearifan lokal dalam proses adopsi dan operasionalisasi TIK.

Penggunaan TIK harus menyentuh proses digitalisasi informasi. Informasi-informasi terkait wisata dikemas dalam media-media digital dalam kegiatan promosi. Alih media ini penting untuk mempermudah distribusi informasi agar sampai kepada pihak yang dituju secara mudah, murah, aman dan tepat waktu. Saat ini penggunaan teknologi internet dan media sosial menjadi ujung tombak dalam diseminasi informasi wisata. Informasi wisata yang lengkap mencakup antara lain:

- A) Pemesanan paket perjalanan wisata oleh wisatawan (booking)
- B) Identitas wisatawan (demografi dan status sosioekonomi)
- C) Jadwal keterisian kamar maupun jadwal kunjungan wisatawan Desa Wisata
- D) Transaksi wisatawan selama di Desa Wisata
- E) Kritik, masukan, dan saran

Ketersediaan infrastruktur TIK di desa dan aplikasi yang menyediakan layanan wisata sangat dominan dalam pengembangan wisata. Infrastruktur TIK di desa mencakup ketersediaan layanan internet berbasis serat optik maupun berbasis seluler 4G. Jika tidak ada, maka internet berbasis satelit dapat diupayakan implementasinya. Ketersediaan listrik bagi perangkat-perangkat TIK ini juga harus terjamin. Infrastruktur TIK ditujukan untuk kemudahan bagi pengguna akhir dalam mengakses layanan wisata yang disediakan oleh aplikasi. Sedangkan aplikasi wisata perlu dirancang yang berbagi pakai dengan menggunakan teknologi cloud. Semua pihak memiliki akses terhadap aplikasi yang sama dan mendapatkan data yang sama. Dalam penyediaan infrastruktur dan aplikasi desa dapat bekerja sama dengan penyedia jasa layanan TIK atau bekerja sama dengan desa lainnya secara bersama-sama.

Aspek SDM desa juga harus ditingkatkan dalam penggunaan perangkat digital dan pemanfaatan informasi digital. Kompetensi penggunaan perangkat digital dapat dilakukan dengan pelatihan-pelatihan teknis yang dilakukan secara terus menerus disesuaikan dengan teknologi yang diadopsi. Pelatihan teknis dapat menjadikan

SDM di desa sebagai administrator atau sebagai pengguna akhir tergantung dari level pelatihannya. Sedangkan pemanfaatan informasi digital dapat dilakukan dengan literasi konten digital, biasanya terkait kehati-hatian dengan konten negatif dan hoax. SDM di desa juga harus mampu menjalankan proses mitigasi jika ada penyalahgunaan konten.



7

DESA WISATA  
BAHARI



# POTENSI WISATA BAHARI

Bahari yang mengisi 2/3 wilayah kita, memiliki sumberdaya yang berlimpah baik ekosistemnya (lamun, mangrove dan terumbu karang) serta ikan di dalamnya. Pemanfaatan sumberdaya pesisir dan laut melalui jasa pariwisata yang dikembangkan telah menyumbang devisa negara yang cukup besar. Wisata alam yang ada menjadikan tren wisata di masa pandemi. Desa Wisata Bahari (Dewi Bahari) telah banyak dikembangkan oleh masyarakat pesisir. Pengelolaan Desa Wisata Bahari dikembangkan untuk memberikan peran yang lebih besar bagi masyarakat pesisir dalam pengelolaan kawasan pesisir dan pulau-pulau kecil. Selain itu, pengembangan dewi bahari sebagai sumber mata pencaharian alternatif, di luar pekerjaan pokok masyarakat pesisir sebagai nelayan. Diharapkan pula masyarakat memiliki jiwa loyalitas dan kepedulian yang

tinggi terhadap kawasannya sebagai sumber mata pencaharian yang harus tetap dijaga dan dilestarikan secara berkelanjutan.

Melalui Pengembangan Desa Wisata Bahari dengan mengacu pada Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor 93/PERMEN-KP/2020, tanggal 28 Desember 2020 tentang Pembangunan Desa Wisata Bahari semakin memberikan kepastian akan keberpihakan pemerintah dalam Pengembangan Desa Wisata Bahari. Pengembangan Desa Wisata bahari melalui atraksi wisata bahari yang semakin berkembang dan diminati bukan hanya aktivitas wisata pantai dan wisata snorkeling/selam tetapi wisata mangrove, wisata pancing, wisata pengamatan biota dan wisata minat khusus kapal tenggelam menjadi alternatif pilihan berwisata yang semakin menjanjikan.

**24.1** Juta Ha  
Luas Kawasan Konservasi Perairan,  
Pesisir dan Pulau -Pulau kecil

**99.093** km  
Panjang Garis Pantai

**3.257** Juta km<sup>2</sup>  
Luas Laut

**WISATA  
PENDIDIKAN**

**WISATA  
UNDERWATER**

**463** titik  
Kapal Tenggelam

**WISATA  
KONSERVASI**

**SCIENTIFIC  
DIVING**



**590** titik karang

**2.057** ikan karang

**12** jenis lamun

**34** jenis mangrove

**1.512** jenis crustacean

**6** jenis penyu

**850** jenis sponge

**24** jenis mamalia laut

## KONSEP DESA WISATA BAHARI

Peningkatan Nilai  
Tambah Ekonomi  
dari Pemanfaatan  
Jasa Lingkungan  
Sumber Daya  
Kelautan Dan  
Perikanan

**KAWASAN  
/DESA  
PESISIR**

Prinsip:  
1. Keberlanjutan Ekosistem  
dan Lingkungan  
2. Peningkatan Ekonomi  
3. Memperhatikan /  
pelestarian sosial budaya  
setempat

**PROGRAM  
PEMBANGUNAN  
DESA WISATA BAHARI  
(DEWI BAHARI)**

## TAHAPAN PEMBANGUNAN DESA WISATA BAHARI



8

**DESA RAMAH  
PEREMPUAN &  
PEDULI ANAK  
(DERAP-PA)**



## DESA RAMAH PEREMPUAN DAN PEDULI ANAK (DERAP-PA)

### Definisi

Desa yang mengintegrasikan perspektif gender dan hak anak dalam tata kelola penyelenggaraan pemerintahan desa, pembangunan desa, serta pembinaan dan pemberdayaan masyarakat desa, yang dilakukan secara terencana, menyeluruh, berkelanjutan, sesuai dengan visi pembangunan Indonesia.

**Arti:** Desa yang memberikan rasa aman, memenuhi hak atas perlindungan dari segala bentuk kekerasan berbasis gender, tersedia ruang kreatifitas bagi perempuan dan anak serta kelompok rentan (lansia, disabilitas, penyintas kekerasan dan TPPO, penyintas bencana, dan lain-lain).

**Makna DERAP-PA:** Bergerak bersama dan bersinergi untuk satu tujuan pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak di desa.

### Mengapa Pentingnya DERAP-PA

- Penduduk Indonesia sebesar 270,20 juta jiwa, sekitar **43% tersebar di 74.957 desa (BPS 2020)**, 49,5% adalah perempuan dan 30,1% adalah usia anak (dibawah 18 tahun), dan akan menjadi modal besar dalam pencapaian kebijakan program dan kegiatan pembangunan, termasuk SDGs.
- Data menunjukkan bahwa kekerasan berbasis gender semakin meningkat jumlah dan jenisnya, tingginya kasus perkawinan anak, masalah pekerja anak, beratnya beban ganda perempuan dalam rumah tangga, pemiskinan perempuan desa, minimnya pemberdayaan perempuan di desa mengakibatkan rendahnya keterlibatan perempuan dalam pengambilan keputusan pembangunan, serta angka kematian ibu (AKI) yang masih tinggi. Secara umum perempuan masih kurang mendapatkan Akses, Partisipasi, Kontrol, dan Manfaat dari pembangunan desa.
- Data menunjukkan potensi dan peran perempuan selama ini besar dalam pembangunan desa dan memiliki resiliensi tinggi di masa krisis, meskipun peran dan potensi ini belum diakui dan belum diberikan dukungan optimal.

### Bagaimana Cara Mewujudkan DERAP-PA (5 AP)

- Desa melakukan pemberdayaan perempuan dalam kewirausahaan yang berperspektif gender (sebuah usaha pengembangan ekonomi yang dibarengi dengan proses membangun kesadaran kritis perempuan, agar mempunyai posisi tawar secara ekonomi, sosial, budaya dan politik).
- Desa menciptakan lingkungan yang mendukung tumbuh kembang anak yang berkesetaraan gender dan inklusif, serta mendorong peran dan tanggung jawab kedua orang tua dan keluarga dalam pengasuhan anak yang berkualitas.
- Desa melakukan upaya-upaya khusus untuk penghentian kekerasan terhadap perempuan dan anak.
- Desa mengembangkan solusi bagi pekerja anak dalam rangka mengurangi pekerja anak.
- Desa melakukan upaya khusus untuk penghentian perkawinan anak.

### Bagaimana Tata Kelola DERAP-PA

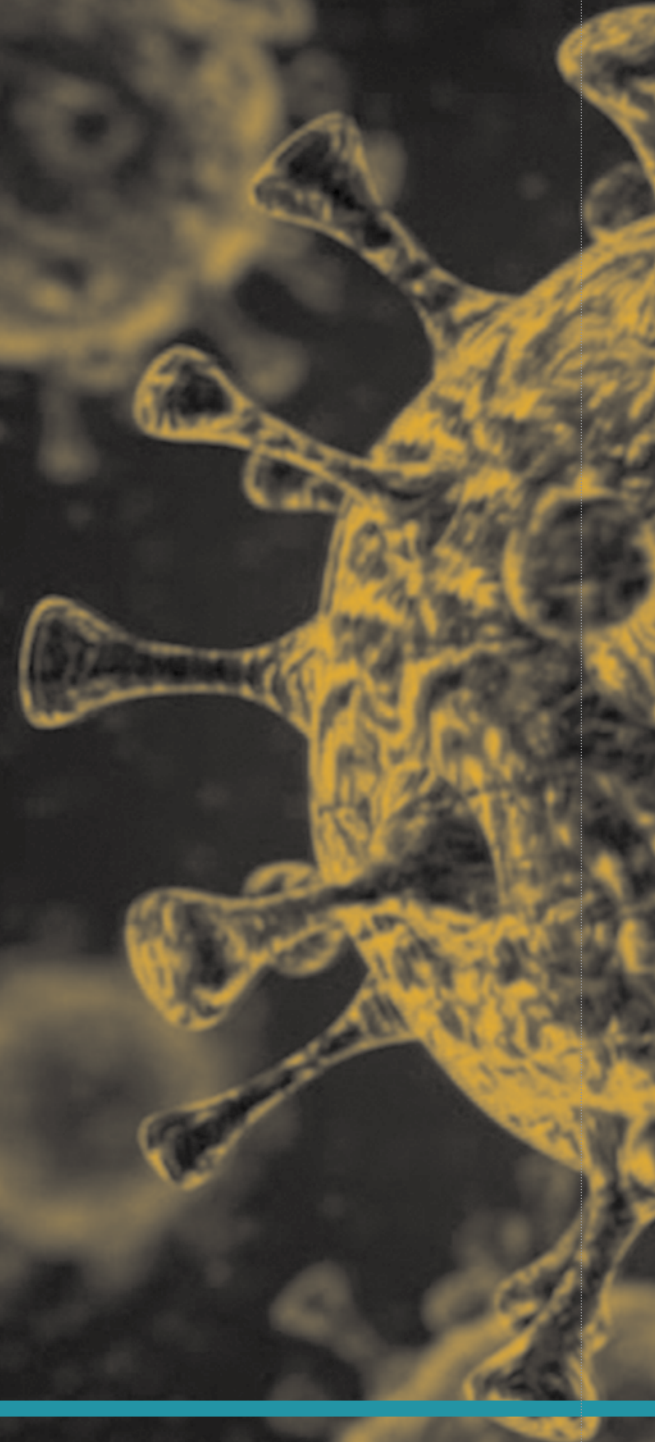
1. Membuat data pilah dan data gender dalam profil desa;
2. Membuat peraturan desa dan produk hukum lainnya yang melindungi perempuan dan anak di desa;
3. Mengembangkan program desa yang disertai dengan komitmen anggaran responsif gender;
4. Mewujudkan partisipasi perempuan dan anak di seluruh proses pengambilan keputusan dalam pembangunan desa;
5. Menyelenggarakan musrenbang khusus perempuan dan musrenbang khusus anak;
6. Melakukan pemberdayaan perempuan untuk mendorong berkembangnya kelompok-kelompok perempuan independent di desa (minimal 3 kelompok perempuan, forum anak, forum disabilitas, dan forum lansia);
7. Menyediakan sarana dan prasarana yang ramah bagi perempuan dan anak serta kelompok rentan lainnya;
8. Memastikan kepemimpinan perempuan melalui minimal quota 30% dalam struktur dan kelembagaan desa, baik pemerintah desa, Badan Permusyawaratan Desa (BPD), dan lembaga-lembaga yang berkembang di desa.

<b>Siapa</b> yang Terlibat dalam Mewujudkan DERAP-PA	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Pemerintah Desa/Perangkat desa;</li> <li>● Perempuan dan Organisasi Perempuan akar rumput;</li> <li>● Lembaga swadaya masyarakat, organisasi masyarakat;</li> <li>● Anak, forum anak dan atau kelompok anak lainnya;</li> <li>● Tenaga pendidik, tenaga kesehatan, dan sektor lainnya;</li> <li>● Dunia Usaha;</li> <li>● Tokoh Agama, Tokoh Adat dan Tokoh Masyarakat;</li> <li>● Pendamping dan Relawan Desa, Kelompok PATBM, Satgas PPA, PLKB, Peksos, dll;</li> <li>● Pemerintah Kecamatan, Kabupaten/Kota, Provinsi dan Pemerintah Pusat.</li> </ul>
Apa <b>Prinsip</b> dalam Pengembangan DERAP-PA	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Non Diskriminasi;</li> <li>● Demokrasi;</li> <li>● Tanpa kekerasan terhadap perempuan dan anak;</li> <li>● Penghargaan terhadap Keberagaman Identitas;</li> <li>● Penghargaan terhadap pandangan perempuan dan anak;</li> <li>● Kepentingan terbaik bagi perempuan dan anak;</li> <li>● Perlakuan khusus sementara (<i>afirmatif</i>).</li> </ul>
Dimana DERAP-PA <b>Diimplementasikan</b>	DERAP-PA akan dilakukan di semua desa secara bertahap, dan pengembangannya disesuaikan dengan potensi desa, kondisi kewilayahan, sosial, budaya, politik dan prioritas program desa.
<b>Untuk Siapa</b> DERAP-PA	Untuk seluruh masyarakat desa khususnya perempuan, anak dan kelompok rentan (lansia, disabilitas, penyintas kekerasan dan TPPO, penyintas bencana, perempuan kepala keluarga, dll).

Apa <b>Landasan Hukum</b> DERAP-PA	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) UUD 1945 menjamin pemenuhan hak asasi dan perlindungan bagi setiap orang, termasuk perempuan dan anak, dengan prinsip kesetaraan;</li> <li>2) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak diubah dengan Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014; dan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2016;</li> <li>3) Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa;</li> <li>4) Perjanjian Kerjasama antara Kemen PPPA dengan Kemendesa PDT dan Transmigrasi tentang Pengembangan Desa Ramah Perempuan dan Desa Layak Anak untuk Percepatan Pencapaian SDGS, Nomor 35/Sesmen/ BiroHH/2020 tanggal 11 November 2020;</li> <li>5) Peraturan Menteri Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Nomor 2 Tahun 2016 tentang Indeks Desa Membangun (IDM);</li> <li>6) Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Nomor 13 Tahun 2020 tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2021;</li> <li>7) Permendagri Nomor 114 Tahun 2014 tentang Pembangunan Desa;</li> <li>8) Perpres Nomor 59 Tahun 2017 tentang Implementasi Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGS);</li> <li>9) CEDAW;</li> <li>10) CRC.</li> </ol>
Bagaimana Melakukan <b>Pemantauan dan Evaluasi</b> Pelaksanaan DERAP-PA	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pemantauan berbasis komunitas yang responsif gender dilakukan bersama antara penerima manfaat: anak dan perempuan, pemerintah, perwakilan organisasi masyarakat sipil, media dan tokoh masyarakat.</li> <li>2) Menggunakan ukuran keberhasilan DERAP-PA.</li> <li>3) Pemantauan dilakukan secara holistik secara berkala 3 bulan sekali.</li> <li>4) Evaluasi dilakukan 1 tahun sekali.</li> </ol>

# 9

## IMPLEMENTASI ADAPTASI BARU





**#MulaiDariDesa**

## BEBERAPA CARA MENCEGAH VIRUS CORONA MASUK DESA

- Tamu menginap didesa 1x24 jam wajib lapor di kantor desa
- Memeriksa kondisi kesehatan tamu yang akan tinggal dan menginap di desa
- Memasang papan informasi sosialisasi pencegahan corona versi WHO disetiap tempat yang mudah diakses masyarakat

**PUTUSKAN RANTAI PENULARAN COVID-19 "BERSAMA KITA BISA"**

Kemendesa.1 | Kemendesa.pdt | KernenDesa | Kemendespdtt | Kemendesa.go.id

## 10 PERSIAPAN WISATA DI ERA NEW NORMAL

Seiring perkembangan pandemi, protokol kesehatan bakal terus berkembang. Berikut sepuluh persiapan utama saat kembali berwisata di era new normal:

- Jangan pergi saat sakit, terutama batuk pilek.
- Gunakan pendaftaran online/pembayaran non-tunai.
- Pesan transportasi dengan layanan refund.
- Duduk dekat kaca di transportasi umum berlorong, seperti pesawat/bus/kereta.
- Bawa bekal makanan dan minuman untuk perjalanan.
- Kurangi naik transportasi umum. Berkendaralah dengan yang satu rumah.
- Cari info syarat masuk bagi pendatang di destinasi wisata.
- Datang lebih pagi untuk hindari kerumunan di objek wisata.
- Lakukan karantina mandiri selama 14 hari sepulang dari destinasi wisata.
- Kenakan masker, bawa hand sanitizer, selalu jaga jarak sosial.

Infografi: Figuran | Naskah: Tim Chindonesia.com | Sumber: Smarter Travel, OAH Travel, berbagai sumber

## WISATA AMAN SAAT PANDEMI

Pemerintah merilis protokol kesehatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Wisata jalan, kesehatan terjaga, ekonomi berputar

**REGULASI**  
Keputusan Menteri Kesehatan No HK.01.07/MENKES/382/2020

**PROTOKOL PARIWISATA**

- » Disusun Kemenparekraf dan stakeholder
- » Mendukung pariwisata dan ekonomi kreatif
- » Bagian pencegahan dan pengendalian Covid-19

**ISU UTAMA PROTOKOL**

- Kebersihan
- Kesehatan
- Keamanan

**7 PANDUAN WISATA**

- Cuci tangan dengan sabun/handsanitizer
- Tetap Jaga jarak minimal 1 meter
- Hindari sentuh mata, hidung, mulut
- Saat kembali, segera mandi dan ganti pakaian
- Pastikan sehat sebelum berwisata
- Bermasker selama di lokasi wisata
- Bersihkan barang bawaan (hp, kacamata, tas)

AKURAT.co

DATA: Berbagai Sumber | NASKAH: Agus Surono  
FOTO: Freepik | DESAIN: Ryan | JUNI 2020

## Pilihan Destinasi Wisata Saat New Normal

Wisata lokal atau domestik diproyeksikan bakal menjadi pilihan utama berwisata bagi para wisatawan lokal di saat wabah virus Covid-19 mulai mereda. Hasil survei US Travel Association menunjukkan Covid-19 sebagai faktor utama penentu keputusan dalam berwisata:

- 79% wisatawan akan mengubah rencana perjalanan dalam enam bulan mendatang
- 48% akan membatalkan perjalanan
- 44% mengurangi perjalanan
- 25% akan mengubah destinasi yang lebih mudah dijangkau
- 12% akan mengganti perjalanan internasional ke domestik

Sumber: Pusat Data Republika, US Travel Association | Pengolah: Muhammad Fakhruddin | Ilustrator: MG103

# 10 KISAH SUKSES

FROM ZERO TO HERO

**PATRIOT  
DESA  
WISATA**



TIM PERCEPATAN PENGEMBANGAN WISATA PERDESAAN DAN PERKOTAAN  
KEMENTERIAN PARIWISATA REPUBLIK INDONESIA

2017-2019



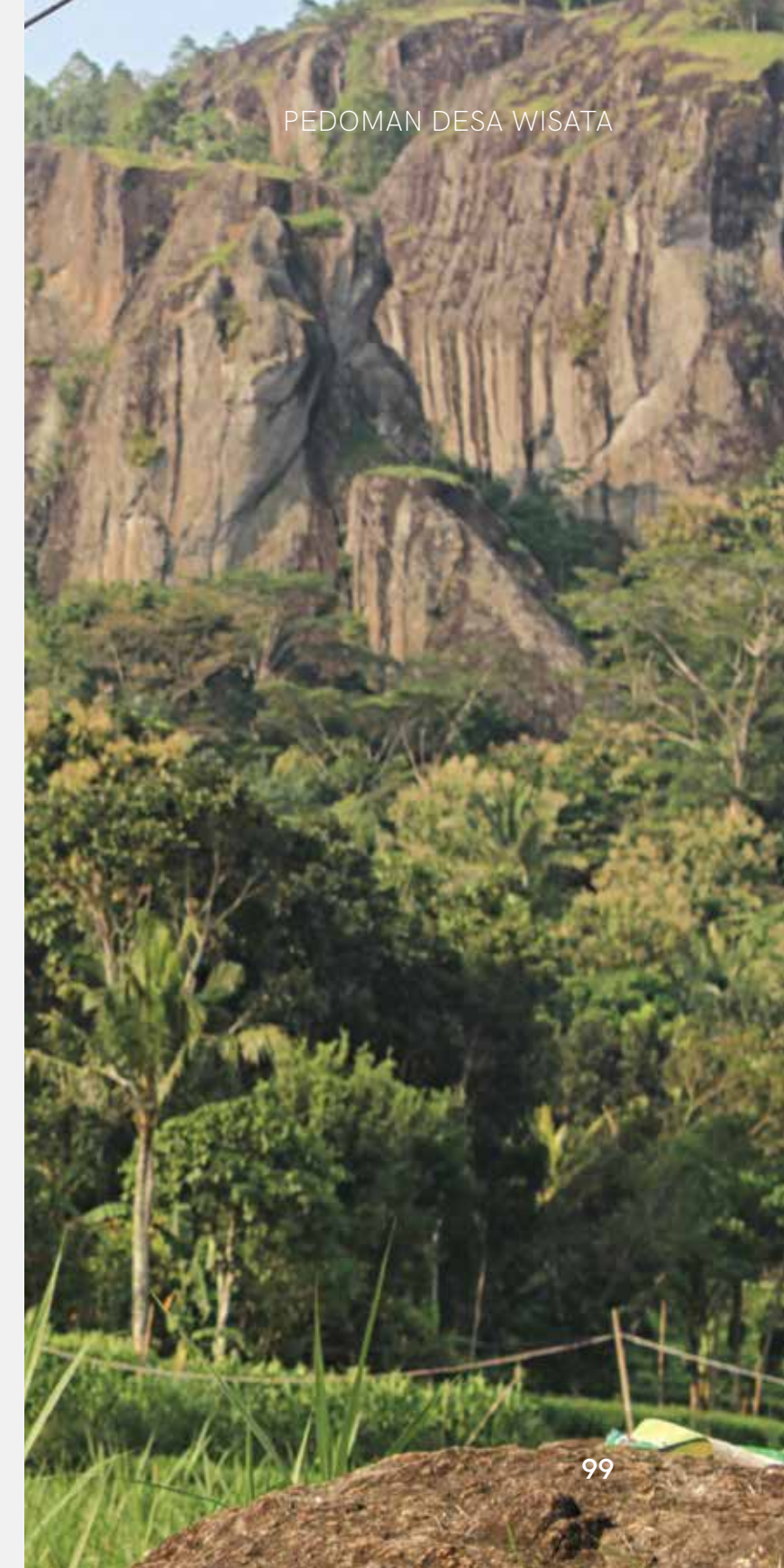
# THE ANCIENT VOLCANO NGLANGGERAN VILLAGE



de untuk mengembangkan destinasi ini berawal pada tahun 2006 pada saat bencana gempa bumi mengguncang Yogyakarta dan sekitarnya, termasuk Desa Nglanggeran ini. Bencana tersebut berdampak parah di Desa Nglanggeran dan nyaris memutuskan nadi kehidupan warga. Sebagian besar rumah warga mengalami kerusakan yang sangat parah.

Banyak bantuan yang berdatangan ke Nglanggeran sehingga banyak orang luar yang datang unuk mengantarkan bantuan tersebut. Setelah sampai di Nglanggeran, mereka penasaran mendaki puncak Gunung Nglanggeran karena gunung ini adalah gunung berapi yang aktif pada 30-60 juta tahun yang lalu. Mereka sangat penasaran, seperti apakah tekstur gunung api purba itu, apakah sama dengan bayangan mereka aau tidak. Setelah turun dari puncak, rata-rata mereka mengungkapkan kekaguman Puncak Gunung Api Purba tersebut.

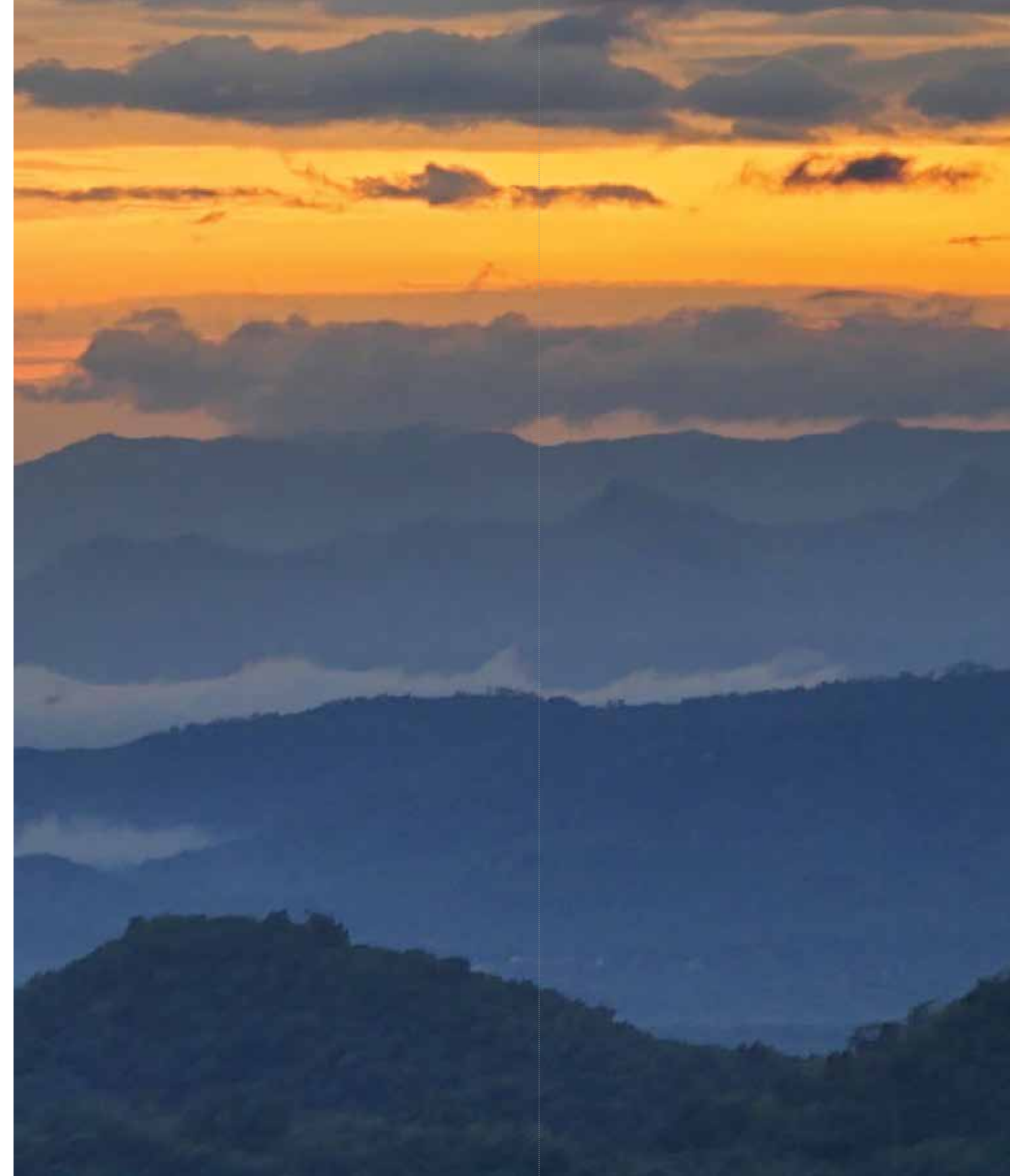
Para pemberi bantuan tersebut yang kemudian menyarankan untuk mengelola gunung api purba ini lebih serius sebagai destinasi wisata. Mursidi, salah satu warga asli Nglanggeran, tergerak hatinya untuk mengembangkan pariwisata



Desa Nglanggeran. Pria kelahiran 1972 ini kemudian bergerak mengajak desa untuk Bersama-sama membangun Desa Wisata Nglanggeran, dikemas dengan tajuk unik yaitu Gunung Api Purba Nglanggeran.

Di awal tahun 2007, warga Nglanggeran mulai menarik jasa pelayanan dengan jumlah sekedarnya saja untuk setiap wisatawan yang berkunjung, hanya 500 rupiah untuk jasa pelayanan dan 1000 rupiah untuk parkir. Ditahun itu pulalah Karang taruna Desa Nglanggeran mencoba mengikuti lomba blog pariwisata dari pemerintah pusat. Tanpa disangka, blog Karang taruna Nglanggeran meraih juara pertama dan sejak itu wisatawan mulai banyak berdatangan. Destinasi Gunung Api Purba Nglanggeran pun mulai dikenal masyarakat.

Ternyata tidak semua warga Nglanggeran langsung setuju dengan gagasan adanya desa wisata tersebut. Namun penentangan ini dianggap Mursidi dan kawan-kawannya sebagai sebuah dinamika. Para pemuda Karang Taruna tidak patah semangat untuk terus menjadikan destinasi wisata ini bermanfaat bagi warga desa. Segala cibiran yang datang mengganggu dianggap sebagai salah satu tantangan yang harus ditaklukkan. Memang tidaklah mudah untuk memberikan



pemahaman terhadap semua warga Nglanggeran tentang kegiatan pentingnya desa wisata ini. Masyarakat yang belum paham ini dirangkul dan diajak duduk bersama untuk menyamakan pemikiran. Salah satunya yaitu forum arisan warga yang diselenggarakan setiap malam Selasa Kliwon. Di forum ini mursidi dan kawan-kawannya senantiasa mengajak diskusi secara terbuka tentang desa wisata ini.

Semua perwakilan warga hadir dan menyampaikan segala unek-unek mereka di forum ini. Di sinilah terjadi diskusi yang bertujuan untuk memecahkan segala permasalahan yang selama ini menjadi ganjalan. Perlahan namun pasti, Mursidi mampu meyakinkan bahwa kegiatan desa wisata ini akan bermanfaat bagi kehidupan warga desa Nglanggeran, sehingga bisa bersinergi untuk menggapai tujuan Bersama.

Setelah berhasil meyakinkan, Mursidi dan kawan-kawan mulai menggarap potensi kuliner tradisional seperti sego wiwit yang menjadi suguhan utama wisatawan yang menginap di Nglanggeran. Proses pengolahan kakao menjadi dodol pun juga dikemas sebagai sebuah atraksi yang menarik. Berbagai kelompok kesenian tradisional juga ikut terlibat dalam industri wisata ini. Tugas mereka adalah menghibur para wisatawan ketika bersantai menikmati suasana desa Nglanggeran ini.

## ANEKA WISATA DESA NGLANGGERAN

### ● INTEGRASI KAMBING - KAKAO

Banyak edukasi yang bisa kita dapatkan di Desa Wisata Nglanggeran salah satunya edukasi integrasi kambing dan kakao. Di sini kita dapat belajar tentang jenis-jenis kambing, pemerah susu kambing yang kemudian dapat menjadi minuman susu dari kambing serta produk lainnya.

### ● KREASI JANUR

Kreasi Janur adalah salah satu aktivitas yang juga dapat dijadikan sebagai edukasi. Yaitu membuat berbagai macam kreativitas dari bahan Janur. Kita belajar bersama membuat sesuatu yang sesuai dengan kreativitas kita masing-masing dengan menggunakan bahan janur.

### ● PERSAWAHAN

Sebagian daerah di Desa Wisata Nglanggeran adalah area persawahan dan mayoritas pekerjaan masyarakatnya adalah petani. Kita dapat memanfaatkan bagaimana caranya bersawah yaitu menanam padi maupun memanen padi. Kita dapat mengetahui bagaimana proses padi ditanam hingga menjadi beras yang dapat kita konsumsi.

### ● BATIK TOPENG

Batik topeng adalah suatu aktivitas menggambari topeng tapi dengan cara membatik.

## WISATA ADRENALIN

### ● TYROLEAN

Aktivitas menyebrangi jurang/lembah diantara dua titik tertinggi menggunakan tali tegang. Dengan view dan media yang menarik Desa Wisata Nglanggeran menyediakan aktivitas ini untuk memanjakan wisatawan pecinta adventure.

### ● CLIFFSWING

Wahana yang menuntutmu untuk berayun diantara dua tebing dengan ketinggian hingga 200 meter. Tapi tenang saja karena wahana ini sudah dilengkapi dengan peralatan yang sudah memenuhi standar keamanan.

### ● FLING FOX

Aktivitas dengan cara meluncur dari satu ketinggian tertentu melalui wire (kabel baja). Dengan hamparan pemandangan nan mempesona menambah keasyikan dari aktifitas ini.

## WISATA PETUALANGAN

Trekking adalah sebuah perjalanan yang dilakukan dengan cara berjalan kaki. Di desa Wisata Nglanggeran ini terdapat juga potensi Wisata Alam Gunung Api Purba yang lokasinya dapat ditempuh hanya dengan cara trekking. Medannya tidak terlalu sulit untuk dilalui, hanya sekitar waktu 1 jam sudah sampai di pos paling atas untuk menikmati indahnya pemandangan dari puncak. Bagi pecinta wisata petualangan, trekking di Gunung Api Purba adalah sebuah kegiatan yang direkomendasikan karena medannya tidak sulit dan terdapat beberapa pos untuk berhenti sejenak beristirahat.



# LAND OF HEAVEN

## DIENG KULON VILLAGE

**D**esa Wisata Dieng kulon adalah desa eksotis yang berada dipusat pegunungan Dieng. Desa ini adalah salah satu desa dikecamatan Batur, Kabupaten Banjarnegara. Berada pada ketinggian 2.000 - 2.500 mdpl dengan view dan landscape yang mempesona menjadikan desa Dieng Kulon sebagai pilihan tempat favorit untuk di kunjungi. Kesejukan udaram lingkungan yang masih alami dan berbagai wisata alam dan budaya mampu menyihir setiap orang yang datang ke daerah dataran tinggi Dieng.

Kata "Dieng" berasal dari bahasa Sansekerta, yaitu "Di'" yang berarti tempat yang tinggi atau gunung, dan "Hyang" yang berarti kahayangan. Dengan menggabungkan kedua kata tersebut, bias diartikan bahwa "Dieng" adalah pegunungan tempat para dewa dan dewi bersemayam (The Gods Abode). Ada juga yang percaya asal mula nama "Dieng" dari bahasa Jawa, yaitu "adi" yang berarti indah dan "aeng" yang berarti aneh. Jadi kata Dieng berarti tempat yang indah sekaligus penuh keanehan dan misterius.

Desa Wisata Dieng Kulo kini terkenal dengan beberapa daya tarik wisata, antara lain; Kompleks





Candi Dieng, Kawah Sikidang, Telaga Bale Kambang, Gasiran Aswotomo, Sendang Sedayu, Sendang Merokoco dan Telaga Semurup. Daya tarik wisata Kompleks Candi Dieng sudah cukup terkenal, bahkan salah satu candi ketiga terbanyak yang dikunjungi para wisatawan di Jawa Tengah, hanya kalah dari Candi Prambanan dan Candi Borobudur.

Tapi siapa sangka, dulu kesuksesan Dieng Kulon sebagai sebuah desa wisata itu hanyalah sebuah mimpi belaka. Walaupun Dieng Kulon mempunyai potensi luar biasa dalam pariwisata yang berupa panorama alam yang indah, peninggalan candi yang bersejarah serta budaya unik yang layak dijual, warga desa Dieng Kulon tidak terlalu tertarik dan merasa pesimis dengan industri pariwisata.

Sebenarnya saat itu sudah mulai ada wisatawan yang berkunjung ke Dieng Kulon, namun jumlahnya masih sangat sedikit dan hanya dari para kalangan tertentu saja. Saat itu warga Desa Dieng Kulon lebih memilih fokus bekerja sebagai petani kentang yang berdampak dengan adanya kerusakan lingkungan. Lahan yang tersedia juga terlalu sempit, sehingga cukup banyak pemuda yang menganggur karena tidak mempunyai lahan untuk bercocok tanam. Budaya warisan leluhur pun terancam punah karena tidak ada warga yang melestarikannya. Melihat hal-hal tersebut Alif faozi, seorang warga asli Dieng yang terpilih menjadi Ketua Pemuda dan Katang Taruna, merasa terpanggil untuk membuat sebuah program pemberdayaan masyarakat pada tahun 2006. Saat itu Alif dan teman-temannya memilih bentuk wisata sebagai memberdayakan warga desa

Dieng Kulon, mengingat potensinya yang sangat besar, sangat di sayangkan jika ditelantarkan begitu saja. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Dieng pandawa dan Klaster Pariwisata Dieng pun kemudian terbentuk. Ini merupakan sebuah bagian dari program Bersama dengan pemerintah untuk Pengembangan Ekonomi Lokal Partisipatif.

Menjadikan Dieng Kulon sebagai destinasi wisata itu bukanlah pekerjaan mudah. Diperlukan keuletan dan kesabaran ekstra. Cita-cita mulia untuk mengubah nasib warga Dieng Kulon ini Haruslah di mulai dengan mengubah mindset atau cara berpikir warga Dieng Kulon itu sendiri.

Perjuangan awal sangatlah sulit, saat itu warga Dieng Kulon menganggap negative pada industry pariwisata, sehingga program desa wisata ini mendapatkan tentangan keras. Warga khawatir jika pariwisata bias merusak perilaku dan budaya desa. Bahkan cacian, namun Alif dan teman-temannya tidak menyerah, tetapi mereka justru merangkul warga yang menentanginya dan tanpa bosan menjelaskan keuntungan program desa wisata bagi seluruh warga desa.



Di saat awal tak banyak warga yang mau terlibat dalam desa wisata ini, warga yang mau rumahnya di jadikan *homestay* hanya ada 5 rumah saja. Tak hanya itu, hanya ada 10 pemuda yang mau direkrut jadi pemandu lokal, itu pun yang aktif hanya dua orang. Tapi Alif tak menyerah begitu saja. Warga kemudian di coba kembali untuk dilibatkan secara aktif, untuk segera mewujudkan program desa wisata ini. Secara perlahan tapi pasti, program *Community Based Tourism* (Pariwisata Berbasis Masyarakat) atau desa wisata ini semakin diterima masyarakat dan mulai menunjukkan hasil.

Pada tahun 2009 tercatat Dieng Kulon hanya menerima 55.372 wisatawan, kemudian tahun 2010 mengalami kenaikan lagi dengan jumlah 85.131 wisatawan yang berkunjung pun mengalami kenaikan yang cukup drastis. Tercatat jumlah wisatawan yang berkunjung adalah 156.170 (2011), 166.421 (2012), 184.092 (2013), 297.650 (2014), 384.567 (2015), 428.079 (2016), dan 454.263 (2017).

Dengan semakin banyaknya wisatawan yang datang tentu saja warga Dieng Kulon pun juga ikut terdongkrak naik. Jika tahun 2012 warga



pemilik homestay di Dieng Kulon rata-rata mendapatkan Rp. 3,5 juta perbulan, maka di tahun 2017 mereka mampu mendapatkan Rp. 4,35 juta perbulan. Begitu juga dengan pendapatan guide atau pemandu lokal, juga mengalami peningkatan pendapatan yang signifikan. Jika pada tahun 2012 seorang guide mendapatkan Rp. 1,75 juta perbulan, maka tahun 2017 seorang guide mampu mendapatkan Rp. 3 juta perbulan. Kenaikan pendapatan ini juga dialami oleh warga desa pelaku usaha di bidang lainnya seperti UKM makanan khas, kesenian/tarian daerah, para fotografer, kerajinan, keamanan & parkir, angkutan hingga bidang usaha outbond.

Tak hanya kunjungan omzet yang terus melaju, Dieng Kulon mulai mendapatkan berbagai penghargaan. Tahun 2008 atau setelah dua tahun berjalan, Desa Wisata Dieng Kulon mendapatkan penghargaan pertamanya dari Lomba Apresiasi Pokdarwis Provinsi Jawa Tengah kemudian berbagai penghargaan diraih. Baik penghargaan dengan skala nasional maupun internasional, bahkan Dieng Kulon mampu menyabet Penghargaan CBT ASEAN Award pada tahun 2017. Kini ada 8 kelompok usaha di bawah naungan



Pokdarwis Dieng Pandawa pimpinan Alif, yaitu; kelompok homestay, kelompok kerajinan souvenir, kelompok UKM makanan Khas, kelompok keamanan dan ketertiban, kelompok agrowisata, kelompok seni budaya, kelompok guide local/ pecinta alam, dan kelompok pemasaran. Jika diawal hanya ada 5 homestay, kini Dieng Kulon mempunyai 225 homestay, begitu juga dengan pemuda guide local, dari 2 orang menjadi 170 orang (75 orang sudah berlisensi uji kompetensi nasional dan 95 orang dalam tahap pembelajaran).

Acara kesenian berskala besar pun kini terus diadakan secara teratur di Dieng Kulon setiap tahun. Event Dieng Culture Festival yang dilaksanakan selama tiga hari ternyata mampu mendatangkan wisatawan sekita 150.000 orang. Selama perhelatan kesenian tersebut diperkirakan uang yang berputar di Dieng Kulon, acara tahunan ini juga membawa berkah hingga 12 desa sekitar, karena kapasitas jumlah akomodasi Desa Wisata Dieng Kulon tidak mampu lagi menampung antusiasme wisatawan.





THE  
ROYAL  
HERITAGE  
**TEMBI  
VILLAGE**



## WARISAN BUDAYA JAWA TRADISIONAL DESA WISATA TEMBI

Pada tahun 1994 seorang warga Australia yang bernama Warwick Pursen Larsen datang dan berkunjung ke Desa Tembi, Kecamatan Sewon, Kabupaten Bantul. Begitu masuk Desa Tembi, Larsen langsung terpesona dengan suasana pedesaan Tembi yang adem ayem dan sangat nyaman ini. Bagi orang asing ini, Desa Tembi ini mempunyai potensi untuk dikembangkan menjadi sebuah destinasi wisata. Namun kekaguman Larsen ini belum ditindaklanjuti oleh warga tembi dan berhenti begitu saja.

Tahun 2007 para tokoh masyarakat berkumpul dan membuat suatu grand design Desa Tembi untuk kedepannya. Dari pertemuan ini kemudian muncul sebuah ide untuk menggalakkan pariwisata di Desa Tembi, kembali menindaklanjuti kekaguman



Larsen. Potensi alam dan budaya Tembi cukup mendukung dan sangat layak untuk dipamerkan ke wisatawan.

Ide ini kemudian didukung oleh beberapa fakta seperti letak Tembi yang strategis, tidak terlalu jauh dari jalan Raya Parangtritis - Yogyakarta. Menurut data statistik Parangtritis dikunjungi wisatawan domestik maupun mancanegara hingga 3 juta wisatawan per tahun. Tentu saja ini adalah potensi yang sangat besar dan bias dimanfaatkan untuk menjadikan Tembi sebagai sebuah wisata kedua setelah Parangtritis.

Namun untuk mengembangkan Tembi menjadi sebuah destinasi wisata, diperlukan dukungan luas masyarakat tembi itu sendiri. Dawud Subroto sebagai Pengelola Desa Wisata Tembi, terus menjalin hubungan baik dengan berbagai pihak, termasuk instansi pemerintah di berbagai level, bahkan Bupati Bantul dan Gubernur DIY pun memberikan dukungan penuh. Pada setiap konsep rencana yang tidak berjalan mulus, Dawud selalu memprioritaskan untuk membicarakan hal ini dengan para tokoh masyarakat dan warga, mencari solusi Bersama-sama.

Awalnya Desa Wisata Tembi hanya ditawarkan dari mulut ke mulut saja sehingga perkembangannya terlalu lambat. Tak banyak wisatawan yang datang ke Tembi, yaitu dengan melalui media internet. Dua website dibangun dan selalu di-update kontennya.

Berbagai paket menarik ditawarkan, mulai dari paket kesenian seperti membatik kain, membatik topeng kayu, membuat kerajinan, membuat tembikar, Tatah Sungging Wayang, mewarnai keramik hingga membuat dan melukis kipas. Tak hanya itu, paket outbond khas Tembi pun juga tersedia, mulai dari Lomba Banyu Mili, Lomba Pegang Belut di Sawah, Lomba Pegang Bebek di Sawah, Lomba Bakiak atau Lari Teklek, Menyusuri Pematang Sawah, Buat Memedi atau Hantu-Hantuan Manuk, Lomba Gobak Sodor hingga Membajak Sawah dan Menanam Padi. Paket Naik Dokar juga menarik minat para wisatawan dan tak ketinggalan berbagai paket kuliner.

Semua-semua paket kreatif tersebut dipasarkan melalui kedua web tersebut. Hasilnya pun luar biasa.



“perlahan namun pasti Desa Tembi mulai didatangi wisatawan. Pada tahun pertama di mulainya program desa wisata atau pada tahun 2010, Tembi menerima 1.240 wisatawan yang berkunjung. Tahun-tahun berikutnya jumlah wisatawan yang

berkunjung pun terus meningkat. Pada tahun 2011 tercatat ada 2.248 wisatawan dan sedikit naik di tahun berikut menjadi 2.469 wisatawan. Tren naik masih terus berlanjut, pada tahun 2013 tercatat 2.807”



Wisatawan yang datang dan naik lagi di tahun 2014 menjadi 3.198 wisatawan. Kenaikan jumlah ini masih belum berhenti, pada tahun 2015 tercatat ada 3.594 wisatawan yang datang dan naik lagi secara drastis di tahun 2016 menjadi 7.050 wisatawan. Jumlah wisatawan ini terus naik di tahun 2017 menjadi 7.919 wisatawan dan sangat dimungkinkan akan terus naik di tahun 2018 ini.

Dengan naiknya jumlah para wisatawan yang berkunjung di Tembi, sudah pasti menaikkan omzet pendapatan pengelolaan pariwisata di Tembi. Tren naik setiap tahun juga terjadi di sini. Pada 2010 ketika dimulainya program desa wisata tercatat omzet pengelolaan mencapai lebih dari Rp. 150 juta dan naik secara signifikan di tahun berikutnya, menjadi lebih dari Rp. 272 juta. Tahun 2012 kembali terjadi kenaikan omzet menjadi lebih dari Rp. 299 juta dan tahun 2013 naik lagi menjadi lebih dari Rp. 341 juta. Tahun 2014 omzet mencapai lebih dari Rp. 388 juta dan tahun 2015 mencapai lebih dari Rp. 435 juta. Terjadi kenaikan

secara drastis di tahun 2016, hampir dua kali lipat dari omzet tahun sebelumnya yaitu lebih dari Rp. 865 juta dan kemudian naik sedikit di tahun 2017 menjadi sekitar Rp. 971 juta.

Kesuksesan ini sangat mempengaruhi tingkat pendapatan ekonomi warga Tembi. Sebagai perbandingan, jika di saat awal warga Tembi selalu siap sedia menerima wisatawan, sekarang di saat musim liburan panjang Desa Wisata Tembi terpaksa harus menolak wisatawan karena kapasitas yang terbatas. Kegiatan edukasi maupun outbond pun juga luar biasa sibuknya, seminggu bisa melayani minimal dua rombongan. Melimpahnya jumlah wisatawan yang datang membuka lapangan pekerjaan untuk warga Tembi. Saat ini ada sekitar 30% warga Tembi yang bekerja di sektor pariwisata ini, di mulai dari karyawan pengelola desa wisata (43 orang), usaha homestay (114 KK), 7 warung makanan dan berbagai usaha lainnya. Tingkat urbanisasi pun berhasil di tekan, hanya ada 15% penduduk sejak tahun 2014 hingga sekarang.



#### ATRAKSI EDUKATIF TEMBI

- Mambatik Kain
- Mambatik Topeng Kayu
- Membuat Kerajinan :
  - a. Tempat Pensil
  - b. Tempat Tisu
- Membuat Tembikar/Keramik
- Tatah Sungging Wayang
- Mewarnai Keramik
- Membuat dan Melukis Kipas

#### KEGIATAN OUTBOND TEMBI

- Lomba Banyu Mili
- Lomba Pegang Belut di Sawah
- Lomba Pegang Bebek di Sawah
- Lomba Bakiak/Lari Teklek
- Menyusuri Pematang Sawah
- Buat Memedi Manuk
- Membajak Sawah
- Bertani/Menanam Padi
- Gobak Sodor

#### KEGIATAN KULINER TEMBI

- Membuat Tempe Dele
- Membuat Sagon
- Membuat Ceriping Bonggol Pisang

THE  
PROMISED  
LAND

**IMBINGSARI  
VILLAGE**





## SEJARAH UNIK SEBUAH PERJUANGAN DESA WISATA BLIMBINGSARI

Siapun yang pernah berkunjung di Desa Blimbingsari yang asri, rapi dan apik ini tidak mengira jika dulunya desa ini adalah tempat yang menakutkan dan menjadi tempat simbol kematian. Desa yang terletak di Kabupaten Jembrana, Bali memang mempunyai sejarah yang unik. Dahulu kala desa Blimbingsari adalah hutan (alas) yang angker dan penuh dengan binatang buas. Sebagian besar dari masyarakat Bali percaya, alas angker yang berada di bagian sebelah barat pulau Bali adalah simbol akan kematian, ini dikarenakan sebelumnya tidak ada kehidupan manusia yang bisa bertahan di bagian pulau tersebut.



Tapi jika Tuhan sudah berkehendak, maka tidak ada kata yang mustahil. Pada tahun 1939, atas ijin yang di berikan pemerintah Hindia Belanda beberapa orang mulaimemberanikan diri membuka lahan persawahan dan pemukiman dalam alas angker ini. Saat itu membuka lahan di alas angker ini dianggap sesuatu yang mustahil. Tetapi para perintis mempunyai keyakinan yang kuat serta bersedia untuk bekerja keras. Pada akhirnya sebuah desa dalam alas angker ini berhasil didirikan dan desa ini kemudian diberi nama Blimbingsari.

Sejarah unik Blimbingsari ini adalah salah satu kelebihan yang mampu dimanfaatkan untuk menarik wisatawan untuk datang. Setiap wisatawan yang datang pasti akan diceritakan sejarah Blimbingsari. Rata-rata mereka kaget dan heran mendengarnya, karena Blimbingsari yang sekarang ini adalah desa yang bersih, hijau, damai, asri dan merupakan tempat menyenangkan untuk bersantai. Sama sekali tidak mengira jika desa ini dulunya adalah hutan yang angker.

Sejak awal Blimbingsari dirancang dengan tata ruang yang apik, bahkan mirip dengan sebuah



resort. Tata ruangnya juga unik dan menjadi daya tarik tersendiri. Jika dilihat dari atas, tata ruang desa Blimbingsari ini berbentuk salib yang merefleksikan keimanan penduduk desa yang beragama Nasrani.

Walau mayoritas penduduk Desa Blimbingsari beragama Nasrani, tapi ternyata mereka sangat berkomitmen melestarikan warisan budaya Bali. Nilai-nilai Kristiani bisa membaur dengan keluhuran warisan budaya Bali. Pada setiap bulan di minggu pertama dan hari-hari perayaan umat Nasrani, warga Blimbingsari merayakannya menggunakan adat Bali, mulai dari busana, hiasan penjor (janur) hingga musik gamelan Bali. Bahkan bentuk Gereja GKPB Pniel Blimbingsari pun mempunyai gaya arsitektur yang kental dengan nuansa kebudayaan Bali, sepintas mirip dengan pura. Karena keunikannya, Dewan Gereja Dunia atau WCC menobatkan gereja ini sebagai salah satu gereja terunik di dunia. Keunikan kehidupan di Blimbingsari ini ternyata juga sangat menarik minat wisatawan.

Sejarah, tata ruang dan perpaduan budaya yang unik di desa Blimbingsari ini kemudian menjadi



sebuah daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Wayan Murti atau sering dipanggil Pak Murti sebagai salah satu penggagas awal, sudah lama memimpikan Blimbingsari menjadi salah satu destinasi wisata terkemuka. Mimpi Wayan Murti ini bukanlah tanpa dasar. Beliau melihat bahwa adanya potensi besar Blimbingsari sebagai destinasi wisata terkemuka dunia. Sejarah, tata ruang dan perpaduan budaya yang unik serta ditambah dengan keramahtamahan penduduknya, adalah magnet untuk mendatangkan wisatawan. Setelah yakin akan potensi besar Blimbingsari, Wayan Murti kemudian berkomitmen penuh untuk mengembangkan potensi dari desa tersebut. Wayan Murti mengajukan pensiun dini dan pulang kembali ke Blimbingsari. Wayan Murti segera bergabung dalam Komite Pariwisata untuk segera bekerja mewujudkan mimpi tersebut. Sejak dari awal sudah disepakati bersama bahwa pengembangan Desa Wisata Blimbingsari harus dibangun berbasiskan masyarakat. Ini artinya bahwa tidak akan dibangun hotel-hotel seperti layaknya destinasi wisata lain di Bali, namun lebih memilih memberdayakan rumah-rumah warga Blimbingsari sebagai homestay tempat menginap wisatawan.

Pada awalnya tidak ada warga yang mau jika rumahnya dijadikan homestay, sehingga memaksa para anggota Komite untuk menjadikan rumahnya sendiri sebagai homestay, termasuk juga rumah Wayan Murti. Bagi warga mengelola homestay hanya akan merepotkan saja. Saat itu wisatawan yang berkunjung masih terbatas, hanya dari kalangan Gereja yang membuat acara seminar atau retreat di Blimbingsari.

Komite Pariwisata kemudian bersepakat untuk memberikan imbalan yang layak kepada pemilik rumah jika kamarnya dijadikan homestay. Lambat laun, para pemilik homestay mulai dapat merasakan manfaatnya, baik secara ekonomi maupun sosial. Biasanya pemilik rumah akan menceritakan sejarah desa dan segala hal unik di Blimbingsari dengan suasana akrab. Keakraban seperti inilah yang jarang ditemukan wisatawan jika menginap di hotel dan inilah salah satu kelebihan homestay di Blimbingsari.

Kendala lain yang muncul adalah rumah-rumah warga yang dijadikan homestay rata-rata didesain untuk keluarga, bukan untuk pariwisata. Kebanyakan hanya mempunyai wc jongkok dan

itu pun hanya berjumlah satu wc untuk satu rumah, bercampur dengan keluarga pemilik homestay. Namun sepertinya para wisatawan tidak memperlakukan hal ini, karena dapat tertutupi dengan keramahan keluarga pemilik homestay. Kendala ini tidak menyurutkan semangat penduduk Blimbingsari untuk mengembangkan pariwisata. Secara bertahap warga mulai melakukan perbaikan kamar mandi dan kamar tidur sehingga cukup layak untuk memenuhi standar pariwisata. Tak hanya itu, Komite Pariwisata bekerja sama dengan berbagai pihak secara periodik mengadakan pelatihan ke warga tentang *house keeping*, *food and beverages*, pemandu wisata dan berbagai pelatihan untuk meningkatkan kualitas SDM.

Mewujudkan mimpi menjadikan Blimbingsari sebagai destinasi terkemuka memang bukanlah suatu pekerjaan yang mudah. Wayan Murti dan kawan-kawan membutuhkan waktu hingga 7 tahun untuk dapat membuat Blimbingsari mulai dikenal dan mampu mendongkrak perekonomian warga Blimbingsari secara umum. Keuletan dan kesabaran ekstra diperlukan untuk mewujudkan mimpi tersebut.

Kini Desa Wisata Blimbingsari telah memberikan dampak positif ke warga, khususnya Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Ada banyak kelompok warga desa yang secara langsung dapat menikmati kemajuan industri pariwisata Blimbingsari, antara lain pemilik homestay dan penyedia kuliner, pelestari seni budaya, pelaku agrowisata, para pelestari lingkungan, penangkaran Jalak Bali, peternak lebah dan madu, pemandu wisata, pengrajin cinderamata, pemerintah desa, Gereja dan sebagainya.

Berbagai paket wisata ditawarkan untuk menarik kunjungan wisatawan, mulai dari *Conservation & Planting*, *Contactual Sunday Service*, *Cycling & Fun Walking*, *Fun Cooking*, *Hiking*, *Live In & Character Building*, *Painting & Decorations*, *Snorkling* hingga *Village Tours*.

Desa Wisata Blimbingsari mempunyai tingkat kunjungan yang luar biasa. Pada tahun 2010 tercatat Blimbingsari menerima 1.847 wisatawan dan di tahun berikutnya (tahun 2011) terjadilah kenaikan jumlah para wisatawan yang sangat signifikan, yaitu 3.512 wisatawan. Terjadi sedikit penurunan di dua tahun berikutnya, namun masih

pada kisaran angka 2.593 (2012) dan 2.704 (2013). Mulai tahun 2014 hingga tahun 2017 ini, jumlah wisatawan yang berkunjung kembali meroket dan tercatat stabil di angka 3.700 (2014), 3.770 (2015), 3.302 (2016) dan 3.959 (2017).

Peningkatan jumlah wisatawan ini tentu saja juga menaikkan pendapatan warga Blimbingsari secara signifikan. Tahun 2017 Desa Blimbingsari menerima 3.959 wisatawan, dengan total pendapatan mencapai lebih dari Rp. 193 juta. Sektor akomodasi atau homestay berhasil meraup pendapatan sebesar lebih dari Rp. 46,6 juta, sedangkan sektor makanan & minuman atau F&B meraup lebih dari Rp. 82,2 juta. Pendapatan dari sektor para pemandu atau guide tercatat lebih dari Rp. 13,6 juta, sedangkan dari sektor Seni Tari Tabuh Jegog/Gong meraup Rp. 10,8 juta.

Warga Blimbingsari senantiasa menjaga dan mengembangkan warisan seni budaya Bali dan mewujudkan Blimbingsari sebagai The Promised Land, sebuah desa yang bersih, hijau, damai, asri dan lestari. Kiranya senantiasa diberkati Tuhan dan menjadi berkat dan terang bagi segala bangsa.



#### ATRAKSI BLIMBINGSARI

- Ritual Keagamaan Nasrani dengan tradisi budaya Bali
- Arsitektur Gereja Pniel Blimbingsari
- Asimilasi budaya unik

#### PAKET YANG DITAWARKAN

- Konservasi dan Penghijauan
- Kebaktian Minggu, bersepeda dan Jalan santai
- Belajar memasak, mendaki gunung,
- Melukis dan Dekorasi
- Menyelam dan berkeliling desa
- Pengenalan budaya lokal



THE SOUL  
OF MERAPI  
**PETINGSARI  
VILLAGE**



## DESA WISATA PETINGSARI

**P**etingsari adalah sebuah desa terpencil di Umbulharjo, Cangkringan, Sleman Yogyakarta. Desa Petingsari berada di lereng Gunung Merapi yang merupakan salah satu gunung teraktif di dunia. Desa Petingsari ini hanya berjarak 12,5 km saja dari puncak Gunung Merapi dengan lokasi ketinggian sekitar 700 mdpl, sehingga udaranya terasa sejuk dan segar. Pada tahun 1990-an, Desa Petingsari adalah salah satu desa miskin bila dibandingkan dengan desa-desa lainnya di lereng Gunung Merapi. Tingkat ekonomi warga desanya sangat memprihatinkan sehingga kehidupan sehari-hari warga desa ini sangat sederhana. Kondisi lahan di Desa Petingsari juga relatif kurang subur sehingga sulit menaikkan taraf kesejahteraan warga. Kesulitan ini bertambah parah dengan adanya akses yang juga lumayan sulit, padahal dari Kota Yogyakarta hanya berjarak 22,5 km saja.

Keadaan yang sulit ini membuat banyak warga desa pergi merantau, dan salah satunya adalah Doto Yogantoro. Pria asli Pentingsari ini lahir pada tahun 1968 dengan kedua orang tua yang berprofesi sebagai guru SD. Setelah lulus SMA pada tahun 1987, Doto melanjutkan kuliah di Institut Pertanian Bogor. Setelah lulus kuliah Doto bersama kawan-kawannya membangun sebuah perusahaan jasa konsultasi di bidang lingkungan hidup dan pemberdayaan masyarakat di Tangerang.

Setelah 21 tahun merantau, Doto kemudian memutuskan untuk kembali tinggal di Pentingsari di tahun 2008. Berbekal pengalaman panjang sebagai konsultan pemberdayaan masyarakat, Doto melihat bahwa Pentingsari mempunyai potensi sebagai desa wisata yang sukses. Desa Pentingsari mempunyai pemandangan desa yang asri, sawah luas terhampar dengan latar belakang Gunung Merapi yang anggun, udara sejuk nan segar ditambah dengan keramahan dan budaya warga desa yang mampu membuat siapa saja yang datang terkesan. Bahkan kehidupan sehari-hari warga desa Pentingsari yang penuh kearifan pun sangatlah menarik. Doto melihat semua pesona

ini dapat mendatangkan para wisatawan sehingga akan menambah pendapatan penduduk desa Pentingsari secara keseluruhan.

Tentu saja, untuk mengembangkan potensi wisata ini bukanlah perkara mudah. Dibutuhkan satu keuletan dan semangat pantang menyerah karena banyak kendala yang harus dihadapi. Awalnya warga desa Pentingsari merasa pesimis dengan potensi ini, mana mungkin sebuah desa yang tidak mempunyai daya tarik wisata akan dikunjungi wisatawan. Tak hanya itu, sebagian warga juga mengkhawatirkan apabila kedatangan wisatawan dapat mengganggu pola kehidupan sosial budaya masyarakat desa. Tapi Doto dan para tokoh desa yakin bisa mengembangkan Pentingsari sebagai desa wisata dan pada akhirnya akan menaikkan kesejahteraan warga desa. Butuh waktu 2 tahun untuk menyakinkan warga desa bahwa alam, budaya dan kreatifitas pertanian di Pentingsari memiliki potensi luar biasa. Ini semua layak untuk ditampilkan sebagai atraksi kepada wisatawan yang mulai jenuh dengan wisata konvensional.

Para tokoh masyarakat juga yakin bahwa desa wisata ini akan mampu memberikan dampak

yang luar biasa karena mampu mengakomodasi semua komponen masyarakat untuk aktif bergerak sebagai pelaku, tidak sekedar sebagai daya tarik. Selain itu, para tokoh desa ini dapat lebih mudah untuk mengajak berbagai pihak untuk membantu, baik pemerintah, swasta maupun perguruan tinggi. Setelah warga yakin akan potensi, perjuangan belum selesai. Dengan secara bergotong royong masyarakat desa mulai membangun industri pariwisata di Pentingsari. Warga mulai menata diri, mengelola, melestarikan lingkungan serta mengajak para warga desa lainnya untuk bangga terhadap desanya sendiri. Warga yang membangun industri wisata ini tanpa modal materi. Pola pikir petani berubah secara bertahap, dari sekedar bertani kini juga sebagai penyedia jasa wisata. Dengan budaya gotong royong yang begitu kental dan dukungan penuh pemerintah dengan berbagai program, membuat warga Pentingsari mampu untuk merencanakan, melaksanakan serta mengawasi program desa wisata di Pentingsari. Ini semua dilakukan dari, oleh dan untuk masyarakat.

Pada awalnya berjalan di tahun 2008, program desa wisata belum mampu mengangkat taraf ekonomi 370 jiwa warga desa Pentingsari karena





adanya keterbatasan sarana dan prasarana, dan yang paling penting keterbatasan akan sumber daya manusia yang berdampak minimnya keterampilan hingga pembuatan paket wisata. Warga belum mampu memasarkan dengan baik paket wisata yang dibuat. Saat itu, hanya ada 10 homestay, lapangan seadanya sebagai camping ground dan area outbond. Para pemandu kegiatan dan atraksi belum percaya diri dan mempunyai keterampilan terbatas. Tahun awal berdiri ini Desa Pentingsari hanya mampu mendatangkan kurang dari 1.000 wisatawan saja dengan omzet Rp. 28 juta.

Tahun 2009, keadaan sedikit membaik. Desa Pentingsari mendapatkan pendampingan dari berbagai pihak dan memberikan program peningkatan sarana dan prasarana camping ground, mulai dari perbaikan aula, kamar mandi, lapangan parkir hingga peningkatan akses jalan masuk yang ada. Dengan adanya peningkatan tersebut, tingkat kedatangan wisatawan pun naik dengan signifikan. Tahun 2009 ada lebih 5.000 wisatawan datang dan Desa Pentingsari mendapatkan pemasukan yang cukup besar, yaitu Rp. 255 juta

Tahun 2010 Pentingsari mendapatkan bantuan program PNPM Mandiri Pariwisata. Bantuan berupa pelatihan SDM, seragam pemandu, penambahan sarana kesenian, sarana kuliner dan cinderamata. Program ini mampu mempercepat peningkatan sarana prasarana desa secara keseluruhan, sehingga pada tahun ini Pentingsari dapat memiliki 40 homestay, beraneka atraksi pertanian, seni budaya dan kuliner dengan pelayanan yang meningkat secara kualitas. Di tahun 2010 ini jumlah wisatawan lebih dari 9.000 wisatawan dengan omzet Rp. 220 juta.

Di tahun ini pula, semangat mengembangkan desa wisata Pentingsari sempat meredup dengan adanya bencana erupsi Gunung Merapi pada bulan Oktober. Industri wisata yang mulai mengangkat taraf ekonomi warga tiba-tiba menghilang. Bencana ini membuat 25 ha sawah di Daerah Aliran Sungai Kali Kuning hancur dan dua jembatan putus sehingga membuat ekonomi dan akses warga desa terpukul. Dibutuhkan waktu lebih dari 6 bulan untuk mengembalikan kepercayaan warga desa dan juga wisatawan, sehingga industri wisata Pentingsari bisa berkembang lagi.

Dengan bermodalkan semangat kebersamaan, warga Pentingsari mampu menjadikan bencana erupsi sebagai cambuk membangkitkan semangat mengelola industri pariwisata lebih serius lagi. Dampaknya luar biasa, tercatat hampir 20.000 kunjungan wisatawan pada tahun 2011 dengan omzet Rp. 530 juta.

Jumlah wisatawan yang datang ke Pentingsari di tahun-tahun berikut tak selalu naik setiap tahunnya, namun tak pernah kurang dari 20 ribu wisatawan tiap tahunnya. Tercatat ada 30.890 wisatawan dengan omzet Rp. 730 juta di tahun 2012, kemudian sedikit turun menjadi 26.685 wisatawan dengan omzet Rp. 850 juta di tahun 2013, kemudian kembali sedikit bertambah menjadi 29.060 wisatawan dengan omzet Rp. 1,12 milyar di tahun 2014. Pada tahun 2016 Pentingsari tercatat mampu mendatangkan 32.518 wisatawan dengan omzet Rp 2,26 milyar dan sedikit menurun di tahun 2017 menjadi 20.417 wisatawan dengan omzet Rp. 1,82 milyar.

Keterlibatan aktif warga desa yang terus membesar ini merupakan sebuah proses yang terbentuk secara alami karena industri ini mampu

## PEDOMAN DESA WISATA

memberikan manfaat besar bagi Desa Wisata Pentingsari secara keseluruhan. Keterlibatan kaum perempuan dan pemuda merupakan modal yang sangat berharga bagi perkembangan industri pariwisata di Desa Pentingsari ini.

Pada Tahun 2013 atau empat tahun setelah dimulainya industri pariwisata di Desa Pentingsari ini, perbaikan taraf ekonomi warga desa secara umum sudah mulai bisa dirasakan. Pengakuan dari berbagai pihak baik secara administratif atau pun penghargaan dalam berbagai kompetisi desa wisata makin banyak diraih.

Saat ini, industri pariwisata di Pentingsari ini mampu memberdayakan sebagian besar warga desa Pentingsari yang berjumlah 370 jiwa atau 127 KK. Warga desa ini mendapatkan penghasilan dari homestay (55 homestay), atraksi seni dan budaya (25 orang), pemuda pemandu wisata lokal (30 orang), kuliner lokal (60 orang), home industri (20 orang), warung kelontong (6 unit) dan tenaga keamanan (30 orang).

Pentingsari juga berhasil memanfaatkan lahan milik desa yang terlantar menjadi camping ground

dan area outbond seluas 1 ha serta Daerah Aliran Sungai Kali Kuning sebagai area trekking yang sangat menarik. Kerjasama solid dilakukan antar berbagai kelompok tani di dalam desa. Kerjasama dengan pihak yang mendukung pun juga dilakukan seperti Pemerintah Desa, kelompok kesenian, kelompok peternak dan sebagainya. Dengan dukungan berbagai kelompok ini juga, Desa Wisata Pentingsari mengadakan Lava Volcano Tour yang menjelajahi sekitar kawasan lereng Gunung Merapi. Kerjasama dengan berbagai pihak luar area juga dijalin salah satunya dengan CSR bank swasta beserta berbagai lembaga-lembaga pengabdian masyarakat dari berbagai Perguruan Tinggi.

Berbagai penghargaan juga berhasil diraih, salah satunya yang paling bergengsi adalah penghargaan internasional sebagai Best Practise of Tourism Ethics at Local Level dari WCTE-UNWTO (2011). Ternyata dengan komitmen kuat dari seluruh masyarakat, Desa Wisata Pentingsari mampu menaikkan taraf ekonomi warganya melalui industri pariwisata tanpa harus merusak lingkungan, sekaligus sukses mencegah arus urbanisasi bagi generasi muda desa.





### ATRAKSI PETINGSARI

- Atraksi Seni Budaya
- Atraksi Pertanian
- Atraksi Petualangan
- Outbond & Camping
- Volcano Tour Merapi

### PAKET WISATA PETINGSARI

- Paket Kegiatan 1 Hari
- Paket Kegiatan 2 Hari 1 Malam
- Paket Kegiatan 3 Hari 2 Malam
- Paket Kegiatan 4 Hari 3 Malam








MENIKMATI SISI LAIN  
CANDI BOROBUDUR

# DESA WISATA KARANG REJO



**S**emua orang tahu akan Candi Borobudur, akan tetapi tidak banyak yang mengetahui kalau kita dapat menikmati keindahan dan kemegahan Candi Borobudur dari sisi lain. Untuk itu cobalah kunjungi Desa Karangrejo, sebuah desa yang terletak 4 km di sebelah barat Candi Borobudur dengan kondisi geografis yang sangat indah dengan latar belakang Candi Borobudur. Ada hamparan sawah yang luas dengan variasi tegalan, dibelah sungai dan gunung di kejauhan.

Lokasi yang tidak jauh dari Candi Borobudur menjadikan Desa Karangrejo ini menjadi salah satu magnet yang dapat menarik minat wisatawan, baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Masyarakat Desa Karangrejo kemudian berinisiatif mengangkat kearifan lokal untuk ditunjukkan ke wisatawan, mulai wisata alam, kuliner hingga kegiatan masyarakat yang merupakan warisan nenek moyang.

Desa Wisata Karangrejo mempunyai daya tarik wisata yang sangat disukai generasi milenial, cocok untuk selfie dan diupload di media sosial mereka. Punthuk Setumbu, spot terbaik memotret Candi Borobudur dari kejauhan lengkap dengan latar belakang pegunungan yang diliputi kabut tipis di



saat sunrise. Kemudian ada Gereja Ayam yang juga merupakan lokasi shooting film terkenal Ada Apa Dengan Cinta 2 (AADC 2) dan juga Bukit Baredo yang bersejarah.

Ketiga destinasi tersebut tidak jauh dari Candi Borobudur, maka sering juga dijadikan pilihan wisatawan setelah dari candi Borobudur. Banyak wisatawan yang berkunjung di Punthuk Setumbu terlebih dahulu saat matahari terbit, menikmati sisi lain kemegahan Borobudur baru kemudian berkunjung di Borobudur.

Memang pada awalnya Desa Wisata Karangrejo, terutama untuk Punthuk Setumbu, hanya dikunjungi oleh penghobi fotografi saja. Dari Punthuk Setumbu inilah para fotografer ini mendapatkan sudut yang sempurna untuk dapat memotret sisi kemegahan Candi Borobudur di saat matahari terbit kemudian hasilnya seakan-akan Candi Borobudur berada di negeri atas awan. Nuryazid, lelaki ash desa Karangrejo yang waktu itu bekerja di bagian artistik property dan audioman di production house terkemuka di Jakarta, seringkali memotret Candi Borobudur dari Punthuk Setumbu. Nuryazid selalu

menyempatkan diri memotret dari Punthuk Setumbu ketika sedang pulang kampung. Foto-foto hasil jepretan Nuryazid selalu diunggah di media sosial miliknya dan sering juga diberikan ke pengelola wisata untuk promosi.

Pada tahun 2012, kesehatan Ibunda Nuryazid memburuk dan Nuryazid pun memutuskan untuk pulang dan mulai tinggal di Karangrejo. Nuryazid kemudian terpilih menjadi Kepala Dusun dan tak lama kemudian terpilih menjadi Ketua Pengelola Wisata Punthuk Setumbu. Sejak saat itu Nuryazid bertekad untuk terus mengembangkan Karangrejo menjadi destinasi wisata terkemuka di Magelang.

Mengembangkan Desa Wisata Karangrejo tidak semudah membalikkan telapak tangan, dibutuhkan keuletan dan kesabaran ekstra untuk mewujudkan. Namun Nuryazid dan teman-temannya memiliki keduanya. Banyaknya kendala yang menghadang Nuryazid, salah satunya adalah keterbatasan akses menuju daya tarik wisata karena harus melewati tanah pribadi milik warga. Dengan kebersamaan dan musyawarah bersama berbagai tokoh masyarakat desa, kendala akses tersebut sedikit demi sedikit bisa diatasi.

Dengan seiringnyanya waktu, jumlah wisatawan yang datang semakin bertambah. Dan dari sebagian fotografer yang memotret Borobudur dari Punthuk Setumbu memenangkan berbagai lomba fotografi, semakin membuat spot Punthuk Setumbu dikenal. Dengan berkembangnya teknologi membuat semua orang bisa memotret dengan kamera handphone, hal ini membuat wisatawan bukan hanya kalangan fotografer datang ke Punthuk Setumbu sekadar untuk selfie dan diupload di media sosial mereka. Nama Punthuk Setumbu pun makin terkenal.

Hingga kemudian pada tahun 2012 PT. Taman Wisata Candi Borobudur menggunakan spot Punthuk Setumbu untuk memotret Candi Borobudur sebagai keperluan promosi ke seluruh dunia, para wisatawan mancanegara pun makin banyak yang datang.

Tak hanya Punthuk Setumbu, daya tarik wisata Gereja Ayam atau Bukit Rema juga menjadi favorit para muda-mudi karena keunikan arsitektur sebuah Gereja di atas bukit. Awalnya Gereja Ayam ini hanya dikunjungi oleh fotografer, mereka melakukan foto pre-wedding atau pun sekedar selfie.

Hingga akhirnya ada sebuah tim produksi film yang sedang mencari lokasi shooting untuk film legendarinya Ada Apa Dengan Cinta 2 (AADC 2). Karena Nuryazid pernah lama bekerja di production house, dia pun mengenal beberapa kru dari tim tersebut, kemudian mengantarkan ke lokasi-lokasi yang dianggap cocok untuk lokasi shooting. Hingga pada akhirnya terpilih Gereja Ayam untuk lokasi shooting AADC 2. Dan setelah film tersebut tayang di seluruh Indonesia dan dibanjiri penonton, kontan daya tarik wisata Gereja Ayam pun ikut kebanjiran wisatawan yang ingin foto-foto atau pun penasaran saja. Bahkan paket wisata "Napak Tilas AADC 2" pun dibuat dan mendapatkan respon yang luar biasa.

Peningkatan jumlah wisatawan yang datang ke Karangrejo dari tahun ke tahun selalu mengalami kenaikan. Pada tahun 2014 tercatat 43.491 wisatawan yang berkunjung. Angka ini kemudian naik dari tahun ke tahun, menjadi 59.246 di tahun 2015, kemudian naik lagi menjadi 101.804 di tahun 2016 dan terus naik hingga 121.191 di tahun 2017.

Naiknya jumlah wisatawan tentu saja juga berdampak pada naiknya pendapatan pengelolaan



wisata Karangrejo ini. Pada tahun 2014 omzet pengelolaan tercatat lebih dari Rp. 687 juta dan memberi pemasukan ke desa sebesar lebih dari Rp. 76 juta. Tahun berikutnya ada kenaikan yang cukup signifikan. Tahun 2015 omzet pengelolaan naik menjadi lebih dari Rp. 928 juta dan memberi pemasukan ke kas desa lebih dari Rp. 103 juta. Omzet terus meroket di tahun 2016 dan 2017. Omzet pengelolaan mencapai lebih dari Rp. 1,524 milyar dan menyumbang kas desa lebih dari Rp. 121 juta pada tahun 2016. Sedangkan di tahun 2017 tercatat omzet pengelolaan mencapai lebih dari Rp. 1,75 milyar dan menyumbang kas desa lebih dari Rp. 154 juta. Jika ditotalkan jumlah pendapatan pariwisata di Desa Karangrejo dalam 3 tahun terakhir ini mencapai lebih dari Rp. 4,2 milyar, termasuk penghasilan dari 10 homestay dan 12 warung makanan milik warga desa.

Dengan suksesnya program Desa Wisata dari Karangrejo ini banyak sekali dampak yang dirasakan oleh warga Karangrejo sendiri, salah satunya adalah meningkatnya taraf ekonomi. Para pemuda yang dulunya mencari nafkah dengan menjadi pedagang asongan di Candi Borobudur sekarang bekerja di desanya sendiri dengan

## PEDOMAN DESA WISATA

menjadi pemandu wisata dan petugas jaga, atau bagian dari kelompok kesenian tradisional dan pengusaha kuliner. Tentu saja ini lebih besar hasilnya daripada sekedar menjadi pedagang asongan.

Saat ini Pengelola Wisata Karangrejo juga mampu memperkerjakan 200 orang dan total penduduk desa Karangrejo yang bekerja di sektor pariwisata mencapai 500 jiwa. Ini jumlah yang luar biasa jika dibandingkan dengan total jumlah penduduk desa yang berjumlah 2.861 jiwa. Tak heran jika angka urbanisasi desa ini termasuk kecil, hanya 250 orang yang melakukan urbanisasi.

Keberhasilan secara ekonomi rupanya juga diimbangi dengan prestasi lain. Desa Karangrejo sukses meraih berbagai penghargaan, antara lain berhasil meraih Piala Kalpataru tingkat Jawa Tengah dan Proklin di tingkat nasional pada tahun 2017.

Untuk mengembangkan sebuah desa wisata, Nuryazid menyarankan untuk banyak berinovasi, menonjolkan keunikan desa, dan mengangkat kearifan lokal tidak ditemui di tempat lain. Menurut Nuryazid, orang jaman sekarang cenderung tertarik hal-hal unik, sesuatu yang tidak umum serta mengandung tantangan.



KEUNIKAN YANG BERTAHAN  
DARI GEMPURAN MODERNISASI

## DESA WISATA PENGLIPURAN

Tak banyak desa seperti Penglipuran yang mampu bertahan dari gempuran arus modernisasi. Desa Panglipuran memang desa yang istimewa. Desa yang terletak pada ketinggian 500-625 meter di atas permukaan laut ini memiliki iklim sangat sejuk dengan jumlah penduduk sebanyak 1008 jiwa atau 238 KK. Ini adalah sebuah desa adat yang kaya dengan beragam budaya, tradisi dikelilingi oleh lingkungan yang sejuk, bersih dan asri.

Desa Penglipuran mempunyai tata ruang unik berdasarkan konsep Tri Mandala. Wilayah desa dibagi menjadi 3 zona yaitu; zona tempat-tempat suci (Parhyangan), zona pemukiman (Pawongan), dan zona untuk kuburan, pertanian, peternakan dan sebagainya (Palemahan).

THE IMMACULATE PEACE  
**PENGLIPURAN  
VILLAGE**



Di zona Parhyangan banyak dilestarikan bentuk bangunan-bangunan pura tradisional dengan gaya arsitektur khas Penglipuran. Biasanya bangunan di zona ini dibangun dari batu padas, kayu, ijuk, bambu) dan menghindari penggunaan bahan bangunan modern seperti beton, seng, asbes dan sebagainya. Di sebelah utara zona Parhyangan, terdapat hutan bambu seluas 45 ha. Hutan ini benar-benar dijaga kelestariannya dan tidak boleh dialihfungsikan atau dijual ke pihak luar desa adat. Di zona pemukiman atau pawongan dilestarikan bagian-bagian rumah, adat, seperti pintu gerbang (angkul-angkul), dapur tradisional (pawon), bale (saka enam) dan tempat suci keluarga (sanggah/merajan).

Tata ruang unik Penglipuran sangat berhubungan pada pola masyarakat yang berkaitan dengan identitas sosial. Masyarakat Penglipuran ingin menunjukkan diri bahwa mereka adalah desa tradisional yang masih bertahan di antara desa-desa lain yang telah memudar identitasnya.

Pola hunian Desa Penglipuran ini merupakan suatu model desa tradisional yang memiliki ciri-ciri tatanan spesifik dalam struktur desa tradisional,

sehingga menampilkan wajah pedesaan yang asri, bersih dan nyaman. Pengaruh dari luar tidak mampu mengubah pola hunian masyarakat Penglipuran. Salah satu norma adat yang masih bertahan adalah berlakunya peraturan larangan segala macam jenis kendaraan bermotor dan sepeda untuk melintas di jalan utama desa yang memang diperuntukkan para pejalan kaki. Pola hunian tradisional inilah yang justru menjadi daya tarik minat wisatawan, baik yang datang dari nusantara maupun mancanegara.

Kuatnya warga Penglipuran dalam memegang tradisi ini tak lepas dari peran serta I Nengah Moneng, warga Penglipuran yang sangat mencintai seni budaya tradisional warisan leluhur. Bersama para tokoh masyarakat, lelaki kelahiran 1951 ini berusaha sekuat tenaga untuk tetap melaksanakan konservasi budaya dengan cara melestarikan tata ruang desa adat, bangunan tradisional, adat istiadat, dan lingkungan. Pada dasarnya, para warga desa Penglipuran sudah memiliki kepribadian yang ramah, sopan santun, bersih, taat dan disiplin dengan adat istiadatnya. Menyadari banyaknya potensi tersebut, Nengah Moneng tertarik untuk mulai mengembangkan pariwisata di desa adat Penglipuran.



Tapi usaha mengembangkan pariwisata ini bukan berarti tanpa kendala. Sebagian warga tidak ingin desanya dijadikan desa wisata dikarenakan takut repot dan mengganggu pekerjaan pokoknya. Rumah adat milik warga yang mempunyai dapur tradisional, bale saka enam, gapura pintu masuk perkarangan dan sebagainya, waktu itu sudah banyak yang berubah dikarenakan pengaruh modernisasi. Rencana mengembalikan bentuk rumah seperti dulu dianggap merepotkan dan memerlukan biaya banyak. Tak hanya itu saja, keinginan melarang semua kendaraan bermotor untuk melintas di jalan utama sesuai dengan norma adat, juga banyak ditentang warga yang sebagian sudah memiliki kendaraan bermotor.

Menghadapi berbagai kendala ini, Nengah Moneng pun kemudian melakukan pendekatan secara kekeluargaan dan terus meneruskan kampanye tentang konservasi dan pariwisata, kemudian banyak melakukan rapat yang membahas solusi serta memohon dukungan pemerintah.

Satu persatu kendala mulai teratasi. Melestarikan jalan utama desa dengan melarang kendaraan bermotor melintas kemudian disepakati warga



dengan solusi pembuatan jalan melingkar mengelilingi desa yang bisa mengakses ke setiap perkarangan rumah warga.

Perlahan namun pasti warga Penglipuran mulai mempunyai pemahaman pentingnya menjaga budaya desa mereka sendiri sekaligus membangun Penglipuran sebagai desa wisata. Kesabaran ekstra dibutuhkan karena membutuhkan waktu hingga 9 tahun untuk menjadikan Penglipuran menjadi desa wisata berbasis masyarakat. Komitmen kuat dan kepercayaan masyarakat terhadap tim pengelola serta dukungan berbagai pihak, menjadikan Desa Penglipuran menjadi salah satu destinasi wisata yang digemari oleh wisatawan.

Jumlah wisatawan yang datang Penglipuran bisa dikatakan luar biasa. Di awal program Desa Wisata saja sudah tercatat 34.506 wisatawan yang berkunjung dan jumlah naik lagi di tahun berikutnya menjadi 41.096 wisatawan. Di tahun 2014 bisa dikatakan terjadi kenaikan jumlah wisatawan secara signifikan, menjadi 64.402 wisatawan. Namun terjadi sedikit penurunan di tahun berikutnya menjadi 46.402 wisatawan. Di tahun 2016 dan 2017, Desa Wisata Penglipuran

mendapatkan jumlah wisatawan dengan jumlah meroket, menyentuh angka kisaran ratusan ribu. Tercatat ada 115.580 wisatawan yang berkunjung di tahun 2016 dan tercatat ada 182.969 wisatawan yang datang di tahun 2017.

Omzet yang diraih pun juga naik dari tahun ke tahun, seiring dengan kenaikan jumlah wisatawan. Tahun 2015 omzet pengelolaan Penglipuran tercatat lebih dari Rp. 1,53 milyar dan kemudian naik di tahun berikutnya sebesar lebih dari Rp. 2,38 milyar. Tahun 2017 terjadi kenaikan omzet yang sangat fantastis, tercatat Desa Wisata Penglipuran mendapatkan omzet pengelolaan hingga lebih dari Rp. 5,6 milyar. Semua omzet yang telah diraih ini belum termasuk omzet festival dan juga omzet hasil penjualan kuliner serta souvenir yang dijual oleh masyarakat langsung.

Kemajuan pariwisata dari Desa Wisata Penglipuran memberikan dampak yang luar biasa bagi warganya. Masyarakat merasakan peningkatan kesejahteraan secara merata melalui berbagai lini bisnis, seperti homestay, wisata kuliner, karyawan desa wisata, perdagangan souvenir dan sebagainya. Kini ada sebuah fenomena, pemuda Penglipuran

tertarik untuk sekolah atau kuliah di bidang kepariwisataan karena melihat suksesnya program desa wisata di desanya.

Desa Wisata Penglipuran meraih berbagai penghargaan, baik di tingkat kabupaten, provinsi, nasional, ASEAN, hingga dunia. Desa Penglipuran mampu memberikan Pendapatan Asli Daerah (PAD) kabupaten dengan melebihi target pada tahun ini. PAD ini hasil dari tiket dan parkir yang mencapai sekitar Rp 3,7 miliar dalam satu tahun walaupun terjadi erupsi Gunung Agung.

**ATRAKSI PENGLIPURAN**

- Hutan Bambu
- Pura (The Temples)
- Rumah Adat
- Monumen Pahlawan
- Joged Bungbung
- Tarian Selamat Datang
- Kerajinan Bambu
- Belajar Membuat Kuliner Tradisional
- Permainan Tradisional
- Trekking

**PAKET YANG DITAWARKAN**

- Paket 2 Hari 1 Malam
- Paket 3 Hari 2 Malam
- Paket 4 Hari 3 Malam







PARADISE AT RURAL  
**PUJOKIDUL  
VILLAGE**

## PESONA YANG KINI MENDUNIA DESA WISATA PUJONKIDUL

**P**ujonkidul adalah salah satu desa yang terletak di Kabupaten Malang. Berada di sebuah dataran tinggi berudara sejuk, dikelilingi panorama alam yang mempesona siapa saja yang berkunjung. Kekayaan alam Pujonkidul menjadikan tempat yang ideal untuk mengembangkan agrobisnis dan tentu saja pariwisata. Lokasi Pujonkidul ini tak jauh dari destinasi wisata yang sudah ramai dengan kunjungan wisata, yaitu Kota Wisata Batu, Malang.

Tidak hanya keindahan panorama alam saja, beberapa atraksi kesenian lokal di Pujonkidul juga tampil mempesona, mulai dari Kuda Lumpung, Pencak Silat, Tari Sanduk dan sebagainya. Berbagai wisata edukasi pun juga tersedia di Pujonkidul ini, mulai dari Panen Buah, Memerah Susu, Menunggang Kuda hingga Museum Desa. Di sini juga tersedia Café sawah tempat wisatawan sekedar menikmati suasana sejuk pegunungan.



Tapi menjadikan Pujonkidul sebagai destinasi favorit seperti sekarang ini bukanlah perkara mudah. Banyak sekali kendala di saat-saat awal program desa wisata ini. Saat dikemukakan ide membuat desa wisata, banyak masyarakat sudah merasa pesimis jika ini nantinya akan gagal di tengah jalan. Masyarakat menilai Pujonkidul tidak mempunyai sebuah daya tarik wisata sebagaimana layaknya sebuah tempat wisata. Pada itu masyarakat membandingkan Pujonkidul dengan Kota Wisata Batu.

Perbaikan pengelolaan pada saat inipun masih terus dilakukan. Karena pengelolaan anggaran APBDes yang kian transparan dan akuntabel, ditambah perencanaan pembangunan yang berbasis pada pemberdayaan masyarakat, maka salah satu bank nasional memberikan bantuan CSR berbentuk hibah. Melalui bantuan tersebut kemudian dimanfaatkan untuk melaksanakan program pembangunan wisata berbasis masyarakat.



Secara perlahan, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pujonkidul terus mengalami peningkatan. Pada tahun dimulainya program ini di tahun 2014, tercatat ada 619 wisatawan yang berkunjung dengan omzet sekitar Rp. 34,5 juta. Di tahun 2015 angka ini meroket berkali-kali lipat, menjadi 1.783 wisatawan dengan omzet lebih dari Rp. 276 juta. Ternyata fenomena ini belum berhenti, jumlah wisatawan yang datang terus meroket di tahun berikutnya menjadi 26.311 wisatawan dengan omzet lebih dari Rp. 679 juta. Dan puncaknya ada di tahun 2017, jumlah wisatawan yang datang jumlahnya hampir sepuluh kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya. Tercatat ada 241.525 wisatawan yang datang dengan omzet lebih dari Rp. 5,3 milyar.

Kedatangan wisatawan yang begitu banyak ke Pujonkidul membuka

lapangan kerja untuk warga desa. Pengelola Desa Wisata mampu menghidupi warga setempat, ditambah lagi dengan adanya 35 homestay, 32 warung makan serta usaha lainnya. Tercatat ada 12% warga Pujonkidul yang bekerja di sektor pariwisata. Tentu saja keberhasilan Pujonkidul ini mampu menekan angka urbanisasi di angka hanya 1,5% saja.

Butuh waktu enam tahun penuh dengan komitmen, kesungguhan dan tentu kerja keras yang akhirnya mengantarkan Pujonkidul sebagai destinasi wisata favorit seperti sekarang ini. Dampaknya pun sangat luar biasa. Kesejahteraan warga Desa Pujonkidul meningkat, tumbuh UKM-UKM di sekitar lokasi atraksi wisata, meningkatnya PAD dalam rangka percepatan pembangunan desa yang dapat mengurangi masalah sosial di kalangan pemuda serta membuka lapangan kerja baru di kalangan pemuda dan sebagainya.”



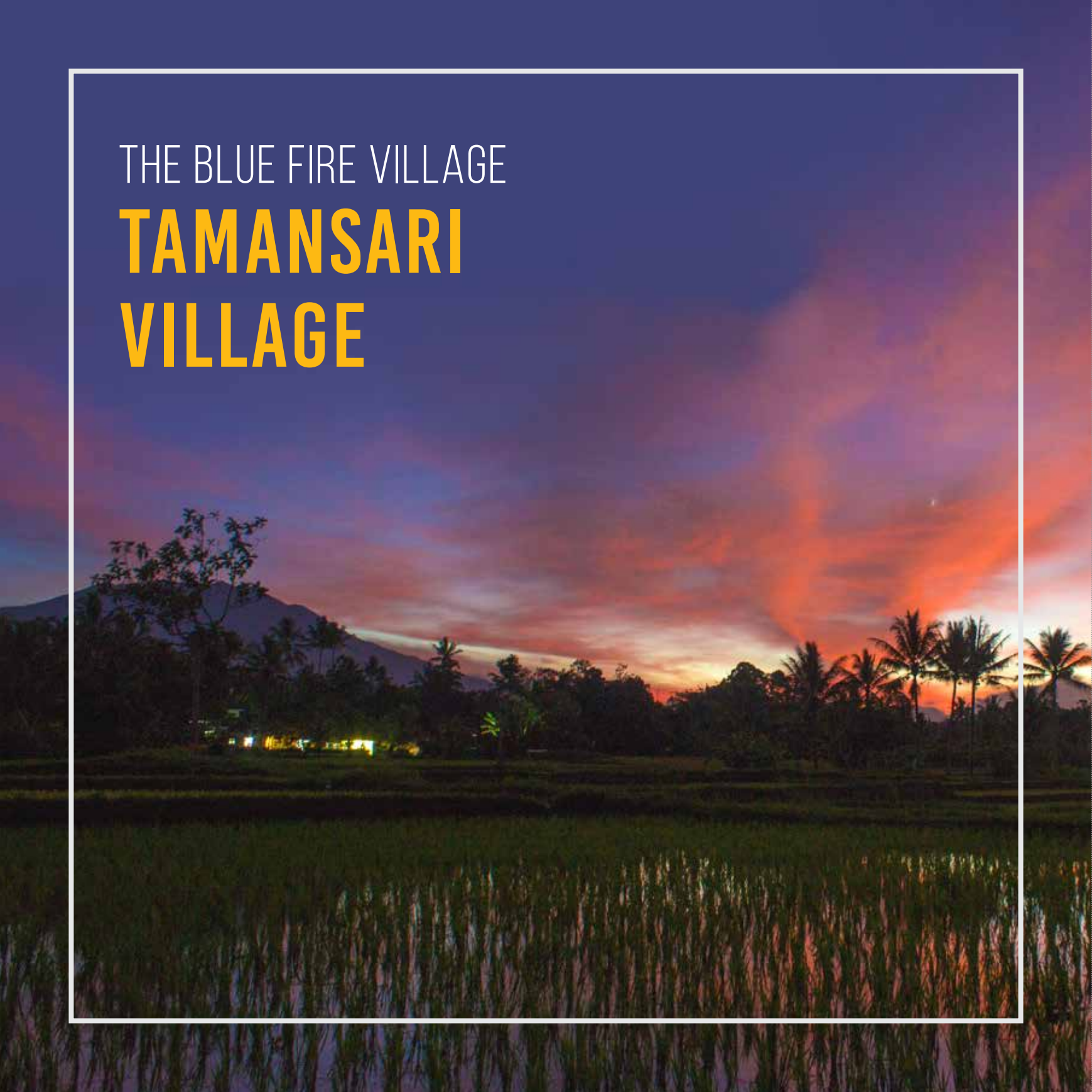
**ATRAKSI PUJONKIDUL**

- Belajar Peternakan Tradisional
- Memanen Buah
- Bertani
- Belajar Tari Kuda Lumping
- Kafe Sawah

**PAKET YANG DITAWARKAN**

- Paket 2 Hari 1 Malam
- Paket 3 Hari 2 Malam
- Paket Satu Hari Penuh

THE BLUE FIRE VILLAGE  
**TAMANSARI  
VILLAGE**





**K**awah Ijen di Banyuwangi adalah salah satu destinasi wisata yang ramai dikunjungi wisatawan dari seluruh dunia. Tak peduli akhir pekan atau pun hari biasa, Kawah Ijen selalu ramai. Danau yang berwarna biru terlihat kontras dengan warna kuning tambang belerang, membuat kawasan Kawah Ijen terlihat mempesona di pagi hari. Ditambah dengan bersliwerannya penambang belerang, membuat pemandangan Kawah Ijen sangat cantik dan membuat decak kagum para wisatawan dari seluruh dunia. Kecantikan Kawah Ijen ini bahkan menjadi salah satu ikon wisata Indonesia di dunia internasional.

Tingginya tingkat kunjungan wisatawan ke Kawah Ijen ini ternyata tidak dapat dimanfaatkan oleh warga desa Tamansari untuk meningkatkan taraf ekonominya. Padahal desa Tamansari merupakan desa yang selalu dilewati oleh para wisatawan yang hilir mudik di sekitar mereka. Melihat hal ini, Rizal Sahputra sebagai Kepala Desa Tamansari, sangat ingin memaksimalkan potensi wisata yang ada di desanya. Lelaki kelahiran 1984 ini kemudian berpikir keras, bagaimana caranya wisatawan yang ke Kawah Ijen tidak hanya numpang lewat, tapi juga bisa tinggal dan berkontribusi di desa Tamansari.

Sebenarnya desa Tamansari sendiri mempunyai beberapa potensi pariwisata selain Kawah Ijen yang sudah terkenal. Salah satunya adalah Sendang Seruni, sebuah wisata kolam air yang bersumber dari mata air pegunungan dan beberapa potensi lainnya.

Menyadari potensi wisata yang luar biasa ini, Rizal sebagai Kepala Desa Tamansari kemudian segera bergerak. Hal pertama yang dilakukan adalah membangun kebersamaan seluruh elemen pemerintahan desa untuk memaksimalkan kinerja sesuai dengan bagiannya masing-masing. Setelah itu, seluruh jajaran membangun kepercayaan masyarakat sekaligus meningkatkan partisipasi warga untuk ikut serta membangun desa. Setelah itu dilakukan mapping semua potensi dan permasalahan yang ada. SDM kemudian ditingkatkan kualitasnya, diawali dari kader penggerak desa terlebih dahulu dan kemudian mereka menularkan ke warga lainnya, sehingga kualitas SDM pun meningkat secara keseluruhan. Mendirikan Badan Usaha Milik Desa dan membuat regulasi sebagai sandaran hukum serta memaksimalkan infrastruktur, mulai dari internet, akses jalan hingga air bersih.



Mengembangkan sebuah desa wisata seperti Tamansari ini bukanlah suatu pekerjaan mudah. Dibutuhkan kesabaran dan keuletan yang ekstra untuk menyelesaikan kendala yang menghadang. Salah satu kendala adalah minimnya kepercayaan masyarakat terhadap pemerintahan Desa Tamansari. Untuk mengatasi hal itu, pemerintah desa kemudian melibatkan peran masyarakat secara aktif dalam pengembangan desa wisata ini, mulai dari awal perencanaan hingga pelaksanaannya. Kendala yang lain adalah pola pikir masyarakat yang ragu akan keberhasilan program ini. Kendala ini kemudian teratasi dengan keberhasilan secara ekonomi dari beberapa warga yang menjadi Agen Tauladan sehingga warga yang lain pun terinspirasi mengikuti jejak. Dan akhirnya tingkat partisipasi masyarakat pun meningkat tajam.

Desa Tamansari menyediakan homestay untuk wisatawan beristirahat sebelum memulai pendakian ke Kawah Ijen sebelum pagi hari. Homestay tersebut tidak terlalu jauh dari Kawah Ijen, hanya butuh waktu 30 menit

untuk mendaki. Wisatawan kini juga bisa menggunakan jasa transportasi mobil offroad untuk mengantarkannya ke Kawah Ijen dengan harga yang bersaing dan pelayanan yang ramah. Karena medan cukup sulit, hanya mobil offroad dengan supir yang terampil saja yang bisa mencapai Kawah Ijen.

Tak hanya itu, Pemerintah Desa Tamansari juga memberikan pelatihan kepada para penambang belerang yang mayoritas orang Tamansari ini. Selain bekerja sebagai penambang, mereka mendapatkan pendapatan tambahan dengan menjadi pemandu wisata. Mereka dibekali kemampuan Bahasa Inggris dan mampu menjelaskan keindahan desanya dengan fasih.

Selain Kawah Ijen, Desa Tamansari mempunyai destinasi lain yang serius digarap oleh pemerintah dan masyarakat desa Tamansari. Mulai dari Sendang Seruni, Wisata Hutan Pinus, Kampung Bunga dan Kampung Penambang. Sensasi unik akan dirasakan wisatawan ketika tinggal di homestay milik para penambang di Kampung Penambang. Di sinilah wisatawan bisa mengamati secara dekat bagaimana rasanya



tinggal bersama keluarga penambang belerang. Homestay semacam ini sangat digemari oleh wisatawan mancanegara.

Tamansari juga menggarap wisata edukasi, mulai dari peternakan sapi perah, kebun kopi, peternakan lebah madu dan sebagainya. Potensi wisata budaya pun tak kalah menarik. Adu balap kambing adalah salah satu event tahunan yang di tunggu. Kesenian Pencak Silat Tamansari terjaga keasliannya hingga beberapa generasi, dan juga beberapa kesenian lainnya.

Kerja keras Rizal bersama warga Tamansari untuk mengangkat semua potensi wisata ini ternyata sukses mendatangkan banyak wisatawan. Pada tahun 2015 tercatat ada 12.700 wisatawan yang berkunjung. Jumlah ini naik drastis hingga lebih dari sepuluh kali lipat di tahun 2015, menjadi 172.328 wisatawan yang berkunjung, dan ada 162.032 wisatawan berkunjung di tahun 2017.

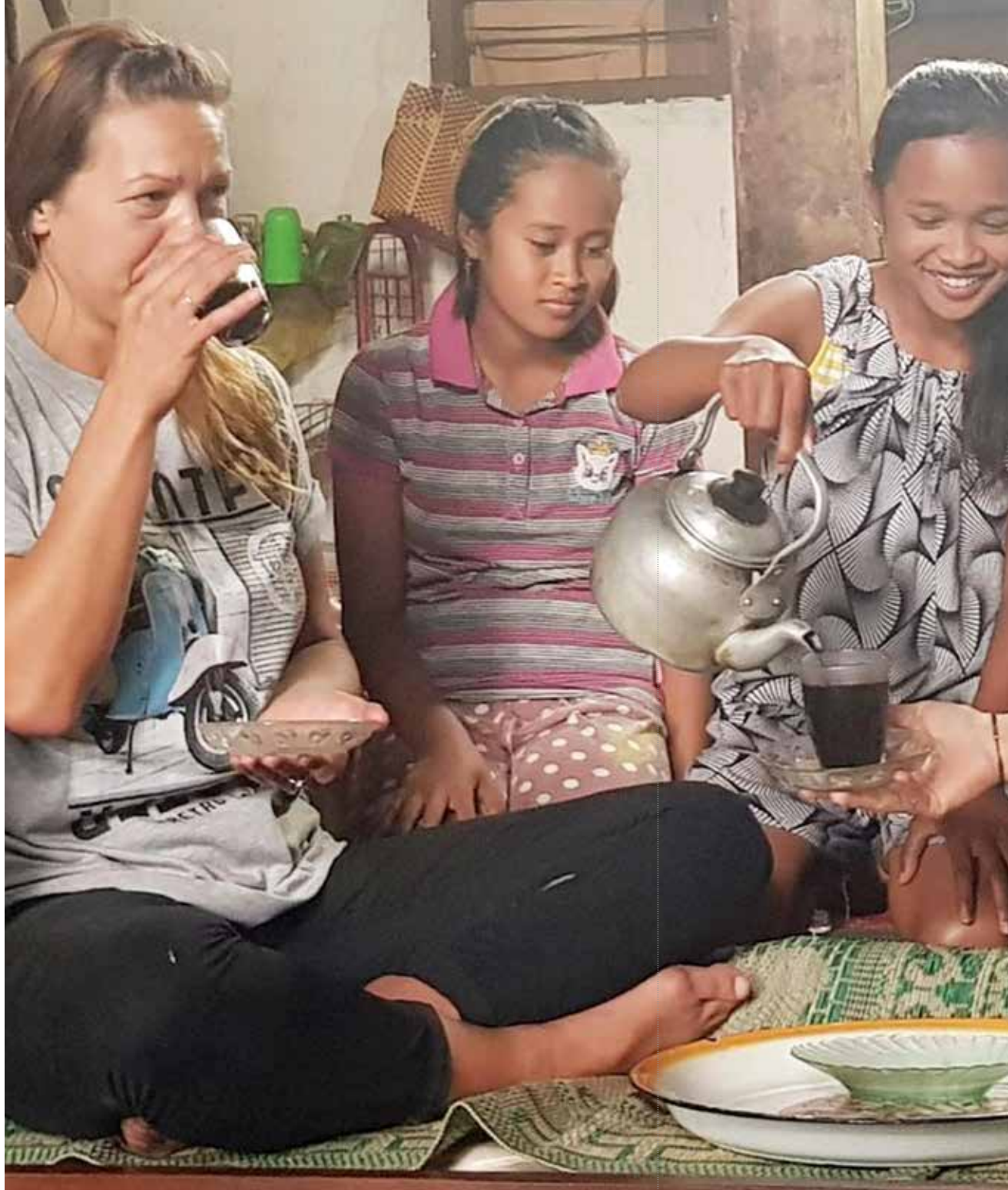
Pendapatan pengelola desa wisata pun juga tercatat selalu naik setiap tahunnya. Pada tahun 2015 pengelola menghasilkan pendapatan lebih dari Rp 38 juta, dan di tahun

## PEDOMAN DESA WISATA

berikutnya meningkat sangat signifikan. Di tahun 2016 pengelola sudah menghasilkan pendapatan hingga lebih dari Rp. 661 juta, sekitar dua puluh kali lipat dibandingkan pendapatan tahun sebelumnya. Penurunan jumlah wisatawan sedikit menurun di tahun 2017 namun pendapatan pengelola tetap mengalami kenaikan menjadi lebih dari Rp. 686 juta.

Besarnya jumlah wisatawan dan pendapatan di sektor pariwisata ini tentu saja membuka lapangan kerja bagi warga Desa Tamansari. Tercatat ada 10% warga yang bekerja pada sektor ini. Dan dengan kesejahteraan yang bagus, angka urbanisasi di Tamansari pun bisa ditekan yaitu hanya di angka 5% dari jumlah penduduk.

Dengan kuatnya kerjasama antara Pemerintah Desa dengan warganya, kini Desa Tamansari meraih banyak penghargaan. Tak hanya itu, kini Badan Usaha Milik Desa sudah berkembang memiliki 8 unit usaha yang memperkerjakan 28 orang karyawan, 25 UMKM dan 53 homestay. Tentu saja ini mengangkat tingkat kesejahteraan warga Desa Tamansari secara keseluruhan.



### ATRAKSI TAMANSARI

- Mengunjungi perkebunan kopi
- Mengunjungi wilayah Tamansari
- Pertunjukan Tari Gandrung
- Mendaki Kawah Ijen

### PAKET YANG DITAWARKAN

#### 1. Paket Wisata Dewitari A

- 1 Hari 1 Malam di Desa Tamansari
- Mengunjungi area perkebunan
  - Makan slang di Desa Tamansari
  - Treking area pertanian
  - Makan malam di Desa Tamansari
  - ke kawah Ijen

#### 2. Paket Wisata Dewitari B

- 2 Hari 2 Malam di Desa Tamansari Hari kedua :
- Makan pagi khas Tamansari
  - Petualangan Tamansari
  - Makan malam di Desa Tamansari
  - Pertunjukan Barong dan lain-lain

#### 3. Paket Wisata Dewitari C

- 3 Hari 3 Malam di Desa Tamansari Paket A hari kedua Hari ketiga :
- Atraksi pembuatan gula aren
  - Melihat proses perah susu sapi
  - Makan malam khas di Desa Tamansari
  - Pertunjukan Seni

THE SOUL OF OSING  
**KEMIREN  
 VILLAGE**

**K**erajaan Blambangan yang merupakan cikal bakal Kota Banyuwangi, kini telah hilang akibat adanya genosida atau pembantaian etnis di masa silam menyebabkan kita cukup sulit untuk menggali sejarah Banyuwangi. Desa Kemiren menjadi bukti sejarah yang masih lengkap tentang adat, budaya dan tradisi suku asli Banyuwangi, yaitu Osing. Di desa Kemiren inilah kita masih dapat menemui adat, budaya, dan tradisi suku Osing asli dalam keseharian mereka. Keaslian dan keunikannya yang membuat Desa Kemiren menjadi destinasi wisata terkemuka.

Tahun 1995, Desa Kemiren dinobatkan sebagai Desa Wisata Adat Osing. Desa Kemiren ini terpilih karena keunikan adat, tradisi dan budaya suku Osing yang masih terus dilestarikan turun temurun dari generasi ke generasi. Salah satunya adalah Rumah Adat Osing Banyuwangi.

Walaupun mempunyai keunikan yang memiliki nilai jual, mengembangkan pariwisata Desa Kemiren di tengah derasnya arus modernisasi ini bukanlah tanpa kendala. Sejak tahun 2000-an, rumah adat Osing mulai menghilang tergerus dengan kemajuan jaman. Sedikit demi sedikit masyarakat Kemiren mulai merenovasi dan mengganti rumahnya menjadi rumah modern yang bertembok. Tentu saja hal ini





membuat Desa Kemiren kehilangan ciri khas Desa Kemiren sebagai Desa Adat Osing yang seharusnya dapat memegang erat bentuk asli bangunan khas suku Osing Banyuwangi, karena inilah yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan.

Pada tahun 2015 Pemerintah Desa Kemiren memberikan bantuan pembangunan rumah adat Osing bagi masyarakat Kemiren. Bantuan ini bertujuan untuk mendorong masyarakat Kemiren agar mau merenovasi rumahnya kembali ke bentuk aslinya. Makin lama makin banyak masyarakat yang merenovasi rumahnya mengembalikan ke bentuk rumah adat Osing sehingga mulai terasa kembali suasana adat Osing di Kemiren.

Tentu saja hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan sehingga jumlah wisatawan yang berkunjung dan menginap di Kemiren terus meningkat. Dengan naiknya jumlah wisatawan ini, masyarakat mulai merasakan manfaatnya secara langsung yaitu peningkatan pendapatan ekonomi dan pemahaman yang lebih baik akan pentingnya industri pariwisata di Kemiren.

Pada awal program desa wisata di tahun 2012, jumlah kunjungan di Kemiren tercatat 4.313 wisatawan dan ada sedikit kenaikan di tahun 2013 menjadi 4.349 wisatawan. Di tahun 2014 mengalami kenaikan yang cukup bagus, menjadi 5.195 wisatawan dan di tahun 2015 dikunjungi 5.356 wisatawan.

Walaupun gerakan mengembalikan rumah adat Osing sudah dimulai di tahun 2015, namun dampak kenaikan jumlah wisatawan yang berkunjung belum terlalu terasa di tahun 2016, tercatat



hanya ada sedikit kenaikan di tahun sebelumnya, menjadi 5.411 wisatawan yang datang berkunjung. Baru di tahun 2017 kenaikan jumlah wisatawan yang datang meroket dengan jumlah berlipat-lipat hingga hampir lima kali lipat, menjadi 24.507 wisatawan.

Omzet Pariwisata di Desa Kemiren pun juga mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2015, omzet pengelolaan tercatat Rp. 72 juta dan mampu untuk menyumbangkan kas desa serta BUM Desa sebanyak Rp. 6 juta. Tahun berikutnya pada 2016, omzet pengelolaan naik menjadi Rp. 78 juta dan mampu menyumbang kas desa/BUM Desa sebesar Rp. 7,5 juta. Dan pada tahun 2017 lalu, omzet pengelolaan meraup Rp. 84 juta dan menyumbang kas desa/BUM Desa sebesar Rp. 9 juta.

Pariwisata di Desa Kemiren ternyata mampu menyediakan lapangan kerja bagi warga desa Kemiren. Sejak dimulai pada tahun 2012 kini tercatat ada 20% dari warga Kemiren yang bekerja di sektor pariwisata dengan jumlah total penduduk sebanyak 2.569 jiwa.

Tak hanya rumah adat, Desa Kemiren juga memiliki beberapa atraksi budaya yang diminati oleh wisatawan. Tarian Barong Osing Kemiren adalah salah satu favorit wisatawan dan telah diakui UNESCO sebagai Warisan Dunia karena umurnya telah melewati enam generasi. Tarian ini hingga saat ini masih diyakini masyarakat Osing sebagai tarian pelindung desa. Atraksi budaya lain yang menarik seperti Tari Gandrung, Kesenian Angklung Paglak, kuliner khas Osing, musik lesung dan kegiatan ngopi khas Osing.

Kebiasaan minum kopi khas Osing juga menjadi salah satu favorit wisatawan yang berkunjung dan mampu mendongkrak pariwisata di Desa Kemiren. Sebenarnya



tanaman kopi dari jenis robusta tidak tumbuh di Desa Kemiren, melainkan tumbuh di daerah yang lebih tinggi di kaki Gunung Ijen. Daya tariknya bukan di cita rasa biji kopi, tapi dari bentuk penyajiannya dan proses penyangraian biji kopi tersebut. Masyarakat Osing di Desa Kemiren memang memiliki kebudayaan menyuguhkan kopi untuk para tamu yang berkunjung ke rumah mereka dengan menggunakan cangkir antik warisan keluarga, dan ini menjadi sebuah keunikan tersendiri. Minum kopi memang menjadi minuman wajib sehari-hari yang bisa mengakrabkan dengan seseorang, pepatah aslinya, "sak corotan dadi seduluran" yang artinya satu seduhan kita bersaudara".

Berkembangnya pariwisata berdampak positif terhadap kehidupan masyarakat Desa Kemiren sehari-hari, terutama pendapatan ekonomi. Jika dulu kesenian hanya ditampilkan pada acara-acara adat seperti pernikahan atau khitanan, maka saat ini kesenian disajikan untuk para wisatawan dan dapat mensejahterakan kehidupan para seniman yang ada di Desa Kemiren. Pengangguran berkurang drastis sekaligus tumbuh kesadaran secara kolektif untuk melestarikan budaya suku Osing yang sempat hilang terhempas modernisasi.

Desa Wisata Kemiren kini sudah memiliki akomodasi 55 homestay, penginapan dan hotel serta restoran-restoran yang menyajikan masakan khas suku Osing



#### ATRAKSI KEMIREN

- Tari Tradisional
- Maestro Gandrung Banyuwangi
- Barong Osing Tertua
- Adat Tradisi Budaya Osing
- Batik Osing Banyuwangi
- Kesenian Suku Osing Banyuwangi
- Jajanan Khas Osing Banyuwangi
- Kopi Kemiren

#### PAKET YANG DITAWARKAN

- Paket Kemangi
- Paket Genjah Arum
- Paket Rumah Budaya Osing
- Paket Barong Sapu Jagad
- Paket Edukasi Sawah
- Paket 1 hari 1 malam
- Paket 2 hari 1 malam

SENDANG BIRU,  
MENYATUKAN  
ALAM DAN JIWA

DESA WISATA BAHARI  
SENDANG BIRU  
TAMBAK REJO-MALANG

## KEGIATAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DAN DAMPAK EKONOMI EKOWISATA CMC TIGA WARNA

Ekowisata Clungup Mangrove Conservation Tiga Warna (CMC Tiga Warna) merupakan salah satu daya tarik yang berada di Dusun Sendang Biru, Desa Tambakrejo, Kecamatan Sumbermanjing Wetan, Kabupaten Malang. Dirintis pada tahun 2014 oleh masyarakat lokal yang tergabung dalam Yayasan Bhakti Alam Sendang Biru. Kawasan pengelolaan mencapai luasan 197 Ha yang terdiri dari ekosistem khas pesisir meliputi hutan mangrove, hutan pantai, padang lamun, dan terumbu karang. Di Ekowisata CMC Tiga Warna terdapat 6 pantai yakni Pantai Clungup, Pantai Gatra, Pantai Sapana, Pantai Mini, Pantai Batu Pecah, Pantai Tiga Warna, dan 1 unit Rumah Apung CMC yang digunakan untuk spot mancing VIP.

Bermula dari kehancuran ekosistem pesisir akibat penebangan liar serta penangkapan ikan dengan menggunakan bahan peledak dan potasium di era reformasi 1998, pada 2005 gerakan simpatisan local mulai melakukan pemulihan ekosistem pesisir di sekitar Pantai Clungup. Proses pemulihan tersebut tidak bias serta merta melakukan rehabilitasi, karena kawasan hutan yang sudah ditebang langsung diduduki warga secara masif dan menjadi lahan pertanian

Beberapa aktivitas yang dilaksanakan di area mangrove CMC - Kondang Buntung. [Atas, kiri]: Aktivitas monitoring mangrove di Kondang Buntung menggunakan kano. [Atas, kanan]: Schooling dari ikan GT Carangiidae di area fish apartment depan kawasan CMC, Selat Sempu. [Tengah]: aktivitas penurunan fish shelter oleh POKMASWAS di dalam area mangrove Kondang Buntung, CMC. [Bawah]: Kegiatan monitoring dan pengambilan data mangrove dan terumbu karang, antara UPT PPP Pondok dadap dengan Riset Grup Corect FPIK Universitas Brawijaya.



yang tidak ramah lingkungan, serta terkonversi menjadi lahan tambak. Sehingga untuk rehabilitasi, gerakan simpatisan local harus membebaskan lahan dulu dengan system ganti garapan. Hal ini dilakukan agar lahan dapat dibebaskan dan direhabilitasi menjadi hutan mangrove maupun hutan primer rintisan. Demikian juga halnya dengan terumbu karang, kerusakan terumbu karang akibat bahan peledak dan radiasi potassium juga cukup menyulitkan proses rehabilitasi. Setelah pemulihan ekologi dilakukan, Yayasan menginisiasi untuk membuka Ekowisata Clungup Mangrove Conservation Tiga Warna untuk

peningkatan taraf hidup masyarakat lokal. Pada tahun 2016, melalui dukungan Kementerian Kelautan dan Perikanan dengan sarana dan prasarana rumah apung, keramba apung, perahu, kompresor dan beberapa sarana lainnya semakin memperkuat pengelolaan ekowisata Clungup Mangrove Conservation, yang diharapkan juga sebagai eduwisata untuk lebih mengenalkan pentingnya dan perlunya kepedulian terhadap ekosistem kepada para pengunjung. Harapannya kawasan ini menjadi salah satu cikal bakal untuk mewujudkan desa wisata bahari ( Dewi Bahari ) yang mandiri. Jumlah masyarakat yang terlibat

langsung sampai saat ini mencapai 109 orang dan masyarakat terdampak secara tidak langsung lebih dari 1.000 KK. Sebagian besar masyarakat dulunya berprofesi sebagai perambah hutan, nelayan yang menangkap ikan dengan cara yang tidak ramah lingkungan, bahkan pencuri kayu. Pendekatan dan sosialisasi gencar dilakukan sehingga saat ini terjadi perubahan perilaku yang positif. Saat ini mereka dilibatkan sebagai pemandu wisata tersertifikasi BNSP, penjaga pantai, dan lain-lain dalam kegiatan ekowisata. Prinsip pengelolaannya berorientasi pada Ekologi, Sosial, dan Ekonomi.

didampingi oleh pemandu lokal, wisatawan keluar melalui pos cek list barang bawaan keluar, nah pada pos ini petugas melakukan pengecekan barang sesuai daftar, jika barang bawaan yang dibawa keluar sama dengan daftar maka aman: wisatawan pulang dengan sampah tetap ditinggal pada petugas. Tapi jika barang bawaan wisatawan tidak sesuai maka dikenakan sanksi sosial yakni dipersilahkan untuk mencari sampah yang tertinggal atau mencari sampah anorganik pengganti yang biasanya terbawa gelombang air laut. Jika wisatawan tidak bersedia melakukan sanksi sosial, maka akan diberlakukan sanksi ekonomi yakni denda Rp. 100.000,00 /per item sampah yang hilang dari daftar checklist.

Sejak 6 tahun ini, 90 % wisatawan taat pada system ini dan pengelola tidak menerima keuntungan dari sanksi ekonomi, melainkan masih memberlakukan sanksisosial pada 10% pelanggar. Sehingga tercapai tujuan bersama untuk menjaga kebersihan kawasan terutama dari sampah anorganik yang sangat sulit terurai serta mendaratnya edukasi kepada pengunjung "sampahku, tanggungjawabku."

1. Sistem checklist barang bawaan  
Semua pengunjung CMC Tiga Warna diwajibkan melakukan cek barang bawaan yang berpotensi menjadi sampah ketika masuk dan keluar. Program ini diberlakukan sejak pertama kawasan ini dibuka untuk ekowisata yakni tahun 2014. Dengan tujuan 'saling jaga' dengan pesan 'sampahku, tanggungjawabku', intinya mengurangi beban bumi dari ancaman sampah anorganik. Banyak wisatawan yang mengapresiasi program 'gila' ini, bahkan media cetak dan elektronik telah menjadikan program ini sebagai magnet kebaikan bersama. Teknisnya: wisatawan masuk sesuai pendaftaran online yang sudah dilakukan (pribadi/kelompok), pada pos 2 pengecekan masuk dilakukan, wisatawan masuk ke kawasan konservasi dan ekowisata

2. Kawasan destinasi Ekowisata CMC TIGA WARNA  
Pengunjung dapat menjelajah kawasan CMC



Peta Destinasi Ekowisata CMC Tiga Warna

Tiga Warna dengan 3 pilihan alur perjalanan sebagai berikut.

- a. Jalur jalan kaki full trek: menggunakan jalur jalan kaki melewati 6 pantai sekaligus (+/-2,5 km): Pantai Clungup, Pantai Gatra, Pantai Sapana, Pantai Mini, Pantai Batu Pecah, Pantai Tiga Warna, wajib didampingi pemandulokal (1 pemandu mendampingi maks. 10 orang)
- b. Jalur jalan kaki pintas: menggunakan jalur jalan kaki melewati 3 pantai (+/- 2 km): Pantai Clungup, Pantai Gatra, Pantai Tiga Warna, wajib didampingi pemandu lokal (1 pemandu mendampingi maks. 10 orang)
- c. Jalur VIP Perahu: menggunakan perahu dengan kapasitas maks. 8 orang dari pelabuhan Pondok Dadap sampai dermaga belakang Pantai TigaWarna (+/- 15 menit): hanya mengunjungi Pantai Tiga Warna, wajib didampingi pemandu lokal (1 pemandu mendampingi maks. 10 orang).

### 3. Agenda khusus Destinasi Ekowisata CMC Tiga Warna

Dengan prinsip membangun kualitas alam (Ekologi), membangun kualitas sosial (SDM), dan membangun tingkat perekonomian warga lokal, diberlakukan program kegiatan prioritas

yang selama 5 tahun ini dilaksanakan, sebagai berikut.

- Program tutup kunjungan ekowisata mingguan yakni setiap Hari Kamis, guna perawatan kawasan dan penyediaan waktu lain kepada crew atau petugas untuk melakukan kegiatan non pariwisata dan di luar program konservasi, misal bertani, berkumpul dengan keluarga, dan agenda pribadi lainnya.
- Program tutup kunjungan ekowisata tahunan yakni 2x setahun yakni Idul Fitri 14 hari dan Libur Natal Tahun Baru 14 hari, guna keseimbangan nilai konservasi dan pembangunan nilai sosial melalui upaya toleransi antar umat beragama. Hal ini diterapkan sejak tahun 2015 dengan landasan: ketika high session kunjungan cenderung sangat banyak, keuntungan ekonomi yang didapat tidak sepadan dengan kerugian ekologi dan pengorbanan social masyarakat (meninggalkan keluarga saat hari raya). Dengan system ini, Destinasi Ekowisata CMC Tiga Warna justru menjadi destinasi pariwisata yang unik dan berkualitas, semakin dicari para wisatawan menengah keatas yang paham akan perlindungan ekologi dan nilai-nilai

sosial. Saat ditutup, kawasan tetap dijaga misalnya pada perayaan hari raya Idul Fitri, yang merakayan adalah saudara muslim, sedangkan penjagaan dilakukan oleh petugas non muslim. Hal ini berlaku bergantian ketika Libur Natal dan Tahun baru. Sebagai hasil dari program ini, secara internal kami semakin dikuatkan untuk menjaga tali persaudaraan dalam berkarya melalui mata pencaharian alternatif pariwisata

- Grebek Ngupadi Tirta Wening setiap 21 September. Upacara tradisional dalam rangka memperingati Ambal Warsa atau ulang tahun gerakan konservasi pesisir

CMC Tiga Warna. Pada kesempatan ini kami memupuk kembali semangat bersama dalam berkarya dan kembali memantapkan hati untuk mengarahkan diri pada kiblat visi melalui misi sehingga hasilnya layak sebagai warisan terbaik untuk generasi selanjutnya

- Kegiatan studi banding dan peliputan media cetak dan elektronik. Sebagai destinasi ekowisata rujukan nasional dan internasional kesempatan berbagi ini sering kami terima. Melalui kesempatan ini kami berbagi cerita dan pengalaman untuk menumbuhkan semangat berkarya yang sama di lain tempat, sehingga tumbuh semangat perlindungan untuk NKRI



## PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

- Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa
- Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025
- Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2015 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun 2014
- Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 44 tahun 2016 tentang Kewenangan Desa
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 96 Tahun 2017 tentang Tata Cara Kerjasama Desa di Bidang Pemerintahan Desa
- Peraturan Menteri Desa PDTT Nomor 13 Tahun 2020 Tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2021
- Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan No.93 Tahun 2020, tentang Pengembangan Desa Wisata Bahari

## KONTRIBUTOR

### Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia

Gedung Sapta Pesona  
Jalan Medan Merdeka Barat No. 17  
Jakarta Pusat 10110  
Telp : (021) 3838899

### Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia

Jl. Abdul Muis No. 7 Jakarta Pusat  
DKI Jakarta 10110  
Telepon : (021)-3500 334

### I Nengah Moneng

Lingkungan Penglipuran  
Kelurahan Kubu, Kecamatan Bangli  
Kabupaten Bangli, Bali  
+6282144557667

### Mursidi

Desa Wisata Gunung Api Purba Nglanggeran  
Nglenggeran, Patuk, Kabupaten Gunungkidul,  
Daerah Istimewa Yocakarta  
+6287838747151

### Alif Faozi

Desa Wisata Dieng Kulon  
Kecamatan Batur, Kabupaten Banjarnegara,  
Jawa Tengah  
+62885227206009

### Dawud Subroto

Jl, Parangtritis Km 8,5 Tembi, Desa Timbulharjo,  
Kecamatan Sewon, Kabupaten Bantul,  
Daerah Istimewa Yocakarta  
+6281392133205

### Doto Yogantoro

Desa Pentingsari, Umbulharjo, Cangkringan,  
Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta  
+6285868663456

### I Wayan Murtiyasa

Desa Blimbingsari, Melaya,  
Kabupaten Jembrana, Bali  
+6281547240571

### Nuryazid

Jl. Borobudur Ngadiharjo KM 4,5 Kurahan,  
Karangrejo, Borobudur, Magelang, Jawa Tengah  
+628128281901

### Udi Hartoko

Jalan Trunojoyo 99, Desa Wisata Pujonkidul,  
Kecamatan Pujon Kabupaten Malang, Jawa Timur  
+6281232581056

### Rizal Sahputra

Jl. Raya Ijen, Desa Tamansari, Kec, Licin,  
Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur  
+6282144968089

### Suhaimi

Jalan Perkebunan Kelibendo No. 238, Kemiren,  
Glagah, Banyuwangi  
+6285749111502

### Sendang Biru, Menyatukan Alam Dan Jiwa

Telepon/ whatsapp : +6281333777659  
Instagram : @cmtigawarna  
email : bhaktialamsb@gmail.com  
Facebook : Bhakti Alam Sendang Biru  
Youtube Chanel : RumahApung CMC

## DAFTAR ISTILAH

Dalam Pedoman Desa Wisata ini yang dimaksud dengan:

1. Desa adalah desa dan desa adat atau disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut Desa, adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus Urusan Pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.
2. Wisata, adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu tertentu.
3. Wisatawan, adalah orang yang melakukan wisata.
4. Kepariwisata, adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multi dimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

5. Pariwisata, adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berba fasilitas serta pelayanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.
6. Daya Tarik Wisata, adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
7. Fasilitas Pariwisata adalah semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke Destinasi Pariwisata.
8. Daerah Tujuan Wisata atau Destinasi Wisata, adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta kehidupan masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.
9. Usaha Pariwisata, adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
10. Pengusaha pariwisata, adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
11. Wisata Pedesaan, adalah bentuk aktivitas dimana wisatawan mengamati dan menikmati daya tarik wisata pedesaan.
12. Desa Wisata adalah suatu wilayah dengan luasan tertentu dan memiliki potensi keunikan daya tarik wisata yang khas dengan komunitas masyarakatnya yang mampu menciptakan perpaduan berbagai daya tarik wisata dan fasilitas pendukungnya untuk menarik kunjungan wisatawan.
13. Pemberdayaan Masyarakat, adalah upaya untuk meningkatkan kesadaran kapasitas, akses, dan peran masyarakat, baik secara individu maupun kelompok, dalam memajukan kualitas hidup, kemandirian dan kesejahteraan melalui kegiatan kepariwisataan.
14. Sumber Daya Manusia (SDM) Pariwisata, adalah tenaga kerja yang pekerjaannya terkait secara langsung dan tidak langsung dengan kegiatan kepariwisataan.

15. Pemerintah Pusat, selanjutnya disebut Pemerintah, adalah Presiden Republik Indonesia yang memegang kekuasaan pemerintahan negara Republik Indonesia yang dibantu oleh wakil presiden dan menteri sebagaimana dimaksud dalam Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
16. Pemerintah Daerah, adalah kepala daerah sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonomi.







Berbangsa





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS HASANUDDIN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Perintis Kemerdekaan Km. 10, Tamalanrea, Makassar 90245  
Telepon (0411) 583678 Laman: feb.unhas.ac.id Email: feb@unhas.ac.id

Nomor : 04163/UN4.4.8/PT.01.04/2024

21 Juni 2024

Lampiran:

Hal : Izin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada

Yth : **Kepala BAPPELITBANGDA**

**Provinsi Sulawesi Selatan**

Di-

**M a k a s s a r**

Dengan hormat, disampaikan bahwa dalam rangka penyelesaian tugas akhir penulisan Disertasi bagi mahasiswa dibawah ini :

Nama : **Andi Tenri Harahap**  
No. Induk Mahasiswa : **A033211009**  
Jenjang Pendidikan : **Doktor (S3)**  
Program Studi : **Manajemen**  
Judul : **Optimisasi Value Chain Sutera Sulawesi Selatan Menggunakan BMC**

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon kiranya berkenan memberikan izin untuk melakukan Penelitian dan pengambilan data sesuai dengan judul kajian yang bersangkutan.

Atas perhatian dan kerjasamanya, disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis



Dr. Mursalim Nohong, S.E., M.Si.  
NIP. 197106192000031001

Tembusan:

1. Dekan FEB Unhas "sebagai laporan"
2. Mahasiswa yang bersangkutan
3. Peringgal



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS HASANUDDIN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Perintis Kemerdekaan Km. 10, Tamalanrea, Makassar 90245  
Telepon (0411) 583678 Laman: feb.unhas.ac.id Email: feb@unhas.ac.id

Nomor : 04164/UN4.4.8/PT.01.04/2024

21 Juni 2024

Lampiran:

Hal : Izin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada

Yth : **Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan  
Provinsi Sulawesi Selatan**

Di-

**M a k a s s a r**

Dengan hormat, disampaikan bahwa dalam rangka penyelesaian tugas akhir penulisan Disertasi bagi mahasiswa dibawah ini :

Nama : **Andi Tenri Harahap**  
No. Induk Mahasiswa : **A033211009**  
Jenjang Pendidikan : **Doktor (S3)**  
Program Studi : **Manajemen**  
Judul : **Optimisasi Value Chain Sutera Sulawesi Selatan Menggunakan BMC**

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon kiranya berkenan memberikan izin untuk melakukan Penelitian dan pengambilan data sesuai dengan judul kajian yang bersangkutan.

Atas perhatian dan kerjasamanya, disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis



Dr. Mursalim Nohong, S.E., M.Si.  
NIP. 197106192000031001

Tembusan:

1. Dekan FEB Unhas "sebagai laporan"
2. Mahasiswa yang bersangkutan
3. Pertinggal



Scopus Sources Q2  
Cite Score: 2.0  
68<sup>th</sup> Percentile

Date: 30<sup>th</sup> Mar 2024  
Ref: Cude-481-2024

Asociación Cuadernos de Economía

Department of Economic Analysis: Economic Theory and Economic History (Module EX-204)  
Faculty of Economic and Business Sciences  
Autonomous University of Madrid  
C / Francisco Tomás y Valiente 5  
28049, Cantoblanco  
Madrid, Spain (Spain)

Subject: **ACCEPTANCE LETTER**

<sup>1</sup> Andi Tenri Harahap, <sup>2</sup> Abdul Rahman Kadir, <sup>3</sup>Mursalim Nohong, <sup>4</sup>Muhammad Sobarsyah

<sup>1,4</sup>Faculty of Economy and Business, Hasanuddin University, Makassar, Sulawesi Selatan 90245, Indonesia. Corresponding Author: [andi.t.harahap@gmail.com](mailto:andi.t.harahap@gmail.com)

I would like to confirm that your paper entitled “**Understanding the Contributions of Environmental Innovation and Financial Indices to Carbon Emissions Reduction in G7 Countries**”. Has been accepted for publication on **Cuadernos de Economía (Spanish Journal of Economics and Finance)**, ISSN 0210-0266, an international journal indexed by Econlit, DOAJ, EBSCO, Scopus, Scimago and WoS (ESCI).

Sincerely,



Editorial Team  
Cude.es



Issue Date: 2024-Mar-12

Reference Code: IJIRSS 00020241021

Title: **OPTIMIZATION OF SOUTH SULAWESI SILK CHAIN VALUE**

Authors:

**Andi Tenri Harahap,**

Faculty of Economics and Business, Hasanuddin University Makassar, Indonesia.

**Abdul Rahman Kadir,**

Professor, Dean Faculty of Economics and Business, Hasanuddin University, Makassar, Indonesia.

**Mursalim Nohong, Muhammad Sobarsyah,**

Associate Professor, Faculty of Economics and Business, Hasanuddin University, Makassar, Indonesia.

**Arifuddin,**

Professor, Faculty of Economics and Business, Hasanuddin University, Makassar, Indonesia.

Dear Authors,

On behalf of International Journal of Innovative Research and Scientific Studies (IJIRSS), I would like to acknowledge that your paper, as titled above, has been accepted in Vol. 7, No. 2 (2024).

IJIRSS is a multidisciplinary journal which is currently indexed in Scopus as Q2 and Scimago as Q3 and is also indexed in CiteFactor, WorldCat, DOI, RePEc, TOCs, DRJI, Academia and Google Scholar.

Thank you for submitting your precious research work to IJIRSS.

Kind Regards,

Editorial Team

International Journal of Innovative Research and Scientific Studies

E-ISSN: 2617-6548

<http://www.ijirss.com/>

# BIODATA



## IDENTITAS DIRI

Nama : **ANDI TENRI HARAHAP**  
Nama Lengkap : Andi Tenri Uraga Abyadil Fitriah Harahap  
Tempat, Tanggal Lahir : Kendari, 6 Maret 1991  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat Rumah : Jl. Hertasning E9 No. 20, Kec. Rappocini,  
Kota Makassar, Sulawesi Selatan  
Telepon : +62-8114116551  
Alamat Email : [andi.t.harahap@gmail.com](mailto:andi.t.harahap@gmail.com)  
Status Sipil : Menikah  
Nama Suami : Laqqi Fidel Jauhary, B.Des  
Nama Anak :  
1. Khalifah El Sharim  
2. Khaulah Ash Shamia

## RIWAYAT PENDIDIKAN

### Pendidikan Formal

Tamat SD : Tahun 2003 di SD Kuncup Pertiwi Kendari  
Tamat SMP : Tahun 2005 di SMP Neg. 1 Kendari  
Tamat SMA : Tahun 2008 di SMA Neg. 02 Makassar  
Tamat Sarjana : Tahun 2011 di University of East London  
Tamat Magister : Tahun 2017 di Binus Business School

Pendidikan Non-Formal : Certified Wealth Manager, CWMA  
Project Management Training for Executive, PPM  
Executive Development Program, PPM  
Sertifikasi Manajemen Risiko, BSMR  
International Trade Finance, ICC Singapore  
Management Development Program, Bank Sinarmas

## PEKERJAAN DAN RIWAYAT PEKERJAAN

2024 : Anggota Penasihat Investasi Pemerintah Daerah Kab.  
Luwu Timur  
2023 – Sekarang : Direktur PT. MGM Jaya  
2023 – Sekarang : Tim Koordinasi Divestasi Saham PT. Vale Indonesia,  
Tbk kepada Pemerintah Daerah Luwu Timur  
2021 – Sekarang : Direktur PT. MaeSa Citra Indonesia

- 2016 – 2018 : Head of Transformation Culture Management, PT. Bank Sinarmas, Tbk
- 2014 – 2016 : Project Coordinator, McKinsey Co - BSIM
- 2011 – 2014 : Financial Institution, Global Trade Service, and Treasury Business Unit Head, PT. Bank Sinarmas, Tbk

#### **KARYA ILMIAH/ARTIKEL YANG TELAH DIPUBLIKASIKAN**

1. The Effect of CSR, Intellectual Capital and GCG on Company Value with Financial Performance as a Moderating Variable in Food & Beverage Industry Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX).
2. Understanding the Contributions of Environmental Innovation and Financial Indices to Carbon Emissions Reduction in G7 Countries.

#### **MAKALAH PADA SEMINAR/ KONFRENSI ILMIAH NASIONAL & INTERNASIONAL**

1. Asset Sustainability as Determinant of State-Owned Enterprise Financial Sustainability.

Demikian Biodata ini dibuat dengan sebenar-benarnya

Makassar, Juni 2024

**ANDI TENRI HARAHAHAP**