



Implemented by  
**giz** Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



PANDUAN PRAKTIS

# 10

## LANGKAH MENGEMBANGKAN DESA WISATA HIJAU

## TERBITAN

### BUKU PANDUAN PRAKTIS: 10 LANGKAH MENGEMBANGKAN DESA WISATA HIJAU

#### Diterbitkan oleh

*Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH*

#### Lokasi Kantor Pusat

GIZ  
Bonn and Eschborn, Germany

#### Innovation and Investment for Inclusive Sustainable Economic Development (ISED)

Menara BCA, 46th floor  
Jl. M.H. Thamrin No. 1  
Jakarta 10310 Indonesia  
+62 21 23587111  
+62 21 23587110  
I: [www.giz.de/en](http://www.giz.de/en)  
E: [giz-indonesien@giz.de](mailto:giz-indonesien@giz.de)

#### Atas Nama

Kementerian Federal Kerjasama Ekonomi dan Pembangunan (BMZ)

#### Kerja sama dengan

Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas  
Kementerian Koperasi dan UKM  
Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi  
Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif  
Panorama Group

#### Penulis:

Hidayatullah Al Banjari, Konsultan Pariwisata  
Henky Hermantoro, Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti  
A.B. Sadewa, *Vice President Brand & Communication Panorama Group*  
Ch. Dian Vitriani, *Team Leader & Senior Advisor ISED*

#### Konsultasi:

Leonardo A.A. Teguh Sambodo (Bappenas)  
Frans Teguh (Kemenparekraf)  
Destry Anna Sari (Kemenkop UKM)  
Eko Adi Priyono (Kemenkop UKM)  
Enny Indarti (Kemendesa PDTT)  
Muhammad Baiquni (Universitas Gadjah Mada)  
Diena Mutiara Lemy (Indonesia Sustainable Tourism Council / Universitas Pelita Harapan)  
Amelda Pramezwary (Indonesia Sustainable Tourism Council / Universitas Pelita Harapan)  
Made Handijaya Dewantara (Universitas Prasetiya Mulya)  
Teddy Trilaksono (Universitas Prasetiya Mulya)  
Iwan Hermawan Kahfi (Universitas Prasetiya Mulya)  
Pahrul Azim (Desa Wisata Bilebante)  
I Nengah Moneng (Desa Wisata Penglipuran)  
Sugeng Handoko (Desa Wisata Nglanggeran)  
Doto Yogantoro (Desa Wisata Pentingsari)  
Kirno Prasajo (Ketua Forum Rembug Klaster Pariwisata Borobudur)

#### Desain dan Tata Letak:

Arcaya Manikotama, Konsultan ISED  
Misharati Israhkmellia, *Advisor for Communication and Event Management ISED*

#### Foto dan Ilustrasi:

ISED, *Shutterstock*, Pahrul Azim, Ahmad Achend

Mei 2021

PANDUAN PRAKTIS

10

LANGKAH  
MENGEMBANGKAN  
DESA WISATA HIJAU



# DAFTAR ISI

---

<b>Daftar Isi</b>	<b>4</b>
<b>Tentang Panduan</b>	<b>6</b>
Manfaat Panduan ini	8
Daftar Istilah	10
<b>Kata Pengantar</b>	<b>14</b>
<b>Pengantar</b>	<b>20</b>
Pariwisata Sebagai Instrumen Membangun Desa	21
<b>Adaptasi Desa Wisata di Era Kenormalan Baru</b>	<b>26</b>
<b>10 Langkah Mengembangkan Desa Wisata Hijau (DWH)</b>	<b>30</b>
Membangun Komitmen Bersama	33
Memetakan Potensi dan Permasalahan Desa	35
Membentuk Lembaga Pengelola / Memperkuat Lembaga yang Telah Ada	39
Menyusun Rencana Strategis (Visi, Misi, Rencana Kerja)	43
Mempersiapkan SDM Desa Wisata	47
Menata Lingkungan, Sarana dan Prasarana Pendukung	49
Memformulasikan <i>Branding</i> Desa Wisata	51
Menyusun Paket Wisata	55
Melakukan Pemasaran dan Menjalin Kemitraan	61
Melakukan Pemantauan dan Evaluasi	69
<b>Lampiran</b>	<b>72</b>
<b>Daftar Pustaka</b>	<b>76</b>

A woman wearing a yellow cap and a white long-sleeved shirt is standing in a lush green rice field, holding up her smartphone to take a photo. The field is filled with tall rice stalks. In the background, there are palm trees and a traditional house with a thatched roof. A semi-transparent white box with a yellow square at the bottom left corner is overlaid on the image, containing the text 'TENTANG PANDUAN'.

## TENTANG PANDUAN

**DESA** adalah masa depan Indonesia, karena mayoritas wilayah pembangunan berada di perdesaan, serta menyimpan berbagai sumber daya yang sangat dibutuhkan untuk kelangsungan hidup. BPS mencatat setidaknya terdapat 83.820 wilayah administrasi setingkat desa di Indonesia pada tahun 2019.

Di samping itu, desa juga memiliki keunikan tersendiri yang mendorong terjadinya kunjungan orang dari luar desa, misalnya untuk melakukan kegiatan penelitian, aktivitas sosial, sekedar menikmati suasana desa, atau sengaja ingin tinggal dan menghayati kehidupan sehari-hari di desa.

Untuk mengembangkan potensi yang dimiliki desa melalui kegiatan pariwisata diperlukan kesiapan berbagai aspek (sosial, ekonomi, dan lingkungan) agar dapat memenuhi kriteria sebagai sebuah desa wisata yang berkelanjutan atau Desa Wisata Hijau (DWH).

Guna membantu para pihak dalam pengembangan DWH, pada tahun 2016 Kementerian Koperasi dan UKM telah menyusun Panduan Pengembangan Desa Wisata Hijau. Panduan versi pertama tersebut disusun untuk menjadi panduan koordinasi dan kerja bersama antar Kementerian/Lembaga (K/L). Panduan tersebut juga disiapkan sebagai acuan untuk menyamakan wawasan dan cara pandang pembangunan DWH dan mengidentifikasi berbagai peranan masing-masing K/L Pusat dan pihak lainnya dalam pengembangan DWH. Panduan tahun 2016 tersebut memuat pengertian dasar, aspek-aspek kebijakan pendukung, serta tahapan umum dalam pengembangan DWH.

Panduan Praktis yang sedang Anda baca ini disusun untuk melengkapi panduan sebelumnya, guna membantu para pemangku kepentingan dalam pengembangan desa wisata untuk merealisasikan pengembangan DWH secara lebih terstruktur.

**Pembaca Panduan Praktis: 10 Langkah Mengembangkan Desa Wisata Hijau ini disarankan untuk mempelajari panduan-panduan yang telah disusun sebelumnya agar mendapatkan informasi mendalam tentang kebijakan, definisi, model dan prosedur dalam pengembangan desa wisata. Beberapa Panduan yang telah ada meliputi:**

- Buku Panduan Pengembangan Desa Wisata Hijau, Cetakan Edisi Kedua (Kementerian Koperasi dan UKM, Juni 2017). [https://edukukm.id/uploads/dokumen\\_artikel/Buku%20Panduan%20Desa%20Wisata%20Hijau.pdf](https://edukukm.id/uploads/dokumen_artikel/Buku%20Panduan%20Desa%20Wisata%20Hijau.pdf)
- Pedoman Desa Wisata, Edisi I (Kementerian Pariwisata, September 2019) [kemenparekraf.go.id](http://kemenparekraf.go.id)

- Pedoman Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan dan Kelestarian Lingkungan dalam industri pariwisata (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020) [kemenparekraf.go.id](http://kemenparekraf.go.id)
- Pedoman Desa Wisata, Edisi II (Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi, Desember 2020). <https://bit.ly/BukuPedomanDesaWisata2021>
- Pedoman Penggunaan Dana Desa (Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi) [http://jdih.kemendes.go.id/katalog/peraturan\\_menteri\\_desa\\_pembangunan\\_daerah\\_tertinggal\\_dan\\_transmigrasi\\_nomor\\_13\\_tahun\\_2020](http://jdih.kemendes.go.id/katalog/peraturan_menteri_desa_pembangunan_daerah_tertinggal_dan_transmigrasi_nomor_13_tahun_2020)
- Buku Pedoman Penghargaan Pariwisata Berkelanjutan Indonesia / Indonesia Sustainable Tourism Award (ISTA) (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2017) [kemenparekraf.go.id](http://kemenparekraf.go.id)

## MANFAAT PANDUAN INI:

### Masyarakat Desa

- Mengidentifikasi potensi desa sebagai DWH,
- Menyusun rencana aksi pengembangan DWH,
- Mempertimbangkan biaya dan manfaat pengembangan DWH,
- Mengakses bantuan dari Kementerian/Lembaga terkait.

### Forum Komunikasi/ Kelompok Masyarakat

- Mendorong tumbuhnya forum komunikasi antar komunitas,
- Mengembangkan rencana strategis pengembangan pariwisata lokal dan daerah lintas sektor,
- Menjadi bagian dari tata kelola pengembangan pariwisata lokal dan daerah,
- Menyiapkan produk pariwisata berbasis “hijau”.

<b>Pemerintah Desa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memfasilitasi proses dan merencanakan program/kegiatan untuk mendukung pengembangan desa wisata di desanya.</li> </ul>
<b>Pemerintah Daerah (Kab/Kota/Provinsi)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengembangkan rencana strategis pengembangan lokal dan daerah,</li> <li>• Mengembangkan program-program khusus pembangunan desa,</li> <li>• Mendorong pemberdayaan masyarakat.</li> </ul>
<b>Pemerintah Pusat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sebagai referensi untuk menyusun kebijakan dan program pembangunan desa wisata secara terpadu antar sektor,</li> <li>• Menjadi panduan bagi upaya mensinergikan perencanaan kegiatan Kementerian/Lembaga yang terkait.</li> </ul>
<b>Lembaga Pendidikan Tinggi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sebagai referensi/acuan untuk perencanaan dan implementasi program Tri Dharma Perguruan Tinggi, yang meliputi 1) peningkatan kapasitas, 2) pelaksanaan kajian dan penelitian, dan 3) pengabdian kepada masyarakat,</li> <li>• Sebagai acuan bagi akademisi untuk terlibat dalam kegiatan pengembangan desa wisata</li> </ul>
<b>LSM, Fasilitator/ Pendamping Desa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memfasilitasi pemangku kepentingan di desa dalam merintis/ mengembangkan DWH.</li> </ul>
<b>Industri Pariwisata</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyusun rencana bisnis yang selaras dengan pengembangan ekonomi hijau berbasis lingkungan dan sosial,</li> <li>• Membantu menyelaraskan proses pengembangan usaha</li> </ul>
<b>Sektor Swasta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan sinergi program kemitraan,</li> <li>• Sebagai salah satu opsi untuk program Bisnis Inklusif atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (<i>Corporate Social Responsibility/CSR</i>).</li> </ul>

## DAFTAR ISTILAH

<b>Bisnis Inklusif</b>	Bisnis yang menyediakan barang, jasa, serta penghidupan secara komersial yang layak, baik secara berskala atau terukur, untuk mereka yang hidup di dasar piramida ekonomi ( <i>base of the economic pyramid/BoP</i> ) dengan menjadikan mereka sebagai bagian dari rantai nilai inti usaha perusahaan sebagai pemasok, distributor, pengecer, dan konsumen.” (G20)
<b>CHSE</b>	CHSE adalah singkatan dari <i>Cleanliness</i> (Kebersihan), <i>Health</i> (Kesehatan), <i>Safety</i> (Keamanan), dan <i>Environment Sustainability</i> (Ramah lingkungan). CHSE mulai diterapkan di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia sejak September 2020. Tujuannya untuk meningkatkan upaya pencegahan dan pengendalian Covid-19 bagi masyarakat di tempat dan fasilitas umum dan fasilitas pariwisata dalam rangka mencegah terjadinya episenter atau kluster baru selama masa pandemi. CHSE dibuat berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan tentang Protokol Kesehatan di Tempat dan Fasilitas Umum dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian Covid-19.
<b>Covid-19</b>	Covid-19 (coronavirus disease 2019) adalah penyakit yang disebabkan oleh jenis coronavirus baru yaitu Sars-CoV-2, yang dilaporkan pertama kali di Wuhan Tiongkok pada tanggal 31 Desember 2019. COVID-19 ini dapat menimbulkan gejala gangguan pernafasan akut seperti demam di atas 38°C, batuk dan sesak nafas bagi manusia. Pada penderita Covid-19 yang berat, dapat menimbulkan pneumonia, sindroma pernafasan akut, gagal ginjal bahkan sampai kematian. Covid-19 dapat menular dari manusia ke manusia melalui kontak erat dan droplet (percikan cairan pada saat bersin dan batuk), tidak melalui udara.
<b>CSR</b>	<i>Corporate Social Responsibility</i> adalah bentuk tanggung jawab sosial sebuah perusahaan terhadap lingkungan di sekitarnya. Tanggung jawab tersebut dapat berbentuk dukungan pemberdayaan komunitas pariwisata desa.

<b>Desa</b>	Desa adalah desa dan desa adat atau yang 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 (UU No. 6 tahun 2014).
<b>Desa Wisata</b>	Merupakan suatu daerah tujuan wisata atau disebut pula destinasi pariwisata, yang mengintegrasikan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (lihat Pedoman Desa Wisata, Kementerian Pariwisata, 2019).
<b>Desa Wisata Hijau</b>	Pembangunan desa wisata berbasis konsep pelestarian, meliputi pelestarian alam, ekonomi dan sosial budaya masyarakat setempat. Konsep yang digunakan adalah konsep pariwisata berkelanjutan.
<b>Destinasi pariwisata</b>	Adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan (UU No. 10 tahun 2009).
<b>Kawasan perdesaan</b>	Wilayah yang mempunyai kegiatan utama pertanian, termasuk pengelolaan sumber daya alam dengan susunan fungsi kawasan sebagai tempat permukiman perdesaan, pelayanan jasa pemerintahan, pelayanan sosial, dan kegiatan ekonomi (UU No. 26 tahun 2007).
<b>Kepariwisataan</b>	Adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha (UU No. 10 tahun 2009).

<b>Pariwisata</b>	Berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (UU No. 10 tahun 2009).
<b>Pariwisata berbasis komunitas</b>	Pariwisata yang memedulikan keberlangsungan kehidupan lingkungan alam, ekonomi, dan sosial dan budaya, dan menempatkan masyarakat sebagai perencana, pengelola dan pemilik, demi memberikan dampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pariwisata berbasis masyarakat bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk mempelajari alam dan kehidupan masyarakat lokal guna mendapatkan pengalaman dan kepuasan selama perjalanannya.
<b>Pariwisata bertanggung jawab</b>	Pariwisata yang mempertimbangkan dan mengurangi dampak negatif kegiatannya bagi lingkungan alam, ekonomi, dan sosial budaya di sekitarnya.
<b>Pariwisata perdesaan</b>	Pariwisata yang mendayagunakan sumber daya perdesaan. Kegiatan pariwisata dapat dilakukan di desa wisata maupun bukan desa wisata.
<b>Pariwisata pro rakyat</b>	Pariwisata yang menghasilkan keuntungan secara ekonomi dan sosial budaya bagi rakyat untuk dapat menunjang kehidupan yang lebih sejahtera.
<b>Pengelolaan Pengunjung</b>	Sebuah sistem pengelolaan pengunjung pada sebuah destinasi pariwisata yang mengatur perencanaan kunjungan, pengorganisasian, penyediaan sumber daya yang terampil, dan pengoordinasian kegiatan kunjungan agar wisatawan mendapatkan pengalaman dan kepuasan dalam keseluruhan perjalanan wisatanya.
<b>Produk pariwisata</b>	<p>Kombinasi elemen berwujud dan tidak berwujud, seperti sumber daya alam, budaya dan buatan manusia, atraksi, fasilitas, layanan dan kegiatan pada minat tertentu, yang mewakili inti dari bauran pemasaran sebuah destinasi dan menciptakan pengalaman bagi pengunjung secara keseluruhan termasuk aspek emosional.</p> <p>Kombinasi dari berbagai aspek (karakteristik tempat yang dikunjungi, moda transportasi, jenis akomodasi, aktivitas spesifik di tujuan, dll.) di suatu minat tertentu seperti wisata alam, kehidupan di pertanian, kunjungan ke situs sejarah dan budaya, kunjungan ke kota tertentu, olahraga, pantai, dll. (UNWTO, 2008)</p>

**Wisata desa**

Kegiatan wisata yang berlangsung di desa. Tujuan perjalanan tidak selalu berbasis pada sumber daya wisata bersifat perdesaan sepanjang berlokasi di desa. Pelaku perjalanan wisata dapat menginap (wisatawan) atau tidak menginap (pelancong).

**Wisata pedesaan**

Kegiatan wisata yang berlangsung di kawasan perdesaan dengan tujuan utama untuk mengonsumsi sumber daya wisata perdesaan berupa keunikan alam dan budaya lokal. Pelaku perjalanan wisata juga dapat menginap (wisatawan) atau tidak menginap (pelancong).

**Wisata minat khusus**

Wisata minat khusus adalah bentuk wisata dimana wisatawan memiliki bekal berupa keahlian (*skill*) dan ilmu pengetahuan (*knowledge*) atas daya tarik wisata pada destinasi pariwisata yang dikunjunginya. Karena keahlian khusus ini maka jumlah wisatawan minat khusus bersifat terbatas.

**Wisata minat massal**

Wisata minat massal atau dikenal pula sebagai jenis wisata yang melewati kapasitas daya dukung lingkungan.





# KATA PENGANTAR



Deputi Bidang  
Ekonomi

Kementerian  
Perencanaan  
Pembangunan  
Nasional/Badan  
Perencanaan  
Pembangunan  
Nasional  
(BAPPENAS)

AMALIA  
ADININGGAR  
WIDYASANTI

**PANDEMI** Covid-19 merupakan krisis kesehatan yang memberikan tekanan besar terhadap perekonomian, termasuk sektor pariwisata. Upaya penanganan pandemi telah menyebabkan berkurangnya mobilitas manusia dan aktivitas ekonomi secara umum, sehingga sektor akomodasi, makanan minuman, dan transportasi adalah sektor-sektor yang paling terdampak karena kinerjanya sangat dipengaruhi oleh aktivitas pergerakan manusia.

Pemerintah pusat dan daerah, serta seluruh pihak terkait telah bersama-sama merumuskan langkah-langkah pemulihan sektor pariwisata secara bertahap, sehingga sektor pariwisata tetap dijaga sebagai salah satu sebagai penyumbang terpenting terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia. Program vaksinasi nasional dan sertifikasi standar keamanan industri dan pelaku pariwisata adalah contoh program yang menjadi garda terdepan untuk beradaptasi terhadap kenormalan baru dan meningkatkan *confidence* bagi para wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata dengan aman.

Implementasi Program CHSE (*Cleanliness/Kebersihan, Health/Kesehatan, Safety/Keamanan, dan Environment Sustainability/Keberlanjutan lingkungan*) perlu dilakukan secara konsisten dan dimonitor secara ketat, karena program CHSE akan membantu industri pariwisata dan ekonomi kreatif untuk bertahan di masa pandemi dan pulih dengan cepat di masa paska pandemi. Selain itu, untuk mempercepat upaya pemulihan sektor pariwisata dan mengembalikan produktivitas tenaga kerja sektor pariwisata, diperlukan diversifikasi kegiatan pariwisata. Hal ini dapat dilakukan dengan dukungan pendampingan usaha, peningkatan kualitas destinasi, dan diversifikasi produk pariwisata. Oleh sebab itu,

desa wisata merupakan salah satu produk penting untuk mendukung pariwisata yang berkelanjutan, inklusif dan terintegrasi lintas sektor, serta kaya akan kearifan lokalnya. Desa wisata diharapkan dapat menjadi kekuatan lokal yang menjadi magnet kedatangan wisata, sehingga dapat menjadi pemicu aktivitas ekonomi lokal yang inklusif.

Selanjutnya, pengembangan desa wisata juga diarahkan untuk penguatan rantai nilai pariwisata sehingga dapat tercipta efek pengganda sektor pariwisata yang lebih besar terhadap perekonomian. Namun demikian, kebijakan ini perlu dilakukan secara terintegrasi, terpadu, dan holistik, sehingga sinergi antar sektor ini dapat dijadikan sebagai momentum untuk mempercepat pemulihan sektor pariwisata.

**Panduan Praktis: 10 Langkah Mengembangkan Desa Wisata Hijau** ini disusun untuk menjadi panduan para pemangku kepentingan dalam menjawab tantangan tersebut di atas, dan sekaligus melengkapi Buku Panduan Pengembangan Desa Wisata Hijau yang diterbitkan tahun 2016. Buku panduan ini tidak berdiri sendiri, tetapi melengkapi bagi pedoman umum desa wisata serta peraturan-peraturan lain terkait pembangunan desa wisata yang telah ada saat ini.

Saya mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah bekerja keras dalam menyusun buku panduan ini. Saya berharap agar para pelaku pembangunan desa wisata dapat menjadikan **Panduan Praktis: 10 Langkah Mengembangkan Desa Wisata Hijau** ini sebagai referensi utama dalam melaksanakan kegiatan pembangunan pariwisata di desa untuk membangun pariwisata yang tangguh, berkelanjutan, hijau, dan bermartabat.



Deputi Bidang  
Kewirausahaan

Kementerian  
Koperasi dan Usaha  
Kecil Menengah

VICTORIA BR.  
SIMANUNGKALIT

**UMKM** memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian nasional. Tahun 2019 tercatat 65,4 juta UMKM memberikan kontribusi sebesar 60,51% pada PDRB, 96,92% tenaga kerja, dan 15,65% ekspor. Namun, pandemi Covid-19 telah memberikan dampak besar pada menurunnya kinerja UMKM terkait dengan sulitnya pemasaran dan akses bahan baku, serta kesiapan SDM. Upaya pemulihan dilakukan oleh Pemerintah antara lain melalui program PEN (Pemulihan Ekonomi Nasional), *on boarding* UKM dalam sistem digital untuk dukungan promosi produk melalui berbagai media.

Desa wisata diharapkan dapat menjadi arena di mana UMKM antar sektor dapat bersinergi untuk membangun perekonomian lokal. Saat ini merupakan momentum paling tepat untuk memperkuat rantai nilai antar UMKM antar kawasan. Di saat kondisi pariwisata belum pulih benar maka UMKM kreatif dan sektor lain di desa wisata, terutama pertanian, dapat terus berproduksi menopang perekonomian ekonomi desa. Sementara

itu UMKM pariwisata seperti *homestay* dan warung dapat mulai menyiapkan diri membenahi pola usaha dan memperkuat rantai nilai antar usaha menyikapi perubahan minat pasar.

Pengembangan UMKM juga tidak hanya terbatas pada kemampuan keahlian dan pengetahuan namun juga membangun spirit kewirausahaan. Prinsip-prinsip ini menjadi bagian penting dalam **Panduan Praktis: 10 Langkah Mengembangkan Desa Wisata Hijau** melengkapi pedoman lain yang telah ada.

Terima kasih atas kerja sama semua pihak dalam mewujudkan buku panduan pengembangan Desa Wisata Hijau yang praktis, mudah dipahami, dan dipraktikkan ini. Untuk ini saya merekomendasikan panduan ini dapat digunakan sebagai referensi utama tidak hanya dalam hal meningkatkan keahlian namun juga membangun spirit kewirausahaan masyarakat dalam konteks pengembangan Desa Wisata Hijau.



Staf Ahli Menteri  
Hubungan Antar  
Lembaga

Kementerian Desa,  
Pembangunan  
Daerah Tertinggal,  
dan Transmigrasi

SAMSUL  
WIDODO

**DESA** merupakan entitas kehidupan yang memiliki potensi besar dalam menyejahterakan kehidupan masyarakatnya menuju desa mandiri. Saat ini pembangunan desa diarahkan untuk mendorong prakarsa desa guna mendayagunakan potensi desa melalui berbagai sektor pembangunan (*village-driven development*). Ini merupakan amanat UU No. 6 tahun 2014 dengan prinsip memperkuat peran masyarakat desa sebagai subjek pembangunan agar mampu mewujudkan kemandirian desa.

Desa merupakan arena lokasi kegiatan sektoral. Tantangan yang dihadapi adalah sering terjadinya fragmentasi pembangunan sektoral dengan kebijakan bersifat *top-down* dalam aturan main dan kepentingan sektoral yang berbeda-beda. Kondisi tersebut akan menyebabkan lemahnya ketahanan masyarakat desa karena kebijakan sektoral ini seharusnya dapat diintegrasikan untuk memperkuat peran desa. Untuk menjawab persoalan ini diperlukan pendampingan desa guna memperkuat *self governing community* dan bukan menjadikan desa sebagai objek pembangunan

sektoral. Pendampingan harus mampu pula membangun kolaborasi antar lembaga dan masyarakat, untuk menjadikan masyarakat desa menjadi lebih kreatif dan inovatif, dan mandiri. Di sinilah pentingnya membangun semangat untuk melakukan kolaborasi antar para pelaku pembangunan dari tingkat nasional sampai lokal, yang harus disiapkan sejak proses awal dengan melibatkan partisipasi masyarakat desa.

Saat ini masyarakat desa memerlukan sebuah panduan praktis pembangunan kepariwisataan yang sederhana, mencakup kepentingan lintas sektor, dan dapat diikuti serta dilaksanakan secara tepat dan bermanfaat. Terima kasih atas semangat kolaborasi antar pemangku kegiatan dalam menyusun buku pedoman ini. Semoga **Panduan Praktis: 10 Langkah Mengembangkan Desa Wisata Hijau** dapat digunakan sebagai panduan utama untuk mempercepat terwujudnya Desa Mandiri melalui pengembangan sektor pariwisata.



**Deputi Bidang  
Sumber Daya dan  
Kelembagaan**

**Kementerian  
Pariwisata dan  
Ekonomi Kreatif**

**WISNU BAWA  
TARUNAJAYA**

**BERBAGAI** batasan untuk tetap tinggal di rumah, bekerja di rumah, dan menghindari kerumunan di masa Covid-19 telah memberi dampak besar pada pergerakan wisatawan yang merupakan unsur penting dalam bisnis pariwisata. Pada tahun 2020 terjadi penurunan kunjungan wisman sebesar 76% dan wisnus sebesar 57,9% dibanding tahun sebelumnya. Hal ini telah menyebabkan hilangnya devisa dari wisman sebesar USD 15 miliar dan perputaran uang dari wisnus sebesar Rp 115 triliun.

Saat ini kecemasan akan faktor kesehatan menyebabkan pilihan kunjungan pada desa dengan produk wisata minat khusus. Perubahan paradigma pariwisata ini memberi peluang sekaligus tantangan bagi desa wisata. Tren baru pariwisata menunjukkan desa wisata memiliki potensi menjadi destinasi pariwisata alternatif yang dapat menawarkan pengalaman beraktivitas di alam terbuka, sembari mempelajari budaya dan kearifan masyarakat lokal. Pembangunan desa wisata tidak lagi sebatas bertujuan untuk mendorong pertumbuhan jumlah kunjungan namun kualitas kunjungan menuju pembangunan pariwisata berkelanjutan. Di samping itu desa wisata juga diharapkan dapat menjadi

lokomotif perekonomian untuk memperkuat rantai nilai dan ekosistem bisnis pariwisata berbasis pada kekuatan komunitas.

Kepariwisataan adalah sebuah domain pembangunan sehingga keluaran dan hasil pembangunan kepariwisataan bersifat kolektif. Ini semua memerlukan orkestrasi pembangunan yang melibatkan kepentingan para pelaku.

**Panduan Praktis: 10 Langkah Mengembangkan Desa Wisata Hijau** ini merupakan jawaban dari pemikiran tersebut, serta menjadi pelengkap dari buku pedoman desa wisata yang telah diterbitkan sebelumnya. Dengan disusun secara bersama oleh para pelaku dari pemerintah, swasta, dan akademisi serta sumbangan pemikiran dari para pelaku desa wisata di lapangan maka panduan ini diharapkan dapat segera menjawab persoalan-persoalan praktis di lapangan.

Harapan kami panduan ini dapat menjadi alternatif buku manual lapangan yang melengkapi berbagai pedoman mengenai pembangunan desa wisata yang telah ada selama ini.



Group CEO  
Panorama Group

## BUDI TIRTAWISATA

**PARIWISATA** beberapa tahun belakangan ini telah menjelma sebagai sebuah sektor yang memberikan kontribusi pada ekonomi negara, dan menjadi alat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang dapat dirasakan secara langsung. Namun demikian Pariwisata memerlukan arah yang tepat agar tercipta sebuah industri yang berkelanjutan yaitu yang sehat, kuat dan lestari bagi alam, lingkungan, sosial-budaya, dan tentunya meningkatkan kesejahteraan.

Pariwisata hari ini memiliki tantangan untuk pulih dari pandemi Covid-19 dengan pendekatan baru yang mengedepankan kualitas baik dari sisi destinasi, SDM, ataupun *customer journey* yang berbasis digital, karena pendekatan kuantitas masih menjadi tantangan dan memerlukan waktu untuk kembali ke masa sebelum pandemi. Pendekatan ini harus selaras dengan arah kebijakan pariwisata nasional yang salah satunya menciptakan lapangan kerja dan kesempatan berusaha di sektor pariwisata, tentunya dengan standar-standar yang dapat diterima pasar dan industri pariwisata baik cakupan nasional dan lebih luas dari pasar internasional.

Kami dari Panorama Group merasa bersyukur dapat berkontribusi dalam penulisan **Panduan Praktis: 10 Langkah Mengembangkan Desa Wisata Hijau** ini, dan tentunya upaya yang kami lakukan ini untuk dapat menyelaraskan antara *market demand* dengan kapasitas dan kapabilitas yang dapat ditingkatkan di destinasi khususnya desa wisata dan komponen wisata yang terkait di dalamnya. Tim Penulis dengan sangat baik telah membuat buku ini menjadi mudah dipahami, dicoba-lakukan, dengan metode-metode praktis.

Besar harapan kami, buku ini dapat melengkapi dan memperkaya pandangan tentang cara-cara melakukan usaha wisata yang memperhatikan lingkungan, respek pada budaya lokal, otentik, namun memperhatikan keinginan pasar dan berujung pada manfaat yang diterima oleh masyarakat.

Akhir kata, mari bersama-sama kembali membangun pariwisata nasional yang lestari dan menyejahterakan agar menjadi sektor unggulan untuk Indonesia yang maju dan unggul.



# PENGANTAR

# PARIWISATA SEBAGAI INSTRUMEN MEMBANGUN DESA

**DESA** memiliki peran penting dalam pembangunan. Namun, disadari bahwa perekonomian desa masih didominasi aktivitas produksi di sektor pertanian (dalam arti luas) yang cenderung memiliki produktivitas rendah, masih berjalan lambat dan kurang menggairahkan. Di samping beberapa tantangan lain seperti terbatasnya lapangan pekerjaan, minimnya sarana dan prasarana di perdesaan, serta rendahnya tingkat pendidikan masyarakat.

Menjawab tantangan tersebut, **pengembangan kegiatan pariwisata di desa dapat menjadi salah satu instrumen untuk meningkatkan ekonomi desa melalui penciptaan nilai tambah terhadap aset-aset lingkungan, sosial, budaya dan ekonomi yang dimiliki desa.**

## MENGAPA PARIWISATA?

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi produktif yang memiliki potensi untuk menciptakan dampak secara luas, baik secara ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan. Melalui pengembangan aktivitas pariwisata di desa, diharapkan akan menciptakan dampak kepada penduduk desa, baik yang bekerja di sektor pertanian, kerajinan, makanan olahan/kuliner, kesenian, dan sektor produktif lainnya.

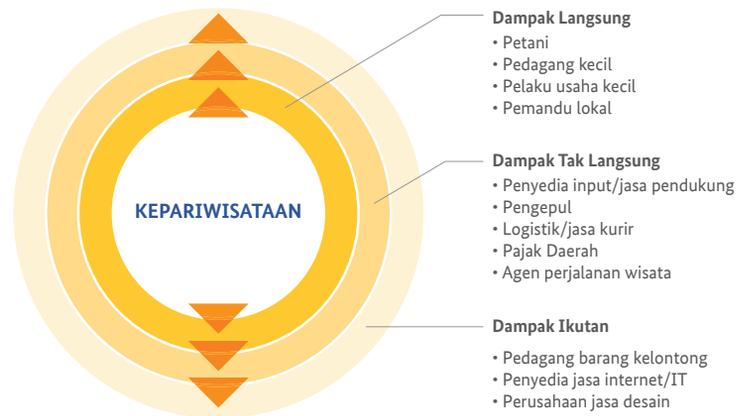


Diagram 1.  
Spektrum dampak berganda pariwisata di desa wisata

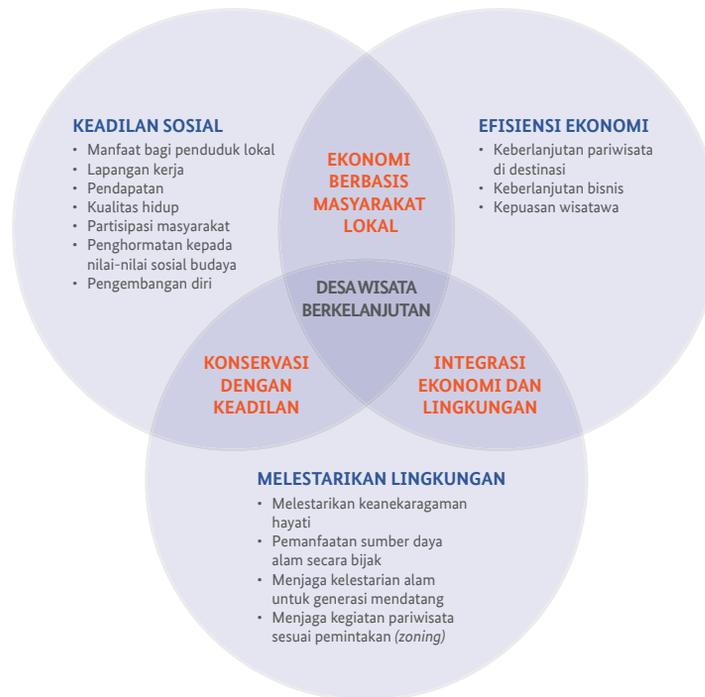
## DESA WISATA HIJAU

Desa Wisata Hijau (DWH) adalah desa wisata yang dalam pengembangannya mempertimbangkan aspek-aspek keberlanjutan yaitu:

- meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan keadilan sosial,
- mengurangi risiko ekonomi dan eksploitasi sumber daya yang sudah sangat terbatas, dan
- menawarkan jenis-jenis kegiatan wisata yang tidak merusak lingkungan namun justru memperbaikinya.

Desa Wisata Hijau mensyaratkan pengelola desa wisata dapat mengombinasikan kegiatan pariwisata dengan kegiatan produksi dan pelestarian alam dan budaya didukung dengan penerapan praktik pariwisata ramah lingkungan.

**Pembangunan DWH menganut konsep “desa membangun”, dimana peran masyarakat menjadi faktor utama guna membangun desa yang berketahanan.**



**Diagram 2.**  
Model pembangunan desa wisata berkelanjutan

*Diadopsi dan diterjemahkan dari Sanagustin Fons M. Victoria, Moseñe Fierro José A., María Gómez y Patiño (2011), Rural tourism: A sustainable alternative, Applied Energy, vol. 88, Elsevier Ltd.*



## CERITA DARI DESA :

### MEMBANGUN EKONOMI DESA MELALUI KEGIATAN PARIWISATA DESA WATURAKA, ENDE, NUSA TENGGARA TIMUR

**WATURAKA** adalah desa yang berada persis di samping jalan raya utama menuju Danau Kelimutu, yang pada awalnya hanya sebagai desa penyangga destinasi wisata Danau Kelimutu. Saat ini Desa Waturaka telah menjadi salah satu destinasi yang menjadi pilihan wisatawan untuk dikunjungi, dengan tawaran kegiatan tinggal di rumah penduduk, bertani, menjelajah ke air terjun Murukeba, mandi air panas Kolorongo, ke Danau Kelimutu, dan menikmati budaya dan tarian adat di sanggar seni Mutulo'o dan Nuwa Nai. Sebelum pandemi Covid-19 desa ini setidaknya didatangi 2-5 orang tamu setiap harinya untuk menginap di rumah penduduk yang dijadikan *homestay*.

Kegiatan pariwisata di desa ini diawali pada tahun 2011 oleh seorang penduduk desa bernama Ignatius Leta Odja (biasa dipanggil Sius) yang melihat potensi desanya untuk menjadi desa wisata ekologi dan dapat dapat melengkapi kunjungan wisatawan ke danau tri warna Kelimutu. Sebelumnya wisatawan hanya menginap di Desa Konara, Kecamatan Kelimutu. Berbekal pengetahuan ala kadarnya, Sius bergerak sendiri memungut sampah dan membuka jalur ke tempat wisata seperti air terjun Murukeba dan air panas Kolorongo. Sius menggerakkan warga menanam sayuran dan buah-buahan, dan berinisiasi mengembangkan *homestay* dan sanggar musik.

Pengembangan kegiatan wisata di desa ini semakin terarah manakala sebuah LSM internasional membantu mereka. Berbagai pembenahan dilakukan, seperti peningkatan pemahaman masyarakat, pembenahan dan pelatihan bagi warga, termasuk pengembangan *homestay*. Selama proses ini, masyarakat sendiri yang merencanakan, mengidentifikasi dan mengelola potensi wisata desanya. Masyarakat bergotong royong memperbaiki jalan masuk ke desa dan ke beberapa lokasi yang menjadi atraksi wisata, merenovasi rumahnya untuk dijadikan *homestay*, dan menyiapkan atraksi untuk menjamu para pengunjung. Pemerintah berperan menyiapkan regulasi, sementara LSM dan lembaga lain mendukung peningkatan kapasitas.

Konsep wisata ekologi berbasis komunitas (*community-based ecotourism*) dipilih oleh para pemangku kepentingan di desa ini karena melalui ekowisata mereka berharap alam dan budaya masyarakat desa tetap lestari, masyarakat desa menjadi berdaya dan pengunjung mendapatkan pencerahan dan pembelajaran selama mereka tinggal dan berinteraksi dengan penduduk desa. Implementasi dari konsep tersebut adalah wisatawan datang dan menginap di rumah penduduk yang telah dipersiapkan sebagai *homestay*, melakukan aktivitas bersama pemilik rumah dan warga sekitar, memasak,

makan dan tidur menjadi bagian keseharian masyarakat desa. Bahkan, wisatawan juga terlibat dalam kegiatan gotong royong di desa.

Masyarakat tani, perangkat desa, dan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) berkolaborasi mengelola pengembangan kegiatan wisata di desa ini. Masyarakat Desa Waturaka membutuhkan waktu empat tahun untuk mengembangkan kegiatan pariwisata di desa ini hingga memberikan manfaat yang nyata bagi

masyarakatnya. Sebelum pandemi Covid-19, setiap *homestay* mendapatkan penghasilan antara Rp 2 juta hingga Rp 5 juta per bulan. Anak-anak muda pun mulai jadi petani sayur dan buah-buahan. Sanggar musik dan tari mulai hidup dan memberi penghasilan per orang hingga Rp 2 juta sebulan. Upaya memperluas jaringan pasar juga dilakukan oleh Pokdarwis melalui kerja sama dengan sebuah Agen Perjalanan Wisata di Bali.







**ADAPTASI  
DESA WISATA  
DI ERA  
KENORMALAN  
BARU**

**PANDEMI** Covid-19 telah memberikan pengalaman yang berharga bagi para pelaku industri pariwisata, tidak terkecuali desa wisata. Pandemi memberikan kesempatan bagi desa wisata untuk mengembalikan kembali fungsi-fungsi lingkungan, sosial dan budaya yang selama ini dimanfaatkan untuk kegiatan/atraksi wisata. Saatnya bagi desa wisata - maupun desa yang berniat mengembangkan kegiatan pariwisata di wilayahnya – **memberikan perhatian lebih kepada aspek keberlanjutan, dan melakukan pengembangan kepariwisataan di desa secara lebih “hijau”**, yaitu pengembangan desa wisata yang tidak merubah karakter dan jati diri desa namun mendayagukan

pariwisata sebagai nilai tambah bagi desa, serta meningkatkan tanggung jawab dalam pelestarian sumber daya alam dan budaya yang ada di desa.

Pandemi juga mengubah perilaku masyarakat dalam berwisata. Kecenderungan perjalanan akan mengalami perubahan ke arah perjalanan singkat dengan rombongan kecil, dan menghindari tempat-tempat ramai. Demikian juga dengan pilihan aktivitas wisata yang bergeser ke kegiatan wisata minat khusus, seperti petualangan, wisata ekologi, wisata agro dan kesehatan atau kebugaran<sup>1</sup>.

#### Beberapa fakta desa wisata di saat pandemi Covid-19:

1. Sebagian besar usaha di desa yang menggantungkan pada pariwisata terdampak paling parah. Banyak yang beralih ke sektor lain<sup>2</sup>.
2. **Pekerjaan utama masyarakat desa tidak hilang** sebagai upaya bertahan di tengah Covid-19. Masyarakat di desa wisata masih memiliki pekerjaan pokok di luar pariwisata seperti petani, pekerja swasta, pengrajin, dan lainnya<sup>3</sup>.
3. **Munculnya kolaborasi dengan pelaku di sektor pertanian/perkebunan**, misalnya dengan petani kopi dan produk-produk pertanian/perkebunan yang bernilai jual tinggi.
4. Adanya wabah pandemi Covid-19 menjadi momentum bagi desa wisata untuk berupaya “**mengistirahatkan**” destinasi. Momentum “istirahat” selama masa pandemi digunakan untuk melakukan upaya untuk **perbaikan fasilitas, peningkatan kapasitas dan keterampilan SDM, serta pelayanan, maupun melakukan inovasi dan mempersiapkan strategi ke depan** pasca pandemi Covid-19.
5. **Pemanfaatan teknologi informasi dan kreativitas lembaga pengelola desa wisata tumbuh** dengan baik. Misalnya penyelenggaraan *virtual tour* yang diadakan oleh beberapa desa wisata di Indonesia (seperti Desa Wisata Nglanggeran, Yogyakarta)

1. <https://nowjakarta.co.id/art-and-culture/culture/redesigning-tourist-village-necessary-or-not>

2. <https://www.masterplandesia.com/artikel/upaya-desa-wisata-bertahan-di-tengah-covid-19/>

3. *ibid*

Kegiatan pariwisata tidak akan sama lagi di masa mendatang. Covid-19 telah membentuk perilaku dan tuntutan baru dari wisatawan. Isu kesehatan dan sanitasi kini menjadi fokus penting bagi masyarakat dan wisatawan. Di masa depan, pariwisata diharapkan berubah ke arah pariwisata berkelanjutan dengan penekanan pada gaya hidup sehat. Desa wisata perlu berbenah dan mempersiapkan diri menghadapi perubahan ini.

Adaptasi kenormalan baru di desa wisata bertujuan agar aktivitas wisata di desa tetap dapat dilakukan dengan berfokus pada kesehatan dan kebersihan. Untuk itu, Protokol Kesehatan harus dilakukan agar aktivitas pariwisata di desa tetap dapat berjalan.

#### SEBELUM KUNJUNGAN

- Reservasi diusahakan secara *online*
- Bagi jam kedatangan agar tidak terjadi penumpukan
- Pembayaran dilakukan secara *transfer* (non-tunai)
- Pendataan nama pengunjung, daerah asal, nomor handphone / whatsapp
- Gunakan aplikasi berbasis teknologi untuk meminimalkan fisik (misal teknologi *touchless*, *cashless*, *QR code*, dsb.)

#### SAAT KEDATANGAN

- Jalankan Protokol Kesehatan (cek suhu tubuh, cuci tangan, disiplin bermasker)
- Lakukan antrian berjarak atau memakai nomor agar tidak ada kerumunan
- Siapkan area/ruang karantina jika ada pengunjung bergejala (suhu diatas 37 derajat Celsius, batuk-pilek), pengunjung diperkenalkan tidak mengikuti program.
- Gunakan aplikasi berbasis teknologi untuk meminimalkan sentuhan fisik (misal teknologi *touchless*, *cashless*, *QR code*, dsb.)

#### SELAMA KUNJUNGAN

- Jalankan protokol Kesehatan disetiap titik kunjung

#### SETELAH KUNJUNGAN

- Lakukan disinfektasi di seluruh area yang dikunjungi tamu sesering mungkin, khususnya di area yang populer
- Lakukan *review* harian atas pelaksanaan *New Normal*

**Diagram 3**  
Contoh skema alur adaptasi kenormalan baru di desa wisata

### Daftar periksa yang harus dilakukan desa wisata dalam menghadapi kenormalan baru:

- Buatlah Satuan Tugas Kenormalan baru yang melaksanakan pengawasan, pemantauan, dan review atas penerapan Protokol Kesehatan Kenormalan Baru.
- Buatlah skenario atau alur tamu di setiap titik di desa dengan berpatokan pada: reservasi di awal melalui whatsapp/handphone/email, tidak membuat *spot*/lokasi yang memungkinkan kerumunan, jalur antrian, titik-titik tempat cuci tangan.
- Pastikan seluruh area umum bersih dan disterilisasi.
- Deteksi suhu tubuh di setiap titik pintu masuk desa wisata.
- Menunda perhelatan besar yang mendatangkan masyarakat dalam jumlah banyak.
- Promosikan cuci tangan secara teratur dan menyeluruh. Tempatkan dispenser pembersih tangan di tempat-tempat strategis dan mudah dijangkau masyarakat.
- Sosialisasikan penggunaan masker dan jaga jarak, baik bagi pengunjung maupun masyarakat.
- Bekerja sama dengan fasilitas kesehatan terdekat untuk prosedur perujukan wisatawan yang sakit dan peningkatan kapasitas pengelola desa wisata tentang alat perlindungan diri dan pencegahan infeksi.
- Atur ulang sistem reservasi kunjungan. Kembangkan reservasi online sederhana untuk kontrol jumlah kedatangan tamu. Buatlah sistem pembayaran terpadu untuk mengurangi pembayaran tunai. Sistem pembayaran bisa dilakukan dengan sebelum kunjungan atau transfer di tempat ke rekening operator desa wisata/koperasi.
- Pembatasan pengunjung sesuai dengan kapasitas lokasi dan petugas pengelola desa wisata.
- Berikan peringatan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh masyarakat dan wisatawan untuk mendukung CHSE.



#### BACA REFERENSI/PANDUAN TERKAIT

1. Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan di Daya Tarik Wisata (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020).
2. Panduan Sertifikasi dan Tabel Penilaian Desa

Wisata Berkelanjutan pada poin B.7.d terkait dengan Standar Kebersihan, Kesehatan, Keamanan dan Kelestarian Lingkungan (CHSE Nasional) (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif ([kemenparekraf.go.id](http://kemenparekraf.go.id)))



10  
LANGKAH  
MENGEMBANGKAN  
DESA WISATA  
HIJAU (DWH)





## MEMBANGUN KOMITMEN BERSAMA

**PENGEMBANGAN** DWH harus didasari oleh kebutuhan, keinginan dan kesepakatan bersama para pemangku kepentingan di desa. Dibutuhkan proses untuk menyampaikan ide pengembangan dan meyakinkan masyarakat luas mengenai pengembangan potensi desa melalui desa wisata. Prinsip musyawarah dan mufakat serta gotong royong perlu diterapkan dalam proses membangun komitmen.

**Pemerintah Desa, kelompok masyarakat, tokoh masyarakat/pemuda dapat menginisiasi proses membangun komitmen bersama ini.**

- Lakukan pertemuan dengan kelompok kecil** (Kepala Desa, tokoh masyarakat/adat, pemuka agama setempat, tokoh pemuda, pendamping desa, dsb) untuk mendiskusikan ide mengembangkan DWH. Yakinkan para tokoh masyarakat dan orang-orang yang disegani mengenai peluang dan manfaat desa wisata. Dalam pertemuan ini juga perlu disepakati tujuan pengembangan desa wisata sesuai dengan potensi yang dimiliki desa.



### BACA REFERENSI/PANDUAN TERKAIT

Panduan Sertifikasi dan Tabel Penilaian Desa Wisata Berkelanjutan pada poin A.1.g terkait dengan Masyarakat sebagai Akselerator (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif)

- Meminta masukan dari pihak-pihak yang kompeten** (akademisi, pelaku usaha pariwisata, tokoh masyarakat/adat/agama, Kecamatan, Dinas Pariwisata, dsb.) mengenai ide pengembangan DWH.
- Mengorganisir Musyawarah Desa** dengan melibatkan Kepala Desa, Badan Permusyawaratan Desa.
- Buatlah Kesepakatan Bersama** yang ditandatangani oleh seluruh pihak yang hadir pada musyawarah desa, dan sebaiknya bentuk Tim kecil (*tim ad-hoc*) untuk melanjutkan proses merintis/mengembangkan DWH.
- Libatkan pihak Pemerintah Daerah** (Dinas Pariwisata di daerah setempat) agar proses pemetaan potensi dan strategi berikutnya dapat terpantau oleh pemerintah

**Komitmen - yang dapat diartikan sebagai perjanjian (keterikatan) untuk melakukan sesuatu - merupakan prasyarat utama untuk melanjutkan proses berikutnya dalam pengembangan DWH. Usahakan untuk mendapatkan komitmen bersama agar proses selanjutnya mendapatkan dukungan kuat dari seluruh pemangku kepentingan di desa.**



## MEMETAKAN POTENSI DAN PERMASALAHAN DESA

Setiap desa pasti memiliki aset yang dianggap bernilai, bisa dalam bentuk bentang alam, sejarah, arsitektur, seni dan budaya, hingga cerita-cerita rakyat (*folklore*).

“*Sesuatu yang dimiliki oleh desa, yang dianggap biasa saja oleh masyarakatnya, bisa jadi menjadi sesuatu yang istimewa bagi orang dari luar desa tersebut*”.

### 1. Lakukan Observasi Lapangan dan buat Daftar untuk aspek-aspek sebagai berikut:

*(Observasi juga dapat dilakukan bersama pihak luar, misalnya Agen Perjalanan Wisata atau pelaku yang mewakili persepsi pasar)*

- A. Sumber daya desa (lansekap alam, kesenian, arsitektur, artefak, kerajinan, kuliner) yang potensial menjadi daya tarik atau atraksi,
- B. Aksesibilitas menuju ke desa (jalur jalan masuk dan keluar dari desa), Termasuk jaringan infrastruktur komunikasi (jaringan telepon, internet, dan sejenisnya).
- C. Fasilitas pendukung, seperti toilet umum, mushola/masjid, area terbuka yang dapat dimanfaatkan untuk lokasi parkir, warung makan, dsb,
- D. Usaha masyarakat atau aktivitas masyarakat yang potensial menjadi pendukung kegiatan wisata (misal, produksi olahan pangan, industri kreatif, jasa transportasi, dan sejenisnya).



**Gunakan Formulir Identifikasi Potensi Desa Wisata (Lampiran 1.) untuk membantu Anda memformulasikan temuan observasi dan sebagai materi untuk musyawarah desa**

2. **Identifikasikan Potensi Pasar.** Kumpulkan informasi potensi pasar untuk memperkirakan kebutuhan, pola kunjungan dan karakteristik wisatawan yang akan dijadikan target promosi nantinya. Konsultasikan hal ini dengan OPD terkait (Dinas Pariwisata) dan pelaku usaha pariwisata (misalnya Agen Perjalanan Wisata, pemandu wisata).
3. **Identifikasikan Potensi Dampak.** Kumpulkan informasi dan perhitungkan dampak yang mungkin timbul dari pengembangan DWH, seperti dampak negatif (seperti potensi timbunan sampah, polusi, gesekan sosial, dan sebagainya), maupun positif (misalnya penciptaan lapangan kerja baru, peningkatan pendapatan masyarakat, dsb).
4. **Identifikasikan kerawanan bencana.** Kumpulkan informasi tentang peristiwa bencana alam yang pernah terjadi dan yang potensial terjadi di desa (seperti, banjir, tanah longsor, kekeringan, rob, angin putting beliung, dan lainnya). Identifikasikan upaya pencegahan yang mungkin dilakukan (realistis dan rendah biaya).

5. **Identifikasikan kelembagaan yang sudah ada** di desa (misalnya Pokdarwis, koperasi, BUMDes, dsb.)
6. **Lakukan Musyawarah Warga untuk mendiskusikan temuan observasi serta merumuskan potensi dan permasalahan.** Sebaiknya melibatkan Pendamping Desa, OPD terkait (misalnya Dinas Pariwisata) atau lembaga-lembaga yang memiliki kepedulian terhadap pemberdayaan masyarakat (misalnya perguruan tinggi, LSM).

7. **Tuliskan Identifikasi Kebutuhan Pengembangan.** Apa saja yang perlu dipelihara, dipertahankan, dibiayai atau disediakan agar layak untuk menjadi DWH. Identifikasi kebutuhan pengembangan ini akan bermanfaat untuk penyusunan rencana kerja (Langkah 4 dari panduan ini), perencanaan pengembangan SDM (Langkah 5 dari panduan ini) dan penataan lingkungan dan sarpras pendukung (Langkah 6 dari panduan ini).

Dalam pengembangan potensi desa untuk kegiatan atau aktivitas kepariwisataan di desa, perlu mempertimbangkan aspek-aspek zonasi (pemintakatan) sebagai berikut:

Gunakan Peta Rantai Nilai Pariwisata sederhana untuk membantu memvisualisasikan Potensi, Permasalahan, Dampak yang mungkin timbul dari pengembangan kegiatan pariwisata di desa. (lihat Lampiran 1. Formulir Identifikasi Potensi Desa Wisata).



**Diagram 4.**  
Zonasi pengembangan

Sumber:  
Henky Hermantoro,  
2020

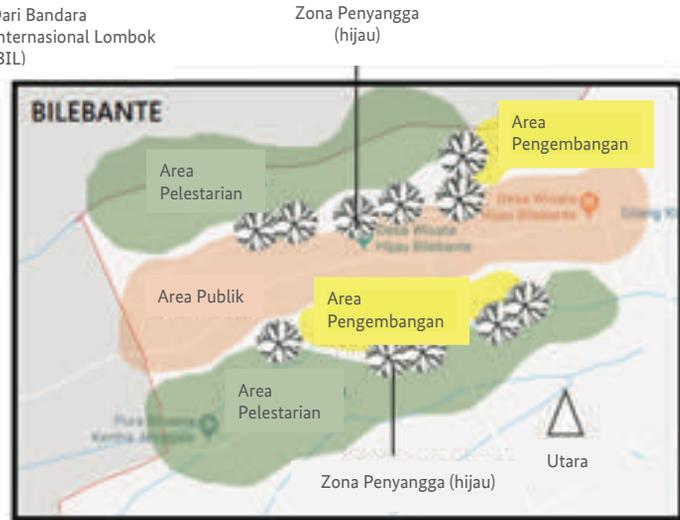


Dari Kota Mataram

**Bilebante**

Dari Bandara Internasional Lombok (BIL)

## BERDASARKAN GUNA LAHAN



### AREA PUBLIK

Penggunaan untuk kepentingan publik (jasa dan hunian)

### AREA PENGEMBANGAN UNTUK PARIWISATA

Fasilitas dan atraksi wisata (memancing, kebugaran, rumah makan, pusat informasi wisata, dsb.)

### AREA PELESTARIAN

Atraksi wisata dengan pelestarian (lahan pertanian)

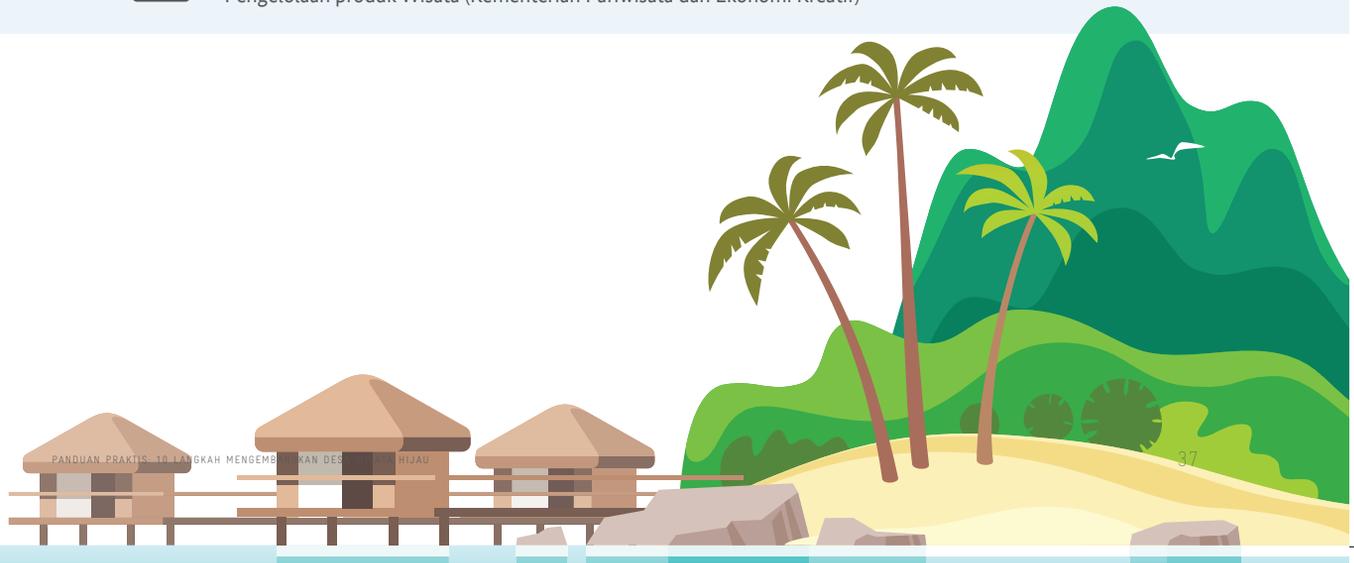
Diagram 5.  
Contoh pengembangan zonasi (pemintakatan) di Desa Wisata Bilebante, Lombok Tengah, NTB

Sumber:  
Henky Hermantoro,  
2020



### BACA REFERENSI/PANDUAN TERKAIT

Panduan Sertifikasi dan Tabel Penilaian Desa Wisata Berkelanjutan pada poin B.3.f terkait dengan Inovasi Pengelolaan produk Wisata (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif)





## MEMBENTUK LEMBAGA PENGELOLA / MEMPERKUAT LEMBAGA YANG TELAH ADA

Proses pembentukan lembaga pengelola atau penguatan lembaga yang telah ada harus didasari oleh proses musyawarah desa yang dipimpin oleh Kepala Desa, dan dihadiri oleh tokoh masyarakat, anggota Badan Perwakilan Desa (BPD), perwakilan pemuda, dan kelompok masyarakat. Lembaga pengelola ini yang nantinya akan bertanggung jawab dalam mengawal perjalanan pengembangan dan pengelolaan DWH.

Membentuk lembaga pengelola dapat dimulai dari lembaga kecil (rintisan) atau mengembangkan fungsi dan tugas dari lembaga yang sudah ada (misalnya BUMDes, Koperasi, Pokdarwis, dsb.).

Secara sederhana, pembentukan lembaga pengelola DWH dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. **Lakukan pemetaan para pemangku kepentingan** desa wisata yang akan dibentuk. Pemetaan pemangku kepentingan ini penting dilakukan untuk mengetahui jejaring koordinasi, konsultasi dan kerja sama bagi pengembangan desa wisata kedepan.
2. **Rumuskan bentuk/model lembaga/ organisasi yang akan ditetapkan.** Bentuk lembaga pengelola desa wisata yang umum saat ini adalah Pokdarwis. Namun, dapat pula membentuk model pengelolaan lain (misalnya koperasi atau BUMDes) yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan di desa.

3. **Susun Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga** dari lembaga/organisasi yang dipilih.

4. **Susun dan tetapkan struktur organisasi.** Penyusunan organisasi pengelola dilakukan melalui musyawarah desa yang melibatkan Kepala Desa, tokoh masyarakat, perwakilan pemuda, dan kelompok masyarakat.

5. **Legalisasi lembaga pengelola desa wisata.** Secara umum penetapan lembaga pengelola desa wisata ditetapkan dengan SK Kepala Desa. Selanjutnya, SK Kepala Desa dan Berita Acara Pengesahan AD/ART lembaga akan menjadi dokumen legal formal pengelola desa wisata.



#### Fungsi dan tugas pengelola DWH:

- a. Memimpin dan menggerakkan para pemangku kepentingan untuk pengembangan dan pengelolaan desa wisata
- b. Membangun kolaborasi antar usaha (rantai nilai)
- c. Menjamin peluang manfaat yang seimbang bagi anggotanya untuk menghindari konflik antar usaha
- d. Mengorganisir penyiapan desa wisata secara fisik maupun non fisik
- e. Mengembangkan kemitraan dengan instansi/lembaga lain (pemerintah dan/atau swasta) untuk peningkatan kapasitas SDM, promosi dan pemasaran



#### BACA REFERENSI/PANDUAN TERKAIT

1. Panduan Pengembangan Desa Wisata Hijau untuk pemahaman lebih lanjut tentang Kelembagaan
2. Panduan Sertifikasi dan Tabel Penilaian Desa Wisata Berkelanjutan pada poin A.1.a terkait dengan Struktur dan Tanggungjawab Kelompok, dan A.1.b terkait dengan Sumber Pendanaan. (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif)





## CERITA DARI DESA :

### MENGELOLA DESA WISATA MELALUI SINERGITAS POKDARWIS DAN LEMBAGA DESA WISATA (LADESTA)

DESA WISATA GUBUKKLAKAH, KABUPATEN MALANG, JAWA TIMUR

**DESA** Wisata ini letaknya cukup strategis karena menjadi salah satu akses ke Kawasan Pariwisata Bromo-Tengger-Semeru. Proses pembentukan kelembagaan desa wisata di desa ini diawali dari pembentukan Pokdarwis dan Lembaga Desa Wisata (Ladesta) pada tahun 2010. Pembagian tugas masing-masing lembaga ini dipisahkan secara jelas, dimana Pokdarwis sebagai penggerak dan motivator untuk pengembangan kepariwisataan di desa, sementara Ladesta bertugas menjual atraksi dan paket-paket wisata desanya. Ladesta sendiri dibentuk dengan SK Kepala Desa dan Dinas Pariwisata & Kebudayaan Kabupaten Malang pada tanggal 20 Agustus 2010.

Desa wisata Gubukklakah mengelola dan menjual paket wisata yang terdiri dari transportasi,

*homestay*, aktivitas pariwisata seperti kebudayaan, agro atau aktivitas di alam seperti Coban Pelangi. Paket tersebut dijual oleh biro perjalanan atau trip gabungan seperti *open trip*. Selain itu bisa juga secara terpisah ada *homestay*, pemandu, makan minum, transportasi dan daya tarik wisata yaitu tiga air terjun, *rafting*, *tubing*, *outbond*.

Desa Wisata Gubukklakah merupakan salah satu Desa Wisata terbaik di Indonesia. Beberapa penghargaan yang diraih diantaranya: Desa Wisata terbaik tingkat nasional untuk kategori Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) pada tahun 2014 dan untuk kategori pengelolaan Desa Wisata Hijau pernah juga menjadi yang terbaik di tingkat nasional pada ajang ISTA (*Indonesia Sustainable Tourism Award*) di tahun 2017.

#### **Pembina:**

- Kepala Dinas Pariwisata & Kebudayaan Kab. Malang
- Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Timur
- Kementerian Pariwisata

#### **Penasehat:**

- Kepala Bidang pada Dinas Pariwisata & Kebudayaan Kab. Malang
- Camat Poncokusumo
- Tokoh Masyarakat

#### **Pengurus**

- Ketua
- Wakil Ketua
- Sekretaris
- Bendahara
- Pokja:
  - Pokja *Homestay*
  - Pokja Agro
  - Pokja Transportasi
  - Pokja Pemandu Wisata
  - Pokja Kuliner

Sumber: <https://pemasaranpariwisata.com/2019/08/13/cara-mengelola-desa-wisata/>



## MENYUSUN RENCANA STRATEGIS (VISI, MISI, RENCANA KERJA)

**SETELAH** lembaga pengelola dibentuk, selanjutnya dirumuskan rencana strategis pengembangan desa wisata. Rencana pengembangan ini harus diselaraskan dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Desa/Kelurahan yang telah disusun oleh Pemerintah Desa.

Proses penyusunan rencana strategis dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

### 1. Formulasikan Visi dan Misi Pengembangan DWH

Visi merupakan kalimat pernyataan tentang harapan ("mimpi") kedepan yang ingin diraih dalam pengembangan desa wisata.

Sementara misi adalah pernyataan tentang bagaimana meraih mimpi tersebut. Visi dan misi pengembangan desa wisata hendaknya selaras dengan visi dan misi pembangunan desa yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Desa. Konsultasikan pernyataan visi dan misi yang disusun dengan Kepala Desa dan tokoh masyarakat untuk mendapatkan masukan.

Penulisan pernyataan visi sebaiknya:

- Mewakili aspirasi masyarakat
- Dapat dicapai dan realistis
- Fokus pada jangka menengah dan panjang
- Disesuaikan dengan kekuatan yang dimiliki saat ini dan peluang untuk tumbuh kedepannya.

### Contoh pernyataan Visi dan Misi

**Visi :**

"Membangun dan Merawat Banjaroya Melalui Pariwisata Berbasis Masyarakat."

**Misi :**

1. Memberikan pelayanan yang profesional kepada wisatawan.
2. Mengembangkan & mempromosikan usaha masyarakat melalui kegiatan kepariwisataan,
3. Menjaga adat, budaya dan nilai kearifan lokal sebagai paket utama dalam kegiatan kepariwisataan.

4. Menjaga kelestarian lingkungan dengan penerapan Sapta Pesona di kehidupan masyarakat,
5. Menjadikan pariwisata sebagai alat meningkatkan hasil pertanian serta usaha kecil menengah.
6. Memberikan edukasi tentang pariwisata dan hal lain yang berhubungan dengan keberlanjutan kepariwisataan kepada masyarakat,
7. Meningkatkan peran serta masyarakat dalam pembangunan melalui kegiatan-kegiatan kepariwisataan.
8. Memperlama masa tinggal wisatawan di Kulonprogo, Yogyakarta, Magelang dan Indonesia pada umumnya.

*Catatan: Dewa Bara atau Desa Wisata Banjaroyo adalah sebuah desa wisata di Kecamatan Kalibawang, Kabupaten Kulon Progo, D.I. Yogyakarta. Desa ini terletak di lereng perbukitan Menoreh, 8 km sebelah timur Candi Borobudur atau 24 km sebelah barat kota Yogyakarta.<sup>4</sup>*

## 2. Susun Rencana Kerja dan Anggaran

Rencana kerja pengembangan desa wisata sebaiknya diarahkan untuk menjawab kebutuhan pengembangan yang sudah diidentifikasi pada Langkah 2. Gunakan

daftar kebutuhan pengembangan tersebut sebagai acuan untuk menyusun Rencana Kerja dan Anggaran.

### Prinsip-prinsip penyusunan rencana kerja:

1. Realistis untuk dilakukan (baik dari aspek waktu, biaya dan sumber daya yang dibutuhkan). Termasuk dalam hal ini adalah ketersediaan sumber-sumber dana potensial.
2. Memprioritaskan pada penciptaan dampak langsung bagi masyarakat desa.
3. Mudah untuk diukur pencapaiannya.
4. Mendukung terciptanya keberlanjutan (baik dari aspek ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan).

4. <https://dewabara.wordpress.com/tentang-kami/visi-misi-dan-tujuan/>

### 3. Menyiapkan Prosedur dan Aturan Main

Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan aspek penting dalam mewujudkan pengelolaan desa wisata yang profesional, efektif, dan efisien. SOP merupakan prosedur yang dibuat secara tertulis untuk menjaga konsistensi kinerja pengelola desa wisata, mengetahui

peran dan fungsi tiap posisi, memperjelas alur tugas, wewenang dan tanggung jawab, serta menghindari kesalahan/malpraktek/keraguan. SOP dibuat berdasarkan kesepakatan bersama dari pimpinan dan anggota lembaga pengelola desa wisata.



#### BACA REFERENSI/PANDUAN TERKAIT

Panduan Sertifikasi dan Tabel Penilaian Desa Wisata Berkelanjutan pada poin A.1.b terkait dengan Sumber Pendanaan. (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif)





## MEMPERSIAPKAN SDM DESA WISATA

**DALAM** pengembangan desa wisata, pembinaan serta peningkatan kualitas SDM yang kompeten dalam bidang kepariwisataan perlu mendapat perhatian utama. Termasuk pula pengembangan kapasitas SDM pada rantai pasok (*supply chain*) sektor-sektor terkait yang ada di desa (seperti, SDM pertanian, industri kreatif, dan sebagainya).

Proses penyiapan SDM desa wisata dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. **Lakukan penilaian terhadap pemahaman, pengetahuan, dan keterampilan masyarakat desa yang terkait dengan kepariwisataan.**
2. **Identifikasikan prioritas pengembangan kapasitas SDM yang dibutuhkan.**
3. **Konsultasikan dengan instansi terkait** (OPD yang membidangi pariwisata dan/atau ketenagakerjaan) untuk mendapatkan masukan serta dukungan bagi penguatan kapasitas SDM.

Proses konsultasi juga dapat dilakukan dengan melakukan studi banding ke desa wisata yang sudah berhasil. Misalnya, belajar dan mengunjungi Desa Wisata Pujon Kidul di Kabupaten Malang untuk studi kasus BUMDes (Badan Usaha Milik

Desa), Desa Wisata Nglanggeran di Kabupaten Gunung Kidul untuk studi kasus inovasi dan pemberdayaan masyarakat lokal, dan Desa Wisata Pentingsari di Kabupaten Sleman untuk studi kasus pengemasan atraksi.

4. **Susun program peningkatan kapasitas SDM**, baik untuk pengurus lembaga pengelola desa wisata maupun individu/pelaku usaha di desa yang terkait dengan layanan pariwisata nantinya (misalnya, pemandu wisata, pemilik warung makan, perajin cinderamata, dsb.).
  - Susunlah proposal peningkatan kapasitas (pelatihan, workshop, magang, dan sejenisnya) guna mendapatkan dukungan dari pemerintah/perusahaan swasta/ lembaga internasional/ lembaga pendidikan.
  - Bekerja sama dengan lembaga pendidikan untuk dijadikan lokasi KKN tematik/program pengabdian masyarakat.
  - Libatkanlah profesional atau konsultan pariwisata untuk memberikan pelatihan, maupun melakukan pendampingan. Petakan kampus-kampus yang potensial di sekitar desa wisata untuk dapat dilibatkan dalam program penelitian maupun pemberdayaan masyarakat.



### BACA REFERENSI/PANDUAN TERKAIT

1. PP 52/2012 tentang Sertifikasi Kompetensi dan Sertifikasi Usaha di Bidang Pariwisata
2. Panduan Sertifikasi dan Tabel Penilaian Desa Wisata Berkelanjutan pada poin A.5.d terkait dengan program

informasi, pendidikan dan pelatihan pariwisata serta A.5.g terkait dengan program desa wisata sebagai upaya di dalam peningkatan kapasitas dan peran masyarakat/SDM setempat dalam inisiasi dan pelaksanaan program desa wisata (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif)



## MENATA LINGKUNGAN, SARANA DAN PRASARANA PENDUKUNG

**PENATAAN** lingkungan, sarana dan prasarana pendukung tidak semata-mata untuk kepentingan wisatawan, namun juga untuk menciptakan lingkungan dan ruang hidup yang lebih layak bagi penduduk desa.

1. **Mulailah dengan membuat rencana pengembangan sederhana.** Lakukan diskusi dengan Pemerintah Desa, tokoh masyarakat, pemilik lahan, pendamping desa untuk menyusun rencana pengembangan desa wisata. Untuk lebih memperkuat, rencana induk dapat pula dilegalisasi menjadi Perdes, yang sekaligus menjadi turunan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten/Kota. Gunakan peta desa sebagai acuan untuk penataan lingkungan dan identifikasi lokasi pengembangan fasilitas dan sarpras pendukung.
2. **Prioritaskan penataan lingkungan di area yang menjadi pintu/akses masuk wisatawan ke desa, dan penyediaan fasilitas umum** yang dibutuhkan pengunjung (serta dapat dimanfaatkan juga oleh masyarakat desa). Aspek kebersihan menjadi faktor utama dalam penataan lingkungan desa. Gerakkan warga desa untuk melakukan kerja bakti secara rutin, khususnya pada lokasi-lokasi yang memiliki daya tarik bagi pengunjung.

Beberapa fasilitas dasar yang perlu disediakan diantaranya:

- Lahan parkir
- Toilet umum
- Tempat sampah
- Rambu-rambu petunjuk arah

3. **Lakukan penyediaan infrastruktur, fasilitas, dan sarpras pendukung secara bertahap sesuai dengan skala prioritas dan ketersediaan anggarannya.**

Lakukan musyawarah dan kerja sama dengan perangkat desa untuk dapat mengakses penggunaan Dana Desa. Baca Pedoman Umum Pelaksanaan Penggunaan Dana Desa yang diterbitkan setiap tahun oleh Kemendesa PDTT.



### Prinsip-prinsip perencanaan infrastruktur, fasilitas dan sarpras pendukung:

1. Sesuai dengan karakter lingkungan setempat,
2. Menekan sekecil mungkin dampak negatif pengembangan kepariwisataan,
3. Menggunakan material lokal, ramah lingkungan dan dapat didaur ulang,
4. Memperhitungkan daya dukung dan daya tampung lingkungan, agar tidak terjadi bentuk wisata massal,
5. Menempatkan masyarakat sebagai aktor atau pelaku utama dari kegiatan kepariwisataan, yaitu menjadi pemilik langsung, dan kepemilikan atas tanah tidak dialihkan

Penataan lingkungan, sarana dan prasarana pendukung harus mengikuti persyaratan untuk menciptakan kenyamanan, keselamatan dan kesehatan, baik bagi masyarakat desa maupun pengunjung



#### BACA REFERENSI/PANDUAN TERKAIT

1. Pedoman Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan dan Kelestarian Lingkungan di Daya Tarik Wisata dan Pondok Wisata/Homestay (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020).
2. Panduan Sertifikasi dan Tabel Penilaian Desa Wisata Berkelanjutan pada poin B.8 terkait dengan Akses Untuk Semua (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) wisata (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif)



## MEMFORMULASIKAN BRANDING DESA WISATA

**BRANDING** bukanlah sekedar Logo. *Branding* merupakan upaya menggali dan membangun daya tarik desa serta mengkomunikasikannya kepada masyarakat luas untuk dapat dikenal, dipahami, menciptakan ketertarikan dan minat berkunjung.

*Branding* bertujuan untuk menunjukkan identitas desa.

“*Suatu desa dapat memiliki semua potensi atau tidak memiliki semuanya, tapi biasanya ada karakteristik yang khas yang dimiliki dan tidak dimiliki oleh desa lain.*”

Proses formulasi *branding* desa wisata dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. **Identifikasikan keunggulan desa**, yang membedakan dengan desa yang lain, yang tidak dimiliki oleh desa lain, dan unik. Libatkan tokoh masyarakat, pemuda, perangkat desa dan pendamping desa untuk mendiskusikan hal ini.

*Catatan: Jika desa Anda sudah dikunjungi oleh orang luar/wisatawan, lakukan pengamatan dan survey kecil terhadap kesan dan motivasi orang untuk berkunjung ke desa Anda. Tanyakan kepada para pengunjung tersebut, apa yang menarik dari desa Anda.*

2. **Lakukan perancangan identitas desa** setelah mendapatkan keunikan, kekhasan dan keunggulan dari hasil identifikasi diatas. Gambarkan desa Anda dengan elemen-elemen (grafis) untuk menunjukkan keunikan dan dianggap mampu mewakili kondisi desa. Pada tahapan ini dihasilkan logo, slogan, dan *tagline* untuk memvisualisasikan keberadaan desa wisata atau dapat disebut sebagai *Brand* (merek).

Libatkan pemuda setempat atau orang luar yang memiliki keahlian grafis untuk membantu Anda. Mintalah masukan ke pihak-pihak terkait (seperti Dinas Pariwisata, para pelaku usaha pariwisata, desainer grafis, dsb).



### Brand untuk memvisualkan desa wisata:

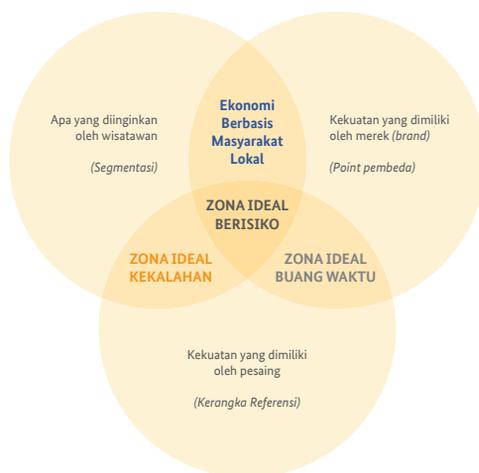
1. *Brand* harus memiliki keunikan, kekhasan, mudah diucapkan dan mudah diingat,
2. Logo atau simbol harus mampu mendefinisikan keunggulan dari sebuah destinasi melalui visual. Keunggulan tersebut seperti keindahan alam, monumen terkenal, keunikan tradisi, dan sebagainya.

*Brand* juga merupakan salah satu instrumen untuk pemosisian (*positioning*) sebuah desa wisata. Setidaknya terdapat 3 faktor utama untuk menentukan *positioning*, yaitu:

- **Segmentasi Pasar**, yang dapat diartikan sebagai apa yang diinginkan pasar,
- **Kerangka Referensi** (*frame of reference*) yang diartikan sebagai kekuatan yang dimiliki oleh pesaing,
- **Pembeda Utama** (*point of difference*) yaitu apa yang hanya dimiliki oleh *brand* kita.

Upaya pemosisian yang ideal adalah pada area dimana kekuatan yang dimiliki oleh *brand* sebuah desa wisata bersinggungan cukup besar dengan apa yang diinginkan oleh wisatawan.

Usahakan untuk menghindari zona kekalahan, dimana kekuatan yang dimiliki oleh pesaing bersinggungan cukup besar dengan apa yang diinginkan oleh wisatawan. Demikian pula dengan zona buang waktu



NAMA/ IDENTITAS YANG  
INGIN DIBUAT



KARAKTER YANG INGIN  
DIPERLIHATKAN



JANJI /  
BRAND PROMISE



**BRAND**

WHITE HORSE  
(Transportasi)



MODERN, HATI-HATI,  
ELEGAN



Perjalanan yang  
menyenangkan dan  
memberi kebebasan bagi  
pemakai kendaraan



**WHITE HORSE**  
Journey is Yours

### Contoh-contoh brand desa wisata:



Pemakaian kata Hijau melengkapi kata Desa Wisata memberikan *positioning* terhadap Bilebante sebagai destinasi yang menawarkan suasana desa yang lestari dan ramah lingkungan.  
Sumber: DWH Bilebante



Pulesari mengaplikasikan grafis gunung dan rumah tradisional sebagai logo.  
Sumber: <https://desawisatapulesari.wordpress.com>



Pulewulung secara lugas menggambarkan apa yang ada di desa (alam, dan hasil bumi berupa salak).  
Sumber: <https://pulewulung.com/>

- Lakukan peluncuran dan pengenalan brand.** Sebuah *brand* tidak serta merta dapat menjual dirinya sendiri. Perlu aktivitas untuk memperkenalkan *brand* atau identitas desa wisata Anda tersebut ke masyarakat luas. Sebarluaskan *brand* tersebut melalui media sosial (facebook, instagram, twitter), gunakan pada brosur, spanduk/banner, dan perkenalkan juga ke Pemda, para jurnalis, para pelaku industri pariwisata (Agen Perjalanan Wisata, Pemandu Wisata, hotel, dsb) di daerah Anda.
- Lakukan upaya untuk merealisasikan brand** tersebut dalam aktivitas/kegiatan yang terkait dengan pariwisata di desa Anda.

Setelah disosialisasikan secara luas, langkah selanjutnya adalah lebih penting, yaitu merealisasikan *brand* tersebut. *Brand* bukan sekedar logo atau visualisasi grafis semata, namun merupakan sebuah “janji” yang harus ditepati kepada pengunjung. **Produk dan layanan yang dikembangkan juga harus sesuai dengan branding.** *Branding* akan menjadi *image* maupun reputasi yang akan selalu diingat dan dikenang oleh konsumen/wisatawan.

Gerakkan masyarakat dan pihak-pihak terkait untuk bahu membahu mewujudkan “janji” dari *branding* tersebut.



#### BACA REFERENSI/PANDUAN TERKAIT

- Panduan Sertifikasi dan Tabel Penilaian Desa Wisata Berkelanjutan pada poin A.7 terkait dengan Promosi dan Informasi (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif)
- Lihat juga video tentang membangun *branding* dan *positioning* untuk destinasi wisata di link berikut: <https://www.youtube.com/watch?v=9QhdfbXChFk>



## MENYUSUN PAKET WISATA

**PAKET** wisata di desa wisata dapat diartikan sebagai kemasan perjalanan yang merangkai seluruh atraksi dan daya tarik yang dimiliki desa (meliputi pelayanan penginapan, transportasi, atraksi wisata, makan dan lain-lain sebagai satu kesatuan kegiatan). Kemasan perjalanan ini berupa rencana kegiatan wisata yang ditawarkan kepada pengunjung, termasuk penjelasan atraksi, fasilitas dan harga jual pakatnya.

Proses pembuatan paket desa wisata dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. **Buat daftar sumber daya potensial di desa** yang sudah dipetakan sebelumnya (lihat tahapan observasi pada Langkah 2), dan lengkapi dengan dekripsi, jarak tempuh dan waktu (jam) terbaik untuk mengunjungi masing-masing objek/ atraksi tersebut.
2. **Susun beberapa alternatif rute (alur perjalanan)** yang merangkai objek/atraksi di atas. Lengkapi dengan daftar kebutuhan untuk masing-masing alternatif rute tersebut (misalnya, transportasi, pemandu, tiket masuk, dsb). Konsep dan desain alur perjalanan ini akan memudahkan Anda dalam membuat *itinerary* nantinya. Susunlah alur perjalanan secara urut dari titik pertemuan, perjalanan, atraksi/objek, penginapan, hingga perjalanan pulang. Konsultasikan berbagai alternatif yang disusun tersebut dengan pelaku usaha pariwisata (Agen Perjalanan Wisata, Pemandu Wisata).



3. **Tentukan juga tema paket yang akan ditawarkan**, misalnya paket atraksi membajak sawah, latihan menari, membuat masakan tradisional, dsb.
4. **Susun jadwal pelaksanaan untuk masing-masing paket**. Jadwal pelaksanaan yang jelas akan menjadi panduan bagi wisatawan sebagai pembeli atau Agen Perjalanan Wisata yang akan menjual paket tersebut. Jadwal perjalanan ini akan mengorganisir pelaksanaan perjalanan dari paket wisata menjadi tersusun rapi dan terencana.
5. **Siapkan cerita (story)** untuk menambah rasa ingin tahu dan memberikan pengalaman yang mendalam bagi wisatawan. Cerita dalam hal ini dapat berupa cerita tentang sejarah desa, legenda/mitologi, kejadian-kejadian penting, asal-usul nama tempat yang ada di desa (toponimi), dan sebagainya. Cerita ini akan memberi nilai tambah pada masing-masing paket kunjungan yang akan ditawarkan. Materi cerita ini nantinya juga dapat dikembangkan menjadi Video pendek untuk diunggah ke media sosial (Youtube, whatsapp, instagram).

### Story telling

Secara sederhana *story telling* adalah menceritakan sebuah kisah. Biasanya *story telling* yang berupa kisah atau cerita pendek, yang diceritakan secara singkat namun memiliki arti yang mendalam. Biasanya di akhir cerita diberikan penjelasan mengenai pesan moral dalam cerita. Menceritakan sebuah kisah atau *story telling* akan menjadi nilai tambah bagi wisatawan saat berkunjung ke suatu destinasi wisata. Narasi yang dibangun melalui *story telling* yang baik akan mampu memberikan edukasi yang baik kepada masyarakat, hingga membangun rasa penasaran bagi orang-orang untuk mengunjungi desa wisata. Teknik ini mampu menghidupkan suasana dalam meningkatkan pengalaman berwisata.

6. **Buatlah perhitungan biaya yang harus dikeluarkan** untuk masing-masing paket tersebut. Hitung secara teliti semua komponen yang ada pada paket wisata seperti transportasi, konsumsi, pemandu, tiket masuk objek wisata, penginapan. Hitung semuanya secara teliti agar

tidak merugikan diri sendiri. Dalam penentuan harga ini pertimbangkan target pasar yang dituju. Sesuaikan harga dengan kelompok pasar yang akan disasar, serta komunikasikan dengan pengelola atraksi fasilitas yang dimasukkan dalam paket wisata tersebut.

### Pertimbangan dalam penyusunan paket desa wisata

1. Jumlah peserta,
2. Jumlah pemandu/sumber daya manusia desa wisata yang tersedia,
3. Kemampuan lingkungan desa untuk menampung wisatawan,
4. Durasi kegiatan, dan
5. Jarak perjalanan



#### BACA REFERENSI/PANDUAN TERKAIT

Panduan Sertifikasi dan Tabel Penilaian Desa Wisata Berkelanjutan pada poin B.3.h terkait dengan Keberlanjutan Event dan Paket. (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif)

### Contoh Produk Wisata yang dikemas menjadi sebuah Paket Wisata:

Program ini adalah sebuah aktivitas tur yang mengkombinasikan antara unsur pendidikan, wisata, pengenalan budaya serta interaksi sosial dengan masyarakat setempat dan pengenalan nilai-nilai kearifan lokal. Program dapat dikemas dalam berbagai kombinasi permainan (*games*) sesuai dengan tema/target yang ingin dicapai.



Sumber: Panorama

Contoh *e-brochure* yang lengkap dengan *story-telling*, dan detail perjalanan (harga paket tidak dimasukkan karena ini merupakan brosur untuk B2B dimana Agen Perjalanan Wisata dapat menaikkan harga sesuai mark up yang disepakati):



## CONTOH KALKULASI HARGA PAKET WISATA DESA WISATA HIJAU BILEBANTE

Name of Tour: FULL DAY EXCURSION DESA WISATA HIJAU BILEBANTE

Validity: 1 January 2020 - 31 December 2020

Rates quoted in: USD with Kurs USD 1 =

Vehicle used : Panorama LOMBOK

Calculated by: Wisnu

Currency 1 Usd:

13.000

Description	VARIABLE COST	FIXED COST	Quantity	Total Cost	1	2	3	4	5
<b>PNO LOMBOK</b>									
<b>TRANSPORTATION</b>									
APV/AVANZA FD		450.000	1	450.000	450.000	225.000			
ELF SHORT FD		850.000	1	850.000			283.333	212.500	170.000
<b>GUIDE FEE</b>									
English spk Guide fee FD									
1 - 5 pax		209.000	1	209.000	209.000	104.500	69.667	52.250	41.800
<b>ENTRANCE FEE</b>									
Cycling at Bilebente	150.000		1	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
Banyumulek	5.000		1	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
<b>PARKING</b>									
Parking Bilebente		20.000	1	20.000	20.000	10.000	6.667	5.000	4.000
Parking Banyumulek		20.000	1	20.000	20.000	10.000	6.667	5.000	4.000
<b>LOCAL GUIDE</b>									
<b>Bilebente</b>									
1 - 5 pax		25.000	1	25.000	25.000	12.500	8.333	6.250	5.000
<b>MISCELLANEOUS</b>									
Mineral Water	5.000		2	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
Lunch at local restaurant	65.000		1	65.000	65.000	65.000	65.000	65.000	65.000
<b>Nett Package</b>					<b>954.000</b>	<b>592.000</b>	<b>604.667</b>	<b>511.000</b>	<b>454.800</b>
<b>In Us Dollar</b>					<b>73,38</b>	<b>45,54</b>	<b>46,51</b>	<b>39,31</b>	<b>34,98</b>
<b>Vat 1 %</b>					<b>0,73</b>	<b>0,46</b>	<b>0,47</b>	<b>0,39</b>	<b>0,35</b>
<b>Sub Total</b>					<b>74,12</b>	<b>45,99</b>	<b>46,98</b>	<b>39,70</b>	<b>35,33</b>
Markup	<b>O8</b>	5%	0,05	-	77,82	48,29	49,33	41,69	37,10
	<b>O7</b>	8%	0,08	-	80,05	49,67	50,74	42,88	38,16
	<b>O6</b>	12%	0,12	-	83,01	51,51	52,62	44,46	39,57
	<b>O5</b>	15%	0,15	-	85,24	52,89	54,02	45,66	40,63
	<b>O4</b>	20%	0,20	-	88,94	55,19	56,37	47,64	42,40
	<b>O3</b>	25%	0,25	-	92,65	57,49	58,72	49,63	44,17
	<b>O2</b>	30%	0,30	-	96,35	59,79	61,07	51,61	45,93
<b>O1</b>	35%	0,35	-	100,06	62,09	63,42	53,60	47,70	





## MELAKUKAN PEMASARAN DAN MENJALIN KEMITRAAN

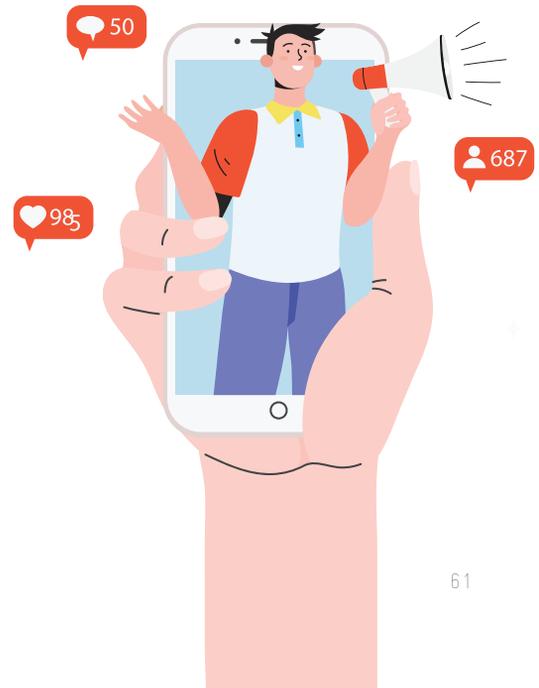
### A. PEMASARAN

Secara sederhana, pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan. Pemasaran ini mencakup penyiapan produk, pengemasan, promosi, penjualan, dan penyampaian layanan kepada konsumen akhir. Lembaga pengelola desa wisata harus menyiapkan pemasaran agar dapat menjual desa wisata sesuai dengan kelompok sasaran yang diharapkan.

Proses pemasaran dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. **Siapkan produk.** Produk dalam hal ini adalah lingkungan, atraksi, daya tarik dan fasilitas serta sarana prasarana pendukung yang sudah siap. Termasuk dalam hal ini adalah paket dan aktivitas wisata yang telah disiapkan. Libatkan pelaku industri pariwisata (Agen Perjalanan Wisata, pemandu wisata) dalam penyiapan produk agar sesuai dengan tren atau permintaan pasar.
2. **Siapkan materi promosi,** yang akan digunakan untuk kegiatan promosi seperti *storytelling*, foto berkualitas, narasi, brosur/*leaflet* digital (pdf).

3. **Lakukan promosi.** Promosi merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan agar konsumen (dalam hal ini wisatawan) mengetahui tentang keberadaan desa wisata Anda, dan tertarik untuk berkunjung sampai akhirnya melakukan kunjungan ulang.



### Jenis-jenis Media Promosi:

#### Promosi secara fisik

Pameran, bazar, festival dan *event-event* sejenis

**( + ) Kelebihan:**

Dapat menjangkau langsung para calon wisatawan, terjadi komunikasi, dan dapat dimanfaatkan untuk merayu calon konsumen agar berkunjung ke desa wisata

**( - ) Kekurangan:**

Jumlah audiens yang mendapatkan informasi terbatas

#### Promosi di Media Konvensional

Iklan di koran, radio, TV, banner, baliho.

**( + ) Kelebihan:**

Dapat menjangkau lebih banyak calon wisatawan daripada dengan promosi secara fisik.

**( - ) Kekurangan:**

Membutuhkan biaya besar

#### Promosi di Media Digital

Video pendek di Youtube

Konten di media sosial (instagram, facebook, whatsapp, dsb.)

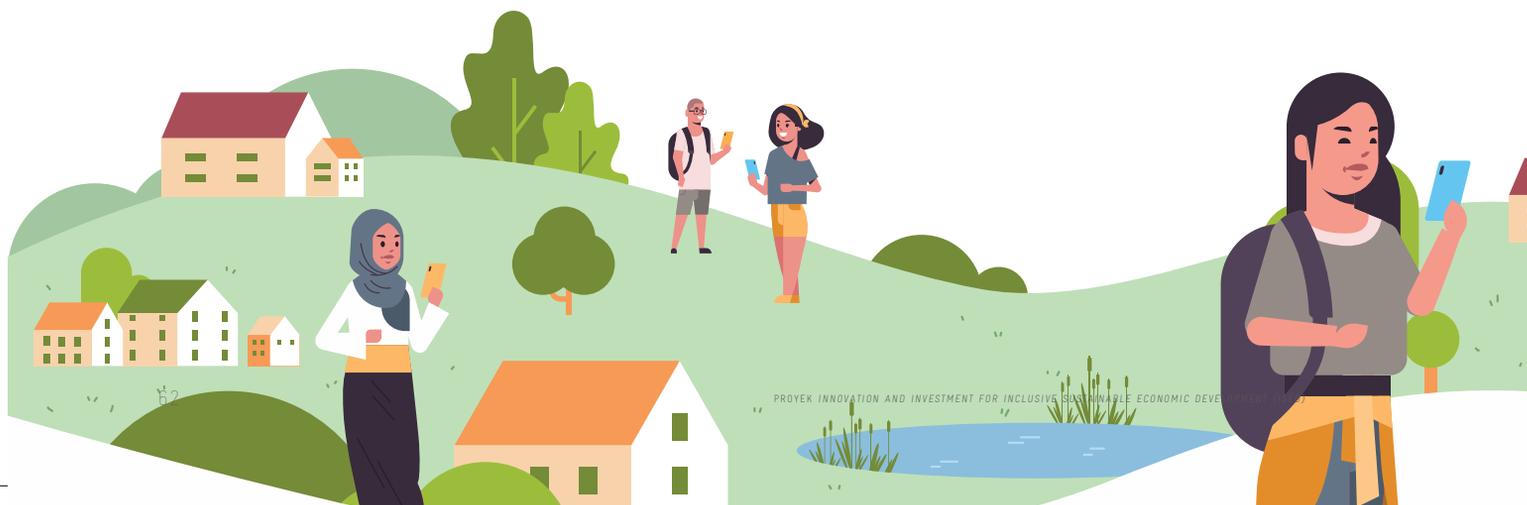
*Email blast*

**( + ) Kelebihan:**

Dapat menjangkau orang secara sangat luas dengan waktu dan biaya yang efisien

**( - ) Kekurangan:**

Banyak sekali kompetitor atau pesaing yang ikut bermain



### Strategi Pemasaran Digital untuk desa wisata:

#### 1. **Membuat dan mengoptimalkan Google My Business (GMB)**

Google *My Business* atau Google Bisnisku merupakan aplikasi gratis yang disediakan oleh Google untuk mengatur keberadaan sebuah objek wisata/layanan bisnis kita. GMB juga dapat digunakan untuk meningkatkan hubungan antara tuan rumah (*host*) dengan calon wisatawan potensial secara online. Pelajari lebih lanjut tentang GMB di situs Google.

#### 2. **Membuat dan mengoptimalkan konten di website**

Website kerap masih menjadi rujukan utama wisatawan sebelum mengambil keputusan, sehingga isi informasi sangatlah penting. Teknik *story telling* dapat diaplikasikan untuk mengoptimalkan narasi di website.

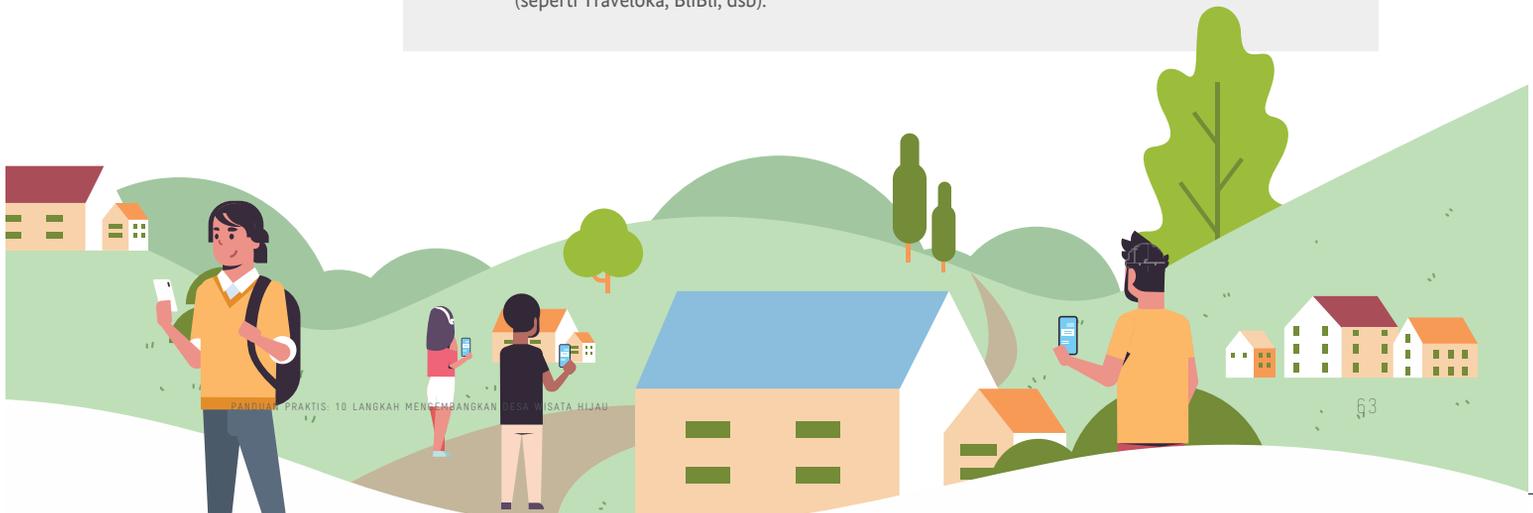
#### 3. **Optimalkan penggunaan sosial media**

Beberapa platform sosial media yang efektif diantaranya adalah Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok. Pengelola desa wisata perlu beradaptasi dan membuat inovasi konten pemasaran dengan menggabungkan platform media sosial yang telah disebutkan di atas.

#### 4. **Menjalin kemitraan dengan komunitas**

Pariwisata membutuhkan kolaborasi banyak pihak. Dalam dunia digital, keberadaan para *influencer* dan jejaring komunitas sangat penting. Kembangkan dan maksimalkan jaringan dengan komunitas fotografer, travel blogger, travel vlogger, instagrammer, maupun mitra dengan konsep B2B (*Business to Business*), termasuk dengan *platform-platform* digital lainnya seperti *marketplace*, layanan tiket online, transaksi digital (*e-money*), *fintech*, dan sejenisnya.

#### 5. **Lakukan kerjasama dengan saluran pemasaran yang sudah mapan, termasuk marketplace** (seperti Traveloka, BliBli, dsb).



### *Fam trip*

*Familiarization trip* atau biasa disebut *Fam Trip* adalah perjalanan wisata untuk mengenalkan potensi wisata di suatu destinasi wisata pada kelompok sasaran yang diinginkan. *Fam trip* dilakukan untuk memperkenalkan kepada penulis, *blogger*, *influencer* dan media dengan dengan sebuah destinasi. *Fam trip* biasanya juga dilakukan untuk agen perjalanan, yang akan bermanfaat untuk membantu mereka mempelajari lebih lanjut tentang suatu destinasi sehingga mereka dapat “menjual” lebih baik kepada klien/wisatawan.

*Fam trip* dapat dilakukan untuk mempromosikan desa wisata melalui kerja sama dengan agen perjalanan, *blogger*, *youtuber*, media cetak (koran, majalah). Diskusikan dengan Dinas Pariwisata di daerah Anda untuk mendiskusikan dukungan bagi kegiatan *fam trip* di desa Anda



## B. MENJALIN KEMITRAAN

Kemitraan merupakan salah satu cara yang efektif untuk mengembangkan desa wisata. Pokdarwis dan/ atau lembaga pengelola desa wisata perlu menjalin

kemitraan dengan pemerintah, warga desa dan pihak luar lainnya (seperti perusahaan swasta, BUMN, LSM, lembaga pendidikan, jejaring komunitas, dan sejenisnya). Beberapa bentuk kemitraan yang dapat dikembangkan diantaranya sebagai berikut:

Pemerintah	Swasta	Akademisi dan Masyarakat Madani
<p>Fasilitasi:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• pengadaan sarana dan prasarana pendukung</li><li>• pengembangan SDM (pelatihan, bimtek)</li><li>• promosi (melalui pameran, link website, sosial media)</li><li>• Peraturan pendukung</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Peningkatan kapasitas SDM (pelatihan, pemagangan kerja)</li><li>• Kerja sama pemasokan bahan baku (hasil produksi desa)</li><li>• Akses pasar</li><li>• Program pengembangan desa wisata melalui Tanggung jawab Sosial Perusahaan (Corporate <i>Social responsibility/CSR</i>)</li><li>• Pembuatan model Bisnis Inklusif bersama dengan perusahaan</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Penelitian dan kegiatan lapangan (misalnya KKN tematik)</li><li>• Pendampingan perencanaan dan pengembangan desa wisata (baik aspek tata ruang, usaha, lingkungan, dan sebagainya)</li></ul>

Proses **mengembangkan kemitraan** dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. **Lakukan identifikasi para pemangku kepentingan pembangunan pariwisata di daerah Anda.** Pemangku kepentingan disini termasuk Pemerintah Daerah, pelaku usaha (perusahaan), lembaga pendidikan, LSM dan kelompok masyarakat/komunitas. Gunakan identifikasi pemangku kepentingan yang telah

Anda lakukan sebelumnya (lihat Langkah 3 panduan ini). Cari dan lengkapi informasinya untuk memudahkan kontak dengan mereka (nama kontak, alamat, nomer telepon, email).

2. **Siapkan materi untuk pertemuan dengan mereka.** Sebaiknya persiapkan presentasi/ proposal singkat untuk membantu Anda menjelaskan dukungan yang diharapkan.

3. **Susun rencana pertemuan** (jadwal, tempat, peserta pertemuan, agenda pertemuan). Hubungi narahubung (*contact person*) lembaga/ instansi yang akan diajak bermitra (dapat melalui telepon). Tindaklanjuti dengan surat resmi (jika dibutuhkan).
4. **Persiapkan pertemuan** dengan melibatkan Pemerintah Desa, tokoh masyarakat dan perwakilan kelompok masyarakat, dan jelaskan maksud serta tujuan rencana kemitraan dengan pihak yang akan diajak bertemu.
5. **Buatlah perjanjian tertulis yang ditandatangani bersama** dengan instansi/lembaga yang akan bermitra jika dicapai kesepakatan untuk sebuah kemitraan. Kemitraan dapat dikembangkan dengan pendekatan bisnis inklusif, dimana masyarakat desa menjadi bagian dari rantai nilai inti usaha perusahaan, apakah sebagai pemasok, distributor, penjual atau konsumen. Sebaiknya penandatanganan perjanjian dilakukan dihadapan perangkat desa dan perwakilan masyarakat.
6. **Tindaklanjuti rencana kerja sesuai kesepakatan dengan mitra.**
7. **Pelihara hubungan baik dengan mitra**, baik pada saat pelaksanaan kerja sama maupun setelah kerjasama berakhir.

### C. MENJALIN KEMITRAAN DENGAN MODEL BISNIS INKLUSIF

Bisnis Inklusif adalah bisnis yang tak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga peningkatan kesejahteraan masyarakat. Konsep bisnis inklusif berbeda dari tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*). Bisnis Inklusif tidak saja menjalankan usahanya untuk mendapatkan keuntungan komersial semata, namun juga memecahkan masalah kemiskinan dan kesenjangan, dan menjalankan prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. melibatkan masyarakat miskin sepanjang rantai nilai sebagai pemilik bisnis, pemasok, tenaga kerja, distributor, dan konsumen,
2. menciptakan manfaat dengan memastikan kelestarian fungsi ekonomi, sosial dan ekologis,
3. mendatangkan keuntungan bagi masyarakat miskin berupa kesempatan kerja, peluang bisnis, peningkatan pendapatan, peningkatan ketrampilan, peningkatan kapasitas lokal dan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan terjangkau,
4. menguntungkan perusahaan yang menjalankannya dalam manajemen risiko, operasi, reputasi dan finansial, dan
5. mendukung pengentasan kemiskinan dan pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*).

Bisnis inklusif sangat potensial untuk diterapkan dalam pengembangan desa wisata, melalui kemitraan bisnis antara desa dengan perusahaan/bisnis yang menjalankan konsep Bisnis Inklusif. Salah satu contoh bisnis inklusif adalah kemitraan antara para pelaku bisnis dengan Desa Wisata Hijau (DWH) Bilebante di Lombok Tengah dalam pengembangan desa wisata kebugaran.

### Pengembangan Desa Wisata melalui Bisnis Inklusif Pembelajaran dari Desa Wisata Bilebante, Lombok Tengah

Desa Bilebante adalah sebuah desa di Lombok Tengah dengan populasi 4.074 orang, dimana sebagian besar bekerja di sektor pertanian dan 46% dari populasi tergolong keluarga miskin. Sejak tahun 2015, desa ini mengembangkan kegiatan pariwisata sebagai strategi untuk peningkatan kesejahteraan penduduknya. Strategi ini terbukti mampu menciptakan peluang kerja bagi penduduk desa (khususnya anak mudanya), dan menarik pengunjung dari luar desa untuk menikmati atraksi wisata di desa (yang didominasi oleh daya tarik lansekap pertanian dan atraksi bersepeda keliling desa). Desa ini dikelola oleh masyarakat dalam payung Desa Wisata Hijau (DWH) Bilebante.

Guna mendorong pertumbuhan aktivitas usaha dan menciptakan dampak yang lebih besar bagi masyarakatnya, DWH Bilebante menjalin kemitraan dengan beberapa perusahaan, yang memiliki kepedulian dalam pemberdayaan masyarakat, dengan konsep Bisnis Inklusif. Beberapa perusahaan (Martha Tilaar Group, Panorama Group, dan Hotel Santika Mataram) digaget oleh DWH Bilebante untuk turut memperkuat kapasitas penduduk lokal (khususnya perempuan) dengan keterampilan baru guna meningkatkan perekonomian keluarga melalui usaha pendukung pariwisata dengan tema wisata kebugaran (*wellness tourism*).

Pengembangan Bisnis Inklusif pariwisata kebugaran di desa ini diarahkan untuk mengintegrasikan masyarakat di Desa Bilebante ke dalam rantai nilai wisata kebugaran, melalui penciptaan lapangan kerja baru (seperti jasa layanan pijat tradisional, kebun herbal organik, dan paket wisata kebugaran). Martha Tilaar Group memberikan pelatihan terapis, kebun herbal organik dan pengolahan produk-produk herbal sebagai bekal bagi penduduk desa untuk masuk ke rantai nilai bisnis Martha Tilaar. Panorama Group memberikan penguatan kapasitas untuk pengemasan dan promosi paket wisata. Hotel Santika Mataram berkontribusi melatih para pengelola *homestay* di desa. Kedepan, produk dan layanan yang dihasilkan oleh penduduk desa diharapkan dapat terintegrasi dalam rantai pasok (*supply chain*) dari perusahaan-perusahaan tersebut.

Dampak langsung dari Bisnis Inklusif yang dapat dirasakan oleh masyarakat di Desa Bilebante diantaranya adalah terciptanya lapangan kerja baru bagi penduduk lokal, diantaranya sebagai terapis, budidaya tanaman herbal, produksi makanan olahan, pemandu wisata, pengelola *homestay*, pemilik sewa mobil, dsb, juga menciptakan tambahan pendapatan bagi masyarakat desa, khususnya bagi penduduk berpenghasilan rendah yang selama ini tidak memiliki pengetahuan dan akses ke industri pariwisata



#### BACA REFERENSI/PANDUAN TERKAIT

Panduan Sertifikasi dan Tabel Penilaian Desa Wisata Berkelanjutan pada poin A.8.d terkait dengan Strategi Pemasaran dan poin B.3.c terkait dengan Dukungan untuk Membeli Barang dan Jasa Lokal (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif



## MELAKUKAN PEMANTAUAN DAN EVALUASI

**PERKEMBANGAN** dalam pengembangan desa wisata perlu untuk dipantau dan diukur sampai dimana proses yang telah berjalan, dampak yang tercipta, dan apakah perkembangan yang terjadi sudah sesuai dengan visi dan misi awal. Lembaga pengelola desa wisata perlu melakukan pemantauan dan evaluasi dengan melibatkan perangkat desa,

perwakilan masyarakat dan instansi/lembaga pendukung (seperti Dinas Pariwisata).

Pemantauan dan Evaluasi perlu dilakukan untuk memperbaiki langkah selanjutnya dan memberi masukan serta mendorong inovasi dan kreativitas pengelolaan dan produk DWH.

### Tujuan Pemantauan dan Evaluasi:

1. Mengukur dampak pengembangan desa wisata terhadap masyarakat.
2. Menilai apakah program dan rencana kerja dilaksanakan sesuai dengan rencana (tujuan).
3. Mengukur apakah pelaksanaan program/kegiatan pengembangan desa wisata sesuai dengan target yang ditetapkan dengan prinsip-prinsip keberlanjutan (ekonomi, sosial budaya dan lingkungan) dan peraturan yang berlaku (misalnya Perda, Permen, dsb.)
4. Mengetahui rencana yang sudah berjalan dan yang tidak/belum berjalan.
5. Mencari masukan untuk perencanaan pengembangan SDM.
6. Mengukur efektivitas dan efisiensi biaya dalam pelaksanaan kegiatan pengembangan.
7. Mencari masukan untuk pengambilan keputusan bagi program atau kegiatan selanjutnya, dan materi bagi penyampaian kebutuhan dukungan kepada pihak-pihak terkait (misalnya Dinas Pariwisata atau Perusahaan).
8. Mendukung keterbukaan dan akuntabilitas.

Secara sederhana, proses evaluasi dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. **Buatlah rencana evaluasi** yang mencakup tujuan diadakannya evaluasi, waktu pelaksanaan, metode evaluasi, dan indikator yang ingin dicapai.
2. **Kumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan sesuai tujuan evaluasi** (misalnya jumlah kunjungan, persepsi wisatawan, hasil penjualan *homestay*, kondisi lingkungan, dan sebagainya). Pengumpulan data dapat dilakukan melalui wawancara dengan warga, pemilik *homestay*, dan dari catatan penjualan (misalnya penjualan paket, tiket parkir, dan sebagainya). Rangkum hasil pengumpulan data kedalam laporan sederhana (bisa dalam format presentasi) yang menampilkan temuan-temuan penting (seperti jumlah kunjungan wisatawan, jumlah usaha masyarakat yang mendapat

manfaat dari kegiatan pariwisata, termasuk komplain dan masukan dari wisatawan). Kumpulkan juga informasi tentang dampak dan pengaruh eksternal (seperti peraturan daerah, bantuan pemerintah/pemerintah daerah, dsb).

3. **Lakukan pertemuan rutin** dengan perangkat desa, perwakilan masyarakat dan instansi terkait (seperti Dinas Pariwisata) untuk membahas temuan-temuan.
4. **Libatkan institusi pendidikan atau LSM** untuk melakukan evaluasi.
5. **Sampaikan hasil pemantauan dan evaluasi secara terbuka** kepada masyarakat desa dan pihak-pihak terkait.
6. **Tindaklanjuti rekomendasi dari evaluasi untuk perbaikan dan inovasi.**



Beberapa aspek yang perlu untuk dipantau dan dievaluasi:

Aspek:	Pertanyaan kunci:
Pemerataan	✓ Apakah manfaat kegiatan pariwisata telah dirasakan oleh masyarakat?
Kepuasan	✓ Apakah pengunjung merasa puas dengan produk dan layanan yang terdapat di desa wisata?
Efektivitas	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Apakah kegiatan promosi yang dilakukan mampu mendorong peningkatan kunjungan?</li><li>✓ Apakah biaya yang dikeluarkan untuk pengadaan fasilitas, sarana dan prasarana, serta infrastruktur pendukung sesuai dengan manfaatnya?</li><li>✓ Apakah sosialisasi tentang sadar wisata sudah diterima dengan baik oleh masyarakat?</li><li>✓ Apakah koordinasi dengan pihak-pihak terkait sudah berjalan dengan baik?</li></ul>
Dampak	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Apakah kegiatan pariwisata menciptakan dampak pada lingkungan? (seperti, sampah, polusi, gesekan sosial, dsb)</li><li>✓ Apakah kegiatan wisata sudah menciptakan dampak multiganda kepada masyarakat?</li><li>✓ Apakah sudah ada kunjungan ulang dari wisatawan?</li></ul>



#### BACA REFERENSI/PANDUAN TERKAIT

1. Panduan Desa Wisata Hijau
2. Panduan Sertifikasi dan Tabel Penilaian Desa Wisata Berkelanjutan pada poin A.3 terkait

dengan Pemantauan dan Pelaporan (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif)

## LAMPIRAN

FORMULIR PEMETAAN POTENSI DESA WISATA				
Nama Desa	: .....	1.1 Lokasi GPS:		
Kecamatan	: .....	1.2 Jarak desa dengan :		
Kabupaten	: .....	Jalan Kabupaten	: ..... Km	
Provinsi	: .....	Jalan Provinsi	: ..... Km	
Jumlah Penduduk	: .....	Bandara	: ..... Km	
5.1 Jumlah penduduk usia remaja (15 – 24 tahun)	: .....	Stasiun Kereta Api	Pelabuhan Laut	: ..... Km
			: ..... Km	
			Terminal Bis	: ..... Km
Potensi Daya Tarik	<b>Deskripsi singkat</b> (tuliskan secara singkat keunikan dari objek atau atraksi)			
	Alam			
	Sejarah			
	Kesenian			
	Arsitektur			
	Kuliner			
	Lainnya			
7. Aksesibilitas				
7.1 Rute menuju desa	(Tuliskan rute jalan untuk masuk ke desa dari jalan provinsi/ kabupaten, dengan menyebutkan pintu-pintu masuk ke desa)			
7.1 Transportasi umum yang menjangkau desa (berikan tanda X jika tersedia)	<b>Catatan</b> (tambahkan keterangan tentang jam operasional, tarif, rute, dsb)			

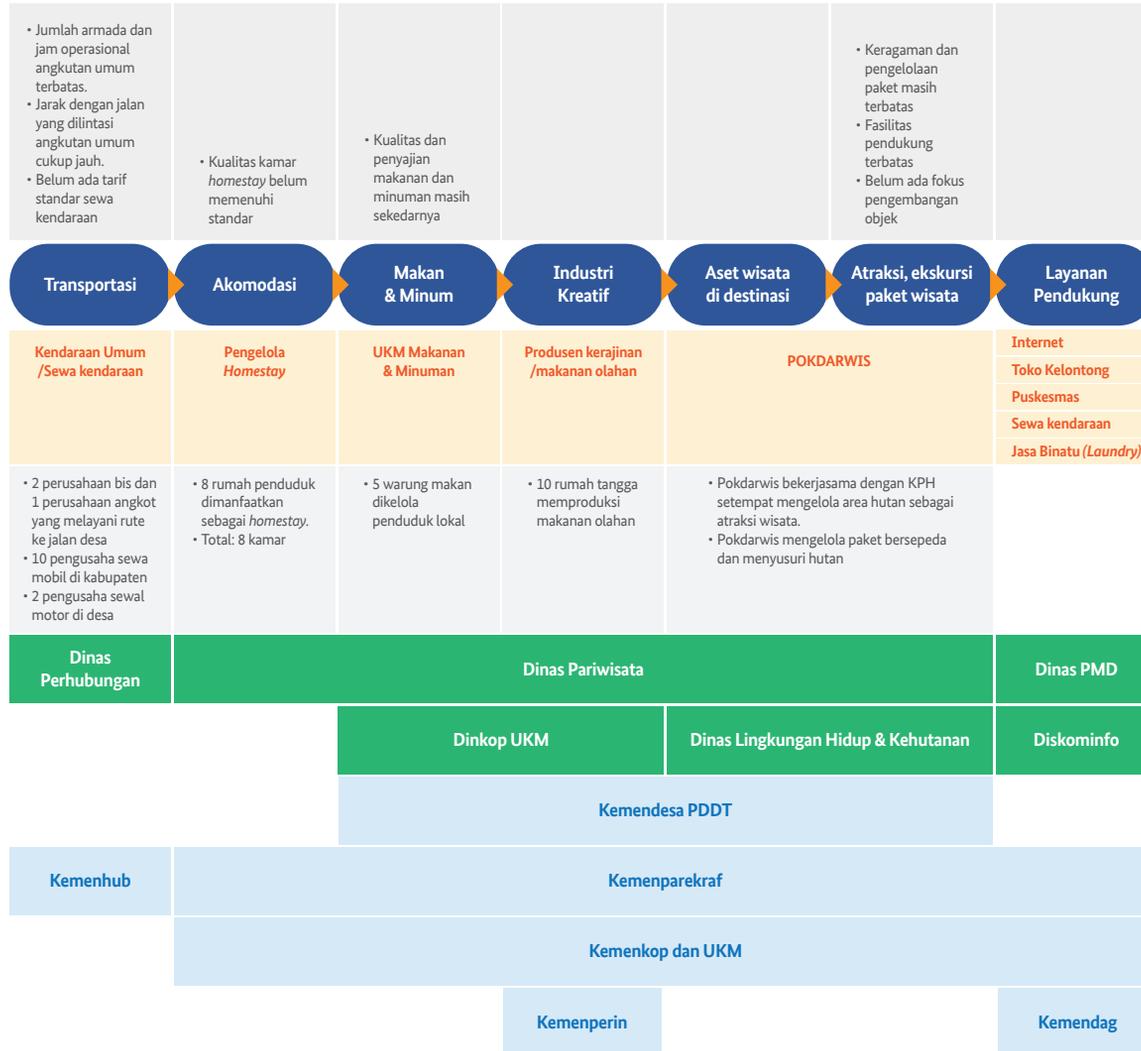
	Angkot	
	Ojek	
	Andong/Delman	
	Bis	
	Lainnya	
<b>8. Fasilitas Pendukung</b>		<b>Catatan</b> (tambahkan keterangan tentang jumlah, kondisi, dsb)
	Rumah ibadah	
	KM/Toilet Umum	
	Parkir umum	
	Lapangan/area terbuka	
	Tempat pengumpulan sampah (TPS)	
	Lainnya	
<b>9. Usaha Pendukung</b> (usaha produktif yang dilakukan oleh penduduk desa yang potensial mendukung kegiatan pariwisata)		
	Warung makan	
	Warung/toko kelontong	
	Sewa kendaraan	
	Produksi kerajinan	
	Industri kreatif	
	Lainnya	
<b>10. Kelembagaan di desa</b>		<b>Catatan</b> (tambahkan keterangan tentang kondisi operasionalnya, apakah masih aktif? Ataupun mati suri? keanggotaan, lingkup kegiatan, pembiayaan, dsb.)

	Koperasi	
	BUMDes	
	Pokdarwis	
	Forum	
	Lainnya	
<b>11. Potensi Bencana</b>	<b>Sejarah / Potensi Kejadian</b> (tambahkan keterangan tentang sejarah kejadian, korban jiwa dan materi, atau potensi penyebab kejadian yang mungkin terjadi)	<b>Pencegahan / Mitigasi</b> (tuliskan upaya-upaya pencegahan yang realistis untuk dilakukan)
Banjir		
Tanah longsor		
Kekeringan		
Rob		
Angin topan/puting beliung		
Lainnya		
<b>12. Rantai nilai sederhana desa wisata</b>		

Gambarkan rantai nilai sederhana berdasarkan informasi/data yang tersedia dan hasil observasi lapangan dengan menggunakan acuan diagram sebagai berikut:



## CANTOH DIAGRAM ILUSTRASI RANTAI NILAI DESA WISATA



## DAFTAR PUSTAKA

---

ASEAN Secretariat, January 2016. ASEAN Community Based Tourism Standard.

---

Australian Government, Department of the Environment and Heritage (2004). Steps to Sustainable Tourism: planning a sustainable future for tourism, heritage and the environment. © Commonwealth of Australia 2004

---

Dewanti, A.A.V (2016). Tahapan Destination Branding Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung (Studi Deskriptif Kualitatif Pada UNESCO Global *Geopark* Gunung Sewu Geo Area Kabupaten Pacitan). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.

---

Gunawan, A (2021). Pembuatan Paket Wisata - Materi Pelatihan *Online*, Panorama Group 2021.

---

Hermantoro, H. (2014). Creativity-Based Tourism: A Concept of Tourism Development Based on Indonesian Experience.

---

<https://blog.headout.com/emerging-travel-trends-post-covid/>. The Future of Travel: Emerging Travel Trends in the Post-COVID Era.

---

<https://brandequity.economictimes.indiatimes.com/news/business-of-brands/future-shock-25-travel-tourism-trends-post-covid-19/75463449>. Future Shock: 25 travel & tourism trends post COVID 19

---

<https://eticon.co.id/tahap-merintis-desawisata/>

---

<https://nowjakarta.co.id/art-and-culture/culture/redesigning-tourist-village-necessary-or-not>

---

<https://www.masterplandes.com/artikel/upaya-desawisata-bertahan-di-tengah-covid-19/>

---

<https://www.mongabay.co.id/2019/09/01/menengok-waturaka-desawisata-terbaik-nasional/>

---

Junaid, I. dan Salim, M.A. (2019). Peran Organisasi Tata Kelola Dalam Pengelolaan Desa Wisata Nglanggeran, Yogyakarta. PUSAKA: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event, Volume 1, No.1 (2019) 1-7 ISSN XXXXX

---

Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (2020). Pedoman Penggunaan Dana Desa.

---

Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi, 2021. Pedoman Desa Wisata, Edisi II.

---

Kementerian Koperasi dan UKM, Juni 2017. Buku Panduan Pengembangan Desa Wisata Hijau, Cetakan Edisi Kedua

---

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2017). Buku Pedoman Penghargaan Pariwisata Berkelanjutan Indonesia / *Indonesia Sustainable Tourism Award* (ISTA).

---

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020. Pedoman Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan dan Kelestarian Lingkungan dalam industri pariwisata.

---

Kementerian Pariwisata, September 2019. Pedoman Desa Wisata, Edisi I

---

Nayoan, A. (2021). Membuat Homestay yang Unik dan Menarik - Materi Pelatihan *Online*, Panorama Group 2021.

---

Nuryanti, W. (1993). Concept, Perspective and Challenges. Makalah bagian dari Laporan konferensi Internasional Mengenai

---

Prihanggono, W. (2021). Bagaimana Cara Menghitung Paket Ekowisata - Materi Pelatihan *Online*, Panorama Group 2021.

---

Sadewa, AB (2021). Bagaimana Menerapkan *New Normal* di Desa Wisata - Materi Pelatihan *Online*, Panorama Group 2021.

---

Sadewa, AB (2021). Membangun *Branding* dan *Positioning* Untuk Destinasi Wisata - Materi Pelatihan *Online*, Panorama Group 2021.

---

Setiawanto, R (2021). Persiapan – Perencanaan Pengembangan Paket Tour - Materi Pelatihan *Online*, Panorama Group 2021.

---

Susenohaji, Kariyoto, dan Amelia Ika Pratiwi (2019). Pengembangan Model Kelembagaan Desa Wisata Berkelanjutan di Desa Torongrejo Kota Batu. Paper disampaikan dalam Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat IV Tahun 2019 “Pengembangan Sumberdaya menuju Masyarakat Madani Berkearifan Lokal” LPPM - Universitas Muhammadiyah Purwokerto

---

Sutara, I.M., Suwena, I.K., Suardana, I.W. (2016). Perencanaan Paket Wisata Budaya di Desa Kemisan Kecamatan Denpasar Timur. Jurnal IPTA ISSN : 2338-8633 Vol. 4 No. 1, 2016

---

Swara, G.S. (2021). Pengembangan Desa Wisata Dalam Konsep *Hospitality* - Materi Pelatihan *Online*, Panorama Group 2021.

---

Teguh, Frans. Perencanaan Program Tata Kelola Destinasi Tahun 2015. Kementerian Pariwisata.

---

Trispratiwi, W.W. (2021). Perhitungan Harga Akomodasi di Desa Wisata - Materi Pelatihan *Online*, Panorama Group 2021.

---

Tyas, N.W. & Damayanti, M. (2018). Potensi Pengembangan Desa Kliwonan sebagai Desa Wisata Batik di Kabupaten Sragen. *Journal of Regional and Rural Development Planning* Februari 2018, 2 (1): 74-89

---

UNCED (United Nations on Environment and Development) (1992). Agenda 21.

---

UNEP and UNWTO (2005). Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers.

---

UNWTO (1999). Global Code of Ethics for Tourism for Responsible Tourism.

---

UNWTO (2015). *Tourism Highlights 2015 Edition*. Madrid: UNWTO.

---

UU No. 6 tahun 2014 tentang Desa.

---

UU No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

---

UU No. 26 tahun 2007 tentang Penataan Ruang.

---

WTTC (2015). *Travel & Tourism Economic Impact 2015: Indonesia*. London: WTTC.

---

