

Strategi Pengelolaan Potensi Desa Pujon Kidul sebagai Destinasi Desa Wisata di Kabupaten Malang

Mohamad Nur Singgih
Universitas Merdeka Malang
Msingh.mlg@gmail.com

C H R O N I C L E

Kata Kunci:
 desa wisata, destinasi wisata,
 sediaan wisata

Abstraksi

Pembangunan ekonomi lokal melalui pengembangan desa wisata banyak diterapkan di beberapa desa di Kabupaten Malang. Desa Pujon Kidul merupakan salah satu desa yang dikembangkan sebagai desa wisata di Kabupaten Malang. Potensi daya tarik alam yang indah didukung iklim yang sejuk serta fasilitas wisata yang disediakan telah menjadikan desa Pujon Kidul sebagai destinasi desa wisata yang menjadi preferensi bagi wisatawan yang berkunjung di kabupaten Malang. Keberhasilan desa Pujon Kidul dalam mengelola potens desa wisata yang mampu menggerakkan ekonomi lokal dapat dijadikan model dalam pengembangan desa wisata di kabupaten Malang. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan potensi desa Pujon Kidul menjadi destinasi desa wisata yang mampu menggerakkan ekonomi local di desa. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran, meliputi metode kualitatif untuk mengkaji aspek sediaan (supply), karakteristik masyarakat dan kebijakan, serta metode kuantitatif untuk mengkaji aspek permintaan (demand) wisata. Metode pengumpulan data menggunakan kusioner, interview dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan. Hasil penelitian menunjukan aspek sediaan dan aspek permintaan menunjukan aspek sediaan yang terdiri dari elemen daya tarik, aksesibilitas, amenity, promosi, informasi dan kelembagaan sangat potensial dan mendukung pengembangan Desa Pujon Kidul sebagai destinasi desa wisata di kabupaten Malang. Sedangkan dari aspek permintaan Pujon kidul merupakan produk alternatif wisata yang sangat potensial dengan ditunjukan tingkat kunjungan wisatawan yang menunjukkan terend peningkatan setiap tahun.

PENDAHULUAN

UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, memberikan otonomi bagi desa untuk mengatur sumberdaya yang dimiliki dan arah pembangunannya sendiri. Desa diharapkan menjadi mandiri secara sosial, budaya, ekonomi, bahkan politik. Desa memiliki otonomi dan kewenangan dalam perencanaan, pelayanan publik, dan keuangan. Dengan otonomi yang dimiliki, diharapkan terjadi percepatan dalam pembangunan desa yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia serta penanggulangan kemiskinan, melalui penyediaan pemenuhan kebutuhan dasar, pembangunan sarana dan prasarana, pengembangan potensi ekonomi lokal, serta pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan secara berkelanjutan, dengan mengedepankan kebersamaan, kekeluargaan, dan kegotongroyongan. Pariwisata adalah suatu kegiatan yang secara langsung menyentuh dan melibatkan masyarakat sehingga membawa berbagai dampak terhadap masyarakat, bahkan pariwisata dikatakan mempunyai energi trigger yang luar biasa, yang membuat masyarakat setempat mengalami metamorphose dalam berbagai aspek kehidupan.

Kabupaten Malang merupakan sebuah kabupaten yang sebagian besarnya desanya memiliki potensi wisata yang dapat dikembangkan untuk menggerakkan ekonomi desa. Dari 378 desa yang terdapat di kabupaten Malang telah ditetapkan 16 desa menjadi desa wisata oleh pemerintahan kabupaten Malang. Salah satu pertimbangan untuk menjadikan desa menjadi desa wisata adalah potensi daya tarik wisata yang potensial untuk dijadikan menjadi destinasi wisata yang mampu menggerakkan ekonomi masyarakat Damanik (2009), mengemukakan bahwa pengembangan desa wisata pada dasarnya dilakukan dengan berbasis pada potensi yang dimiliki masyarakat pedesaan itu sendiri. Dengan demikian, melalui pengembangan desa wisata diharapkan akan mampu mendorong tumbuhnya berbagai sektor ekonomi berbasis masyarakat seperti industri kerajinan, industri jasa-perdagangan, dan lainnya. Hal semacam ini diharapkan menjadi faktor daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke desa wisata. Gumelar (2010) Desa wisata adalah desa yang memiliki keunikan, keaslian, sifat khas, letaknya berdekatan dengan daerah alam yang luar biasa dan berkaitan dengan kelompok atau masyarakat berbudaya yang secara hakiki menarik minat pengunjung. Desa wisata merupakan sebagai salah satu produk wisata alternatif yang dapat memberikan dorongan bagi pembangunan pedesaan yang berkelanjutan serta memiliki prinsip-prinsip pengelolaan antara lain, ialah: (1) memanfaatkan sarana dan prasarana masyarakat setempat, (2) menguntungkan masyarakat setempat, (3) berskala kecil untuk memudahkan terjalinnya hubungan timbal balik dengan masyarakat setempat, (4) melibatkan masyarakat setempat, (5) menerapkan pengembangan produk wisata pedesaan. Desa Pujon Kidul dari aspek potensi memiliki potensi daya tarik alam, dan dukungan lahan pertanian yang luas, fasilitas wisata yang cukup memadai untuk mendukung pelayanan wisatawan serta prasarana dengan jaringan listrik, jaringan telekomunikasi, sediaan air bersih yang memadai untuk menjadi destinasi wisata. Keberhasilan Desa Pujon Kidul dalam mengelola potensi desa wisata di tunjukan dengan peningkatan pendapatan asli desa (PAD) rata2 per tahun 268 % (sumber : BUMDes Sumber Sejahtera 2019)

Menurut Cooper dkk (2008) mengemukakan bahwa terdapat 4 (empat) komponen yang harus dimiliki oleh sebuah daya tarik wisata, yaitu: 1) Atraksi (attractions),

seperti alam yang menarik, kebudayaan daerah yang menawan dan seni pertunjukkan. 2) Aksesibilitas (accessibilities) seperti transportasi lokal dan adanya terminal. 3) Amenitas atau fasilitas (amenities) seperti tersedianya akomodasi, rumah makan, dan agen perjalanan. 4) Ancillary services yaitu organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisatawan seperti destination marketing management organization, conventional and visitor bureau. Menurut Spillane (1994) di tiap objek atau lokasi pariwisata ada berbagai unsur saling bergantung yang diperlukan agar para wisatawan dapat menikmati suatu pengalaman yang memuaskan selama melakukan wisata; 1) Attraction – hal-hal yang menarik perhatian para wisatawan, 2) Fasilitas – fasilitas yang diperlukan wisatawan, 3) Infrastruktur, 4) Aksesibilitas, 5) Hospitality- Keramah-tamahan atau kesediaan menerima tamu.

Gunn dan Var (2002) mengemukakan bahwa terdapat setidaknya sembilan faktor eksternal dalam sistem pariwisata, di antaranya: (a) sumberdaya alam; (b) kebudayaan; (c) kewirausahaan; (d) keuangan dan pembiayaan; (e) tenaga kerja; (f) kompetisi; (g) masyarakat; (h) kebijakan pemerintah, meliputi kebijakan yang dikeluarkan pemerintah, baik di tingkat pusat, daerah, maupun lokal dapat mempengaruhi tingkat pengembangan wisata.



Gambar 1. Sistem pariwisata dan faktor eksternal dalam sistem pariwisata
 Sumber: Gunn dan Var, 2002.

Untuk menganalisis keberhasilan dalam pengelolaan potensi desa wisata, diperlukan kajian yang menyeluruh terkait sistem kepariwisataan yang terdiri dari aspek sediaan dan permintaan. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan potensi desa wisata Pujon Kidul berdasarkan kajian aspek sediaan dan aspek permintaan, sehingga mampu dijadikan model dalam pengembangan desa wisata di kabupaten Malang.

KERANGKA TEORI

Ritchie dan Crouch (2000) mendefinisikan destination competitiveness sebagai kemampuan untuk menciptakan nilai sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan lokal dan nasional dengan mengelola asset menjadi lebih baik dan mengintegrasikan hubungan tersebut menjadi model ekonomi dan sosial. Untuk

mengukur destination competitiveness, atraksi dan sumber daya adalah faktor penentu (utama) dalam mempromosikan pariwisata. Mereka menemukan bahwa destination image, yang terdiri dari sumber daya dan keindahan alam adalah faktor utama dalam mengukur destination competitiveness. Destination competitiveness dapat ditingkatkan dengan kerjasama yang tepat antara destination resources dan atraksi, perencanaan strategis yang tepat dan peningkatan upaya strategi daya saing (Crouch dan Ritchie 1999, Gomezelj dan Mihalic 2008, Yoon et al., 2001). Crouch dan Ritchie (1999) menyatakan bahwa untuk membuat destinasi yang kompetitif, kualitas pelayanan yang baik dan pengalaman yang memuaskan sangat dibutuhkan untuk menarik wisatawan. Oleh karena itu, untuk mencapai daya saing wisata, sebuah kolaborasi yang baik antara strategi pemasaran dan manajemen harus dikembangkan (Cracolici et al., 2008, Al Masroori, 2006a). Chen et al. (2011a) menyatakan bahwa destination competitiveness dapat ditingkatkan dengan meningkatkan atraksi destinasi yang tepat dan kinerja pelayanan untuk memuaskan pelanggan, mendorong mereka untuk tidak hanya meninjau kembali tujuan tetapi juga merekomendasikan hal ini kepada orang lain. Semakin positif image suatu destinasi, semakin besar manfaat yang akan diperoleh destinasi tersebut. Image/ citra suatu destinasi adalah faktor yang paling penting karena mempengaruhi tingkat kepuasan serta perilaku setelahnya termasuk didalamnya word-of-mouth dan kunjungan berikutnya. Dengan demikian, pengalaman positif wisatawan akan pelayanan, produk dan sumber daya lain yang disediakan oleh destinasi wisata adalah sangat penting (Yuksel, 2007). Rekomendasi dari wisatawan yang telah berkunjung ke destinasi dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang paling handal untuk calon wisatawan berikutnya (Chi dan Qu, 2008).

Perbedaan antara model TDC. Mengacu pada perbandingan model TDC seperti yang telah ditunjukkan oleh Ritchie dan Crouch (1993), Dwyer dan Kim (2003), Heath (2003) dan Gooroochurn dan Sugiyarto (2005), telah diamati bahwa ada perbedaan besar dalam model mereka seperti definisi, variabel yang digunakan, kontribusi serta keterbatasan yang dihadapi. Terutama, Calgary Model of Competitiveness oleh Ritchie dan Crouch (1993) menyoroti model spesifik yang mengukur daya saing destinasi yang mencakup berbagai aspek yang sangat signifikan terhadap daya saing destinasi. Sementara itu, Model Integrated Competitiveness Integrated Model (IM) seperti yang diusulkan oleh Dwyer dan Kim (2003) juga menyoroti IM dengan unsur-unsur utama daya saing nasional dan perusahaan hanya dengan memiliki hubungan antara daya saing dan pembangunan sosial-ekonomi keseluruhan destinasi. Selain itu, model Daya Saing Tujuan Berkelanjutan seperti yang diusulkan oleh Heath (2003) telah memperluas dan memperkaya formulasi TDC generik lainnya dengan penekanan pada pengembangan sumber daya manusia, komunikasi serta manajemen informasi. Gooroochurn dan Sugiyarto (2005) juga telah memperkenalkan model monitor daya saing dan model spesifik industri pariwisata untuk mengukur daya saing tujuan juga telah dibentuk. Pada dasarnya, telah disarankan oleh mereka bahwa harus ada pendorong daya saing yang tujuan dapat digunakan untuk tujuan perbandingan. World Economic Forum, W. (2007) kemudian mengadopsi model

monitor daya saing serta mengembangkan Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI)

Daya Saing Destinasi Wisata

Model	Ritchie and Crouch (1993)	Dwyer and Kim (2003)	Gooroochurn and Sugiyarto (2005)	World Economic Forum, W. (2007)
Definition	Combination of comparative and competitive advantages	Combines Porter elements and tourism competitiveness element	Secondary data gathered WTTCDatabas	Introduced TTCI
Variables used	Destination appeal, Destination management, Destination organisation, Destination information, Destination efficiency	Core resources, Supporting factors and resources, Destination management, Situational conditions, Market performance	Price Openness, Technology Infrastructure, Human resources, Social Development, Environment	70 variables: Policy of the Government, Business Environment and the Economy, Human, Cultural, and Natural Resources
Contributions	Included the micro and macro environmental factors, Development of a composite TDC index	Distinguish between established and endowed resources, Suggest socio economic prosperity as an outcome of TDC	The first to build a composite index for TDC, Set of criteria based on thirteen pillars (or drivers)	Thorough competitiveness index encompassing varieties of tourism variables, Highlights the importance of tourism data in supporting tourism decisions
Limitations	Neglect the role of the globalization, Ignoring the impact of environmental factors, Demand factors were neglected	Separate dimensions for destination policies and development, Treat infrastructure as separate functions (tourism vs. general)	Variables used in the computation are uniformly important, Did not include the lag effects of the economy, Neglect the importance of market size, economic conditions	More a collection of data than a causal effect, Fails to consider the potential impact of future investment decision, Does not account for the different or unique characteristics of destination

Sources: Ritchie and Crouch(1993); Dwyer and Kim(2003); Gooroochurn and Sugiyarto(2005); World Economic Forum, W. (2007)

Assesment TDC Determinant

Author	TDC determinants	Study focus
Ritchie and Crouch (1993)	Basic resources and attractions, destination management and supporting factors, tourism policies, tourism planning, and development	Comparative and competitive advantages of the tourism industry
Go and Govers (2000)	Facilities, accessibility, quality of service, over all affordability, location image, climate and environment, and general attractiveness	Tourism policy and strategy
Dwyer and Kim (2003)	Resources, destination management, situational conditions, demand conditions, destination competitiveness, and socio-economic prosperity	An IM of destination competitiveness
Heath (2003)	Core attractors and supporting resources, destination, policy, planning and development, development and marketing policy	Emphasis on human-related factors
Gooroochurn and Sugiyarto (2005)	Prices, economic openness, technological developments, infrastructure, human development in tourism, social development, the environment, and human resources	Competitiveness framework, which ranks destinations globally
World Economic Forum, W. (2007)	Public policies and regulations, environmental legislation, safety, health and hygiene, priority are given to the tourism sector, air transport infrastructure, ground transport infrastructure, tourism infrastructure, communications infrastructure, prices in the tourism sector ,human resources, the national perception of tourism and natural and cultural resources	Government-related policies, business environment, and infrastructure and endowed resources (human, cultural and natural
Gomezelj and Mihalic (2008)	Inherited resources, created resources, supporting factors, destination management, situational conditions ,and demand conditions	Environmental management of a tourist destination
Dwyeretal.(2011)	Travel cost, ground cost and price competitiveness (i.e., the price of food and drink ,accommodation, shopping, entertainment, airfares, taxis, public transport, etc.)	Tourism destination and price competitiveness
Assaf and Josiassen(2011)	Tourism and related infrastructure, economic conditions, security, safety and health, tourism price competitiveness, governmental	Identifying and ranking the determinants of tourism performance

	policies, environmental sustainability, labour skills, and training	
Assakeretal. (2013)	Economy, infrastructure, the environment and performance	Destination competitiveness using partial least squares
Croes and Kubickova(2013)	Current performance in global tourism market; dynamism of performance over time; the size of the industrial base in the economic structure ;quality of life	Tourism performance based on competitiveness
Webster and Ivanov(2014)	Average tourism contribution to real per capita economic growth, TTCI,size of the economy, tourism GDP and tourism share in country GDP	Transforming competitiveness into economic benefit
Sánchez and Lopez (2015)	Inherited natural resources, inherited cultural resources, Created resources, such as leisure activities , shops, entertainment and tourist infrastructure, DMO (destination management organization), marketing, and human resources, Supporting resources for the general infrastructure, Market indicators, visitor statistics and situational conditions such as price competitiveness, and Demand factors from created resources, entertainment and natural attributes	Quantitative effect of destination competitiveness
Knezevic cvelbar et al (2016)	Macro-environment, general infrastructure ,business environment, tourism-based factors endowed resources, tourism infrastructure, destination management	A productivity-related measure of total tourism contribution to GDP in the tourism industry

METODOLOGI

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode drskriptif kualitatif untuk mengkaji aspek sediaan, karakteristik masyarakat, dan kebijakan, dan metode kuantitatif untuk mengkaji aspek permintaan wisata. Pengumpulan data untuk aspek sediaan diperoleh melalui wawancara dan observasi, dan untuk aspek permintaan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis scoring. Untuk analisis scoring, penilaian dari masing-masing elemen dari aspek sediaan wisata menggunakan modifikasi. Kriteria yang digunakan dalam penilaian aspek sediaan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria penilaian persepsi wisatawan terkait aspek sediaan desa Pujon Kidul

No	Elemen	Variabel	Skor	Kriteria
1.	Daya Tarik Wisata	Landskap Fisik/Pemandangan	1	Tidak memiliki pemandangan alam perdesaan yang sangat menarik
			2	Memiliki pemandangan alam perdesaan yang kurang menarik
			3	Memiliki pemandangan alam perdesaan yang cukup menarik
			4	Memiliki pemandangan alam perdesaan yang sangat menarik
		Atraksi/Aktivitas Wisata	1	Tidak memiliki aktivitas wisata
			2	Aktivitas wisata tidak menarik dan monoton
			3	Cukup menarik dan memiliki pilihan aktivitas wisata
			4	Sangat menarik, memiliki beragam pilihan aktivitas wisata, dan berbeda dengan destinasi wisata lain
2	Aksesibilitas	Kondisi jalan menuju desa	1	Jalan sangat rusak dan sulit dilewati
			2	Kondisi jalan kurang baik, berlubang, namun masih mudah dilewati
			3	Kondisi jalan sempit, namun cukup baik dan mudah dilewati
			4	Kondisi jalan sangat baik dan lebar
		Ketersediaan sarana transportasi umum menuju desa	1	Tidak ada angkutan umum
			2	Angkutan umum terbatas dan jarang melintas
			3	Cukup tersedia angkutan umum dan sering melintas
			4	Tersedia banyak angkutan umum dan sering melintas
3	Amenity	Akomodasi	1	Tidak tersedia <i>homestay</i>
			2	Tersedia hanya 1-2 <i>homestay</i>
			3	Tersedia banyak <i>homestay</i> namun tidak terawat
			4	Memiliki banyak pilihan <i>homestay</i> dan terawat dengan baik
		Rumah makan	1	Tidak tersedia fasilitas rumah makan
			2	Tersedia hanya 1-2 rumah makan
			3	Tersedia banyak rumah makan namun tidak terawat
			4	Memiliki banyak pilihan rumah makan dan terawat dengan baik
		Tempat parkir	1	Belum tersedia tempat parkir
			2	Tersedia parkir namun sempit dan susah parkir
			3	Tersedia parkir luas dan mudah parkir
			4	Tersedia parkir parkir luas dan mudah parkir, pelayanan baik
Fasilitas belanja	1	Tidak tersedia fasilitas belanja		
	2	Tersedia fasilitas belanja namun produk yang dijual tidak lengkap		
	3	Tersedia fasilitas belanja dan produk yang dijual lengkap		
	4	Tersedia fasilitas belanja, produk yang dijual		

4	Promosi	Media promosi	1	lengkap, pelayanan baik
			2	Tidak tersedia promosi wisata baik di media cetak (brosur, pamflet/ <i>leaflet</i>) atau internet
			3	Tersedia promosi wisata baik di media cetak (brosur, pamflet/ <i>leaflet</i>) atau internet namun kurang menarik
			4	Tersedia promosi wisata baik di media cetak (brosur, pamflet/ <i>leaflet</i>) atau internet yang sudah cukup menarik
5	Informasi	Pusat informasi wisata	1	Tersedia promosi wisata baik di media cetak (brosur, pamflet/ <i>leaflet</i>) atau internet yang sangat menarik
			2	Tidak tersedia pusat informasi wisata
			3	Tersedia pusat informasi wisata namun aktif pada waktu tertentu
			4	Tersedia pusat informasi wisata dan aktif melayani wisatawan
6	Kelembagaan	Organisasi pengelola	1	Tersedia pusat informasi wisata, aktif melayani wisatawan dan pelayanan baik
			2	Tidak tersedia organisasi pengelola wisata
			3	Tersedia organisasi pengelola wisata namun aktif pada waktu tertentu
			4	Tersedia organisasi pengelola wisata dan aktif melayani wisatawan
		Keramahan masyarakat	1	Tersedia organisasi pengelola wisata, aktif melayani wisatawan dan pelayanan baik
			2	Bersikap sangat tidak ramah
			3	Bersikap kurang ramah
			4	Bersikap ramah dan bersedia membantu

Sumber: Adaptasi Gunn dan Var, 2002; Spillane, 1997

Tabel 2 Kriteria dan skor penilaian

Elemen	Total Skor	Keterangan Penilaian
Daya tarik wisata	1 – 1.75	Sangat tidak potensial
	1.,76 – 2.5	Kurang potensial
	2.51 – 3.25	Potensial
	3.,26 - 4	Sangat potensial
Aksesibilitas	1 – 1.,75	Sangat sulit dicapai
	1.76 – 2. 5	Sulit dicapai
	2.51 – 3.25	Mudah dicapai
	3.26 - 4	Sangat mudah dicapai
<i>Amenity</i>	1 – 1.75	Sangat tidak terpenuhi
	1.,76 – 2.,5	Kurang terpenuhi
	2.51 – 3.25	Terpenuhi
	3.26 - 4	Sangat terpenuhi
Promosi, Kelembagaan	1 – 1.75	Sangat tidak mendukung
	1.76 – 2.5	Kurang mendukung
	2.51 – 3.25	Cukup mendukung
	3.26 - 4	Sangat mendukung

Kemudian, hasil dari penilaian aspek sediaan berdasarkan persepsi wisatawan akan dapat diketahui bagaimana potensi pengelolaan Desa Pujon Kidul sebagai desa wisata batik, seperti yang tersaji pada tabel berikut ;

Tabel 3. Kriteria nilai *scoring* akhir terkait potensi pengembangan Desa Pujon Kidul sebagai Destinasi Wisata

Skor	
1 -1,75	Elemen sediaan sangat tidak mendukung proses pengembangan desa Pujon Kidul sebagai destinasi wisata
1,76-2,5	Elemen sediaan kurang mendukung proses pengembangan desa Pujon Kidul sebagai destinasi wisata
2,6 – 3,25	Elemen sediaan cukup mendukung proses pengembangan desa Pujon Kidul sebagai destinasi wisata
3,26 - 4	Elemen sediaan sangat mendukung proses pengembangan desa Pujon Kidul sebagai destinasi wisata

Dalam penelitian ini digunakan teknik sampling yakni *purposive sampling* dan *snowball sampling* untuk mengkaji aspek sediaan wisata dengan jumlah informan 5 orang yang mewakili pemangku kepentingan yang terlibat dalam pengelolaan Desa Pujon Kidul yaitu Pemerintah Desa Pujon Kidul dan kelembagaan masyarakat lokal Desa Pujon Kidul . Selain itu juga menggunakan teknik *accidental sampling* untuk mengkaji aspek permintaan wisata dengan jumlah 50 responden yang terdiri dari 30 responden yang merupakan wisatawan aktual dan 20 responden untuk wisatawan potensial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pujon Kidul adalah sebuah Desa di Wilayah Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur, memiliki wilayah daratan seluas 27 km². Di desa Pujon Kidul terdapat 3 dusun yaitu dusun Maron, Tulungrejo, dan Krajan. Jumlah penduduk desa Pujon Kidul sekitar ± 4.121 jiwa dengan kepadatan penduduk 200. Desa Pujon Kidul merupakan salah satu tujuan wisata di Jawa Timur, memiliki potensi wisata yang masih alami yang cocok untuk refreshing dan wisata edukasi. Kegiatan yang dilakukan dalam wisata edukasi yaitu seperti petik sayur, peternakan, pembelajaran energi alternatif, pengolahan susu, dan Outbond/ Fun Games. Desa Pujon Kidul memiliki beragam kesenian tradisional yang dapat dinikmati oleh para wisatawan yaitu kesenian Kuda Lumping, Pencak Silat, dan Tarian Sanduk. Desa Pujon Kidul juga memiliki kuliner dan oleh – oleh khas yang mampu ditawarkan kepada para wisatawan seperti makanan khas, produk olahan susu, kerajinan tangan (handycraft), dan produk agro yang dapat dinikmati berama dengan keluarga masing-masing.



Gambar: Peta Desa Pujon Kidul Kecamatan Pujon Kab. Malang

Karakteristik ekonomi masyarakat Desa Pujon Kidul adalah petani dan peternak. Hal ini ditandai dengan aktivitas keseharian masyarakat yang memanfaatkan lahannya untuk bertani dan berternak sapi. Karakteristik sosial, masyarakat Desa Pujon Kidul termasuk masyarakat yang ramah, guyub, dan menjaga tradisi budaya. Sudah terdapat kelembagaan masyarakat yang berupa: Karang Taruna, PKK, Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan), LPMD, Kelompok ternak, kelompok sadar pariwisata (POKDARWIS), Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dan kelompok keagamaan

a. Analisis Pengembangan Ekonomi Desa Pujon Kidul

Pengembangan Ekonomi Desa dilakukan melalui pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Sumber Sejahtera yang didirikan mulai tahun 2014. BUMDes Sumber Sejahtera telah memiliki 9 unit usaha yang meliputi HIPAM (Air bersih), Unit Café Sawah, Unit Wisata Desa, Unit Parkir Wisata, Pengelolaan Sampah, Toko Desa dan Pertanian. Unit usaha yang menjadi ikon wisata desa Pujon Kidul adalah Café Sawah. Sumber pendapatan desa untuk mendukung pengembangan ekonomi desa adalah sebagai berikut table 4.

Tabel 4. Pendapatan Desa Pujon Kidul Kecamatan Pujon Kabupaten Malang (dalam Rupiah)

No	Uraian	2017	2018	2019
1	Dana Desa (DD)	831.968.000	847.343.000	1.014.121.000
2	Anggaran Dana Desa (ADD)	490.967.000	486.622.000	523.622.000
3	Bagi hasil Pajak dan Restitusi	37.321.419	31.237.121	36.334.038
4	Pendapatan Asli Desa (PAD)	162.500.000	712.800.000	2.127.200.000
5	Pendapatan yang Sah	31.500.000	5.000.000	
6	Bantuan Kabupaten /Provinsi	31.117.500	62.500.000	

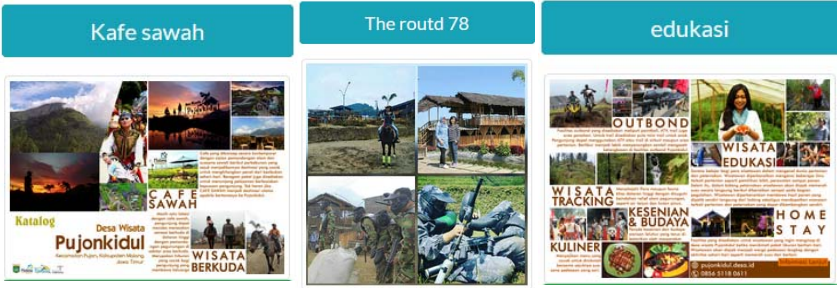
Sumber data : BUMDes Sumber Sejahtera Pujon Kidul 2019

b. Analisis Aspek Sediaan Wisata Desa Pujon Kidul

1. Daya Tarik Wisata

Desa Pujon Kidul memiliki daya tarik wisata di antaranya berupa daya tarik alam, daya tarik budaya, wisata edukasi, dan wisata

kuliner. Untuk daya tarik alam meliputi areal persawahan, adanya pemandangan gunung amping, coban kodok, sumber pitu dan iklim yang sejuk. Wisata budaya dengan menampilkan budaya Kuda Lumping, Pencak Silat, dan Tarian Sanduk dan seni lain yang ada di desa. Kemudian untuk wisata edukasi melalui program belajar petik sayur, perah susu, pembelajaran energi alternatif, pengolahan susu, dan Outbond/ Fun Games, serta wisata kuliner dengan menikmati masakan khas desa di café sawah.

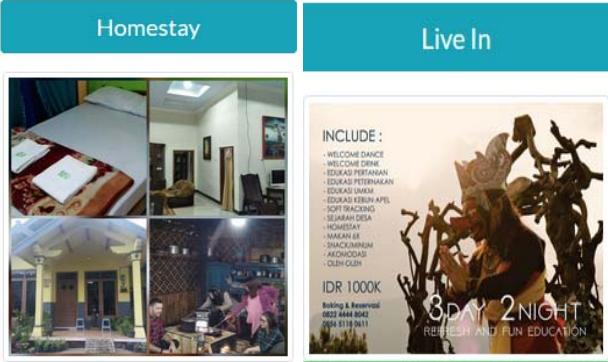


2. Aksesibilitas

Desa Pujon Kidul dapat mudah diakses dari pusat kota Batu dengan jarak tempuh 7 Km, Aksesibilitas menuju desa Pujon Kidul relatif mudah dapat ditempuh dengan menggunakan moda transportasi mobil atau maupun d sepeda motor. Kondisi jalan agak sempit untuk menuju desa sehingga klo libur panjang sering terjadi kemacetan untuk masuk dan keluar desa. Desa Pujon Kidul belum dilalui trayek angkutan umum, sehingga tidak ada moda transportasi umum yang melintas di Desa Pujon Kidul.

3. Amenity

Amenity wisata di Desa Pujon Kidul cukup memadai. Untuk pemenuhan sarana akomodasi, warung makan, tempat parkir tersedia untuk melayani wisatawan. Kemudian untuk keperluan berbelanja, wisatawan dapat berbelanja di beberapa stand yang dikelola oleh warga desa.



4. Promosi-Informasi

Desa Pujon Kidul memiliki website <https://www.sie.pujonkidul.desa.id/penduduk.php> untuk sistem informasi desa, melalui website ini desa Pujon Kidul mempromosikan potensi desanya. Website ini menampilkan informasi terkait BUMDes, Profil desa, Wisata, dan Program Jangka Menengah Desa (PJMDes)

c. Analisis Aspek Permintaan Wisata Desa Pujon Kidul

Analisis karakteristik wisatawan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pasar wisata yang tersedia yang dapat dimanfaatkan untuk peningkatan jumlah wisatawan di Desa Pujon Kidul. Secara cluster pasar wisata, pasar sasaran wisatawan desa Pujon kidul satu cluster dengan destinasi wisata kota Batu karena lokasi desa Pujon Kidul hanya berjarak 7 km dari kota Batu. Berdasarkan data BPS kunjungan wisatawan dikota Batu tahun 2018 sebesar 2.918.310 wisatawan, sedangkan data kunjungan wisatawan di desa Pujon Kidul pada tahun 2018 sebesar 497.654 wisatawan atau 17,5 % dari total kunjungan wisatwan kota Batu. Dan berikut data kunjungan wisatawan selama 3 tahun (2016-2018)

Tabel 5. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Desa Wisata Pujon Kidul

Tahun	Jumlah
2016	26.133
2017	214.215
2018	497.654

Sumber data diolah: Desa Pujon Kidul 2019

Berdasarkan data kunjungan wisatawan ke Desa Pujon Kidul dapat dianalisis trend peningkatan kunjungan wisatawan dari tahun 2016 sebesar 188.082 wisatawan (720 %), tahun 2017 sebesar 283.439 wisatawan (132,3 %). Hal ini menunjukkan potensi pasar yang terus meningkat secara signifikan untuk mendukung pengembangan wisatawan.

TEMUAN STUDI

Dalam penelitian ini, melalui pendekatan sistem pariwisata yang diadaptasi dari sistem pariwisata Gunn dan Var (2002), telah dapat mengidentifikasi potensi wisata dan strategi pengembangan potensi desa wisata melalui aspek sediaan yang meliputi elemen daya tarik wisata, aksesibilitas, *amenity* (kemudahan), promosi, informasi, dan kelembagaan; serta aspek permintaan yang meliputi karakteristik wisatawan, persepsi, dan preferensi. Temuan studi dari analisis aspek sediaan dapat tersaji dalam tabel 5

Tabel 5. Analisis Aspek Sediaan Wisata desa Pujon Kidul

No	Elemen	Variabel	Skor (skala 4)	Kriteria
1	Daya tarik	Lanskap fisik/pemandangan	3,1	Sangat Potensial
		Atraksi/aktivitas wisata	3,4	Sangat Potensial
2	Aksesibilitas	Jaringan jalan	2,8	Mudah dicapai
		Moda transportasi umum	2,1	Sulit dicapai
3	Amenity	Akomodasi	3,2	Terpenuhi
		Rumah makan	3,0	Terpenuhi
		Tempat parkir	3,1	Terpenuhi
		Tempat belanja	2,6	Terpenuhi
4	Promosi	Papan penunjuk arah	3,5	Terpenuhi
		Kemudahan mendapatkan informasi	3,1	Cukup mendukung
5	Informasi	Pusat informasi wisata	3,0	Cukup mendukung
6	Kelembagaan	Organisasi pengelola	3,5	Sangat mendukung
		Keramahan	3,3	Sangat mendukung

KESIMPULAN

Hasil analisis dari masing-masing elemen pada aspek sediaan dan aspek permintaan menunjukkan aspek sediaan yang terdiri dari elemen daya tarik, aksesibilitas, amenity, promosi, informasi dan kelembagaan sangat potensial dan mendukung pengembangan Desa Pujon Kidul sebagai destinasi desa wisata di kabupaten Malang. Sedangkan dari aspek permintaan Pujon kidul merupakan produk alternatif wisata yang sangat potensial dengan ditunjukkan tingkat kunjungan wisatawan yang menunjukkan ternd peningkatan setiap tahun. Hal yang perlu mendapat perhatian dalam pengembangan dea Pujon Kidul adalah aksesibilitas terutama kondisi jalan yang begitu sempit untuk mancapai desa, sehingga perlu dicarikan solusi untuk akses jalan yang lebih lebar. Diperlukan rencana tata ruang wialayah desa untuk mendukung pengembangan potensi desa yang mampu meningkatkan kenyamanan wisatawan.

REFERENSI

- Assaf, A.G. and Josiassen, A. (2011), "Identifying and ranking the determinants of tourism performance: a global investigation", *Journal of Travel Research*, Vol. 51 No. 4, pp. 388-399
- Assaker, G., Vinzi, V.E. and O'Connor, P. (2011), "Extending a tourism causality network model: a cross-country, multi group empirical analysis", *Tourism and Hospitality Research*, Vol. 11 No. 4, pp. 258-277.
- Chi, C.G.-Q. and Qu, H. (2008), "Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: an integrated approach", *Tourism Management*, Vol. 29 No. 4, pp. 624-636
- Cooper, Chris 2008. *Tourism Principle and Practice*, Third Edition . Publisher :Financial Time Management

- Cracolici, M.F and Nijkamp,P.(2009), “The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: a study of Southern Italian regions”, *Tourism Management*, Vol.30No.3,pp.336-344
- Croes, R. and Kubickova, M. (2011), “Tourism competitiveness index: the case of Central America”, Paper presented at the The International Sounds and Tastes of Tourism Education Conference 2011,Miami,FL.
- Damanik, J. (2006). Strategi Promosi Menghadapi Krisis Pariwisata dan Pergeseran Psikografi Wisatawan. *Jurnal Pariwisata*, 8 (1).
- Dwyer, L., Forsyth, P. and Dwyer, W. (2011), “The travel and tourism competitiveness index as a tool for economic development and poverty reduction”, *Strategic Management in Tourism*, pp.33-52.
- Dwyer, L., Forsyth, P. and Rao, A. (2002), “Destination price competitiveness: exchange rate changes versus domestic inflation”, *Journal of Travel Research*, Vol. 40 No. 3, pp. 328-336
- Echtner, C.M. and Ritchie, J.R.B. (1993), “The measurement of destination image: an empirical assessment”, *Journal of Travel Research*, Vol. 31 No. 4, pp. 3-13
- Gomezelj, D.O. and Mihalic, T. (2008), “Destination competitiveness – applying different models, the case of Slovenia”, *Tourism Management*, Vol. 29 No. 2, pp. 294-307
- Gooroochurn, N. and Sugiyarto, G. (2005), “Competitiveness indicators in the travel and tourism industry”, *Tourism Economics*, Vol.11No.1,pp.25-43.
- Götz, O., Liehr-Gobbers, K. and Krafft, M. (2010), Evaluation of Structural Equation Models Using the Partial Least Squares (PLS) Approach *Handbook of Partial Least Squares*, Springer,pp.691-711.
- Gunn, C.A. and Var, T. (2002), *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*, Psychology Press, NewYork,NY.
- HafizHanafiah,M.,Hemdi,M.A.andAhmad,I.(2016), “Doestourismdestinationcompetitivenesslead
- Knežević Cvelbar, L., Dwyer, L., Koman, M. and Mihalic, T. (2016), “Drivers of destination competitiveness in tourism: a global investigation”, *Journal of Travel Research*, Vol. 55 No. 8, pp.1041-1050.
- Ritchie, J.R.B. and Crouch, G.I.(2010), “A model of destination competitiveness/sustainability: Brazilian perspectives”, *RevistadeAdministraçãoPública*, Vol.44No.5,pp.1049-1066
- Sánchez, A.G. and Lopez, D S. (2015), “Tourism destination competitiveness: the Spanish mediterranean case”, *Tourism Economics*, Vol. 21 No. 6, pp. 1235-1254

- Spillane, J. (1997). *Pariwisata Indonesia Siasat Ekonomi dan Rekayasa Budaya*. Yogyakarta: Kanisius dan Lembaga Studi Realino.
- Sastrayuda, Gumelar S. 2010. Hand out kuliah Concept Strategi Pengembangan dan Pengelolaan Resort and Leisure. Bandung
- Webster,C.andIvanov,S.(2014), “Transforming competitiveness into economic benefits: does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations?”, *Tourism Management*, Vol. 40, pp.137-140
- World Economic Forum, W (2015), “The Travel and Tourism Competitiveness Report 2015”, (978-9295044-48-7)
- Undang-Undang RI No 6 tahun 2014, tentang Desa