

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Desa Wisata

Desa wisata merupakan daerah di kawasan pedesaan dengan potensi dan ciri khas tertentu yang menawarkan berbagai kreasi dari kegiatan pertanian untuk tujuan wisata. Masing-masing desa memiliki keunikan atau ciri khas yang berbeda berdasarkan topografinya, sehingga melalui potensi yang dimiliki dapat berkembang menjadi desa wisata (Sumiasih, 2018). Terbentuknya sebuah desa wisata pada dasarnya didukung oleh beberapa faktor. Faktor-faktor pendukung yang menjadi kriteria suatu desa dapat dikembangkan menjadi desa wisata antara lain (1) mempunyai potensi produk dan daya tarik, (2) memiliki dukungan dari segi sumber daya manusia (SDM), (3) memiliki motivasi kuat dari masyarakat, (4) adanya dukungan sarana dan prasarana yang memadai, (5) mempunyai fasilitas pendukung kegiatan wisata, (6) mempunyai kelembagaan yang mengatur kegiatan wisata, dan (7) ketersediaan lahan/area yang dimungkinkan untuk dikembangkan menjadi tujuan wisata (Utomo dan Satriawan, 2017). Perkembangan mengenai desa wisata dapat dilakukan melalui perumusan beberapa strategi. Strategi pengembangan desa wisata dapat ditinjau dari potensi dan permasalahan yang dimiliki. Pada desa wisata perlu adanya identifikasi terhadap potensi dan masalah yang ditinjau dari berbagai aspek mulai dari aspek fisik (lingkungan), ekonomi, dan sosial untuk perumusan strategi

pengembangan (Dewi *et al.*, 2019). Aspek desa wisata tersebut, penulis kelompokkan berdasar pada beberapa referensi tabel 1.

Tabel 1. Aspek Desa Wisata

Aspek Fisik	
1.	Memiliki persawahan atau perkebunan yang masih dominan
2.	Laju alih fungsi lahan sawah relatif terkontrol
3.	Memiliki sistem pengolahan sawah/kebun secara organik
4.	Masyarakat desa masih menjalankan ritual tradisi yg unik dan khas
5.	Terdapat permainan dan olahraga tradisional yang masih hidup
6.	Terdapat atraksi kesenian yang memungkinkan wisatawan untuk terlibat
7.	Terdapat lapangan olahraga atau alun-alun desa
8.	Terdapat peta desa yang secara akurat mendeskripsikan potensi lokal
9.	Memiliki pengaturan ruang desa tertulis (zonasi) yang telah tersosialisasikan kepada warga.
10.	Tersedianya cendras mata khas desa wisata tersebut
11.	Terdapat fasilitas keamanan seperti hansip (linmas)
12.	Fasilitas umum desa wisata terjaga dengan baik oleh masyarakat.
13.	Tersedia tempat untuk beribadah yang bersih dan nyaman
14.	Jalan menuju desa wisata baik dan aman
15.	Jalan penghubung ke wilayah luar dalam kondisi baik
16.	Terdapat rumah-rumah penduduk yang bisa dipakai sebagai <i>homestay</i>
17.	Terdapat bangunan balai yang bisa dimanfaatkan sebagai wahana desa wisata (kantor pengelola, tourism center, dll)
18.	Terdapat toilet dan kamar mandi yang cukup layak
19.	Terdapat lahan parkir yang cukup luas (minimal untuk 5 mobil)
20.	Terdapat jalan desa yang aman dan memadai
21.	Terdapat sistem pengelolaan sampah desa secara mandiri
22.	Terdapat peningkatan kualitas pelayanan untuk menjamin kepuasan dan loyalitas pengunjung
23.	Adanya regulasi kuat yang mengikat dari pemerintah terkait penyelenggaraan wisata
Aspek Lingkungan	
1.	Lingkungan fisik relatif masih alami
2.	Tersedianya air bersih dan limbah sampah terkelola dengan baik
3.	Terdapat warga masyarakat yang memanfaatkan badan air untuk kegiatan produktif ramah lingkungan, misalnya memelihara ikan air tawar.
4.	Badan air (sungai, telabah) terjaga dari polusi
5.	Keberadaan pekarangan hijau di daerah desa wisata masih dominan
6.	Resiko bencana alam rendah (longsor, banjir, tsunami).
7.	Lingkungan sekitar (area depan dan samping) tertata dengan asri, hijau, dan lapang.
8.	Suhu dan kelembaban udara yang nyaman

Aspek Sosial

1. Memiliki jenis partisipasi yang aktif, baik dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi
 2. Terdapat kelompok warga perempuan yang memiliki aktifitas kelompok yang berkelanjutan (PKK, arisan, kesenian)
 3. Terdapat sejumlah masyarakat yang menjadi pengerajin berbasis tradisi (ukiran, undagi, pande, pakaian, kuliner tradisional, dll)
 4. Terdapat kelompok masyarakat pengelola sampah/pemilah sampah yang telah berdiri minimal 6 bulan terakhir.
 5. Terdapat badan pengelola desa wisata yang bekerja efektif
 6. Sikap masyarakat yang ramah dan sopan-santun dalam menerima dan melayani kunjungan tamu
 7. Secara dominan warga memiliki pola pikir yang terbuka dan bersahabat dengan orang luar, khususnya wisatawan
 8. Masih ada sistem gotong-royong yang berlangsung secara berkelanjutan
 9. Terdapat kemudahan layanan sumber informasi dan keterbukaan terhadap tamu wisatawan.
 10. Melibatkan anggota masyarakat desa dalam pengelolaan desa wisata baik dalam hal diskusi perencanaan, tenaga kerja yang baik untuk pelaksanaan dan evaluasi.
 11. Pengurus desa wisata tidak memiliki kesibukan diluar kepengurusan desa wisata guna mengotimalkan pengembangan desa wisata.
 12. Pengurus desa wisata tidak memiliki peran ganda dalam memaksimalkan keberjalanan desa wisata
 13. Berhubungan dengan obyek wisata lain yang sudah dikenal
 14. Ada tokoh seniman tari yang masih aktif berkreaitivitas
 15. Terdapat warga yang terampil mengolah olahan kuliner lokal (chef lokal), minimal 4 orang
-

Aspek Ekonomi

1. Adanya peningkatan ekonomi masyarakat melalui profit dan aktivitas wisata (pendapatan masyarakat)
 2. Masyarakat memiliki mata pencaharian yang tetap terjaga
 3. Terdapat lebih banyak peluang kerja sehingga memperkecil pengangguran
 4. Terdapat sejumlah warga yang bergelut di sektor UMKM (pedagang, UKM)
 5. Terdapat penurunan tingkat kemiskinan masyarakat di desa wisata tersebut
 6. Terjadi peningkatan pendapatan daerah
 7. Terjadi peningkatan penerimaan pajak dan retribusi daerah
 8. Terjadi peningkatan pendapatan bagi masyarakat yang bekerja atau bermata pencaharian sebagai pedagang, pekerja jasa pariwisata dan sebagainya.
-

Sumber : Hermawan (2016); Priyanto & Safitri (2016); Andriyani (2017); Arida & Sukma, (2017) ; Nurhasanah *et al.*(2017); Andayani *et al.* (2018); Panjaitan & Siagian (2019); Saepudin *et al.*, (2019) ; Damanik & Iskandar (2019); Lianti (2019); Subawa & Sulistyawati (2020); Dwiningwarni *et al.* (2021); Goraph (2021); Lestari & Tripalupi (2021);); Putra & Ariana (2021); Sumbayak *et al.*, (2021); Mulyan & Isnaini (2022); Silalahi & Asy'ari (2022); Zuryani *et al.*, (2022) Sugiarto *et al* (2023); dan Wahyono *et al.*, (2023).

Desa wisata tidak hanya menawarkan rekreasi tetapi juga pengalaman edukatif kepada wisatawan. Edukasi menjadi salah satu bagian dari atraksi di desa wisata yang bertujuan untuk memberikan kepuasan sekaligus pengetahuan kepada wisatawan. Edukasi dalam wisata memiliki tujuan yaitu memberikan kepuasan maksimal beserta pengetahuan baru kepada wisatawan (Nugra & Fahmi, 2021). Edukasi wisata terdiri berbagai macam misalnya edukasi wisata pertanian dan edukasi wisata budaya.

2.1.1. Edukasi Wisata Pertanian

Pertanian sebagai sektor ekonomi yang berperan penting dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia. Pertanian adalah salah satu sektor vital dalam upaya pembangunan ekonomi, baik dalam skala nasional maupun local (Haris *et al.*, 2017). Edukasi pertanian merupakan upaya dalam memberikan pengetahuan, keterampilan dan pemahaman di bidang pertanian. Edukasi wisata pertanian harus mementingkan dari segi ilmu dan pengetahuan yang diberikan kepada pengunjung, yaitu mengedukasi dan memberi pemahaman mengenai bidang pertanian baik melalui pelatihan maupun penyampaian materi (Rohaman & Romadi, 2022). Edukasi wisata pertanian dapat menambah pengetahuan pengunjung mengenai pertanian. Wisata edukasi pertanian memiliki tujuan untuk mengedukasi para anak-anak dan generasi muda mengenai bidang pertanian termasuk pentingnya keberadaan sawah (Nugraha *et al.*, 2022).

Desa wisata yang menawarkan edukasi pertanian pada dasarnya memiliki kondisi yang sesuai untuk mendukung kegiatan pertanian. Kegiatan pertanian sangat

cocok untuk dikembangkan pada kondisi daerah dataran tinggi yang memiliki suhu dibawah 20 derajat Celcius (Kholil & Khairunnisa, 2018). Materi edukasi pertanian yang diberikan tidak hanya berfokus pada cara menanam padi saja, melainkan seluruh kegiatan pertanian secara luas seperti budidaya, pengolahan hasil budidaya, peternakan, perikanan dan lainnya guna memaksimalkan potensi pertanian di desa. Sistem edukasi pertanian sebaiknya melibatkan pembelajaran yang menyeluruh seperti cara budidaya tanaman hingga pemanfaatan sumberdaya alam yang menjadi potensi di daerah tersebut (Haryanto & Helmi, 2020).

Berdasarkan hal tersebut, maka edukasi pertanian yang ditawarkan oleh desa wisata harus mampu menarik minat pengunjungnya. Lingkungan pertanian dapat menjadi salah satu sumber belajar autentik, dimana siswa akan belajar mengenai kebun, peternakan, serta alur pemprosesan bahan makanan dari yang paling dasar sampai terciptanya produk olahan (Purnomo, 2022). Pentingnya edukasi dalam pertanian dan peternakan sebagai pengenalan dan mempersiapkan generasi muda untuk mengambil peran penting dalam masa depan pertanian yang berkelanjutan. Pengenalan edukasi pertanian sejak usia dini agar dapat menciptakan petani yang terampil di masa depan dan menghasilkan para ahli yang profesional dalam bidang pertanian (Yati, 2016).

2.1.2. Edukasi Wisata Budaya

Budaya merujuk pada gaya hidup suatu kelompok manusia, mencakup cara mereka melakukan berbagai aktivitas dan tindakan dalam kehidupan sehari-hari.

Kebudayaan merupakan salah satu bagian penting dalam kehidupan manusia yang diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui proses pembelajaran yang meliputi bahasa, agama, masakan, kebiasaan sosial, music, dan seni (Salim *et al.*, 2024). Edukasi budaya merujuk pada upaya atau kegiatan untuk mengajarkan, mempromosikan, dan melestarikan aspek-aspek kebudayaan suatu masyarakat. Hal ini melibatkan pengajaran nilai-nilai, tradisi, bahasa, seni, dan praktik budaya kepada generasi muda serta orang-orang secara umum. Edukasi budaya pada desa wisata berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat di desa tersebut. Aktivitas wisata yang dimaksud adalah kegiatan yang dirancang untuk memberikan pengalaman unik kepada wisatawan, memungkinkan mereka untuk merasakan keistimewaan dari destinasi yang mereka kunjungi, seperti pelatihan menari, pembuatan kerajinan, kelas bahasa dan kegiatan lainnya guna memperkenalkan wisatawan pada kebudayaan lokal serta karakteristik khas desa wisata (Kusmawardani & Rakhman, 2022).

Edukasi budaya pada desa wisata dapat dilaksanakan ditempatnya secara langsung dan dilatih oleh orang yang di bidang tersebut. Edukasi budaya dapat dilakukan pada sanggar-sanggar di desa wisata dengan pelatih sanggar secara rutin, pembuatan pusat pelatihan pengerajin pada kelompok pengrajin dan pengedukasian pentingnya pelestarian budaya di masyarakat (anak-anak dan orang muda) (Senjawati *et al.*, 2019). Pelatihan pembuatan kerajinan pada desa wisata menjadi salah satu edukasi dalam upaya pelestarian budaya. Hal ini karena desa wisata selalu mengenalkan ciri khas budaya lokal termasuk melalui kerajinannya. Hasil kerajinan

batik, keris, gamelan dan wayangkulit (termasuk patung karakter) merupakan potensi budaya lokal yang berpeluang untuk dijadikan sebagai sumber pembelajaran (Azizah & Premono, 2021). Pelatihan pembuatan kerajinan akan berdampak pada pelestarian lingkungan. Edukasi dalam upaya pelestarian di perlukan interaksi dengan lingkungan, hal ini dapat menumbuhkan perubahan sikap dan meningkatkan motivasi untuk menjaga pelestarian lingkungan (Darmawan, 2016).

2.2. Syarat Pengembangan Desa Wisata

Terbentuknya sebuah desa wisata didukung oleh beberapa komponen. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, untuk keberhasilan pembangunan dan pengembangan kawasan pariwisata terdapat komponen yang perlu diperhatikan seperti daya tarik wisata, aksesibilitas, sarana dan prasarana serta masyarakat (Sianipar *et al.*, 2023). Komponen tersebut sebagai kerangka pengembangan desa wisata yang dikenal dengan 4A. Proses penyusunan pengembangan desa wisata memerlukan analisis terhadap komponen wisata menggunakan analisis 4A (Suranny, 2021). Keempat komponen tersebut harus ada dalam suatu desa wisata. Analisis komponen 4A terdiri dari (1) atraksi, sebagai suatu hal yang menarik dari alam, budaya dan minat khusus; (2) aksesibilitas, sebagai kemudahan akses wisatawan dalam menuju kawasan wisata; (3) *amenities*, sebagai fasilitas pendukung yang dibutuhkan para wisatawan; (4) *ancillary* atau dukungan yang disediakan oleh organisasi masyarakat, pemerintah daerah dan lainnya untuk kegiatan wisata (Fahlevi & FahLevi, 2024). Komponen tersebut dapat membantu

dalam keberlangsungan pengembangan desa wisata. Sebuah desa wisata wajib memiliki potensi wisata, seni, kebiasaan masyarakat desa, adanya pengelola desa wisata, pelatih atau pelaku seni, aksesibilitas yang mendukung, keamanan yang terjamin, ketertiban serta kebersihan desa wisata sehingga dapat mendukung keberlangsungan pengembangan desa wisata (Helmita *et al.*, 2014). Berikut penjabaran mengenai komponen pengembangan desa wisata :

2.2.1. Atraksi

Desa wisata harus memiliki daya tarik sehingga menimbulkan minat kunjungan dari wisatawan. Daerah desa wisata harus memiliki daya tarik seperti keindahan alam dengan persawahan yang masih asri dan tradisi budaya masyarakatnya yang masih kental (Kurniati & Attas, 2022). Keindahan alam maupun kearifan lokal budaya tersebut dapat menjadi obyek untuk menarik wisatawan. Persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi oleh suatu desa wisata salah satunya atraksi yaitu memiliki obyek-obyek menarik berupa alam yang asri, legenda, seni budaya desa, makanan lokal, dan sebagainya untuk dikembangkan sebagai objek wisata (Sudibya, 2018). Alam yang asri berkaitan dengan dukungan masyarakat untuk menjaga lingkungan. Salah satu bentuk dukungan untuk menjaga Desa Wisata yaitu masyarakat sadar bahwa dengan lingkungan bersih, rapi dan asri serta penduduknya yang ramah dapat menarik wisatawan untuk datang (Destiningrum *et al.*, 2018). Daya tarik lainnya juga dapat berasal dari adanya kebiasaan atau cara hidup orang-orang di desa. Jenis pariwisata salah satunya yaitu keinginan untuk

mempelajari kebiasaan bersama masyarakat disana (Hadi, 2019). Kebiasaan orang-orang desa berkaitan dengan tradisi budaya yang ada di sana. Tradisi budaya menjadi salah satu atraksi yang dapat mempengaruhi daya tarik wisatawan secara signifikan. Adanya tradisi yang khas sebagai pengembangan budaya lokal seperti seni, musik, tarian, arsitektur, adat istiadat, bahasa dan kuliner dapat menjadi sumber kebanggaan yang dapat ditawarkan serta daya tarik desa wisata yang akan berdampak positif terhadap ladang perekonomian masyarakat setempat (Eprilianto *et al.*, 2023).

Banyaknya daya tarik dari potensi desa wisata menjadi lebih lengkap jika dikemas dengan pelayanan yang baik. Pelayanan desa wisata yang baik dapat melengkapi daya tarik wisata itu sendiri (Sinaga *et al.*, 2023). Kemampuan desa dalam hal pelayanan dapat memengaruhi minat pengunjung. Kemampuan pengelola desa untuk melayani wisatawan dapat mempengaruhi fluktuasi peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke desa wisata (Wahyuni, 2019). Salah satu jenis pelayanan yang dapat mempengaruhi minat pengunjung sehingga menarik wisatawan untuk datang yaitu melalui harga paket wisata yang dapat dijangkau oleh masyarakat secara luas. Harga paket wisata yang lebih terjangkau menjadi keunggulan tersendiri bagi suatu desa wisata (Gurindawangsa *et al.*, 2017).

2.2.2. Aksesibilitas

Pengunjung dapat dengan mudah mengakses desa wisata baik jalan maupun informasi. Aksesibilitas yang baik akan mendukung program desa wisata (Mumtaz & Karmilah, 2021). Pengunjung dapat menggunakan berbagai jenis transportasi dengan

kondisi jalan yang baik, serta jarak yang mudah ditempuh. Aksesibilitas desa wisata berkaitan dengan kondisi jaringan jalan yang mudah dijangkau oleh pengunjung, sarana transportasi yang nyaman serta jarak dari kota menuju desa wisata tidak terlalu jauh (Ekoprianto *et. al.*, 2021). Jarak kota menuju desa wisata dapat mempengaruhi jumlah kunjungan dari wisatawan. Desa wisata yang terletak dipusat kota akan membuat desa wisata tersebut memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan juga strategis (Maryantina *et al.*, 2023). Kondisi jaringan jalan yang baik termasuk dalam aspek jalan dan penting dalam kegiatan wisata. Aspek jalan berkaitan dengan pola perjalanan untuk melakukan kegiatan sehari-hari yang mempengaruhi jaringan transportasi serta sistem transportasi secara keseluruhan (Arystiana *et al.*, 2021).

Kemudahan aksesibilitas juga berupa kemampuan wisatawan dalam mendapatkan informasi secara mudah. Tingkat aksesibilitas terdiri dari aksesibilitas jalan maupun informasi, dimana kemudahan dalam mengakses jalan menjadi faktor penting dalam memfasilitasi kunjungan dan mobilitas wisatawan sedangkan kemudahan mengakses informasi memainkan peran penting dalam menarik minat wisatawan untuk berkunjung (Dewani, 2017). Informasi yang diberikan dapat melalui peran pemandu wisata, media sosial desa wisata, serta papan-papan informasi seperti papan petunjuk arah, papan larangan dan lainnya. Informasi menjadi aspek penting dalam desa wisata yang dapat disampaikan melalui peran pemandu wisata, masyarakat, papan bicara/papan informasi dan berbagai bentuk informasi lainnya (Junaid *et al.*, 2022).

Informasi dari papan petunjuk arah merupakan salah satu papan informasi yang sangat membantu wisatawan selama berada di desa wisata. Pentingnya papan petunjuk arah di desa wisata akan memudahkan wisatawan baik yang datang sendiri maupun tidak untuk menuju atraksi wisata (Dewi *et al.*, 2020). Berdasarkan hal tersebut, maka papan petunjuk yang diharapkan mampu dibaca secara jelas dan terlihat oleh wisatawan sebagaimana terdapat dalam Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 bahwa ukuran papan petunjuk disarankan proporsional dengan lokasi penempatan, menarik, mudah terlihat, dan tidak terhalang apapun.

Kemudahan informasi lainnya juga dapat diperoleh melalui media sosial, sehingga penggunaannya harus dikelola semenarik mungkin. Media sosial sebagai sarana dan prasarana desa wisata yang sangat penting karena dapat memberikan kemudahan informasi mengenai desa wisata yang harapannya dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisata, meningkatkan ekonomi lokal dan memperkenalkan potensi wisata kepada masyarakat secara luas (Prasetyo *et al.*, 2023). Informasi tersebut dapat diunggah secara rutin melalui media sosial untuk membangun interaksi dengan *audience* sebagai pengunjung. Potensi sebuah desa wisata dapat dikembangkan salah satunya melalui promosi di media sosial untuk membangun interaksi dengan *audience* dengan jadwal unggahan yang bisa dilakukan setiap hari 7 unggahan, dapat juga mengunggah setiap hari kerja 5 unggahan dalam seminggu kerja, mengunggah setiap 2 hari (Senin, Rabu, Jumat, Minggu) 4 unggahan, mengunggah setiap 3 hari (Senin,

Kamis, Sabtu) 3 unggahan, atau mengunggah sekali seminggu 1 unggahan (Saifudin *et al.*, 2022).

2.2.3. Amenities

Desa wisata tersebut memiliki fasilitas kebutuhan yang baik dan dapat mendukung keberlanjutan desa wisata seperti *homestay*, aula/tempat berkumpul, toilet/kamar mandi, tempat sampah, tempat UMKM (warung makan atau toko cenderamata), transportasi lokal, lahan parkir serta fasilitas pendukung lainnya. Fasilitas penunjang seperti tempat istirahat/gazebo, tempat menginap (*homestay*), toilet, dan warung-warung masyarakat disekitar lokasi terawat dengan baik kebersihannya (Tamara & Murtini, 2018). *Homestay* sebagai salah satu akomodasi yang sangat berperan dalam pengembangan wisata. Adanya fasilitas akomodasi *homestay* dapat membantu dalam meningkatkan kunjungan dari wisatawan baik wisatawan lokal maupun mancanegara, wisatawan bisa menikmati wisata dalam waktu yang lebih lama sehingga dapat mengembangkan atraksi wisata (Rosanto & Carennia, 2022).

Pengunjung yang memilih *homestay* biasanya memiliki acara tertentu. Hal ini menyebabkan selain *homestay*, pengunjung juga memerlukan tempat berkumpul seperti aula. Fasilitas pelayanan lain sebagai pelengkap untuk wisatawan yaitu memiliki aula sebagai tempat berkumpul melakukan kegiatan termasuk koordinasi dan acara lainnya (Achsa *et al.*, 2020). Pelayanan fasilitas lain yang harus dimiliki desa wisata untuk menjaga kenyamanan pengunjung yaitu keberadaan toilet/kamar

mandi. Toilet atau kamar mandi merupakan fasilitas wisata yang sangat diperlukan dengan jumlah pengunjung yang banyak (Sari, 2015). Selain toilet, tempat sampah juga penting dalam menunjang kebersihan desa wisata. Pentingnya penempatan tempat sampah di beberapa titik wisata, lengkap dengan spanduk/banner sebagai himbauan menjaga lingkungan menjadi sarana dan prasarana pendukung desa wisata untuk menciptakan lingkungan yang nyaman (Rejeki & Darmawati, 2021). Keberadaan fasilitas yang lengkap dapat memengaruhi kenyamanan pengunjung. Fasilitas yang lengkap dan memadai akan mendukung operasional wisata sehingga mendorong wisatawan untuk berkunjung serta merasakan kenyamanan atas fasilitas dirasakan (Nurohman *et al.*, 2023).

Fasilitas yang lengkap juga harus memenuhi jumlah kebutuhan pengunjung. Jumlah fasilitas harus terpenuhi sesuai dengan kebutuhan pengunjung serta harus berbanding lurus dengan kualitas atau kenyamanan wisatawan (Susianto *et al.*, 2022). Jumlah kapasitas fasilitas wisata juga telah ditetapkan dalam peraturan. Menurut Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 Tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata, dimana area parkir dapat memuat 40 (empat puluh) unit mobil, 3 (tiga) unit bus pariwisata dan 100 (seratus) unit motor. Selain lahan parkir, adanya warung atau toko dari para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian dari *amenities* yang penting dalam memanfaatkan potensi desa wisata. Potensi suatu desa wisata dapat menjadi wadah bagi para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya (Hendi & Rahmatiani, 2022).

Pentingnya warung atau toko UMKM tersebut dapat menunjang kebutuhan para pengunjung di desa wisata. Keberadaan UMKM dapat menunjang kegiatan desa wisata dengan memberikan dukungan berupa penyediaan berbagai produk yang berhubungan dengan kebutuhan wisata (Mijiarto *et al.*, 2023). UMKM dapat memberikan kesan menarik bagi wisatawan yang berkunjung. UMKM desa wisata yang mengolah produk baik berupa pernak-pernik unik (souvenir) maupun makanan khas dari desa wisata dapat menjadi daya tarik wisatawan terhadap desa wisata tersebut (Erowati *et al.*, 2023). Keberadaan warung UMKM dan toko cenderamata dapat memperkenalkan produk UMKM yang berasal dari potensi desa wisata tersebut.

Kehadiran UMKM dapat menjadi pusat oleh-oleh bagi wisatawan sehingga sangat penting bagi perkembangan suatu desa wisata. Oleh-oleh dari suatu desa wisata dapat berdampak pada pengembangan desa wisata tersebut, karena mampu mempromosikan dan memberikan manfaat ekonomi serta sosial kepada penduduk melalui lapangan pekerjaan dan kebebasan finansial (Fajrah & Zeti, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa produk UMKM penting untuk diperbaiki dan dilakukan berbagai inovasi. UMKM sebagai mesin penggerak kemajuan perekonomian masyarakat, sehingga inovasi dari UMKM yang didukung oleh sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif menjadi kata kunci agar UMKM desa wisata tersebut dapat sukses (Setiawan *et al.*, 2021). Berdasarkan hal tersebut kenyamanan pengunjung berkaitan dengan fasilitas yang ditawarkan sehingga harus dijaga dan diperbaiki kualitasnya. Fasilitas desa wisata yang mampu dijaga dan diperbaiki kualitas maupun

kuantitasnya akan memengaruhi jumlah pengunjung yang datang. Adanya pembenahan dari berbagai jenis sarana dan prasarana wisata dapat memberikan kenyamanan dan menambah jumlah pengunjung lebih banyak (Meturan *et al.*, 2022).

2.2.4. Ancillary

Ancillary berkaitan dengan layanan tambahan, dukungan atau kerja sama yang diberikan oleh organisasi di desa maupun pihak luar seperti pemerintah. *Ancillary* adalah dukungan yang diberikan oleh organisasi, pemerintah daerah, kelompok atau pengelola destinasi wisata untuk melaksanakan kegiatan wisata (Nugroho & Sugiarti, 2018). Desa wisata harus menyediakan pelayanan yang baik kepada wisatawan. Jaringan telekomunikasi termasuk fasilitas layanan tambahan yang dibutuhkan oleh semua orang di desa wisata. Salah satu *ancillary* yang sangat dibutuhkan oleh semua orang yaitu telekomunikasi, karena mereka membawa alat komunikasi dan pengelola desa wisata harus menyediakan wifi agar komunikasi yang dilakukan bisa berjalan (Rahmawati & Purwihartuti, 2022).

Adapun dukungan atau kerjasama oleh organisasi-organisasi yang ada di desa wisata, pemerintah, stekholder maupun layanan tambahan lainnya yang dapat menunjang kegiatan desa wisata. Dukungan kerjasama dapat dilakukan organisasi masyarakat untuk memaksimalkan pengembangan desa wisata misalnya kerjasama pokdarwis dengan organisasi pihak penyedia layanan *homestay*, kelompok wanita tani, karang taruna, dan kelompok kesenian (Salsabila & Puspitasari, 2023). Kerjasama tersebut juga dapat dilakukan oleh organisasi seperti pokdarwis, PKK,

FKK UMKM dan lainnya guna membantu dalam pengelolaan desa wisata. Pengelolaan desa wisata dapat dilakukan oleh Pokdarwis dengan ibu PKK, UMKM maupun dengan organisasi lainnya (Listyorini *et al.*, 2021).

Pokdarwis sebagai kelompok sadar wisata dapat memberikan dukungan berupa program pemberdayaan kepada masyarakat maupun organisasi di masyarakat dalam bentuk sosialisasi atau penyuluhan. Adanya sosialisasi/penyuluhan dan pelatihan yang diberikan mengenai pentingnya menjaga lingkungan berdampak pada pemahaman masyarakat terhadap pengembangan desa wisata (Laraswati *et al.*, 2020). Pelatihan mengenai sadar wisata kepada masyarakat sangat berdampak dalam pengembangan desa wisata. Pelatihan mengenai sadar wisata dapat meningkatkan kualitas masyarakat sebagai aset utama penggerak desa wisata (Wijayanti *et al.* (2020). Sosialisasi yang dilakukan mengenai pengembangan desa wisata dapat dilakukan melalui program-program, salah satunya mengenai program menjaga lingkungan. Adanya sosialisasi dan penyuluhan oleh pokdarwis mengenai lingkungan pada suatu desa wisata dapat dilakukan dengan pengelolaan sampah melalui program bank sampah (Rimantho *et al.*, 2022).

Penyuluhan juga dapat dilakukan oleh pihak luar seperti perguruan tinggi maupun pemerintah. Perguruan tinggi dapat mendukung pemerintah melalui pendampingan terhadap wisata dengan memberikan materi yang bersifat penyuluhan dan pelatihan (Suprina *et al.*, 2019). Pendampingan, pelatihan, penyuluhan/sosialisasi diberikan untuk mempersiapkan masyarakat dalam mengembangkan desa wisata secara bersama-sama. Kegiatan berupa pelatihan maupun penyuluhan/sosialisasi,

menyebabkan masyarakat lebih memahami hal apa saja yang harus dipersiapkan dalam mengembangkan desa wisata (Ristawati *et al.*, 2021).

Kerjasama dengan pihak luar dapat membantu dalam peningkatan infrastruktur penunjang wisata sebagai fasilitas layanan. Desa wisata dapat melakukan kerjasama dengan stekholder seperti LSM, perusahaan swasta, asosiasi wisata untuk bersama meningkatkan infrastruktur penunjang seperti perbaikan jalan, pemenuhan air, jaringan telekomunikasi/internet, penyiapan fasilitas yang dibutuhkan seperti restoran, peningkatan promosi potensi yang dimiliki serta fasilitas rekreasi lainnya guna mengembangkan desa wisata (Astara *et al.*, 2023). Berdasarkan hal tersebut, kerjasama yang terjalin antar organisasi masyarakat maupun pihak luar dapat membantu memaksimalkan pengembangan desa wisata. Kerjasama yang dilakukan dengan instansi terkait, seperti dinas pariwisata, perguruan tinggi, restoran, hotel dan pelaku usaha lainnya dapat meningkatkan jaringan promosi dan pelayanan kepada pengunjung sehingga berdampak pada kualitas dan keberlanjutan pengembangan desa wisata (Tohir *et al.*, 2023).

2.3. Strategi Pengembangan

Perusahaan harus dapat mengenali dirinya dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Mengenali diri perusahaan sendiri akan membantu dalam memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan ancaman (Hasiholan *et al.*, 2021). Strategi diperlukan dalam hal tersebut untuk memenangkan atau bertahan hidup dalam persaingan. Strategi merupakan penetapan

sasaran atau tujuan jangka panjang suatu perusahaan atau organisasi dalam mencapai sasaran tertentu. Strategi dapat diartikan sebagai serangkaian tindakan atau cara dalam menetapkan suatu tujuan jangka panjang organisasi dengan mengelola sumber daya yang ada untuk mencapai sasaran dan tujuan (Putri *et al.*, 2022). Perumusan strategi pada umumnya akan mencakup kegiatan untuk mengembangkan visi dan misi yang telah ditetapkan sehingga strategi mempengaruhi perkembangan jangka panjang perusahaan.

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana dalam jangka panjang dengan tujuan untuk menciptakan manajemen yang efektif dari peluang dan ancaman sekitar serta dilihat dari kekuatan dan kelemahan organisasi (Supriyadi, 2021). Pengembangan desa wisata artinya melakukan perubahan secara bertahap dari suatu usaha atau kegiatan wisata secara terencana dan terarah dalam menciptakan suatu objek wisata. Salah satu wujud pengembangan pariwisata adalah pengembangan desa menjadi objek wisata (Novitaningtyas *et al.*, 2020). Strategi pengembangan dapat menjadi suatu cara atau strategi yang dilakukan untuk proses perubahan tersebut. Strategi pengembangan merupakan bakal tindakan dalam pengembangan usaha yang menuntut adanya keputusan dari manajemen puncak untuk merealisasikannya (Afridhal, 2017). Perumusan strategi pengembangan ini akan mengetahui beberapa hal terkait perusahaan seperti kekuatan, kelemahan serta peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan/organisasi. Strategi pengembangan tersebut dapat dianalisis menggunakan SWOT dan diprioritaskan berdasarkan kepentingannya menggunakan analisis AHP. Metode analisis SWOT bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan

eksternal yang digunakan dalam menentukan strategi pengembangan, sedangkan metode AHP bertujuan untuk menentukan prioritas dari strategi pengembangan yang diperoleh (Muharam *et al*, 2023).

2.3.1. Analisis SWOT

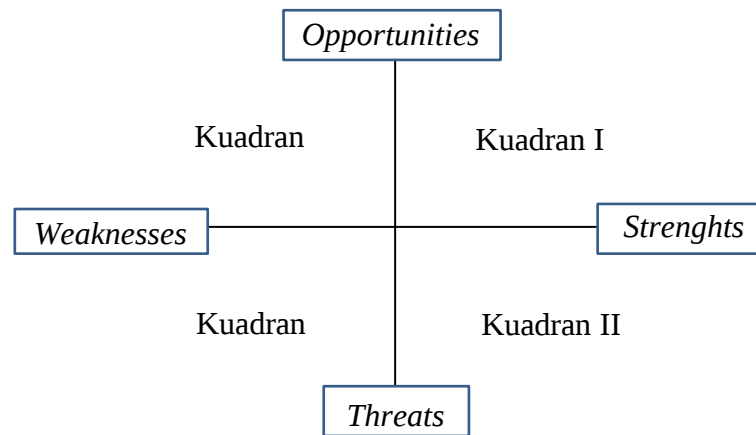
Analisis SWOT banyak digunakan dalam menyusun dan menentukan strategi jangka panjang guna tercapainya tujuan dan pengambilan keputusan untuk menghadapi pesaing. Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi (Salim & Siswanto, 2019). Analisis ini didasarkan pada hubungan antar unsur internal (kekuatan dan kelemahan) dan unsur eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), dimana secara bersamaan juga dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) serta ancaman (*threats*) (Rumambi *et al.*, 2022).

Analisis SWOT sebagai salah satu alat analisis yang cukup tajam. Analisis SWOT dapat menentukan langkah yang tepat sesuai dengan situasi yang terjadi sehingga cocok untuk melakukan analisis strategi (Hardiyanto *et al.*, 2018). Analisis SWOT memiliki kelebihan dibandingkan dengan alat analisis yang lain. Kelebihan utama matriks SWOT dibanding alat analisis yang lain seperti Matrik IE, Matrik SPACE, Matrik Grand Strategi, dan matrik BCG adalah penggunaan alat analisis SWOT yang fleksibilitas (Mahfud, 2020). Analisis SWOT juga berperan dalam

membantu kesempurnaan untuk mencapai visi misi yang telah direncanakan. Analisis SWOT akan menyusun secara tepat mengenai bagaimana mempersiapkan kekuatan, mengatasi kelemahan, menemukan peluang, dan menghadapi beragam ancaman (Cahyo *et al.*, 2023). Kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman tersebut diperoleh melalui analisis internal dan eksternal.

2.3.1.1. Analisis Situasi Internal dan Eksternal

Analisis situasi internal maksudnya adalah menganalisis situasi yang berada di dalam perusahaan atau organisasi. Lingkungan internal mencakup dua variabel yaitu kekuatan dan kelemahan. Analisis internal dapat dilihat dari faktor kekuatan dan kelemahan yang dapat ditimbulkan oleh lingkungan internal seperti pembangunan infrastruktur, makanan khas, fasilitas pendukung, penataan, keterlibatan masyarakat, pelayanan, produk cenderamata dan promosi. Analisis situasi eksternal maksudnya menganalisis situasi yang berada di luar perusahaan atau organisasi. Analisis eksternal dapat dilihat dari faktor peluang dan ancaman yang ditimbulkan oleh lingkungan eksternal seperti kerjasama sesama pengelola desa wisata, dukungan pemerintah, alokasi dana, keamanan dan hubungan atau kolaborasi dengan pihak luar desa wisata (Nurohman & Qurniawati, 2021). Analisis internal dan eksternal dapat menentukan posisi kinerja suatu perusahaan atau organisasi seperti yang terdapat pada Ilustrasi 1.



Ilustrasi 1. Diagram Analisis SWOT IFAS/EFAS (Mashuri & Nurjannah, 2020)

Posisi suatu perusahaan atau organisasi dapat dilihat melalui analisis faktor internal dan eksternal, yaitu dengan mengkombinasi pertemuan antara garis absis (kekuatan – kelemahan) dengan ordinat (peluang – ancaman) pada diagram analisis SWOT melalui kuadran I, II, III, atau IV. Kuadran I artinya perusahaan/organisasi tersebut berada dalam situasi yang sangat menguntungkan karena perusahaan/organisasi memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat dimanfaatkan ; kuadran II menggambarkan bahwa perusahaan masih memiliki kekuatan dari internal walaupun menghadapi berbagai ancaman ; kuadran III artinya organisasi masih memiliki kelemahan internal, dilain pihak organisasi sedang menghadapi peluang besar dan kuadran IV artinya organisasi sedang menghadapi berbagai ancaman dari luar dan kelemahan internal (Kusumah, 2020).

2.3.1.2. Matriks IFAS dan EFAS

Matriks SWOT yang telah ditentukan, kemudian dianalisis faktor internal dan eksternalnya melalui *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factors Analysis Summary* (EFAS). IFAS sebagai kesimpulan analisis dari berbagai faktor internal yang mempengaruhi keberlangsungan perusahaan, sedangkan EFAS kesimpulan analisis dari berbagai faktor eksternal yang mempengaruhi keberlangsungan perusahaan. IFAS dan EFAS bertujuan dalam menyusun strategi kebijakan dengan menggunakan analisis SWOT (Ciptadi *et al.*, 2022). Persilangan matriks IFAS dan EFAS dapat menghasilkan strategi SO (*Strenght – Opportunity*), WO (*Weakness – Opportunity*), ST (*Strenght – Threat*) dan WT (*Weakness – Threat*) yang dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Matriks IFAS dan EFAS

IFAS \ EFAS	Strenght (S) Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	Weakness (W) Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
Opportunity (O) Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal	Strategi SO Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Menciptakan strategi yang dapat mengurangi kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal	Strategi ST Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Strategi WT Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman.

Sumber : Wurara *et al.*, (2022)

2.3.2. Analytical Hierarchy Proses (AHP)

Analytical Hierarchy Proses (AHP) merupakan teknik yang digunakan untuk menganalisis tingkat prioritas strategi. Strategi yang telah diperoleh melalui analisis SWOT dapat diurutkan berdasarkan prioritas kepentingan dan kebutuhan desa wisata menggunakan metode AHP. Metode AHP akan memecahkan masalah kompleks menjadi kelompok-kelompok sehingga membentuk model hirarki (Chamid dan Murti, 2017). AHP dapat digunakan pada saat pengambilan keputusan dan harus memilih salah satu opsi dari beberapa pilihan yang ada, sambil mempertimbangkan berbagai faktor atau kriteria yang berbeda. AHP memungkinkan untuk mengukur prioritas relatif dari kriteria dan alternatif. Hal ini karena metode AHP mampu memberikan bobot yang tepat kepada faktor-faktor yang paling penting dalam proses pengambilan keputusan. Metode AHP memiliki kelebihan yaitu mengelompokkan elemen dalam berbagai tingkatan, mengukur hal-hal dengan skala yang sesuai, melacak konsistensi logis dan pertimbangan-pertimbangan yang digunakan dalam menggunakan berbagai prioritas sehingga memberikan cara yang efektif untuk menentukan prioritas yang akan diambil (Sasongko *et al.*, 2017).

Tahap-tahap pengambilan keputusan pada AHP menurut Hasugian dan Cipta, (2018) antarlain tahap pemahaman (*Intelligence Phase*) yaitu mengidentifikasi dan memahami masalah atau situasi yang perlu dipecahkan ; tahap perancangan (*Design Phase*) yaitu proses pengembangan dan pencarian alternatif tindakan atau solusi untuk mengatasi masalah yang telah diidentifikasi ; tahap pemilihan (*Choice Phase*)

yaitu memilih salah satu dari berbagai alternatif solusi yang telah dihasilkan selama tahap perancangan dan ; tahap implementasi (*Implementation Phase*) yaitu penerapan sistem yang telah dirancang selama tahap perancangan, serta pelaksanaan tindakan alternatif yang telah dipilih selama tahap pemilihan.

2.3.2.1. Uji Konsistensi

Penentuan prioritas dalam metode AHP memungkinkan data perbandingan berpasangan kriteria tersebut tidak konsisten, sehingga perlu diuji kekonsistennannya. Jika data yang diperoleh tidak konsisten maka solusi dalam bentuk skala prioritas yang diperoleh melalui metode AHP tersebut bukan yang terbaik. Metode AHP harus konsisten saat membandingkan antar pasangan objek, agar menghasilkan solusi yang terbaik sedangkan jika jawaban tidak konsisten dapat berdampak pada solusi yang tidak tepat/optimal (Kurnia dan Cita, 2020). Penentuan tingkat konsistensi menggunakan metode AHP harus dilengkapi dengan perhitungan konsistensi indeks (Consistency Index/CI). Indeks Konsistensi (CI) dalam metode Analytic Hierarchy Process (AHP) merupakan suatu matriks atau ukuran yang digunakan untuk menilai sejauh mana perbandingan relatif antara elemen-elemen dalam hirarki atau matriks perbandingan berada dalam konsistensi. Hasil dari konsistensi indeks dibandingkan dengan indeks konsistensi random (*Random Consistency Index/RI*). RI adalah hasil rata-rata dari Consistency Index (CI) dari 500 matriks yang diisi secara acak (Rozi dan Hariyanto, 2023). Nilai-nilai RI telah dihitung untuk matriks dengan berbagai ukuran, seperti yang tercantum dalam tabel 3.

Tabel 3. Indeks Konsistensi

Jumlah Matriks (n)	Indeks Nilai IR
1,2	0
3	0.58
4	0.90
5	1.12
6	1.24
7	1.32
8	1.41
9	1.45
10	1.49

Sumber : Umar *et al.*, (2018)

Nilai dari perbandingan konsistensi index dan konsistensi random menghasilkan nilai rasio konsistensi (*Consistency Ratio/CR*). Rasio konsistensi (CR), yakni perbandingan indeks konsistensi (CI) dengan nilai pembangkit random (RI) (Dahriansah *et al.*, 2020). Rasio konsistensi membantu dalam mengevaluasi nilai yang tidak konsistensi. Konsistensi rasio digunakan untuk mengevaluasi konsistensi matriks perbandingan dengan membandingkan indeks konsistensi yang dihitung berdasarkan nilai eigen dari matriks perbandingan (Putra *et al.*, 2023).