

— BUKU MONOGRAF —
**PENGEMBANGAN
DESA WISATA
1001 BUNGA**
Untuk Meningkatkan Pembangunan
Ekonomi Lokal



— BUKU MONOGRAF —

**PENGEMBANGAN
DESA WISATA
1001 BUNGA**

Untuk Meningkatkan Pembangunan
Ekonomi Lokal

Tentang Penulis

Dr. Siti Mujanah, MBA, Ph.D. adalah Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya. Penulis telah menyelesaikan pendidikan Sarjana di IKIP Negeri atau Universitas Negeri Malang (1984). Pendidikan S2 di bidang Master Business Administration (MBA) dan Ph.D. Management dari Adamson University Manila Philippines (1999), lalu mengambil Program Doktor lagi dibidang Ilmu Ekonomi di Untag Surabaya (lulus tahun 2014).

Disamping sebagai dosen tetap di FEB UNTAG Surabaya di program S1 Manajemen, program S2 MM dan Program S3 DIE di mata kuliah MSDM, Perilaku Organisasi dan Kewirausahaan, yang bersangkutan juga sebagai konsultan, trainer dan peneliti di perusahaan maupun pemerintahan di bidang Sumber daya Manusia, dan telah menulis buku tentang Manajemen Kompensasi untuk Mahasiswa maupun perusahaan.

Dalam rangka melaksanakan kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi di bidang penelitian maka yang bersangkutan mendapatkan hibah di program penelitian keilmuan riset desa pendanaan Dirjen Dikti dan Kementerian Keuangan RI dalam program eRispro, dan salah satu luarannya adalah buku ini, sehingga buku ini merupakan hasil penelitian dari Dr. Siti Mujanah, MBA, Ph.D. bersama Tim yaitu Dr. Sumiati, MM, Candraningrat, SE, M.SM. dan beberapa mahasiswa yang ikut membantu dalam menyelesaikan penelitian dan penulisan buku ini.

Disunting Oleh :
Dr. Siti Mujannah, MBA., Ph..
Candraningrat, SE., M.SM.
Dr. Hj. Sumiati, MM.
Annisa Kahfi
Chilmaniya Baril Haq
Ervira Aulia Fijannah
Lutvia Abdullaj
Nur Fitriani



**PENGEMBANGAN DESA WISATA 1001 BUNGA UNTUK
MENINGKATKAN PEMBANGUNAN EKONOMI LOKAL**

PENULIS :

Siti Mujanah
Candraningrat
Sumiati
Lutvi Abdullah
Nur Fitriani
Ervira Aulia' Fijannah
Annisa Kaffi
Chilmaniya Baril Haq

Penerbit :



**PENGEMBANGAN DESA WISATA 1001 BUNGA UNTUK
MENINGKATKAN PEMBANGUNAN EKONOMI LOKAL**

ISBN : 978-623-5351-12-4

PENULIS :

Siti Mujanah
Candraningrat
Sumiati

Lutvi Abdullah
Nur Fitriani

Ervira Aulia' Fijannah
Annisa Kaffi
Chilmaniya Baril Haq

Editor :

Prof. Dr. Hj. Tri Ratnawati, AK. MS. CA. CPA

Desain Cover :

Tim Percetakan

Hal : vi+118 Halaman

Ukuran : B5 (18,2x26 cm)

Penerbit

Untag Surabaya Press

Jl. Semolowaru No.45 Surabaya Graha

Wiyata Lt. 1 Telp. (031) 5931800. Psw. 208

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan buku yang berjudul "Pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga untuk meningkatkan Pembangunan Ekonomi Lokal".

Buku ini merupakan hasil penelitian yang kami lakukan Bersama tim dan mahasiswa dalam kegiatan MBKM di program Membangun Desa melalui Pengembangan Desa Wisata. Desa Wisata ini dinamakan 1001 Bunga karena penelitian ini dilakukan di desa sentral penanam dan penjual Bunga terbesar di Jawa Timur yaitu di Desa Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik yang memiliki segala macam bunga dan tanaman hias tertata rapi dan indah, sehingga bisa di nikmati pengunjung secara santai dan menyenangkan.

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Kementerian Keuangan dan Kemendikbud yang telah memberikan pendanaan dalam kegiatan Riset Desa ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan terhadap LPPM Universitas 17 Agustus Surabaya yang telah memberikan fasilitas dan dukungan dalam pelaksanaan penelitian ini. Demikian juga untuk segenap masyarakat dan perangkat desa di Desa Banyuurip juga kami sampaikan terima kasih atas kesediaanya dalam memberikan data dan informasi untuk melengkapi penyusunan buku ini. Dan kami berharap buku ini akan bermanfaat bagi semua pembaca dan pihak yang berkepentingan sebagai referensi dalam membangun desa wisata berkelanjutan untuk membantu masyarakat pedesaan Indonesia tumbuh.

Surabaya, 16 Juli 2022

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga	3
1.3 Arah Pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga	5
BAB II	8
DESA WISATA 1001 BUNGA	8
2.1 Pemahaman Dasar	8
2.2 Destinasi Wisata Bunga dan Manfaat Tujuan Pembangunan Desa Pengembangan Desa	16
2.3 Dampak Pengembangan Desa Wisata	18
BAB III	24
KEBIJAKAN DAN DUKUNGAN TERHADAP PENGEMBANGAN DESA WISATA 1001 BUNGA	24
3.1 Meninjau Faktor Penting Guna Pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga	24
3.2 Kebijakan Pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga	26
3.3 Bantuan Program Antar Kementerian/Lembaga Terkait Desa Wisata 1001 Bunga	28
BAB IV	36
TAHAPAN PENGEMBANGAN DESA WISATA 1001 BUNGA	36
BAB V	67
PENGEMBANGAN DESA WISATA 1001 BUNGA MENGGUNAKAN STRATEGI SWOT	67
5.1 Matriks SWOT	67
BAB VI	74
PELATIHAN PENGEMBANGAN DESA WISATA 1001 BUNGA UNTUK PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL	74
6.1 Kebutuhan pelatihan pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga	74
BAB VII	85

MENGEMBANGKAN BISNIS TANAMAN HIAS DI DESA WISATA 1001 BUNGA BANYUURIP KECAMATAN KEDAMEAN KABUPATEN GRESIK	85
7.1 Potensi Mengembangkan Bisnis Tanaman Hias di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik	85
7.2 Cara Mempromosikan Bisnis Tanaman Hias Dan Menjalin Relasi Yang Luas di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik.....	91
BAB VIII.....	99
MODEL PENGEMBANGAN DESA WISATA 1001 BUNGA DI BANYUURIP KECAMATAN KEDAMAIAN KABUPATEN GRESIK YANG TERINTEGRASI DENGAN MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA (MBKM).....	99
8.1 Model Pembelajaran MBKM Membangun Desa	99
8.2 Pelaksanaan Kegiatan MBKM Membangun Desa	103
8.3 Model Pengembangan Desa Wisata Terintegrasi dengan MBKM	107
GLOSARIUM	112
INDEX	124
DAFTAR PUSTAKA	127

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Konsep Pembangunan Berkelanjutan.....	4
Gambar 2. Memenuhi Faktor Permintaan dengan faktor penawaran .25	25
Gambar 3. Aktor Penyebab Dampak.....	43
Gambar 4. Model Pengelolaan Desa Wisata 1001 Bunga.....	49
Gambar 5. Pola Manajemen Forum.....	51
Gambar 6. SWOT	68
Gambar 7. Bentuk Pembelajaran MBKM.....	101
Gambar 8. Model Pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga di Banyuurip Gresik	108

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peran pariwisata terhadap perekonomian di Indonesia sangat berharga. Penurunan jumlah kunjungan pengunjung mancanegara akibat pandemi Covid-19 praktis membuat kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan devisa negara menurun. Pada tahun 2020, kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB Indonesia hanya 4,05%, setelah mencapai 4,7% pada tahun sebelumnya. Sebaliknya, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) memperkirakan devisa sektor pariwisata pada 2021 mencapai US\$ 0,36 juta. Lebih mahal dari tahun sebelumnya yang sebesar US\$ 3,3 juta. Pada 2019, devisa sektor pariwisata diperkirakan mencapai US\$ 16,9 juta.

Indonesia memiliki peluang pengembangan masa depan yang cerah untuk pariwisata. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah kunjungan pengunjung mancanegara (wisman) pada Januari 2022 sebanyak 143.744 orang. Jumlah ini mengalami penurunan sebesar 12,15 persen secara bulanan (month to month/mtm) dibandingkan Desember 2021, yaitu 163.619 orang. Namun, secara year on year (yoy) jumlah kunjungan wisman meningkat 13,62 persen dibandingkan pada bulan Januari 2021, yaitu 126.515 orang.

Tetapi, hal ini juga disebabkan oleh banyaknya sumber daya potensial yang dapat diakses, terutama sumber daya alam dan budaya

yang sangat diminati oleh sektor pariwisata global. Daerah pedesaan memiliki potensi tinggi untuk memenuhi permintaan pengunjung karena banyaknya sumber daya alam dan budaya. Namun, Desa Wisata 1001 Bunga yang bertempat di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, kabupaten Gresik ini masih menghadapi beberapa tantangan, termasuk:

- a. Sumber Daya Manusia (SDM) adalah salah satu hambatan yang serius. Jika desa wisata tidak dikelola oleh sumber daya manusia yang mumpuni, maka Desa Wisata tersebut tidak akan terawat dengan baik bahkan terbengkalai.
- b. Minimnya publikasi, saat ini media sosial seperti Facebook, Instagram dan internet sangat gencar digunakan oleh masyarakat sehari-hari, dengan banyaknya publikasi di media sosial, maka akan lebih mudah untuk diketahui masyarakat.
- c. Belum optimalnya operasi pengembangan wisata pada Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, kabupaten Gresik. Dengan pola pengembangan pariwisata yang tidak optimal dalam jumlah banyak dapat merusak ekosistem. Pariwisata adalah suatu industri yang bisa membantu perbaikan situasi tersebut. Dengan meningkatnya pengunjung di Desa Wisata 1001 Bunga (Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, kabupaten Gresik) tidak hanya dapat menguntungkan ekonomi daerah tetapi juga akan mempromosikan nilai sosial.

1.2 Pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga

Di Indonesia, komunitas pengunjung sekarang sudah mapan secara luas. Selain meningkatkan paket wisata berbasis sumber daya pedesaan, pertanian, dan makanan khas, bahkan tidak sedikit desa wisata yang membangun *homestay* dan hiburan. Orang-orang berbondong-bondong untuk merenovasi sedemikian rupa sehingga mereka dapat menyewakan tempat masing-masing kepada pengunjung yang datang ke desa untuk beristirahat.

Namun, banyak perusahaan pariwisata di pedesaan terus memanfaatkan sumber daya yang ada. Tujuan dibangunnya Desa Wisata 1001 Bunga (di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik) adalah untuk meningkatkan dan mengembangkan potensi desa wisata sehingga masyarakat diseluruh Indonesia bahkan *Go International* dapat mengetahuinya. Karena selama ini Desa Miru dikenal sebagai Desa Wisata yang memiliki tanaman hias terbesar serta memiliki potensi pasar ekspor yang terbuka lebar. Serta mengupayakan kesinambungan pembangunan, yang mencakup tiga faktor yang saling terkait, yaitu dimensi lingkungan, ekonomi, dan sosial budaya. (Lihat Gambar 1)



Gambar 1.1 Konsep Pembangunan Berkelanjutan (Dr Ir. Arifin Rudiyanto et al., 2017)

Kegiatan pariwisata yang tidak membahayakan atau merusak lingkungan alam salah satunya adalah wisata alam. Unsur lingkungan ekonomi adalah kegiatan wisata yang dapat memiliki pengaruh positif terhadap kesejahteraan masyarakat setempat. Kegiatan wisata yang mengakui potensi budaya dan mendorong pelestarian dan pertumbuhannya adalah elemen lingkungan sosial budaya. Konsep ini diambil dari konsep pengembangan pariwisata berkelanjutan, yang diartikan dengan "pariwisata yang sepenuhnya memperhitungkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan saat ini dan masa depan, menangani kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan, masyarakat dll" yaitu tempat wisata yang sepenuhnya memperhatikan dampak kebutuhan ekonomi, sosial dan lingkungan saat ini hingga masa depan.

Sehingga dapat memenuhi kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan dan masyarakat setempat.

Berdasarkan gagasan tersebut, jenis pengembangan pariwisata berkelanjutan Desa Wisata 1001 Bunga (di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik) mengarah pada beberapa konsep utama, yaitu sebagai berikut:

- a. Mendorong pengembangan kegiatan pariwisata yang bertanggung jawab terhadap lingkungan.
- b. Mendorong terciptanya penawaran pariwisata yang berfokus pada pelestarian.
- c. Mendorong pengembangan barang wisata untuk kepentingan pasar berbasis pelestarian, seperti wisata budaya, wisata alam, pedesaan, makanan, tradisi dan budaya, dan sebagainya.
- d. Mempromosikan perluasan dan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat.
- e. Mendorong sektor pariwisata dan industri pendukung lainnya untuk peduli dan bertanggung jawab dalam penerapan strategi pembangunan yang ramah lingkungan.
- f. Manfaatkan sumber daya alam setempat dengan sebaik-baiknya.

1.3 Arah Pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga

Di sisi lain, secara konseptual, peran desa dalam pembangunan masyarakat merupakan faktor utama dalam pembangunan desa yang berkelanjutan. Dalam konteks pariwisata, karakteristik pengunjung yang berbeda sering menimbulkan tuntutan kepada masyarakat yang ada

di sekitar desa wisata. Untuk kepentingan pembangunan pariwisata nasional dan pedesaan bisa juga menggunakan konsep *Greedy Tourism* yang bertujuan untuk menarik pengunjung sebanyak mungkin tanpa berfokus pada pengembangan tempat wisata. Di sisi lain, pengembangan bersama dengan masyarakat akan mendorong pengembangan pariwisata hingga bentuk Desa Wisata 1001 Bunga, karena hal tersebut berkaitan dengan kepentingan jangka panjang masyarakat di sekitar desa wisata.

Konsep pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga (di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik) mengacu terhadap upaya optimalisasi SDA yang ada. Selama ini desa dianggap sebagai suatu entitas hidup dalam objek pembangunan. Oleh karenanya, ada banyak tumpang tindih kegiatan yang tidak semakin memperkuat suatu desa tetapi hal tersebut justru membuat desa wisata semakin lemah atau menurun sumber dayanya. Oleh karenanya, rencana pengembangan sektoral, lingkungan wilayah diperlukan untuk dapat membangun pariwisata yang berkelanjutan dan tidak akan mendapat efek negatif terhadap lingkungan serta budaya setempat.

RANGKUMAN BAB I

Tujuan dibangunnya Desa Wisata 1001 Bunga di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik adalah untuk meningkatkan dan mengembangkan potensi desa wisata dengan memberdayakan masyarakat di desa..

BAB II

DESA WISATA 1001 BUNGA

2.1 Pemahaman Dasar

Desa

Desa adalah kesatuan wilayah yang ditempati oleh sejumlah keluarga dengan batas wilayah, yang berwenang mengatur dan mengurus urusan ialah pemerintahan yang di pimpin oleh seorang kepala desa. Kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam pemerintahan. sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia (UU No.6 Tahun 2014)

Suatu desa dapat juga di artikan sebagai unit pemerintahan di bawah kabupaten/kota di mana wilayah tersebut dihuni oleh sekelompok keluarga yang tinggal dan bergantung pada sumber daya alam yang tersedia di wilayah tersebut untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain itu, sebuah desa memiliki karakteristik khusus yang dapat menjadi identitas desa itu sendiri.

Pembangunan desa merupakan faktor penting untuk mencapai kesejahteraan masyarakatnya. Pembangunan desa ini tidak dapat dilakukan oleh satu pihak saja, tetapi harus melalui koordinasi dengan berbagai pihak lain, baik dengan pemerintah maupun masyarakat desa, dan suatu wilayah dapat dibangun sebagai desa jika memiliki tiga unsur, yaitu:

1. Daerah, yaitu sebuah desa harus memiliki lokasi di mana lokasi tersebut memiliki wilayah geografis dan batas yang jelas.
2. Penduduk, yaitu meliputi jumlah rasio jenis kelamin, komposisi penduduk, pertambahan, kepadatan, persebaran, dan kualitas penduduknya.
3. Sistem kehidupan desa terkait erat dengan norma, adat istiadat dan aspek budaya.

Status desa dapat dibagi menjadi tiga kategori berdasarkan tingkat perkembangannya:

1. *Desa Tertinggal*

Yaitu desa yang memiliki ketersediaan dan akses pelayanan dasar, infrastruktur, aksesibilitas/transportasi pelayanan publik, dan administrasi pemerintahan masih minim. (Bappenas, Indeks Pembangunan Desa)

2. *Desa Berkembang*

Yang merupakan desa yang memiliki berbagai potensi namun belum dikelola secara optimal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

3. *Desa Mandiri*

Yaitu desa yang sudah memiliki kemampuan untuk melaksanakan pembangunan desa untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat desa baik di bidang sosial maupun ekonomi.

Desa Wisata

Desa wisata adalah suatu wilayah pedesaan yang memiliki potensi keunikan atau kekhasan tersendiri untuk menarik minat wisatawan yang berkunjung agar wisatawan dapat merasakan pengalaman hidup di daerah pedesaan dengan menikmati berbagai destinasi wisata yang dimiliki. Suatu desa wisata haruslah memiliki berbagai potensi seperti keindahan alam, budaya dan adat istiadat setempat, fasilitas yang memadai, serta mampu menawarkan atraksi yang dapat dinikmati oleh wisatawan, seperti tarian tradisional, membuat makanan tradisional, serta membuat kerajinan tangan khas desa wisata tersebut.

Fandeli (2002) memberikan definisi desa wisata sebagai daerah pedesaan yang menawarkan suasana keseluruhan yang mencerminkan keaslian desa, baik dari segi kehidupan sosial budaya, adat istiadat, kegiatan kescharian, arsitektur bangunan, dan struktur tata ruang desa, serta potensi yang dapat dikembangkan sebagai objek wisata, seperti atraksi, makanan dan minuman, cindramata, penginapan, dan kebutuhan wisata lainnya.

Desa wisata diharapkan dapat mengurangi perpindahan masyarakat desa ke daerah perkotaan karena banyak kegiatan ekonomi yang dapat diciptakan di suatu desa. Desa wisata juga bisa menjadi upaya pelestarian dan pemberdayaan potensi budaya yang besar di masyarakat.

Desa wisata diklasifikasikan menjadi tiga kelompok berdasarkan tingkat perkembangannya:

1. Desa Wisata Embrio

Desa-desanya dengan potensi wisata yang dapat disulap menjadi desa wisata, dan gerakan masyarakat setempat untuk mengelolanya sebagai desa wisata telah dimulai.

2. Desa Wisata Berkembang

Khususnya, sebuah desa yang telah dikelola oleh masyarakat dan pemerintah desa dan telah dikunjungi oleh pengunjung yang menjadi tertarik untuk mengunjungi masyarakat yang telah ditetapkan sebagai tempat wisata atau dikenal sebagai desa wisata.

3. Desa Wisata Maju

Yaitu desa wisata yang telah berkembang dan sering dikunjungi oleh sejumlah besar pengunjung, dan telah dikelola dengan baik dengan mengembangkan kelompok atau lembaga seperti kehadiran BUMdes (Badan Usaha Milik Desa).

Selain tingkat perkembangannya ada juga jenis desa wisata yang dapat menjadi acuan dalam pengembangan desa wisata, antara lain:

1. Desa Wisata Berdasarkan Keunikan Sumber Daya Alam

Pada dasarnya desa-desanya wisata memanfaatkan kondisi alam yang ada disekitar termasuk gunung, lembah, pantai, sungai, danau, sawah, dan banyak bentuk khas bentang alam lainnya, adalah daya tarik utama.

2. Desa Wisata Mempunyai Budaya Lokal Yang Khas

Dimana desa wisata memiliki adat istiadat tradisional yang khas dengan kehidupan sehari-hari warga setempat, seperti kegiatan mata pencaharian, agama, budaya leluhur yang masih dilestarikan oleh masyarakat setempat, dan jenis kegiatan lainnya, menjadi daya tarik utama.

3. Desa Wisata Kreatif

yaitu desa wisata yang menciptakan kegiatan unik. Ekonomi kreatif dari industri rumah tangga masyarakat setempat, baik dalam bentuk lisensi, maupun kegiatan artistik tradisional.

4. Kombinasi Desa Wisata

Ini adalah komunitas wisata dengan satu atau lebih tempat wisata, seperti alam, budaya, dan kreativitas.

Syarat – Syarat Adanya Desa Wisata

Suatu daerah dapat dikategorikan ke dalam desa wisata jika telah memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. Memiliki persyaratan sebagai destinasi pariwisata sebagaimana diatur dalam UU No. 10 tahun 2009.
2. Memiliki obyek-obyek menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan lokal, dan sebagainya untuk dikembangkan sebagai obyek wisata.
3. Kegiatan destinasi wisata yang ada berbasis pada sumber daya pedesaan.
4. Kegiatan yang dilakukan harus melibatkan partisipasi aktif wisatawan dalam kehidupan pedesaan.

5. Lebih berorientasi pada kegiatan rekreasi luar ruang (outdoor recreation).
6. Mempertahankan kebudayaan dan budaya khas daerah.
7. Memberikan akses yang baik, untuk satu lokasi atau lainnya yang ada di lingkungan desa wisata.
8. Memiliki komunitas yang peduli dengan pariwisata, seperti komunitas pecinta alam.

Kriteria Desa Wisata

Tidak semua desa yang ada bisa dijadikan desa wisata. Ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi untuk membangun desa menjadi desa wisata. Kriterianya adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah desa dan masyarakat setempat bekerja sama untuk membangun komunitas pariwisata.
2. Memiliki lokasi desa yang strategis yang akan memudahkan akses pengunjung untuk mengunjungi desa-desa wisata.
3. Memiliki potensi keunikan dan tempat wisata (Wisata alam, budaya, dan karya buatan/kreatif)
4. Memiliki potensi SDM lokal yang dapat terlibat dalam kegiatan pengembangan desa wisata
5. Memiliki sarana dan prasarana untuk mendukung kegiatan pariwisata pedesaan.
6. Memiliki manajemen kelembagaan desa wisata yang baik.
7. Memiliki interaksi dengan pasar wisata tercermin dalam kunjungan pengunjung.

Ada kriteria lain untuk pengembangan produk desa wisata dalam pengembangan desa wisata, yaitu:

1. Keasliannya

Dalam atraksi yang disajikan adalah kegiatan yang berlangsung di masyarakat desa.

2. Masyarakat setempat

Yaitu tradisi atau praktik yang dilakukan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

3. Partisipasi masyarakat

Dimana masyarakat setempat secara aktif terlibat dalam kegiatan desa wisata.

4. Sikap dan nilai-nilai

Yaitu menjunjung tinggi cita-cita sosial dan berpegang teguh pada keyakinan dan konvensi yang ada.

5. Pemeliharaan dan daya dukung

Yang tidak membahayakan masyarakat fisik dan sosial, serta daya dukung desa dalam menyambut pengunjung.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa desa wisata yang telah memanfaatkan sumber daya dan potensi wisata yang dimiliki dengan menggunakan atau memanfaatkan kearifan lokal dengan cara-cara baru, yang berbeda dari cara-cara sebelumnya yang meliputi kegiatan atraksi, akomodasi dan kegiatan wisata lainnya, maka desa wisata tersebut sudah melakukan inovasi desa wisata.

Desa Wisata 1001 Bunga

Desa Wisata 1001 Bunga adalah desa wisata yang bertempat di dusun Miru, desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik. Desa Wisata 1001 Bunga ini memiliki pemandangan indah yang penuh dengan berbagai jenis bunga dan tanaman hias yang tertata rapi dan indah sehingga membuat pengunjung merasa tenang saat berkunjung. Banyak pengunjung dari berbagai daerah datang ke sini untuk membeli dan melihat tanaman bunga serta tanaman hias lainnya. Desa Wisata 1001 Bunga ini dianggap bisa meningkatkan kesejahteraan warganya dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar.

Suatu desa memiliki potensi untuk menjadi Desa Wisata 1001 Bunga berdasarkan keadaannya saat ini. Berikut faktor-faktor yang membantu dusun Miru, desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik untuk dapat berkembang menjadi Desa Wisata 1001 Bunga:

1. Respon masyarakat terhadap pertumbuhan desa Banyuurip sebagai Desa Wisata 1001 Bunga sangat positif.
2. Masyarakat Desa Banyuurip gemar bercocok tanam, suka menanam bunga dan tanaman hias, hampir setiap rumah di desa ini memiliki tanaman bunga atau tanaman hias lainnya.
3. Banyak individu memulai pengembangan stan toko bunga dan tanaman hias yang ditempatkan dengan rapi dalam pengaturan mereka karena mereka bertani dan memperdagangkan bunga dan tanaman hias sebagai bisnis. Sehingga pengunjung dapat berbelanja sambil mengagumi pemandangan indah desa yang dipenuhi bunga.

4. Pintu masuk jalan ke desa Banyuurip lebar dan kuat, memungkinkan kendaraan besar seperti bus wisata untuk melewatinya.
5. Desa Banyuurip sudah terkenal sebagai pasar bunga di antara daerah lainnya.

2.2 Destinasi Wisata Bunga dan Manfaat Tujuan Pembangunan Desa Pengembangan Desa

Pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik bertujuan untuk:

1. Meningkatkan kemakmuran daerah pedesaan melalui penciptaan peluang kerja dan perusahaan baru, serta perluasan bisnis dan layanan saat ini.
2. Meningkatkan pengetahuan masyarakat desa tentang perlunya memaksimalkan potensi alam yang ada dan melindungi norma-norma budaya dan arsitektur secara turun-menurun.
3. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang perlunya melestarikan hewan dan tumbuhan yang terancam punah, serta lingkungan alam.
4. Mendorong individu untuk menjaga lingkungan mereka bersih, teratur, dan sehat.
5. Melestarikan adat istiadat, budaya, dan lingkungan serta menciptakan rasa bangga terhadap setiap individu dengan adanya Desa Wisata 1001 Bunga yang ada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik.

Manfaat Pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga

Selain bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga (di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik) memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Meningkatkan kemakmuran ekonomi dan budaya sosial masyarakat dengan memanfaatkan sumber daya alam lokal.
2. Memberikan kesejahteraan komunal secara umum, seperti kesenangan dan kebahagiaan masyarakat.
3. Keuntungan ekonomi untuk daerah pedesaan, yaitu penduduk setempat mendapat untung dari setiap objek wisata yang tersedia
4. Meningkatkan eksistensi usaha kecil adalah suatu hal yang penting, terutama dengan memanfaatkan barang-barang lokal sebagai bahan kreatif.
5. Melestarikan warisan budaya nenek moyang yang ada saat ini untuk kepentingan masyarakat.
6. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan desa wisata (seperti membentuk komunitas pecinta tanaman hias, komunitas budidaya tanaman hias).

2.3 Dampak Pengembangan Desa Wisata

Dampak Positif

Ada dampak yang ditimbulkan oleh tumbuhnya desa wisata di setiap desa pembangunan yang memiliki potensi tinggi berupa keindahan alam, barang-barang khas yang dihasilkan, dan kearifan lokal untuk meningkatkan kesejahteraan penduduknya di bidang ekonomi, antara lain:

a. Menciptakan Lapangan Kerja Bagi Masyarakat

Dampak pertumbuhan desa wisata adalah terciptanya lapangan kerja baru di lingkungan desa. Jika masyarakat setempat sebelumnya mengandalkan pendapatan dari pertanian, peternakan, dan pekerjaan lain seperti urbanisasi ke kota-kota besar. Diyakini bahwa pertumbuhan desa wisata akan menghasilkan penciptaan lapangan kerja baru melalui kegiatan pariwisata.

b. Meningkatkan Penjualan Produk Lokal

Pengaruh pertumbuhan desa ini adalah penjualan barang-barang lokal, yang secara tidak langsung dapat meningkatkan ekonomi masyarakat. Oleh-oleh yang khas dan menarik, masakan dan minuman khas masyarakat lokal yang menarik pengunjung, dan kekhasan lainnya. Penggunaan barang-barang lokal dalam komunitas wisata yang sedang tumbuh sangat penting untuk pertumbuhan desa. Selain itu, diperkirakan bahwa dampak yang menguntungkan akan memfasilitasi akses

masyarakat ke produk lokal, yang memungkinkan mereka untuk segmen pasar yang lebih baik. Branding berkualitas, serta sumber daya manusia dan manajemen bisnis juga perlu didukung dengan baik.

c. Peningkatan Pembangunan Infrastruktur Desa

Kemudian, salah satu dampak positif pembangunan desa wisata yang dapat dibahas secara terbuka atau bahkan diprioritaskan adalah peningkatan laju pembangunan infrastruktur desa. Hal ini sangat penting, baik bagi desa wisata untuk memberikan pelayanan terbaik kepada warganya atau bagi warga desa untuk mendapatkan keuntungan dari pelayanan yang diberikan oleh desa wisata itu sendiri.

Pembangunan infrastruktur dapat dimanfaatkan sebagai fasilitas konvensional, seperti akses menuju destinasi wisata, jalan di sekitar tempat wisata hingga toko oleh-oleh yang selanjutnya dapat digunakan sebagai fasilitas istirahat dan aktivitas lainnya. Itulah sebabnya desa wisata dijaga oleh sumber daya manusia setempat atau penduduk setempat, sehingga penduduk desa langsung merasakan dampak dari keberadaan desa wisata.

Dampak Negatif

Secara umum, pengembangan desa wisata berupaya melestarikan dan mempromosikan keindahan suatu tempat serta

kesejahteraan warganya. Namun, selain efek yang baik, pertumbuhan desa wisata memiliki konsekuensi negatif tertentu. Berikut adalah beberapa konsekuensi negatif dari pertumbuhan Desa Wisata 1001 Bunga (di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik) yang harus dikaji. :

1. Sosial Ekonomi

Meskipun secara bertahap memperkuat ekonomi masyarakat, hanya sedikit orang yang mendapat untung dalam hal kesetaraan ekonomi.

Kondisi pariwisata bervariasi, menempatkan masyarakat dalam risiko. Akibatnya, baik pengunjung maupun penduduk setempat dapat menuntut biaya yang lebih besar untuk layanan seperti makanan, minuman, bensin, dan penginapan.

2. Sosial Budaya

Masyarakat pedesaan akan cenderung mengikuti efek perilaku pengunjung. Kehadiran pariwisata di sebuah desa mengubah cara hidup dan kebiasaan masyarakat yang tinggal di sana.

Karena pengunjung tidak hanya membawa barang, tetapi juga kebiasaan dan peradaban baru.

3. Lingkungan

Munculnya kerusakan lingkungan akibat tangan pengunjung yang tidak bertanggung jawab, dan polusi udara juga meningkat karena jumlah kendaraan wisatawan yang banyak.

Pembangunan infrastruktur wisata akan berpengaruh pada keadaan lingkungan.

4. Masyarakat Sosial

Massa yang terbentuk pasti akan menciptakan masalah baru. Misalnya, ketika lebih banyak pengunjung dapat menimbulkan kejahatan baru, seperti pencurian, pemerasan, dan pembobolan yang terjadi.

5. Kepadatan dan Kenyamanan

Terlalu banyak pengunjung akan mengganggu kenyamanan para pengunjung lainnya dan penduduk setempat. Masyarakat, yang sebelumnya tenang dan damai, telah dipaksa untuk menjadi sibuk dan dikerumuni oleh orang asing yang ingin mengunjungi lingkungan pariwisata.

6. Pengembangan Berlebihan

Pengembangan diklasifikasikan ke dalam dua kategori: pengembangan yang direncanakan, seperti resor, hotel, dermaga, akses jalan, dan fasilitas pendukung wisata lainnya. Sementara itu, pengembangan yang tidak direncanakan, seperti tempat tinggal karyawan industri pariwisata yang liar dan tidak terkendali. Hal ini terjadi karena mereka yang mencari keuntungan di industri pariwisata sering mengabaikan sanitasi dan kebersihan lingkungan. Hal ini dapat mengganggu kenyamanan dan membahayakan lingkungan jika tidak diatur secara memadai.

7. Pengaturan Dari Pihak Luar yang Berlebihan

Pihak ketiga yang baru saja memulai dalam hal pengalaman dan sumber pembiayaan. Mereka kemudian cenderung melakukan inisiatif pengembangan desa wisata, yang dapat menindas penduduk setempat atau menciptakan gagasan bahwa masyarakat lokal hanyalah pendukung. Ini akan memiliki pengaruh yang merugikan pada kegiatan pariwisata karena warga setempat tidak mendukung mereka.

RANGKUMAN BAB II

Suatu desa adalah kesatuan wilayah yang ditempati oleh sejumlah keluarga, yang berwenang mengatur dan mengurus urusan ialah pemerintahan. Pembangunan desa ini tidak dapat dibangun sebagai desa wisata jika tidak memiliki tiga unsur, yaitu: Masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam bergantung pada sumber daya alam. Desa wisata diklasifikasikan menjadi tiga kelompok berdasarkan tingkat perkembangannya. Banyak kegiatan ekonomi yang dapat diciptakan di suatu desa.

Desa Wisata 1001 Bunga adalah desa wisata yang bertempat di dusun Miru, desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik. Suatu desa memiliki potensi untuk dapat berkembang menjadi Desa Wisata Bunga. Pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga (di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik) memiliki manfaat yang ditimbulkan oleh adanya desa wisata. Pengembangan desa wisata berupaya melestarikan dan mempromosikan keindahan suatu tempat serta kesejahteraan warganya.

BAB III

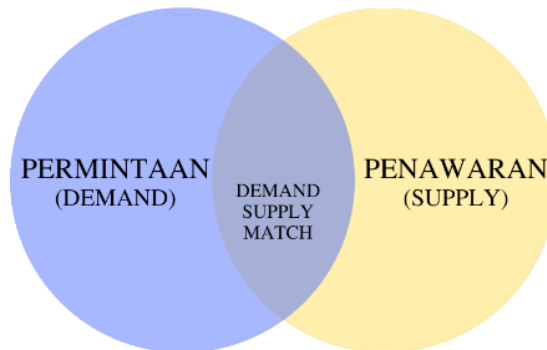
KEBIJAKAN DAN DUKUNGAN TERHADAP PENGEMBANGAN DESA WISATA 1001 BUNGA

Kebijakan pembangunan Desa Wisata 1001 Bunga harus menyamakan persepsi para pelaku dalam program listas sektor sesuai dengan kebutuhan mereka. Selanjutnya, pemerintah harus berbagi kesamaan dalam pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga (di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik) sehingga pembentukan kebijakan yang terkait dengan pertumbuhan Wisata Bunga dapat fokus pada hal yang mendasar seperti keterpaduan program pemerintah. Akibatnya, kebijakan berikutnya mungkin diarahkan pada pertumbuhan inklusif.

3.1 Meninjau Faktor Penting Guna Pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga

Sistem pariwisata berkaitan dengan faktor permintaan (demand) dan faktor supply (penawaran). Tujuan pengembangan secara umum adalah untuk mencapai keseimbangan antara variabel kecocokan permintaan dan penawaran (Gambar 2). Hal ini ditujukan untuk memenuhi Demand (permintaan) dengan pasokan untuk pelestarian, rasa puas dari pengunjung, kepuasan masyarakat, serta kesesuaian lingkungan sehubungan dengan Desa Wisata 1001 Bunga yang ada di di

Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik.



Gambar 3.1 Memenuhi Faktor Permintaan (Demand) dan Faktor Penawaran (Supply) (Dr Ir. Arifin Rudiyanto et al., 2017)

Faktor Permintaan (*Demand*)

Faktor permintaan pasar dibagi menjadi 2 yaitu antara pasar aktual dan pasar potensial. Pasar aktual adalah wisatawan yang berkunjung pada saat ini. Pengunjung yang memiliki kapasitas untuk berkunjung tetapi belum melakukannya karena berbagai faktor seperti waktu dan kendala keuangan adalah pasar potensial.

Faktor Penawaran (*Supply*)

Minat pengunjung dan keinginan untuk variabel permintaan berdampak pada faktor penawaran. Elemen pasokan tidak boleh hanya menanggapi permintaan pengunjung karena juga harus mempertimbangkan dan tujuan membangun Desa Wisata 1001 Bunga

dari kapasitas lingkungan yang telah tersedia. Hal ini juga akan mengidentifikasi segmen pasar yang ideal.

Faktor Dampak

Faktor dampak harus ada karena terkait erat dengan gagasan pariwisata. Dampaknya mungkin menguntungkan jika meningkatkan nilai yang ada, tetapi jika hasilnya negatif maka tidak akan dapat meningkatkan nilai yang ada bahkan bisa menghancurkannya. Memahami konsekuensinya akan memiliki pengaruh positif pada kebijakan pembangunan di masa depan. Dengan pemahaman ini, sangat mungkin bahwa setiap permintaan pengunjung tidak dapat dipenuhi jika merugikan keadaan alam setempat.

3.2 Kebijakan Pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga

Ide-ide fundamental berikut mendukung kebijakan pembangunan:

- a. Berpartisipasi dalam mendukung komunitas lokal;
- b. Melaksanakan pengembangan lingkungan wisata pedesaan berdasarkan cara melestarikannya;
- c. Menggunakan sumber daya alam lokal untuk melestarikan;
- d. Mempunyai skala kecil untuk menciptakan kerjasama yang baik dengan penduduk setempat;
- e. Menggunakan fasilitas serta infrastruktur yang ada;

- f. Mempromosikan pengembangan saling ketergantungan antara perusahaan wisata dan bisnis pendukung lainnya; dan
- g. Mempromosikan jaringan regional.

Pertumbuhan Desa Wisata 1001 Bunga yang ada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik ditentukan oleh prinsip-prinsip berikut:

- a. Menghormati pengetahuan lokal petani;
- b. Keunikan dan keaslian dipengaruhi oleh suatu keadaan serta perkembangan ekonomi dan sosial budaya masyarakat. Seperti infrastruktur, sejarah budaya, pertanian, SDA, pelayanan, peninggalan (heritage), dan pengalaman unik, eksotis yang ada di daerah setempat;
- c. Selalu berusaha memperbaiki identitas atau sifat pedesaannya secara kreatif;
- d. Dukungan tanpa syarat dari semua bidang kehidupan untuk pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga yang ada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik. dan
- e. Kolaborasi yang saling menguntungkan di antara operator bisnis dan pengurangan persaingan yang tidak menguntungkan antara desa-desa, yang dapat merusak iklim bisnis saat ini.

Untuk melakukan ini, pertimbangan berikut harus dilakukan:

- a. Komitmen yang kuat dari seluruh pemangku kepentingan, khususnya pemerintah pusat dan daerah, untuk terus menciptakan Desa Wisata 1001 Bunga yang ada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik.
- b. Mengajak masyarakat lokal untuk menjadi pemain pembangunan utama;
- c. Seluruh pihak memberikan bantuan teknis dan arahan untuk bekerjasama membangun SDM yang baik;
- d. Menghubungkan suatu rencana untuk kegiatan yang dilakukan dengan ketentuan pusat (K/L) dan daerah (SKPD) guna memastikan kelangsungan jangka panjangnya.

3.3 Bantuan Program Antar Kementerian/Lembaga Terkait Desa Wisata 1001 Bunga

Dukungan yang di lakukan oleh Lima kementerian tidak terbatas, seperti dibawah ini :

BAPPENAS	<ul style="list-style-type: none">• Kolaborasi antar sektor untuk pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga;• Meningkatkan perekonomian daerah melalui sektor pariwisata;• Membangun konektivitas antara desa dan kota
----------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat strategi yang baik guna pertumbuhan desa wisata. • Meningkatkan kemampuan sumber daya manusia di desa; • Memantau dan mengevaluasi pelaksanaan program.
Kementerian Pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), Kelompok Seni Budaya, dan lain sebagainya. • Menciptakan barang-barang wisata khas serta mengembangkan suatu paket wisata; • Mengembangkan Brand Desa Wisata 1001 Bunga supaya semakin terkenal di seluruh Indonesia maupun manca negara; • Mempromosikan Desa Wisata 1001 Bunga baik Nasional maupun Internasional, seperti melalui bantuan pembuatan sosial media Facebook dan Instagram, pemasaran online dan lain-lain; • Memberi saran kepada aparat desa tentang aspek teknis

	<p>pendirian Desa Wisata 1001 Bunga yang ada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik.</p>
<p>Kementerian Koperasi dan UKM</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bantuan dengan pertumbuhan kelembagaan dan perusahaan; • Pengembangan koperasi amenities usaha pariwisata; • Memberikan bantuan untuk membangun perekonomian suatu daerah seperti koperasi; • Menggunakan teknologi untuk mempermudah melakukan tugas pelatihan berkelanjutan (pelatihan, pengemasan, branding, dan pemasaran); • Bantuan penelitian dalam pengembangan inisiatif One Village One Product (OVOP); • Pengembangan keterampilan untuk UKM souvenir berdasarkan barang-barang lokal;

	<ul style="list-style-type: none"> • Mendorong pertumbuhan industri kreatif yang ramah lingkungan. • Pengaturan PKL yang dikelola secara kooperatif di lokasi wisata • Kolaborasi investasi pariwisata antara perusahaan besar dan UKM
<p>Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mendorong pembangunan desa melalui pariwisata berdasarkan perlindungan SDM. • Pelatihan pengelolaan kepada aparat desa terhadap sumber daya wisata bunga yang ada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik. • Mengajak penduduk setempat untuk berpartisipasi dalam pembangunan desa. • Menjamin adanya manfaat dan kelangsungan hidup jangka panjang di suatu desa wisata • Melakukan program pelatihan untuk meningkatkan kapasitas

	<p>pengetahuan perangkat desa dalam pengelolaan dana desa; dan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mendukung pemerintah daerah setempat untuk membentuk BUMdesa / koperasi untuk membangun Desa Wisata 1001 Bunga yang ada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik.
<p>Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Membantu melestarikan lingkungan dan memastikan penduduk setempat ikut serta berkontribusi terhadap pelestarian lingkungan sambil menuai imbalan ekonomi; • Melakukan pelatihan pengembangan lingkungan, menghubungkan daerah pariwisata, dan mengolah sampah untuk menghasilkan keuntungan tambahan; • Memberikan pelatihan dan konseling lokal tentang praktik konservasi lingkungan; dan

	<ul style="list-style-type: none"> • Beri ruang untuk administrasi pemukiman wisata di kawasan hutan.
--	--

Sangat penting memahami tugas pokok dan fungsi K/L lainnya sehingga Desa Wisata 1001 Bunga yang ada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik dapat dikelola dengan baik serta mendapatkan bantuan yang sesuai untuk pertumbuhan Desa Wisata 1001 Bunga, meliputi:

Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat

- Membuat infrastruktur serta fasilitas untuk menuju Desa Wisata 1001 Bunga;
- Menciptakan lingkungan pedesaan yang berkualitas ;
- Memastikan ketersediaan air minum yang aman; serta
- Memastikan interkoneksi antara Desa Wisata 1001 Bunga dengan daerah perkotaan.

Unsur Swasta

- Kolaborasi dalam menciptakan fasilitas wisata bunga melalui kemitraan;
- Menambah jumlah paket wisata yang bertemakan Desa Wisata 1001 Bunga yang ada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik ;
- Menawarkan (promosi penjualan) Desa Wisata 1001 Bunga di sektor wisata terkait

- Berpartisipasi dalam program pengembangan wisata bunga.

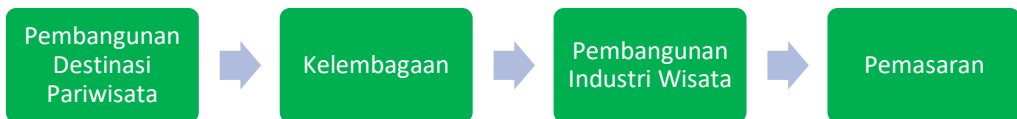
RANGKUMAN BAB III

Pembangunan Desa Wisata 1001 Bunga harus menyamakan persepsi para pelaku dalam program lintas sektor yang sesuai. Tujuan pengembangan secara umum adalah untuk mencapai keseimbangan antara variabel permintaan dan penawaran. Mengajak masyarakat lokal untuk menjadi pemangku kepentingan, khususnya pemerintah pusat dan daerah, untuk terus menciptakan Desa Wisata 1001 Bunga yang ada di Dusun Miru, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik. Mengajak penduduk setempat untuk berpartisipasi dalam pembangunan desa terhadap sumber daya wisata bunga yang ada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik.

BAB IV

TAHAPAN PENGEMBANGAN DESA WISATA 1001 BUNGA

Singkatnya, komponen pengembangan utama untuk pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga yang ada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik adalah:



Pengembangan Destinasi Pariwisata	Kelembagaan	Mengembangkan Industri Pariwisata	Pemasaran
<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan fisik tempat wisata muncul • Peningkatan ketersediaan layanan publik dasar • Meningkatkan aksesibilitas yang ada dalam lingkup Desa Wisata • Mendukung pembangunan infrastruktur 	<ul style="list-style-type: none"> • Mendorong pengembangan Forum Komunikasi Pariwisata • Mendorong keterlibatan lembaga-lembaga setempat (pemerintah daerah serta masyarakat) • Mendukung penguatan 	<ul style="list-style-type: none"> • Koperasi untuk pengembangan dan peningkatan usaha pariwisata • Meningkatkan kualitas dan daya saing produk industri pariwisata • Menentukan pembatasan lokal dalam pengembangan perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Promosi Desa Wisata 1001 Bunga sebagai destinasi wisata dan produk pariwisata • Promosi barang-barang dari industri pariwisata lokal

<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan aksesibilitas menuju ke tempat-tempat berbeda di daerah sekitarnya • Meningkatkan partisipasi penduduk setempat dalam pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga (yang ada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik). 	<p>lembaga swadaya</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatnya SDM bagi pengurus dan UMKM (warga setempat); • Penentuan penghargaan dan peraturan disinsentif • Fasilitas pinjaman modal • Fasilitas pariwisata berbasis perusahaan rakyat melalui koperasi 	<p>berbasis ekonomi minat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memperkuat jaringan antara bisnis pariwisata dan antara bisnis pariwisata dan industri terkait lainnya 	<ul style="list-style-type: none"> • Memasang acara promosi • Kolaborasi promosi dengan pelaku lainnya, baik di dalam Desa Wisata 1001 Bunga maupun dengan lokasi wisata lainnya
---	---	--	--

Teknik perencanaan dan indikator kunci yang digunakan, dirinci dalam langkah-langkah berikut untuk mengembangkan Desa Wisata 1001 Bunga yang ada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik. Proses pembangunan dibuat sederhana mungkin dengan melakukan penilaian mandiri, memungkinkan pembangunan dimodifikasi sesuai dengan persyaratan pada setiap desa, meliputi :

1. Pengembangan: Untuk desa yang potensi,
2. Pembangunan: untuk desa yang telah dimulai,

3. Pendirian / perawatan: Untuk desa wisata yang telah dibangun.

Langkah 1: Mengidentifikasi dan memetakan potensi destinasi wisata

Membuat penilaian tentang pembangunan

Tahap pertama dalam prosedur ini adalah memutuskan untuk membangun kota wisata bunga yang ada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik. Langkah ini sangat penting karena memerlukan komitmen juru kampanye. Sangat penting untuk mengenali bahwa Desa Wisata 1001 Bunga telah ditetapkan pada tahap awal ini, dan pertimbangan awal harus diperiksa.

Mendefinisikan tujuan dan sasaran

Menetapkan tujuan dan sasaran adalah langkah selanjutnya setelah membuat komitmen. Tujuan sangat penting untuk mencapai tujuan jangka panjang. Tujuan kuantitatif harus dinyatakan dalam tujuan kebijakan yang terukur sehingga dapat dievaluasi.

Berikut ini adalah tujuan pokok pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga:

- a. Pariwisata membantu meningkatkan ekonomi daerah dan lokal.
- b. Pengembangan pariwisata meningkatkan nilai SDA lokal untuk kepentingan warga setempat.
- c. Mengembangkan kreativitas terhadap daya saing perusahaan melalui UMKM.

- d. Meningkatkan pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga berdasarkan premis wisata bunga.

Tujuan, berdasarkan skala kuantitatif, adalah:

- a. Peningkatan kedatangan pengunjung guna pembangunan ekonomi
- b. Semakin banyak bisnis pariwisata yang menggabungkan tema ekonomi bunga.
- c. Peningkatan pendapatan penduduk setempat dan kelurahan
- d. Jumlah pendirian koperasi semakin bertambah.
- e. Bertambahnya kegiatan sanggar dan acara budaya di daerah tersebut
- f. Pencemaran lingkungan kurang umum terjadi.

Tujuan serta sasaran sangat penting dan harus dianggap sebagai langkah pertama karena hal ini mempengaruhi semua kebijakan yang akan datang. Akibatnya, memanfaatkan pendekatan FGD (Focus Group Discussion) untuk menyelidiki kepentingan pemerintahan dan masyarakat desa.

Penentuan Masalah Mendasar.

Setiap Desa Wisata pasti mempunyai kendala masing-masing. Akibatnya, mengenali masalah utama sangat penting dalam proses perencanaan karena akan mempengaruhi langkah-langkah masa depan.

Dengan membandingkan apa yang perlu dilakukan dengan sumber daya dan kapasitas yang tersedia, masalah utama dapat ditentukan.

Untuk menghindari kesalahan, masalah harus dideteksi dengan hati-hati. Misalnya, kekurangan jumlah pengunjung sering disebut sebagai masalah. Sementara itu masalah mendasar lainnya, seperti kemasan produk atau iklan pariwisata yang tidak memadai, dimana keduanya berkontribusi terhadap penurunan jumlah pengunjung. Inilah sebabnya mengapa masalah harus ditemukan melalui pendekatan diskusi kelompok.

Masalah ini juga merupakan masalah nyata yang dapat diatasi dengan sumber daya saat ini. Tidak akan sia-sia untuk mengkarakterisasi masalah yang sebenarnya tanpa mempertimbangkan sumber daya karena tidak mungkin menemukan jawaban yang tepat.

Melakukan analisis kelayakan (feasibility analysis)

Informasi adalah alat penting untuk mencari dan mendapatkan fakta maupun data terkait yang bisa berfungsi sebagai barang bukti yang kuat untuk pengambilan keputusan dalam berbagai situasi. Termasuk perencanaan, manajemen pariwisata, pemasaran saat ini, dan potensi.

Ketersediaan data pengunjung, khususnya di dusun Miru, Desa Banyuurip, kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik masih terbatas, dan mengharuskan melakukan kegiatan lain untuk memperoleh data tersebut. Selain itu, informasi yang diperoleh melalui artikel, majalah, pamflet pengunjung, laporan tahunan, dan catatan dari operator tur.

Suatu informasi dan data pengunjung juga diperoleh dari bermacam-macam sumber termasuk perpustakaan, media sosial seperti Facebook dan Instagram, K/L dan SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah), pemangku kepentingan pariwisata, pengelola objek wisata, dan lain-lain.

Faktor Permintaan

Berikut ini adalah beberapa faktor permintaan yang disarankan:

- a. Peningkatan jumlah pengunjung (wisnus) Buku Panduan Pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga yang ada di dusun Miru, Desa Banyuurip, kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik.
- b. Asal pengunjung, akan menentukan kenyamanan dan arah pemasaran yang diperlukan
- c. Faktor usia, dapat mempengaruhi jenis barang dan layanan yang ditawarkan.
- d. Ketertarikan pengunjung mempengaruhi tema produk yang akan di pasarkan. Misalnya pengunjung paling banyak menyukai potensi yang mana. contohnya wisata budaya, wisata alam, wisata kebugaran, dan wisata kreatif.
- e. Sikap pengunjung bisa menunjukkan ada atau tidak adanya sikap peduli lingkungan
- f. Kemajuan perekonomian yang dapat mempengaruhi suatu harga dan lamanya pengunjung berkunjung.

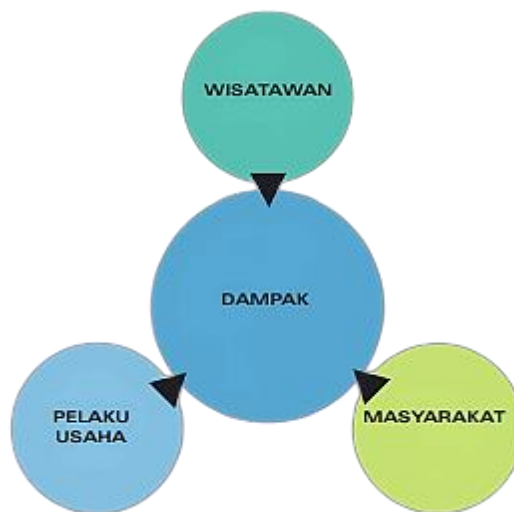
Faktor Penawaran (*Supply*)

Disarankan agar faktor penawaran mempertimbangkan poin-poin penting berikut:

- a. SDA wisata yang unik, tidak biasa, dan indah, seperti pegunungan dan air terjun.
- b. Sumber daya yang terdapat pada budaya khas dan eksklusif untuk kegiatan ekonomi serta sosial budaya disekitar pedesaan, seperti industri tenun dan anyaman.
- c. Tersedianya penginapan didaerah sekitar berupa usaha hotel, pondok wisata, atau rumah penduduk yang bisa diubah menjadi villa.
- d. Hadirnya makanan khas suatu daerah dapat dijadikan sebagai tempat kuliner.
- g. Ketersediaan SDM yang mampu menjadi ujung tombak berkembangnya Desa Wisata 1001 Bunga yang ada di dusun Miru, Desa Banyuurip, kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik.
- h. Keinginan penduduk sekitar setempat yang dapat mendorong berdirinya Desa Wisata 1001 Bunga yang ada di dusun Miru, Desa Banyuurip, kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik.
- e. Bantuan pemerintahan guna pertumbuhan perekonomian daerah dan daerah, yang mencakup insentif pajak. Pembatasan disinsentif juga harus diakui agar pertumbuhan Desa Wisata 1001 Bunga tidak terhambat.

Dampak

Dampak adalah faktor yang disebabkan oleh aktivitas pengunjung, pelaku komersial, dan penduduk setempat (Gambar 3). Tindakan mereka akan berdampak, apakah menguntungkan atau berbahaya.



Gambar 4.1 Faktor Penyebab Dampak (Dr Ir. Arifin Rudiyanto et al., 2017)

Dalam contoh ini, pertimbangkan hal-hal berikut:

- a. Dampak kedatangan pengunjung terhadap lingkungan fisik serta sistem kehidupan perekonomian maupun sosial budaya yang ada di masyarakat setempat.
- b. Dampak pengelolaan industri pariwisata terhadap lingkungan fisik serta sistem kehidupan perekonomian maupun sosial budaya yang ada di masyarakat setempat.
- c. Dampak dari suatu kegiatan kelompok dapat juga mencemari lingkungan hidup mereka.

Apa Saja Yang Dapat Menarik Pengunjung Ke Desa Wisata 1001 Bunga Ini ?

Sangat penting juga untuk memastikan poin-poin kunci apa saja yang berada di Desa wisata, serta bagaimana cara mewujudkan dan mengekspresikannya. Tempat pariwisata menjadi menarik karena sejumlah alasan, apakah Desa Wisata tersebut berperan penting bagi masyarakat atau tidak. Pengunjung, sejarah budaya, dan masyarakat lokal dapat mengambil manfaat dari pemahaman tentang apa yang dianggap penting untuk dapat mengadopsi pendekatan bersama untuk menyajikan warisan budaya desa sebagai pariwisata bagi pengunjung.

Desa Wisata 1001 Bunga yang terletak di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik akan menarik jika tata kelola dan penawaran wisatanya menarik dan berbeda dengan desa wisata lainnya.

Mengenali Nilai Penting Pada Alam Dan Budaya

Keadaan alam dan sejarah budaya yang sangat menarik adalah keuntungan dari tempat wisata yang ada. Nilai dan kualitas yang berbeda berguna bagi industri pariwisata serta berfungsi sebagai fitur utama dalam pemasaran. Setiap perusahaan harus memiliki Unique Selling Proposition (USP) yang dapat membedakan produk atau layanannya dengan pesaing. Barang dan jasa yang diberikan sangat baik karena memiliki USP. Setiap Desa Wisata dapat memperkuat posisi pasarnya dengan mengembangkan Unique Selling Proposition (USP). Unique Selling Proposition (USP) terdiri dari tiga komponen yaitu:

1. Khas, membedakan produk dan layanan dari yang lain

2. Menjual, meyakinkan klien untuk membeli produk atau layanan
3. Proposal adalah saran yang akan disetujui.

Nilai-nilai Desa Wisata 1001 Bunga harus dapat dimengerti dan diterapkan untuk pengembangan, perencanaan, pemasaran, pengelolaan dan interpretasi komoditas yang baik. Penting untuk menentukan apakah tindakan yang diambil pada kawasan warisan budaya sudah tepat. Realisasi ini memastikan bahwa pertumbuhan masa depan dapat konsisten dengan nilai-nilainya saat ini.

Menentukan nilai tambahan

Dengan adanya cerita rakyat yang beredar mengenai nilai-nilai budaya yang telah diberikan oleh penduduk setempat ataupun masyarakat adat mungkin lebih bisa menarik minat pengunjung untuk berkunjung ke Desa Bunga yang terletak di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik. Ini adalah narasi yang ingin diceritakan pengunjung kepada teman dan keluarga mereka. Perpaduan antara nilai-nilai desa, cerita rakyat, dan lingkungan yang luar biasa dapat memberi pengunjung pengalaman yang menyenangkan.

Untuk menentukan apa yang membuat Desa Bunga menjadi lokasi wisata yang menarik, semua hal yang telah kita ketahui harus dipertimbangkan. Pertanyaan-pertanyaan berikut dapat membantu dalam menentukan karakteristik menarik dari Desa Wisata 1001 Bunga:

1. Apa nilai-nilai tradisional atau aturan yang telah diadopsi untuk tujuan wisata?
2. Nilai-nilai atau aturan tradisional apa yang menarik perhatian pengunjung?

3. Icon apa yang menarik sehingga bisa dijadikan salah satu yang khas pada Desa Wisata 1001 Bunga ?
4. Tema apa yang tepat digunakan untuk mempromosikan Desa wisata ?
5. Aset alam dan kekayaan budaya apa yang ada di Desa Wisata 1001 Bunga?
6. Nilai atau peraturan tradisional apa yang perlu ditetapkan?
7. Adakah nilai-nilai yang belum tercatat berkaitan dengan budaya?

Langkah 2: Pembentukan Institusi

Identifikasi pemangku kepentingan sangat penting untuk memahami siapa yang bertanggung jawab dalam berkembangnya suatu pariwisata alam dan budaya yang berkaitan dengan pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga yang berada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik.

Menentukan dan mengikutsertakan banyak pihak secara metodis dan strategis berikut ini:

1. Pastikan bahwa pihak yang tepat ikut serta dalam rencana dan tindakan di masa yang akan datang.
2. Mengupayakan dalam mengidentifikasi ciri khas desa.
3. Pastikan tidak ada masalah yang belum terselesaikan.
4. Membantu dalam memutuskan kegiatan praktis untuk memenuhi kebutuhan masing-masing individu.

5. Membantu mendapatkan dukungan untuk perencanaan pembangunan daerah, pengelolaan dan perumusan proposal (rencana bisnis).

Dengan adanya bantuan jaringan dan komunikasi saat ini sangat penting untuk menemukan orang-orang yang mungkin tertarik untuk berpartisipasi.

Mengembangkan koneksi kerja yang produktif

Beberapa elemen dapat membuat dampak yang signifikan dalam mengembangkan hubungan kerja yang baik, termasuk:

- Menentukan tim pengelola yang baik
- Membuat forum komunitas
- Mengidentifikasi aliansi kritis.

Pengawasan

Setiap program mengharuskan seseorang untuk mengelola operasi, meminta sponsor, dan berfungsi sebagai titik fokus kegiatan. Suatu tempat wisata pasti akan membutuhkan orang yang utama dan paling penting untuk menetapkan program kemudian mendelegasikan tugas kepada orang lain, atau mereka dapat dipilih sebagai koordinator dengan persetujuan bersama. Koordinator ini harus diakui, dan semua pemangku kepentingan harus menyadari tanggung jawab mereka dan bagaimana menjangkau mereka. Koordinator tidak hanya di ambil dari pemerintah desa, tetapi juga bisa dari masyarakat sekitar yang paham tata cara merawat lingkungan yang baik dan mampu berfikir ke dapan

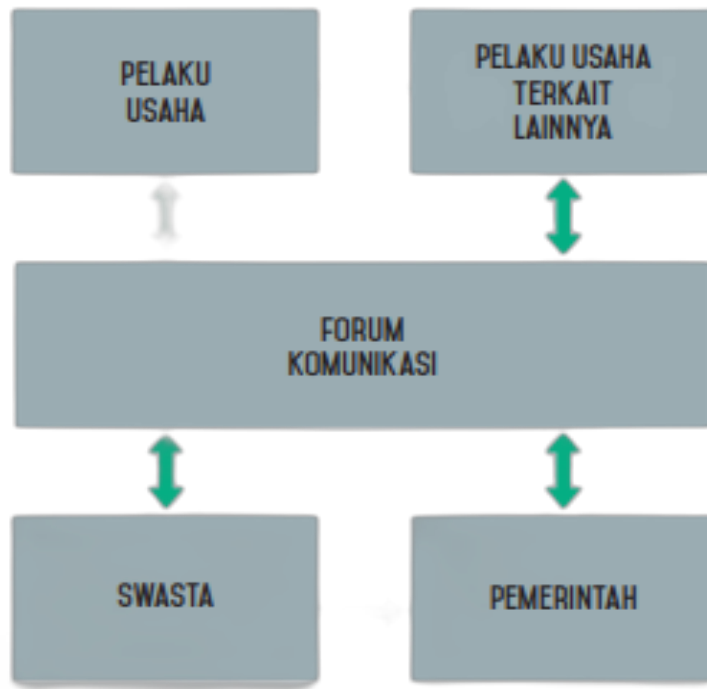
dalam pengembangan suatu Desa Wisata yang berada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik.

Membentuk pengelola Desa Wisata 1001 Bunga (forum komunitas)

Masyarakat diimbau untuk lebih aktif dan berperan sebagai pengelola Desa Wisata 1001 Bunga sesuai kebutuhan kegiatan rutin dan berkelanjutan. Beberapa model manajemen dapat digunakan tergantung pada kondisi sebenarnya dari area tersebut. Salah satu model manajemen yang dapat diterapkan adalah model *Destination Management Organization* (DMO).

DMO adalah sistem manajemen daya tarik wisata yang terintegrasi dan terstruktur yang mencakup fungsi koordinasi, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian organisasi destinasi yang inovatif dan sistematis. BMD dicapai melalui pemanfaatan jaringan, informasi dan teknologi serta dilakukan secara terintegrasi dengan peran masyarakat, pemangku kepentingan/asosiasi, industri, akademisi dan pemerintah. DMO memiliki tujuan, proses, dan minat yang sama untuk meningkatkan kualitas pengelolaan, jumlah pengunjung, lamanya berkunjung dan pengeluaran pengunjung, serta bermanfaat untuk penduduk lokal. Peningkatan DMO bertujuan untuk meningkatkan kualitas akses pengunjung melalui strategi pemasaran seperti promosi, melakukan pengembangan sarana dan prasarana, investasi, pengembangan SDM (Kualitas layanan), termasuk struktur, kualitas layanan, pengelolaan dan keberlanjutan lokal. Meningkatkan jumlah dan skala manfaat pariwisata dengan memanfaatkan nilai ekosistem

pariwisata. Gambar 4 menggambarkan model manajemen yang disederhanakan :



Gambar 4.2 Model Pengelolaan Desa Wisata 1001 Bunga (Dr Ir. Arifin Rudiyanto et al., 2017)

Kegiatan berikut dilakukan melalui papan diskusi (Forum) yang mana anggotanya terdiri dari orang-orang masyarakat setempat, pemerintahan, dan komunitas terkait pariwisata terutama Desa Wisata :

1. Forum bekerja sama dengan sektor swasta

Dapat merangsang terciptanya hubungan bisnis melalui pemanfaatan dana CSR (*Coorporate Social Resposibility*) dengan memasukkan masyarakat dalam operasi perusahaan saat ini.

2. Forum yang bekerja sama dengan pemerintah

Adanya susunan rencana kerja tugas dan fungsi K/L maupun SKPD. Pembangunan infrastruktur, pelatihan, dan promosi adalah contoh dari rencana kerja.

3. Forum bersama dengan pelaku usaha pariwisata

Ini dapat dilakukan dengan berdiskusi untuk mendukung implementasi gagasan ekonomi Desa Wisata 1001 Bunga, serta pembentukan rantai nilai yang kuat, bekerja sama dengan pelaku industri pariwisata (resort, penginapan, kafe, pemandu wisata, dan lain-lain).

4. Forum Pelaku usaha lainnya

Bekerja sama dengan pelaku bisnis lainnya, dapat meningkatkan rantai nilai antara perusahaan, oleh karena itu memperluas keuntungan mungkin langsung atau tidak langsung.

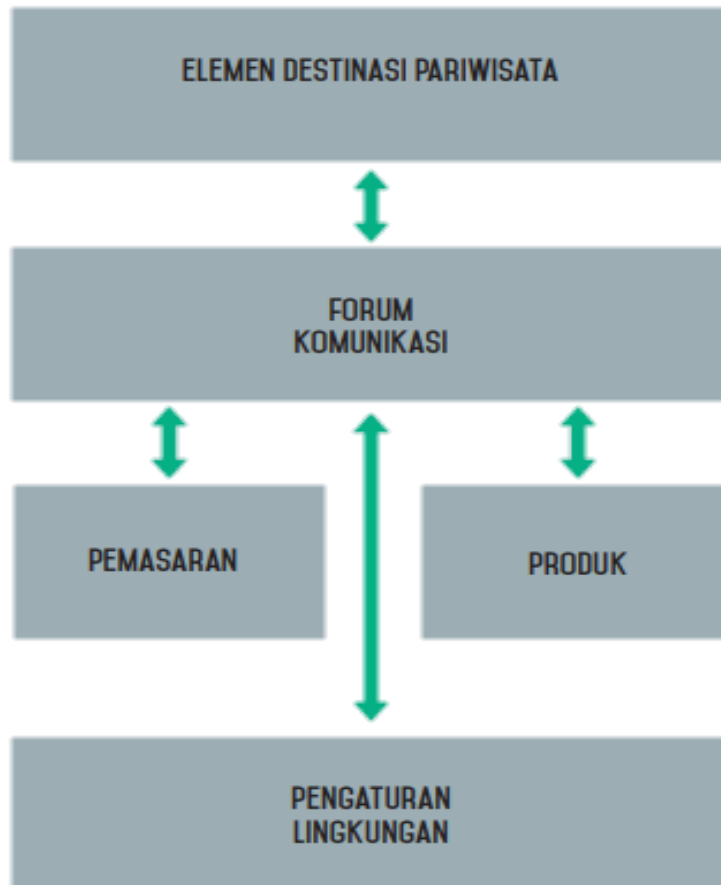
Kelompok pemangku kepentingan dapat menentukan atas manajemen tujuan, dan terus melakukan konsultasi bersama para pemilik usaha (Gambar 5) dengan cara seperti berikut :

- a. Mengelola aspek pariwisata seperti tempat wisata, amenitas publik, layanan pariwisata, aksesibilitas, dan masyarakat.
- b. Mengelola barang-barang pariwisata untuk memenuhi harapan pengunjung.
- c. Mengatur alur cara memasarkan untuk mendorong kunjungan pengunjung. Selain itu, pertahankan lingkungan yang mendukung gagasan tentang wisata Bunga.

- d. Standar lapangan, termasuk etika tentang apa yang diizinkan dan dilarang (kode etik), yang berfungsi sebagai referensi bagi penduduk setempat dan pengunjung.

Membangun Kemitraan

Suatu pariwisata membutuhkan dukungan energi yang tidak dapat dimonopoli oleh suatu perusahaan. Sehingga, bekerjasama adalah suatu instrumen yang efektif untuk mendapatkan bantuan terhadap pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga.



Gambar 4.3 Pola Manajemen Forum(Dr Ir. Arifin Rudiyanto et al., 2017)

Berikut ini adalah elemen yang paling penting yang perlu diketahui saat membentuk suatu kemitraan:

- a. Identifikasi kunci kolaborasi yang dapat membantu pencapaian tujuan.
- b. Adanya kesepakatan kedua belah pihak.
- c. Membentuk aliansi
- d. Mendapatkan pemahaman tentang beragam kekhawatiran, terutama yang berkaitan dengan alam dan warisan budaya.
- e. Adanya tujuan bersama untuk membangun Desa Wisata 1001 Bunga
- f. Membentuk komitmen untuk menciptakan hubungan yang penuh tanggung jawab dan berfokus kepada hasil-hasil yang diinginkan.

Menyusun tim manajemen sangat penting.

Desa wisata (komunitas) harus membangun manajemen atau sekelompok pekerja yang mampu berkoordinasi dengan organisasi, lembaga yang terhubung, memadukan pengunjung, budaya, dan alam di Desa Wisata 1001 Bunga, dan meningkatkan dukungan untuk siklus hidup proyek. Anggota tim harus dipilih yang berfungsi sebagai sarana informasi untuk kedua organisasi di dalam desa dan organisasi di luar desa. Kepemimpinan Desa Wisata 1001 Bunga mungkin resmi atau informal, dan dapat berbentuk organisasi, forum, kelompok kerja, atau komite pengarah.

Saran berikut akan membantu dalam pembentukan tim pengelola Desa Wisata 1001 Bunga yang berada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik:

- a. Menyusun SOP (*Standar Oprational Prosedur*) mengenai peran tim / kelompok kerja, frekuensi pertemuan, dan apa yang harus diantisipasi dari setiap anggota.
- b. Membentuk tim kecil agar lebih efektif dalam melaksanakan kegiatan.
- c. Memberitahu informasi adanya tim pengelola kepada pihak desa sekitar mengenai perkembangan dan pemberitaan yang ada.
- d. Memilih koordinator, sehingga pekerjaan ini dapat dikoordinasikan melalui anggota tim / forum / kelompok kerja.
- e. Pastikan bahwa setiap orang mengkomunikasikan keinginan mereka, dengan cara mengadakan forum diskusi sesuai jadwal yang telah ditentukan dan menguraikan permasalahan yang terjadi sehingga mencapai mufakat.

Langkah 3: Perencanaan dan pengembangan produk pariwisata

Menganalisis hal-hal yang diperlukan untuk perencanaan dan pertumbuhan

Kesulitan yang ada dikumpulkan pada tahap sebelumnya, dan fase berikut membutuhkan analisis yang lebih mendalam untuk menentukan masalah apa yang muncul. Pentingnya memahami masalah untuk membuat keputusan yang tepat.

Upaya berfokus pada suatu hal yang penting. Penilaian harus dilakukan berdasarkan sumber daya yang ada terhadap informasi dan analisis yang tersedia. Argumen ini dapat digunakan sebagai referensi cepat tentang bagaimana pemimpin mencapai kesimpulan dengan merujuk fakta atau informasi yang mendukung kesimpulan tersebut.

Diperlukan untuk mengevaluasi pertanyaan-pertanyaan berikut untuk mendeteksi masalah:

1. Pengalaman pengunjung yang telah berkunjung

- a. Apa yang membuat pengunjung tertarik berkunjung ke desa wisata tersebut ?
- b. Dimana pengunjung biasanya menikmati waktu luang mereka ?
- c. Adakah waktu tertentu untuk berwisata ?
- d. Berapa lama waktu yang dihabiskan pengunjung untuk mengunjungi suatu Desa Wisata (lama kunjungan)?
- e. Berapa banyak warisan budaya yang dijelaskan oleh pemandu wisata kepada pengunjung ?

2. Masyarakat Setempat

- a. Apakah ada variasi dalam sudut pandang di antara penduduk di daerah tersebut?
- b. Apa pendapat penduduk tentang pengembangan desa wisata ?
- c. Apakah mereka setuju atau tidak setuju dengan adanya Desa Wisata ?
- d. Apakah ada bukti bahwa pengembangan wisata dapat membahayakan keunikan adat istiadat ?
- e. Bagaimana agar masyarakat terlibat dalam kegiatan pariwisata ?

- f. Adakah kebijakan / suatu program di desa wisata untuk mencegah eksploitasi seksual, diskriminasi, dan pelecehan terhadap desa atau pengunjung?
- g. Dapatkah pembangunan desa wisata memberikan kemungkinan yang adil bagi semua kelompok, termasuk laki-laki, perempuan, penyandang cacat, minoritas, dan sebagainya?

3. Pengelolaan warisan budaya dan lingkungan:

- a. Apakah mungkin untuk memasukkan nilai-nilai warisan sosial budaya ke dalam sebuah produk, interpretasi, dan lain-lain ?
- b. Apakah pertumbuhan desa wisata dapat menimbulkan ancaman bagi wilayah / tempat desa?
- c. Dapatkah pariwisata dilakukan di dekat kawasan/tempat yang dilindungi?
- d. Bisakah grup tour dengan jumlah yang banyak menyebabkan ancaman pada desa wisata?
- e. Apa ada pembatasan terhadap daya tarik masyarakat desa wisata?
- f. Apa larangan khusus ketika berkunjung di desa wisata?
- g. Bagaimana penduduk setempat memperlakukan pengunjung yang datang di waktu tertentu ?
- h. Apakah ada faktor penyebab sosiologis masyarakat desa, budaya pedesaan, ekonomi masyarakat dan lingkungan sekitar yang menguntungkan dan tidak menguntungkan? Ini mencakup emisi rumah kaca, air, energi, sampah cair dan padat, polutan lampu terang, dan transportasi berdampak rendah seperti sepeda, tassa dan tanaman.

- i. Bagaimana pertumbuhan desa wisata, apakah dapat membantu proses pemeliharaan dan pelestarian budaya yang ada di sekitarnya ?
- j. Apakah ada atau tidak persyaratan peraturan guna melindungi HAKI (Hak Kekayaan Intelektual) masyarakat desa tersebut?

4. Prasarana

- a. Apa infrastruktur desa tersebut memungkinkan dalam pertumbuhan pengunjung, seperti halnya transportasi (mobil), kualitas infrastruktur jalan menuju desa wisata tersebut, penginapan (kamar, wisma), sanitasi (toilet umum), pusat kesehatan / klinik, pencahayaan, dan sebagainya?
- b. Bagaimana area/situs budaya lokal diidentifikasi? Bisakah menggunakan papan nama memberikan informasi yang berguna? Apakah lokasinya merugikan daya tarik situs alam / budaya?
- c. Bagaimana akses aliran air yang aman dan bersih untuk pembuangan limbah, jaringan telekomunikasi, dan internet yang mempromosikan tempat wisata tersebut?

Metode analisis guna mendapatkan perencanaan yang strategis

Teknik analisis yang digunakan memiliki variasi, tetapi dilakukan berdasarkan Strategi SWOT (Ancaman, Peluang, Kelemahan, dan Kekuatan).

Ancaman dan peluang menjadi aspek kedua yang memerlukan pemahaman tentang kekuatan dan kelemahan yang ada. Dalam skenario ini, beberapa poin yang harus ditangani sebagai berikut :

Ancaman, antara lain :

- a. Kegiatan apa saja yang dianggap tidak ramah dalam menjaga lingkungan namun berpotensi tinggi dalam pengembangan.
- b. Pengenalan pengusaha asing yang mampu menanamkan modal sangat besar dan berpotensi dapat merusak ekonomi masyarakat lokal;
- c. SDM (sumber daya manusia) sekitar desa wisata yang tidak mencukupi dan digantikan oleh pasokan MSDM (manajemen sumber daya manusia) yang berasal dari luar daerah desa;
- d. Ketidaksiapan sumber daya manusia lokal, yang akan digantikan lebih banyak oleh pasokan SDM (sumber daya manusia) yang berasal dari luar daerah desa; dan
- e. Adanya pesaing dalam menghambat keberhasilan rencana.

Peluang, antara lain :

- a. Meningkatkan minat pengunjung yang berkunjung ke Desa Wisata 1001 Bunga, yang merupakan kekuatan dari Desa Wisata 1001 Bunga;
- b. Mengembangkan penekanan pada konservasi lingkungan dan faktor yang dapat menaikkan perekonomian serta sosial budaya penduduk setempat;
- c. Meningkatkan nilai perekonomian yang ada dalam desa wisata tersebut sebagai hasil dari pariwisata;
- d. Mempromosikan produk masyarakat lokal yang sudah ada dan telah diproduksi; serta
- e. Memperluas potensi komersial untuk mendukung lokal.

Kelemahan, antara lain :

- a. Kualitas sumber daya pariwisata lokal yang tidak memadai;
- b. Regulasi yang tidak memadai/lemahnya penegakan hukum dalam kegiatan konservasi;
- c. Tidak adanya struktur masyarakat yang mengatur dan melaksanakan pembangunan Desa Wisata 1001 Bunga.
- d. Adanya ketidaksepakatan di antara kepentingan masyarakat lokal yang dapat menghalangi pertumbuhan Desa Wisata 1001 Bunga yang ada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik; dan
- e. Adanya perencanaan dan implementasi aktivitas pengelola desa wisata yang buruk.

Kekuatan, antara lain :

- a. Memanfaatkan keragaman yang ada dan keunikan SDM lokal, khususnya SDA (sumber daya alam) yang ada di desa wisata;
- b. Jumlah modal masyarakat lokal yang tersedia di desa wisata tersebut;
- c. Kesiediaan masyarakat lokal desa setempat dalam mencoba ide-ide baru yang inovatif; dan
- d. Kesiediaan dalam meningkatkan kehidupan masa depan seseorang.

Subjek SWOT ini cukup rumit. Akibatnya, disarankan agar diskusi SWOT berlangsung melalui diskusi kelompok atau penilaian para ahli termasuk dalam suatu keahlian tertentu.

Membuat prinsip-prinsip yang memandu pengembangan rencana aksi

Setelah memahami prinsip-prinsip budaya turis dan barang-barang yang paling signifikan, periksa tujuan apa yang ingin dicapai masyarakat lokal desa secara lebih rinci. Hal ini harus memastikan aspek keseimbangan dalam tindakan konservasi budaya lokal dan lingkungan alam yang ada serta pengembangan desa wisata.

Tujuan dan konsep dasar tertentu akan dibuat pada tahap ini untuk memandu jalannya kegiatan di masa depan. Nilai-nilai dan tujuan ini membutuhkan kesepakatan sebelumnya di antara para pemangku kepentingan utama supaya pemilik tersebut mampu memiliki rasa kepemilikan yang kuat. Dimana ide dan tujuan akan segera direalisasikan dengan lebih baik saat individu tersebut percaya bahwa mereka memiliki bagian yang sangat penting dalam pertumbuhan mereka sendiri.

Prinsip pada metode yang baik mampu mengarahkan arah dan ruang lingkup upaya masa depan. Pedoman, standar praktik, dan kebijakan adalah contoh prinsip. Misalnya, perusahaan wisata dapat menciptakan prinsip pariwisata yang mampu bertanggung jawab, bekerja sama dengan masyarakat setempat untuk memecahkan tantangan warisan budaya dan pariwisata.

Pernyataan kebijakan konservasi sering dimasukkan dalam strategi konservasi budaya. Karena kebijakan itu penting, maka harus dimasukkan ke dalam prinsip panduan untuk pengembangan wisata budaya.

Membuat saran dan metode strategi yang cocok dalam pelaksanaan

Rekomendasi dan rencana harus dirinci dalam hal tindakan "3W + 1 H" (*what, when, who, how*) dilakukan.

- a. "Apa" mengacu pada tindakan yang harusnya dilakukan dalam mengatasi situasi yang akan dihadapi desa wisata tersebut;
- b. "Bagaimana" menunjukkan kegiatan yang dilakukan, seperti kegiatan apa yang di lakukan secara mandiri oleh masyarakat atau kolaborasi dengan sektor komersial yang ada.
- c. "Siapa" mengacu pada pihak yang bertanggung jawab atas kegiatan, yang mungkin berasal dari pemerintah (K/L dan SKPD), sektor komersial, atau masyarakat sekitar. "Siapa" menjelaskan mengenai anggaran apa saja yang diperlukan;
- d. "Kapan" mengacu pada saat aktivitas di mulai. Dimana kegiatan akan dapat diselesaikan dalam jangka waktu yang ditentukan. Hal ini berdampak pada keseragaman pembangunan pada fase selanjutnya.

Langkah 4: Meningkatkan kemampuan sumber daya manusia (SDM)

SDM (sumber daya manusia) sangatlah penting dalam pertumbuhan Desa Wisata 1001 Bunga yang bertembang di di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik. Karena mereka adalah kekuatan pendorong dalam keberlangsungan Desa Wisata. Peran utama dalam penciptaan produk UMKM maupun pelayanan yang mampu di jadikan sebagai daya saing industri. Dengan adanya beberapa pertanyaan di bawah ini akan memudahkan dalam

menentukan kebutuhan untuk peningkatan kapasitas yang ada sekarang dalam pengelolaan Desa Wisata 1001 Bunga di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik.

Adapun beberapa hal yang berkaitan dalam mengembangkan keterampilan dan kompetensi, yaitu :

- a. Kualifikasi pengalaman apa saja yang di butuhkan dalam membuat serta memelihara produk lokal desa yang berkualitas tinggi?
- b. Adakah bantuan keuangan yang dibutuhkan ?
- c. Sudah adakah akses pendidikan dan pelatihan di daerah setempat ?
- d. Seberapa penting melakukan analisis kebutuhan dalam mengembangkan keterampilan dan kompetensi ?
- e. Apa saja yang diperlukan dalam mengelola serta mengembangkan wisata desa bunga?
- f. Bantuan seperti apa yang dibutuhkan untuk mendorong masyarakat supaya bekerja lebih efisien?

Langkah 5: PASAR DAN PEMASARAN

Adanya Desa Wisata 1001 Bunga yang berada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik sebagai objek wisata. Ada dua perspektif yang berbeda tentang produk pariwisata:

1. Produk yang di buat oleh UMKM Desa Banyuurip seperti anyaman tikar, kerupuk maupun produk daur ulang barang bekas dapat dijadikan oleh-oleh khas dari Desa Wisata 1001 Bunga

dengan kemasan yang menarik dengan tujuan agar bisa menarik pelanggan untuk membeli.

2. Rest area (Hotel), tempat makan, dan barang-barang wisata bunga (bunga, pot, hiasan bunga, dan bibit bunga) adalah contohnya.

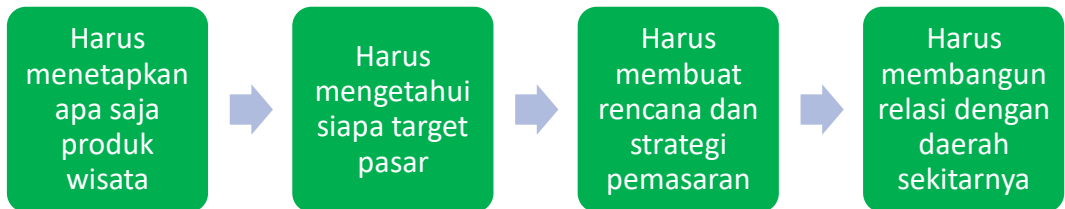
Kepuasan pengunjung adalah salah satu hal yang sangat penting dalam menilai keberhasilan bisnis wisata. Produk wisata dapat dianggap baik jika pengunjung benar-benar menikmati dan merasakan kepuasan tersendiri setelah berkunjung ke tempat wisata. Jumlah kunjungan pengunjung berulang (repeater) dapat menunjukkan bahwa pengunjung merasa puas dengan tempat wisata serta menunjukkan suatu indikator kualitas desa wisata baik.

Terdapat dua variabel kunci yang tidak dapat dipisahkan dari produk wisata ini. Yaitu faktor penawaran (supply) yang diwujudkan berupa lokasi wisata dalam bentuk sumber daya yang sudah ada di lingkungan tersebut, seperti kondisi alam, budaya, adat istiadat dan lain sebagainya. Faktor permintaan (demand) berupa permintaan pasar.

Membuat rencana dan strategi pemasaran

Tujuan kegiatan adanya Desa Wisata 1001 Bunga adalah untuk mempromosikan potensi yang ada di Desa Banyuurip baik berupa karakteristik desa maupun produk UMKM (barang maupun jasa) yang dihasilkan oleh masyarakat desa sehingga dapat menarik pengunjung untuk berkunjung serta berbelanja produk.

Hal tersebut merupakan langkah-langkah dalam menciptakan strategi bisnis, dengan cara berfokus pada pengembangan dan penjualan produk atau pengalaman bagi pengunjung.



Tabel Bauran Dalam Pemasaran (5P)	
<i>Product</i> (Barang atau Jasa)	<ul style="list-style-type: none"> • Apa saja produk yang ditawarkan di dalam Desa Wisata 1001 Bunga kepada pengunjung? • Apakah produk yang ditawarkan berkualitas baik bagi pengunjung? • Target pasar yang bagaimana untuk dapat membeli produk yang dijual ?
<i>Positioning</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Apa yang membedakan keunikan produk dengan produk lainnya ? • Keunikan apa yang membedakan antara Desa Wisata 1001 Bunga dan desa wisata lainnya ? • Apa ada nilai positif yang didapatkan setelah berkunjung ke Desa Wisata 1001 Bunga ?
<i>Place</i> (Tempat yang strategis)	<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana cara pengunjung untuk dapat mengakses lokasi

	Desa Wisata 1001 Bunga dan membeli produk yang di hasilkan ?
<i>Price</i> (Harga atau nilai)	<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana cara memberikan nilai / harga yang sesuai dengan kelayakan produk untuk jangka panjang ?
<i>Promotion</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi apa yang akan digunakan dalam mempromosikan Desa Wisata 1001 Bunga? • Bagaimana koneksi dan kemitraan dapat digunakan untuk membawa pengunjung ke desa wisata dan memberikan informasi yang dibutuhkan ?

RANGKUMAN BAB IV

Meningkatkan partisipasi penduduk setempat dalam pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga yang ada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik. Meningkatkan pendapatan penduduk setempat dan kelurahan. Masalah utama sangat penting dalam proses perencanaan karena akan mempengaruhi langkah-langkah masa depan. Misalnya, kekurangan jumlah pengunjung sering disebut sebagai masalah. Dampak adalah faktor yang disebabkan oleh aktivitas pengunjung, pelaku komersial, dan penduduk setempat. Tindakan mereka akan berdampak, apakah menguntungkan atau berbahaya.

Mengenal nilai penting pada alam dan budaya yang sangat menarik adalah keuntungan dari tempat wisata yang ada. Setiap Desa Wisata dapat memperkuat posisi pasarnya dengan mengembangkan Unique Selling Proposition (USP). Adakah budaya yang berkaitan dengan pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga yang berada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik. Desa Wisata adalah sistem manajemen daya tarik wisata yang terintegrasi dan terstruktur yang mencakup fungsi koordinasi. Peningkatan DMO bertujuan untuk meningkatkan kualitas akses pengunjung melalui strategi pemasaran, investasi, pengembangan SDM, keberlanjutan lokal.

Mendapatkan pemahaman tentang beragam kekhawatiran, terutama yang berkaitan dengan alam dan warisan budaya. Mungkin resmi atau informal, dan dapat berbentuk organisasi, forum, kelompok kerja, atau komite pengarah. Masyarakat terlibat dalam kegiatan

pariwisata yang adil bagi semua kelompok, termasuk laki-laki, perempuan, penyandang cacat, minoritas, dan sebagainya. Meningkatkan minat pengusaha asing yang mampu menanamkan modal sangat besar dan berpotensi dapat merusak ekonomi masyarakat lokal, yang akan digantikan lebih banyak oleh pasokan SDM (sumber daya manusia) yang berasal dari luar desa.

Prinsip-prinsip budaya turis yang paling signifikan, periksa tujuan apa yang ingin dicapai masyarakat lokal desa secara lebih rinci. Tujuan dan konsep dasar tertentu akan dibuat pada tahap ini untuk memandu jalannya kegiatan di masa depan. Adanya Desa Wisata 1001 Bunga yang berada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik sebagai objek wisata. Masyarakat desa menciptakan lokasi wisata dalam bentuk sumber daya yang sudah ada di lingkungan tersebut. Desa Wisata 1001 Bunga adalah untuk mempromosikan potensi yang ada di Desa Banyuurip.

BAB V

PENGEMBANGAN DESA WISATA 1001 BUNGA MENGUNAKAN STRATEGI SWOT

5.1 Matriks SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi metode dari berbagai aspek untuk mengembangkan strategi bisnis (Rangkuti, 2013). Bahwa empat variabel utama akan diidentifikasi dalam analisis SWOT ini, yaitu Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats.

Sebuah perusahaan dapat dibagi menjadi dua jenis elemen yaitu internal dan eksternal. Internal melibatkan kekuatan dan kelemahan. Faktor eksternal termasuk peluang dan ancaman (Umar, Sasongko, Aguzman, & Sugiharto).

Kekuatan (S)

Kekuatan adalah komponen yang dapat memberikan suatu keuntungan dan kelebihan yang dapat dimanfaatkan perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

Kelemahan (W)

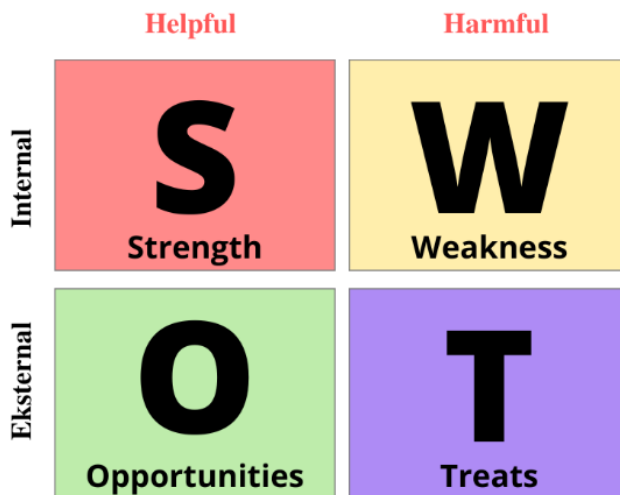
Kelemahan adalah komponen SWOT yang menganalisis kekurangan yang dimiliki perusahaan. Dengan diketahui kelemahan maka perusahaan bisa memperbaikinya.

Peluang (O)

Analisis peluang dilakukan untuk melihat peluang apa yang ada bagi organisasi untuk berkembang.

Ancaman (T)

Treats adalah mencakup hal-hal yang telah dihadapi perusahaan sehingga bisa menghambat berkembangnya suatu perusahaan. Misalnya seperti tersedianya sumber daya, banyaknya pesaing, minat konsumen, dan kekuatan finansial perusahaan.



Gambar 5.1 SWOT (Siti Mujanah et al., 2016)

MATRIKS SWOT

Matriks SWOT yaitu singkatan dari Kekuatan (*Strength*) Kelemahan (*Weakness*) Peluang (*Opportunity*) Ancaman (*Treats*)

adalah alat yang mungkin membantu manajer mengembangkan strategi yang terdiri:

- Strategi SO (kekuatan - peluang)
- Strategi WO (kelemahan-peluang)
- Strategi ST (kekuatan - ancaman)
- Strategi WT (kelemahan – ancaman)

Mencocokkan faktor eksternal dan internal utama adalah bagian yang sulit dan tidak ada yang dapat dianggap paling benar. Pada Tabel 5.1 strategi Internal adalah strategi SO, strategi kedua adalah strategi WO, strategi eksternal adalah strategi ST, dan strateginya adalah WT.

- Strategi SO memanfaatkan peluang eksternal sambil menggunakan kekuatan internal perusahaan.
- Strategi Wo berusaha untuk mengatasi kekurangan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.
- Pendekatan ST menggunakan kekuatan untuk mencegah atau mengurangi konsekuensi eksternal.
- Pendekatan WT adalah strategi untuk menurunkan biaya internal dan eksternal.

Implementasi model strategi SWOT

Matriks SWOT dibuat dalam delapan langkah:

1. Buat daftar peluang eksternal perusahaan yang paling penting.
2. Buatlah daftar bahaya eksternal terbesar bagi organisasi.
3. Buatlah daftar faktor internal utama dalam perusahaan.
4. Menyusun daftar kelemahan internal perusahaan yang signifikan.
5. Sejajarkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan dokumentasikan hasilnya dalam sel strategi SO.
6. Selaraskan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan dokumentasikan temuan pada empat sel strategi.
7. Bandingkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan catat temuan pada sel strategi ST.
8. Bandingkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan catat temuan pada sel strategi WT.

Contoh Matriks SWOT Desa Wisata Lebakmuncang

	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
	<ol style="list-style-type: none">1. Pendidikan Pertanian dalam arti luas2. Interaksi budaya sebagai wadah pelestarian budaya3. Spesialisasi Pendidikan sebagai jenis wisata kuliner	<ol style="list-style-type: none">1. Interaksi langsung kurang menarik.2. Beberapa ruas jalan yang masih rusak3. Lebih sedikit instruksi4. Jalan dengan mil lebih sedikit

	<p>4. Program Aktivitas Di Luar Ruang sebagai kegiatan terbuka</p> <p>5. Pelestarian alam yang sejuk dan indah</p> <p>6. Lokasi wisata yang sangat baik</p> <p>7. Infrastruktur yang sangat baik</p> <p>8. Menyediakan pilihan penginapan</p> <p>9. Jaringan internet yang memadai</p> <p>10. Sumber daya manusia yang terampil</p>	<p>5. Promosi masih belum efektif.</p> <p>6. Tidak ada tiket atau tiket yang masuk.</p> <p>7. Sistem pemesanan internet belum beroperasi.</p> <p>8. Sistem komputerisasi masih belum digunakan untuk mengumpulkan data pemesanan.</p>
KESEMPATAN (O)	JADI STRATEGI	STRATEGI WO
<p>1. Kecenderungan kembali ke alam semakin berkembang.</p> <p>2. Potensi ternak yang belum terealisasi</p> <p>3. Jumlah pengunjung terus meningkat dari tahun ke tahun.</p> <p>4. Memiliki akses jalan yang mudah karena berada di jalur wisata.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Buat paket tur baru dengan mempertahankan yang lama dan menggunakan kemungkinan yang belum dimanfaatkan. (S2, S3, S4, O2, O6) • Melestarikan, meningkatkan, dan memperluas fasilitas dan potensi saat ini. (O1, O3, O4, O5, 	<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan pariwisata interaksi langsung sedang diperluas dalam hal perlindungan lingkungan. W1 (O4) • Memperbaiki jalan, memberikan petunjuk arah dan tiket atau tiket masuk (W3, W4, W6, O1, O3, O4)

<p>5. Kemajuan teknologi yang memfasilitasi transaksi dan promosi</p> <p>6. Kehadiran agen perjalanan wisata yang dapat membantu pemasaran.</p>	<p>S5, S5, S6, S7, S8, S9, S10)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Menggunakan kemajuan teknologi dan koordinasi atau bekerja sama dengan agen perjalanan untuk mempromosikan (W5, W7, W8, O5, O6)
<p>ANCAMAN (T)</p>	<p>STRATEGI ST</p>	<p>STRATEGI WT</p>
<p>1. Jumlah agrowisata dan pemukiman wisata yang tumbuh di wilayah sekitarnya.</p> <p>2. Ada banyak persaingan di industri agrowisata.</p> <p>3. Ciri khas agrowisata atau komunitas wisata lainnya</p> <p>4. Sikap pengunjung tentang pertanian sebagai tua</p> <p>5. Kesadaran pengunjung dalam rangka melestarikan tempat wisata</p>	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatkan atau memperluas layanan, kualitas, dan fasilitas yang ada. (T1, T2, T3, T4, T5) (S1, S2, S3, S4, S5, S6, S7, S8, S9, S10) 	<ul style="list-style-type: none"> Berkolaborasi atau membentuk kemitraan dengan tujuan wisata lainnya. (T1, T2, T3, T4, T5)

RANGKUMAN BAB V

Analisis SWOT adalah identifikasi metode dari berbagai aspek untuk mengembangkan strategi bisnis. Sebuah perusahaan dapat dibagi menjadi dua jenis elemen yaitu internal dan eksternal. Kegiatan pariwisata interaksi langsung sedang diperluas dalam hal perlindungan lingkungan. Kecenderungan kembali ke alam semakin berkembang. Memperbaiki jalan, memberikan petunjuk arah dan paket wisata yang telah terealisasi.

BAB VI

PELATIHAN PENGEMBANGAN DESA WISATA 1001 BUNGA UNTUK MENGEMBANGKAN EKONOMI LOKAL

6.1 Kebutuhan pelatihan pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga

Model Pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga membutuhkan pelatihan pengembangan karena masih dianggap program yang ada yaitu pembangunan nasional berkelanjutan dalam masyarakat desa setempat. Inisiatif pengembangan desa wisata juga telah berhasil memperlambat transisi dari pedesaan ke daerah perkotaan. Maka dari itu, dengan tumbuhnya Desa Wisata di daerah tersebut diharapkan akan muncul cluster-cluster yang akan menjadi tumpuan berbagai desa wisata yang terlibat.

Pengembangan yang berlangsung dalam Desa Wisata 1001 Bunga tergantung pada persetujuan serta dukungan penduduk setempat. Masyarakat (lokal) setempat sebagai tuan rumah, dimana akan menjadi tokoh utama dalam pembangunan desa di semua fase, termasuk perencanaan, pemantauan, dan pelaksanaan. Gagasan pemberdayaan masyarakat melalui pariwisata, sering dikenal sebagai gagasan CBT (*Community Based Tourist*), saat ini sedang diperdebatkan dalam konteks pertumbuhan pariwisata suatu daerah. Strategi pengembangan masyarakat melalui pariwisata ini dilaksanakan sebagai bagian dari Program Nasional Indonesia Bersatu Pemerintah untuk Pemberdayaan Pariwisata Mandiri.

Dasar-dasar pengembangan pariwisata berkelanjutan menciptakan SOP (*Standart Opration Prosedure*). Di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Konsep pembangunan harus menciptakan nilai untuk memberikan keuntungan ekonomi yang substansial bagi pertumbuhan regional dan juga meningkatkan kesejahteraan penduduk lokal.
2. Pemahaman lingkungan menekankan pendekatan pembangunan responsif yang memperhatikan kegiatan konservasi lingkungan alam dan budaya. Pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga harusnya juga dijaga sebaik mungkin untuk mengurangi ancaman yang akan menurunkan kualitas lingkungan dan mengancam keseimbangan ekologis.
3. Terakhir, dapat diterima di masyarakat dengan menekankan proses pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga dapat diterima secara sosial di dalam masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan pembangunan harus memperhatikan nilai dan norma yang ada di masyarakat setempat.

Kebutuhan yang harus dilakukan dalam pelatihan untuk pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga yang bertempat di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik seperti berikut:

1. Komitmen Bersama

Sebelum menjadi pelopor dan mengembangkan desa wisata ada satu hal yang harus diperhatikan masyarakat setempat

yaitu komitmen. Desa wisata tidak boleh dibangun berdasarkan keinginan orang atau organisasi tertentu, seperti bantuan proyek pemerintah atau investor. Pengembangan desa wisata harus dimulai dengan keinginan masyarakat luas, baik desa maupun masyarakat untuk mengembangkan dan memajukan desa menjadi lebih mandiri. Butuh waktu untuk mengajak komunitas yang lebih besar dari potensi pertumbuhan pariwisata. Akibatnya, pandangan tokoh-tokoh lokal dan tokoh masyarakat menjadi penting serta memiliki catatan terhormat.

Masyarakat harus dilatih untuk dapat menjalankan komitmen yang kuat, baik mematuhi peraturan yang telah dibuat maupun yang baru. Jika sebelumnya tidak ada regulasi yang harus dibuat komitmen bersama atau ada regulasinya namun belum sesuai maka peneliti harus bisa memperbaiki hal tersebut, sehingga ke depannya bisa lebih baik dalam berkomitmen antar masyarakat desa dalam mengembangkan Desa Wisata 1001 Bunga.

2. Melakukan konsultasi dan meningkatkan kapasitas sumber daya manusia desa wisata

Banyak orang berpendapat bahwa sulit untuk mengembangkan desa wisata tanpa basis pengetahuan pariwisata yang baik. Akibatnya, banyak fasilitas wisata yang sudah mapan terhenti. Banyak komunitas wisata telah terbentuk, tetapi mereka tidak dapat terus beroperasi. Oleh karena itu, lembaga yang baru

dibentuk tersebut telah merumuskan rencana kerja pengembangan sumber daya manusia terkait.

Maka dari itu, peneliti harus memberikan pelatihan dan pendampingan kepada warga desa Wisata Bunga (yang ada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik). Proses konsultasi juga dapat dilakukan melalui studi banding komunitas pariwisata yang sukses.

3. Mengubah tampilan desa dengan menyediakan fasilitas umum untuk pengunjung

Langkah berikutnya adalah menata dan menentukan kebutuhan fasilitas umum permukiman wisata. Proses pembuatan utilitas dapat dilakukan dengan tetap memperhatikan prioritas. Penyediaan fasilitas umum harus disesuaikan dengan keterampilan masyarakat yang mengelola desa wisata. Selain itu, pengembangan pelatihan desa wisata harus mengikuti prosedur perencanaan sebagai berikut:

- a. Melihat ciri khas lingkungan setempat;
- b. Meminimalkan dampak negatif dari pertumbuhan pengunjung sebanyak mungkin;
- c. Bahan yang digunakan berasal lingkungan lokal, yang berarti bahan ramah lingkungan serta dapat didaur ulang;
- d. Meningkatkan daya tampung yang ada di lingkungan tersebut, karena Desa Wisata 1001 Bunga bukan pariwisata massal (*mass tourism*)

- e. Menjadikan masyarakat lokal sebagai pelaku utama dalam setiap kegiatan yang ada di Desa Wisata 1001 Bunga, yaitu sebagai pemilik baik secara langsung maupun tidak langsung, tanpa pengalihan hak atas tanah dan bangunan.

4. Menentukan individualitas dan branding produk Desa Wisata 1001 Bunga

Desa wisata dapat dijadikan sebagai faktor utama sumber ekonomi dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Tidak dapat dipungkiri bahwa transformasi masyarakat menjadi desa wisata akhir-akhir ini menjadi tren. Namun, duplikasi yang terlalu banyak atraksi juga akan mengakibatkan hilangnya karakteristik di Desa Wisata 1001 Bunga. Sehingga setiap desa wisata harus memiliki USP (Unique Selling Point/Proposisi). USP merupakan faktor pembeda dalam suatu produk/jasa yang tidak dimiliki oleh kompetitor. USP juga akan menjadi penentu yang akan membuat produk/jasa di desa wisata lebih istimewa di mata pengunjung.

Dalam pengertian ini, branding (Citra Merk) mengacu pada bagaimana komunitas pengunjung dapat mengendalikan citra dan reputasi mereka dengan menjaga komitmen yang telah dibuat untuk membuat pengunjung tertarik. Dengan adanya cara tersebut branding lebih dari sekadar logo atau slogan, tetapi dari segi potensi desa wisata. Dengan begitu barang yang telah dipilih akan dijadikan citra dan reputasi yang akan diakui serta diingat oleh pelanggan/pengunjung.

Salah satu cara dalam mendefinisikan USP dalam Desa Wisata 1001 Bunga adalah pembentukan ALUI (Asli, Langka, Unik, and Indah). Dalam situasi ini, peneliti dapat berkontribusi pada pengembangan barang atau merek yang memiliki nilai lebih bagi pengunjung. Produk jadi atau merek yang akan dipilih tidak harus unik, tetapi berguna bagi pengunjung. Produk juga tidak bisa dibandingkan dengan tempat wisata pesaing lainnya. Selanjutnya, penelitian di Desa Wisata 1001 Bunga ini harus mampu memberikan pelatihan dan pemahaman agar dapat menciptakan brand sendiri. Dengan begitu produk yang akan dibuat akan sulit ditiru oleh pesaing lain.

5. Mengatur paket wisata

Untuk membangun paket wisata di Desa Wisata 1001 Bunga, peneliti harus bisa langsung memberikan informasi dan instruksi. Paket wisata merupakan suatu rangkaian rencana kegiatan wisata yang harus dikembangkan secara teratur dengan biaya yang telah ditetapkan dan menyajikan suatu pertunjukan serta memberikan dukungan kepada pariwisata yang ingin menetap di desa wisata lebih lama dengan cara membuat penginapan / amenities. Ada beberapa faktor harus diperbaiki saat menyusun paket desa wisata. seperti jumlah pengunjung, jumlah pemandu maupun SDM yang tersedia di sekitar desa wisata, kemampuan desa wisata untuk menampung pengunjung, paket durasi kegiatan per jam, dan berapa jauh jarak yang bisa di kunjungi pada Desa Wisata 1001 Bunga.

6. Pembentukan pemasaran serta menjalin kemitraan

Setelah harga produk dan komponen ditentukan, langkah selanjutnya ialah membangun saluran distribusi atau saluran pemasaran. Saluran pemasaran diperlukan untuk menjangkau calon pengunjung dengan produk dan layanan yang disediakan oleh komunitas desa wisata. Misalnya, sebelum penelitian ini dilakukan Desa Wisata 1001 Bunga sudah didatangi oleh pengunjung, tetapi tidak banyak yang tahu tentang Desa Wisata 1001 Bunga yang ada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik. Karena kurangnya publikasi melalui Internet, media sosial (Facebook dan Intagram) maupun Youtube. Oleh karena itu, peneliti harus mampu memberikan pengetahuan dan pelatihan dalam hal publikasi elektronik. Karena saat ini di era digital, banyak orang menggunakan media Internet untuk mencari informasi apapun, terutama tempat wisata.

Ada dua jenis saluran pemasaran: secara langsung dan secara tidak langsung. Saluran pemasaran secara langsung dapat digunakan untuk menarik pengunjung tanpa menggunakan perantara. Misalnya dengan menyampaikan gagasan kepada instansi, menyebarkan brosur yang berisikan paket harga dan potensi yang ada di desa wisata kepada masyarakat secara langsung atau bisa juga ditempelkan di tempat umum, membuat baliho ataupun dengan cara lainnya. Sedangkan saluran pemasaran secara tidak langsung dapat digunakan untuk mendatangkan pengunjung dengan menggunakan perantara.

Misalnya dengan cara kolaborasi antara perusahaan travel/travel agent, pemandu wisata (guide), antara komunitas pengunjung, ASITA, PHRI, dan lain-lain, misalnya.

Masyarakat tidak dapat mengembangkan suatu Desa Wisata (terutama Desa Wisata 1001 Bunga) apabila hanya dilakukan oleh satu atau dua orang saja, tetapi harus bisa bekerja sama antar individu dalam suatu desa dan kolaborasi dengan universitas lain agar bisa mewujudkan suatu desa wisata yang baik dan berkualitas. dikenal sebagai *elemen pentahelix*.

Bukan hanya kerja sama antar warga masyarakat sekitar dan universitas saja tetapi campur tangan investor sangatlah penting dalam bidang pembiayaan guna mengembangkan Desa Wisata 1001 Bunga yang ada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik.

Dengan kebijakan pemerintah yang terkait dengan pariwisata dapat melibatkan Dinas Pariwisata dalam penerbitan Surat Keputusan (SK) tentang POKDARWIS yang ada di pemukiman Desa Wisata 1001 Bunga.

- a. Dalam keadaan ini, akademisi dapat berpartisipasi dalam kegiatan penelitian serta pengabdian terhadap masyarakat Desa Wisata 1001 Bunga yang ada di Dusun Miru, Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik.
- b. Industri ataupun swasta, yang berpartisipasi dalam kolaborasi penjualan, dan akses ke dalam pendanaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

- c. Media yang memiliki peran membentuk segala opini publik serta mentransmisikan informasi yang ada.
- d. Masyarakat yang berkontribusi dalam terwujudnya pesona wisata bunga.

7. Evaluasi serta inovasi guna keberlanjutan Desa Wisata 1001 Bunga

Diketahui ataupun tidak dalam pembangunan desa wisata memerlukan proses yang panjang. Beragam pemangku kepentingan harus bekerja sama untuk membangun pemukiman pariwisata. Akibatnya, menikmati seluruh proses adalah pendekatan terbaik bagi kita untuk tidak menyerah dengan cepat. Ciptakan inovasi proyek melalui event seperti Desa Wisata Dieng Kulon pada Festival Budaya Dieng Banjarnegara atau Desa Wisata Banjaroya pada Festival Durian Menoreh Kulonprogo. Dengan melibatkan anak muda akan lebih baik karena dianggap memiliki banyak ide yang inovatif. Pengembangan alam Desa Wisata 1001 Bunga harus memiliki rasa yang cukup. Menganggap uang yang didapat dari kunjungan wisatawan sebagai bonus pendapatan. Dengan cara tersebut, masyarakat dapat menetapkan batasan diri sehingga terlalu berharap untuk mendapatkan keuntungan finansial yang besar.

Oleh karena itu, sangat penting untuk melakukan evaluasi rutin baik baik setiap bulan maupun tahunan untuk menentukan tingkat pertumbuhan Desa Wisata 1001 Bunga, manajemen

pariwisata, serta pengelolaan dana. Dengan di adanya cara seperti itu maka akan sangat sulit untuk pengelola Desa Wisata 1001 Bunga dan seluruh masyarakat untuk berbuat curang dalam administrasi Desa Wisata 1001 Bunga. Dan akan jelas kekurangan apa yang harus berbaiki kedepannya demi lebih baik nya kemajuan Desa Wisata 1001 Bunga.

RANGKUMAN BAB VI

Masyarakat (lokal) setempat sebagai tuan rumah, dimana akan menjadi tokoh utama dalam pembangunan desa di semua fase, termasuk perencanaan, pemantauan, dan pelaksanaan. Masyarakat harus dilatih untuk dapat menjalankan komitmen yang kuat, baik mematuhi peraturan yang telah dibuat maupun yang baru. Jika sebelumnya tidak ada studi banding komunitas pariwisata yang sukses. Peneliti dapat berkontribusi pada pengembangan barang atau merek yang memiliki nilai lebih bagi pengunjung. Desa Wisata 1001 Bunga adalah pembentukan ALUI (Asli, Langka, Unik, and Indah).

Maupun saluran pemasaran yang disediakan oleh komunitas desa wisata. Oleh karena itu, peneliti harus mampu memberikan pengetahuan dan pelatihan dalam hal publikasi elektronik.

Masyarakat tidak dapat mengembangkan suatu Desa Wisa (terutama Desa Wisata 1001 Bunga) apabila hanya di lakukan oleh satu atau dua orang saja, tetapi harus bisa bekerja sama antar individu.

BAB VII

MENGEMBANGKAN BISNIS TANAMAN HIAS DI DESA WISATA 1001 BUNGA BANYUURIP KECAMATAN KEDAMEAN KABUPATEN GRESIK

7.1 Potensi Mengembangkan Bisnis Tanaman Hias di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik

Guna mengelola potensi Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik secara konsisten, daya cipta, dan kompetensi dalam mengidentifikasi peluang adalah karakteristik penting yang harus terus dipoles untuk menghasilkan profitabilitas yang ideal di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik. Salah satunya adalah dengan memulai bisnis tanaman hias. Industri bisnis tanaman hias, sebagaimana diketahui secara umum, telah menjadi konsep perusahaan yang cukup populer di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik.

Bisnis tanaman hias ini biasanya mudah ditemukan di pinggir jalan raya terutama di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik dengan lingkungan yang hijau dan asri. Namun, dalam beberapa waktu ke belakang, salah satu jenis bisnis tersebut pun kini merambah ke ranah usaha rumahan. Mengingat tanaman hias merupakan salah satu hobi yang cukup banyak dinikmati

dari berbagai kalangan masyarakat terutama masyarakat di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik. Tentu saja bisnis tanaman hias merupakan peluang bisnis rumahan yang sangat menjanjikan.

Mengembangkan Bisnis Dengan Produk Tanaman Hias di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik

Sekalipun bisnis ini memiliki pangsa pasar yang loyal, para pelaku bisnis pada Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik harus terus membangun perusahaan mereka melalui ide dan taktik yang diterapkan. Dengan kata lain, menjalankan bisnis tanaman hias tidaklah sederhana. Berikut adalah beberapa ide dalam mengembangkan bisnis tanaman hias lebih sukses dan dikenal oleh orang lain.

Memperdalam pengetahuan bisnis tanaman hias

Perusahaan tanaman hias di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik biasanya dijalankan oleh orang-orang yang hobi merawat tanaman sebagai hobi. Bukan berarti mereka yang tidak memiliki hobi tidak bisa menangani salah satu peluang bisnis tersebut. Namun, sebagai seseorang yang tidak memiliki sejarah hobi dalam merawat tanaman hias, harus memperluas pemahaman tentang tanaman hias.

Tidak cukup hanya mengetahui jenis tanaman apa yang sedang ngetren sekarang. Sebagai pebisnis tanaman hias, juga harus memahami

seluk-beluk cara merawatnya serta harga jual pasarnya. Kedua topik tersebut berhubungan erat. Pelanggan akan lebih percaya pada bisnis tanaman hias jika tanaman hias sehat dan terawat. Akibatnya, dapat meningkatkan penghasilan .

Menyesuaikan Anggaran

Untuk menjalankan segala jenis bentuk usaha diperlukan modal. Begitu pula dengan industri tanaman hias di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik akan membutuhkan uang dan uang tunai untuk operasional perusahaan, seperti bibit tanaman, media tanam, pot, pupuk, serta biaya perawatan dan peralatan lainnya, untuk peluang bisnis ini. harus memastikan bahwa tanaman menarik yang jual tetap dalam kondisi dan kesehatan yang baik. Selain itu, jika ingin menjalankan perusahaan tanaman hias dari rumah, memerlukan lokasi terpisah untuk pemeliharannya. Biaya penyiapan lokasi juga harus diperhatikan sebagai modal awal saat memulai bisnis tanaman hias.

Menggunakan strategi pemasaran yang tepat

Mengoptimalkan penggunaan media sosial adalah pendekatan pemasaran kontemporer yang sukses untuk menjual tanaman hias di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik. Karena hal itu akan dapat menjangkau spektrum klien yang lebih besar jika menggunakan media sosial. Keuntungan akan dihasilkan oleh bisnis tanaman hias di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik yang kelola di

rumah jika menggunakan media sosial secara efektif. Jika punya uang lebih, tak ada salahnya menggunakan endorsement marketing plan yang melibatkan influencer. dapat menarik banyak orang untuk membeli tanaman hias di lokasi Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik dengan mengembangkan materi yang mencakup kesaksian kepuasan pelanggan dari influencer.

Sebagai bagian dari pemasaran perusahaan tanaman hias di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik, dapat meminta bantuan teman atau anggota keluarga yang memiliki minat untuk merawat tanaman yang indah. Selanjutnya, dapat memasarkan barang-barang perusahaan tanaman hias ke komunitas tanaman hias di daerah setempat. tidak hanya bisa menjual barang, tetapi juga bisa berbagi ilmu tentang perawatan tanaman hias kepada masyarakat.

Mengenal tren tanaman hias yang laku dijual

Penting untuk diketahui bahwa ada tren yang harus diperhatikan saat membangun bisnis tanaman hias. Tren saat ini tidak akan bertahan lama. Meskipun demikian, dengan reputasi tempat usaha yang kuat, bisnis yang dijalankan saat ini mungkin bisa menjadi tempat pertama bagi para pecinta hobi tanaman hias di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik untuk berburu tren tanaman yang sedang ramai di masyarakat. dapat memulai pencarian tren tanaman hias ini dengan mengumpulkan informasi dari media sosial dan komunitas tanaman hias di sekitar lokasi di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik saat ini.

Tidak lupa untuk mempertimbangkan risiko yang terkait dengan mendirikan bisnis tanaman hias berdasarkan tren. Mengingat bahwa tren jarang bertahan lama, akan sangat membantu jika dapat menawarkan daftar tanaman hias yang sekarang modis secara teratur. Selanjutnya, dapat menyeimbangkan jumlah barang normal dan trendi sehingga dapat terus melayani klien berdasarkan permintaan mereka.

Memilih tanaman hias yang sesuai

Akan lebih baik jika mengingat bahwa Indonesia adalah negara tropis dengan lingkungan yang lembab. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat lokal Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik untuk memilih tanaman hias yang sesuai agar bisnis tanaman hias tepat sasaran dengan target pasar yang sudah di ciptakan. pembisnis yang sedang mencari tanaman menarik yang bisa dijadikan sebagai produk pokok. Berikut adalah rekomendasi tanaman hias untuk pembisnis.

1. Aglaonema

Aglaonema ini bisa menjadi lan guna membantu meningkatkan profit bisnis tanaman hias. Aglaonema mempunyai julukan yaitu ratu tanaman hias. Julukan tersebut tentunya bukan tanpa sebab. Tanaman hias ini dinilai mampu dalam meningkatkan keindahan di sekitar lingkungan rumah di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik. Pemilik bisa dengan mudah meletakan tanaman hias ini di berbagai macam ruangan. Selain itu, proses perawatannya juga tidak terlampau sulit. dimana hanya perlu

memastikan kadar air tercukupi untuk membuat tanah tetap lembap dan gembur. Selain itu, agar terlihat segar, pemilik tanaman ini hanya perlu secara rutin membersihkan bagian daun dari debu yang menempel.

2. Lidah Mertua

Alternatif kedua produk lain untuk bisnis tanaman hias lainnya di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik adalah dimana dapat mencoba menawarkan lidah mertua kepada pelanggan. Tanaman hias satu ini mempunyai karakteristik daun yang tegak dan agak keras. Jadi tidak akan rambatan yang akan mengganggu menyita banyak ruang dari bisnis tanaman hias di tempat. Selain itu, proses perawatannya juga terbilang ramah. Dimana pemilik tidak perlu sering-sering menyiram tanaman hias ini, selama tanaman hias ini diletakkan di tempat dengan suhu yang lembap serta kondisi tanah selalu gembur.

3. Sirih Gading

Pilihan ketiga ada tanaman hias dengan karakteristik menjalar, pembisnis bisa coba tawarkan sirih gading kepada pembeli. Dimana tanaman hias yang satu ini juga bisa jadi alternatif untuk bisnis tanaman hias di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik. Pasalnya, tanaman ini cukup fleksibel untuk ditata dalam pot berisi tanah

atau air. Selain itu, tanaman ini sangat indah jika ditata dengan cara digantung di teras atau luar rumah.

7.2 Cara Mempromosikan Bisnis Tanaman Hias Dan Menjalin Relasi Yang Luas di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik

Pada umumnya pedagang tanaman hias memiliki harga yang telah ditetapkan untuk setiap jenis tanaman hias yang dijualnya. Metode promosi harus diterapkan agar pelanggan menerima harga yang tercantum. Promosi ialah cara dimana memperkenalkan barang yang dimiliki kepada pelanggan. Ada berbagai taktik promosi yang tersedia di industri tanaman hias. Ada tujuh elemen penting yang perlu dipertimbangkan saat mempromosikan dan membangun relasi berikut.

1. Mengadakan pameran Tanaman

Salah satu cara yang dianggap paling efektif dalam berpromosi di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik ialah dengan mengikuti berbagai pameran tanaman hias yang saat ini sering kali digelar. Selain digunakan sebagai ajang promosi, pameran ini juga berfungsi sebagai pasar langsung dimana ada proses jual beli yang berlangsung.

2. Mengadakan Kontes

Berpartisipasi dalam kompetisi yang sebenarnya juga bertujuan untuk membangun citra di antara para pemain dan

konsumen dalam hal menampilkan barang dagangan yang berkualitas. Sebelum memasuki kompetisi, harus benar-benar mempersiapkan tanaman yang diharapkan dapat memenangkan kompetisi.

Jika dapat memenangkan persaingan, bonusnya adalah harga barang akan meningkat, dan reputasi tanaman hias di dunia akan semakin dikenal.

3. Membuat dan Memasang Iklan

Walaupun cara ini membutuhkan biaya yang relatif tinggi, namun dapat dikatakan cukup efektif karena langsung tepat sasaran. Jika beriklan di media massa maka dapat memilih media yang benar-benar dapat dipercaya dan memiliki banyak audiens.

4. Strategi dari mulut ke mulut (*mouth of mouth*)

Promosi dari mulut ke mulut atau word of mouth merupakan cara yang paling mudah dan murah karena tidak membutuhkan biaya dan tenaga di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik. Cara ini akan efektif jika menjual barang yang berkualitas dan pelayanan yang memuaskan.

5. Internet atau secara media online

Setidaknya cara ini bisa menghemat waktu dan biaya promosi. Selain itu, ada website yang sengaja dikurasi untuk menarik perhatian konsumen tanaman hias. Melalui media ini, pembibitan juga menawarkan berbagai diskon dan jaminan penggantian tanaman yang rusak.

6. Mengadakan Promosi Khusus

Teknik promosi ini adalah menjual tanaman hias kepada orang-orang terkenal, seperti menteri atau gubernur. Hal ini akan menghasilkan citra yang baik di kalangan pemain tanaman hias di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik.

Selain itu, cara lain yang dapat dilakukan adalah dengan menawarkan layanan tambahan kepada konsumen seperti hadiah khusus untuk setiap pembelian.

7. Menjalin Relasi sebanyak – banyaknya

Seberapapun besarnya Promosi yang dilakukan, tidak ada artinya tanpa hubungan yang kuat. Relasi dapat diperoleh melalui asosiasi atau organisasi tanaman hias.

Biasanya organisasi ini sering mengadakan berbagai acara seperti pelatihan, diskusi, pameran, pertukaran pendapat antar pelaku tanaman hias. Setidaknya bisa belajar tentang perawatan dari ahlinya dan menambah koleksi tanaman .

8. Cara mempromosikan bisnis tanaman hias secara online menggunakan media sosial yang ada saat ini

Penting bagi para pelaku usaha di bidang tanaman hias di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik untuk memahami pentingnya strategi pemasaran. Selain bisnis produksi tanaman hias, berbagai media dapat dimanfaatkan untuk pemasaran, salah satunya adalah

media sosial. Tentunya hal ini dilakukan untuk mendapatkan hasil penjualan yang sesuai dengan harapan.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, promosi tanaman hias di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik dapat dilakukan di media sosial. Oleh sebab itu, pada sub bab ini akan menjelaskan bagaimana cara mempromosikan tanaman hias di media sosial dan toko online.

Cara Mempromosikan Tanaman Hias Secara Online

Hal-hal yang perlu dipertimbangkan saat memasarkan tanaman hias, berikut yang perlu diperhatikan operator tanaman hias saat memasarkan tanaman hias:

1. Memiliki Tempat yang strategis dan dapat dijangkau pembeli

Selain pemasaran online, pemasaran juga perlu dilakukan secara offline. Sebab, tidak semua orang bisa mengakses dan menggunakan mesin pencari di Internet. Temukan lokasi pemasaran di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik yang strategis sehingga calon pelanggan dapat dengan mudah menemukan lokasi pemasaran.

2. Membuat Produk yang berkualitas

Selain itu, setelah memiliki tempat pemasaran yang strategis, hal selanjutnya adalah memiliki produk yang

berkualitas baik dan mudah digunakan. Memastikan pelaku usaha di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik selalu menjaga tanaman hias dalam kondisi premium. Biarkan konsumen potensial membeli tanaman yang baik. Tidak hanya itu, konsumen yang sudah membeli juga bisa menjadi pelanggan tetap jika memahami kualitas tanaman yang dibelinya.

3. Memiliki Harga yang kooperatif

Cara mempromosikan tanaman hias di media sosial dan toko online juga membutuhkan harga yang kooperatif. Dengan menerapkan harga kooperatif, hal ini akan menjadi pertimbangan bagi calon konsumen. Berikan harga yang tidak terlalu murah, dan jangan berikan harga yang terlalu mahal. Untuk menentukan harga, pelaku usaha di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik bisa juga melakukan riset terlebih dahulu dan memutuskan harga mana yang terbaik.

4. Harus secara mandiri melakukan promosi

Seperti yang disebutkan sebelumnya, promosi secara teratur dan teratur juga sangat penting. Hal ini tentunya untuk dapat menarik konsumen dan memutuskan untuk membeli apa yang ditawarkan di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik.

Media sosial yang bisa digunakan untuk mempromosikan tanaman hias antara lain Whatsapp, Instagram, Facebook bahkan Twitter. Banyak juga toko online yang bisa dijadikan sebagai

media promosi tanaman hias. Dengan memanfaatkan media ini, dimungkinkan untuk memiliki proses penjualan yang sukses.

Ada 5 macam Strategi promosi tanaman hias di media sosial dan toko online yaitu di Instagram, Facebook, Whatsapp, Shopee, dan aplikasi lainnya. Dalam hal promosi, tentu ada beberapa strategi yang perlu dipertimbangkan. Strategi ini termasuk

1. Mengadakan kuis untuk mendapatkan feedback

Strategi yang pertama ialah mengadakan kuis atau kontes. Strategi ini mungkin menarik minat konsumen potensial. mengikuti kuis/kontes terkait tanaman hias dan berikan hadiah kepada pemenang kuis. Setelah itu, undang pemenang untuk mempromosikan produk tanaman hias guna mendapatkan sebagai umpan balik (*feedback*) yang menguntungkan.

2. Saling berbagi pengetahuan mengenai tanaman hias

Strategi ke dua juga cukup penting. Usahakan untuk selalu mengunggah pengetahuan terkait produk tanaman hias dan informatif di media sosial. Dengan begitu, followers atau pengikut akan tertarik dengan produk tanaman hias yang ditawarkan.

3. Melakukan kegiatan beriklan di media online yang ada

strategi ke tiga ialah membuat iklan. Beberapa media sosial juga menyediakan layanan periklanan di dalamnya. Pelaku usaha di Desa Wisata 1001 Bunga banyuurip kecamatan

kedamean kabupaten gresik bisa memilih tipe yang sesuai dengan kebutuhan. Selain itu bisa dilakukan secara live untuk memamerkan produk tanaman hias yang di jual.

4. Menjangkau banyak komunitas dengan bergabung kelompok komunitas tanaman hias

Strategi ke empat Seperti yang kita ketahui, media sosial merupakan tempat berkumpulnya komunitas. Dengan begitu, pelaku usaha di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik bisa memanfaatkannya. Pelaku usaha bisa mengunjungi salah satu grup Facebook yang menyukai tanaman hias dan melakukan promosi di sana. Dengan cara ini, orang-orang dalam kelompok mungkin tertarik dengan produk yang ditawarkan.

5. Menggunakan status di media sosial

Strategi terakhir yaitu mempromosikan tanaman hias di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik di media sosial adalah dengan membuat status. Buat status yang menarik untuk menarik perhatian calon pelanggan.

RANGKUMAN BAB VII

Mengembangkan Bisnis Tanaman Hias di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik. Salah satunya adalah dengan memulai bisnis tanaman hias, sebagaimana diketahui secara umum. Mengoptimalkan penggunaan media sosial adalah pendekatan pemasaran kontemporer yang sukses untuk menjual tanaman hias di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik. Mengingat bahwa tren jarang bertahan lama, akan sangat membantu jika dapat menawarkan daftar tanaman hias yang sekarang modis secara terstruktur. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat lokal Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik.

Mengadakan pameran tanaman hias yang saat ini sering kali digelar dalam berpromosi di Desa Wisata 1001 Bunga Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik. Metode promosi harus diterapkan agar pelanggan menerima harga yang tercantum. Cara mempromosikan tanaman hias secara online menggunakan media sosial yang ada saat ini. Tentunya hal ini dilakukan untuk mendapatkan hasil penjualan yang sesuai dengan harapan. Sebelumnya bisa belajar tentang perawatan dari ahlinya dan menambah koleksi tanaman.

Ada 5 macam Strategi promosi tanaman hias di media sosial dan toko online yaitu di Instagram, Facebook, Whatsapp, Shoope, dan aplikasi lainnya. Dalam hal promosi, ada beberapa strategi yang perlu dipertimbangkan.

BAB VIII

MODEL PENGEMBANGAN DESA WISATA 1001 BUNGA DI BANYUURIP KECAMATAN KEDAMAIAN KABUPATEN GRESIK YANG TERINTEGRASI DENGAN MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA (MBKM)

Hasil penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan model pengembangan desa wisata yang tepat di desa Banyuurip, Kecamatan Kedamaian, Kabupaten Gresik. Karena hasil penelitian ini utamanya adalah Pengembangan Model Pembelajaran MBKM, maka terlebih dahulu di presentasikan Pengembangan Model Pembelajaran MBKM yang diharapkan dapat di gunakan dalam kegiatan MBKM di bidang Membangun Desa.

8.1 Model Pembelajaran MBKM Membangun Desa

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 mengamanahkan bahwa pembangunan desa bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dan kualitas hidup manusia serta penanggulangan kemiskinan melalui pemenuhan kebutuhan dasar, pembangunan sarana dan prasarana desa, pengembangan potensi ekonomi lokal, serta pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan secara berkelanjutan. Dalam pembangunan desa tersebut dilakukan melalui dua pendekatan yaitu “desa membangun dan membangun desa” yang keduanya diintegrasikan dalam perencanaan pembangunan desa. Desa akan

berkembang tergantung pada kondisi dan situasi, norma, budaya, adat, keyakinan, dan agama sebagai sumber pengetahuan dan konsensus. Desa harus bisa mengelola harmoni kehidupan, memberdayakan masyarakat, potensi lokal dan kreatifitas dari masing-masing desa.

Sesuai dengan [Permendikbud Nomor 3 Tahun 2020](#) tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi, perguruan tinggi diwajibkan untuk memberikan hak bagi mahasiswa secara sukarela mengambil sejumlah SKS di luar perguruan tinggi sebanyak 2 semester yang setara dengan 40 SKS. Ditambah lagi, mahasiswa diperkenankan mengambil matakuliah di program studi (prodi) diluar prodinya di dalam kampus atau perguruan tinggi yang sama sebanyak 1 semester (setara dengan 20 SKS).

Adapun 8 (delapan) kegiatan MBKM menurut Kemendikbud no 3 tahun 2020 ini terdiri dari praktek kerja (magang), pertukaran pelajar, Asistensi Mengajar, Penelitian, proyek kemanusiaan, wirausaha, riset, dan membangun desa. Semua jenis kegiatan terpilih harus dibimbing seorang dosen (dosen ditentukan oleh Kampus). Daftar “kegiatan” yang dapat diambil oleh mahasiswa (dalam tiga semester di luar kampus) dapat dipilih salah satu dari: (a) program yang ditentukan pemerintah, (b) program yang disetujui oleh Pimpinan Kampus. seperti yang dapat di lihat pada gambar 7.



Gambar 8.1 Bentuk Pembelajaran MBKM

Gambar 8.1 Menunjukkan bentuk pembelajaran MBKM yang bisa di pilih oleh mahasiswa antara lain adalah sebagai berikut:

1. Pertukaran Pelajar

Mengambil kelas atau semester di perguruan tinggi luar negeri maupun dalam negeri, berdasarkan perjanjian kerjasama yang sudah diadakan Pemerintah. Nilai dan SKS yang diambil di perguruan tinggi luar akan disetarakan oleh perguruan tinggi masing-masing. Memberi kesempatan pengalaman belajar dengan meningkatkan softskills dan hardskills di perguruan tinggi lain.

2. Program Magang atau Praktek Industri

Kegiatan magang selama 1–2 semester, akan memberikan pengalaman yang cukup kepada mahasiswa, serta industri mendapatkan talenta yang bila cocok nantinya bisa langsung direkrut, sehingga mengurangi biaya recruitment dan training awal. Mahasiswa yang sudah mengenal tempat kerja tersebut akan lebih siap dalam memasuki dunia kerja karirnya, dan maksimal dalam mengaplikasikan keilmuannya.

3. Mengajar di Sekolah

Kegiatan mengajar di sekolah dasar, menengah, maupun atas selama beberapa bulan bisa dilakukan oleh mahasiswa/i. Sekolah dapat berada di lokasi kota maupun daerah terpencil.

4. Penelitian atau Riset

Kegiatan riset akademik, baik sains maupun sosial humaniora, yang dilakukan di bawah pengawasan dosen atau peneliti. Dapat dilakukan untuk lembaga riset seperti LIPI/BRIN, LAPAN, NASA, Perguruan Tinggi, dan seterusnya. Wajib dibimbing oleh seorang dosen atau pengajar yang ditunjuk pihak kampus.

5. Proyek Kemanusiaan di Desa

Merupakan kegiatan / proyek sosial untuk membantu masyarakat di pedesaan atau daerah terpencil dalam membangun ekonomi kerakyatan, infrastruktur, dan lainnya. Kegiatan ini dapat dilakukan bersama dengan aparat desa (kepala desa), BUMDes, Koperasi, atau organisasi desa lainnya.

6. Kegiatan Wirausaha

Mahasiswa mengembangkan kegiatan kewirausahaan secara mandiri dibuktikan dengan penjelasan atau proposal kegiatan kewirausahaan dan bukti transaksi konsumen atau slip gaji pegawai.

7. Studi atau Proyek Independen

Mahasiswa dapat mengembangkan sebuah proyek berdasarkan topik sosial khusus dan dapat dikerjakan bersama dengan mahasiswa lain untuk memecahkan sebuah permasalahan di masyarakat dan sekitarnya.

8. Membangun Desa/KKN Tematik

Membangun Desa/Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) merupakan suatu bentuk pendidikan dengan cara memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa untuk hidup di tengah

masyarakat di luar kampus dan secara langsung bersama-sama masyarakat mengidentifikasi potensi serta menangani masalah sehingga diharapkan mampu mengembangkan potensi desa/daerah dan meramu solusi untuk masalah yang ada di desa.

Kegiatan membangun desa merupakan suatu bentuk pendidikan dengan cara memberikan pengalaman belajar kepadamahasiswa untuk hidup di tengah masyarakat di luarkampus, yang secara langsung bersama-sama masyarakat mengidentifikasi potensi dan menangani masalah sehingga diharapkan mampu mengembangkan potensi desa/daerah dan meramu solusi untuk masalah yang ada di desa. Kegiatan membangun desa diharapkan dapat mengasah *softskill* kemitraan, kerjasama tim dan leadership mahasiswa dalam mengelola program pembangunan di wilayah perdesaan.

Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam program membangun desa adalah partisipasi dalam proses pemberdayaan masyarakat desa. Pemberdayaan dalam konteks membangun desa adalah proses memfasilitasi warga masyarakat secara bersama-sama pada sebuah kepentingan bersama atau urusan yang secara kolektif dapat mengidentifikasi berbagai masalah dan potensi yang terdapat di desa lalu menentukan sasaran, mengumpulkan sumber daya, mengerahkan suatu aksi dan oleh karena itu membantu menyusun kembali program pembangunan desa. Mahasiswa membangun desa dapat memberikan partisipasi melalui proses pemberdayaan masyarakat yang memprioritaskan partisipasi dalam

proses pengambilan keputusan sekaligus mengembangkan kontrol publik atas implementasi dari keputusan-keputusan publik. Pemerintah desa memerlukan mitra untuk dapat mengidentifikasi dan mengimplementasikan aspek-aspek yang diperlukan dalam program pemberdayaan.

Kegiatan membangun desa merupakan salah satu dari 8 kegiatan belajar di luar kampus dalam Kurikulum Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), dimana mahasiswa berkesempatan melakukan kegiatan pembelajaran di luar program studi sesuai dengan Permendikbud No 3 Tahun 2020 pasal 15 ayat 1. Kegiatan membangun desa ini memungkinkan mahasiswa memiliki pengalaman langsung di lapangan berkaitan dengan kemampuan membangun desa di bidang pendidikan maupun bidang umum, yang memiliki kompetensi merancang, menciptakan, dan menjalankan program-program membangun desa, sesuai dengan salah satu profil lulusan Jurusan Pendidikan Sosiologi sebagai tenaga kerja sosial.

Model Pembelajaran MBKM Membangun Desa

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 mengamanahkan bahwa pembangunan desa bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dan kualitas hidup manusia serta penanggulangan kemiskinan melalui pemenuhan kebutuhan dasar, pembangunan sarana dan prasarana desa, pengembangan potensi ekonomi lokal, serta pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan secara berkelanjutan. Dalam pembangunan desa tersebut dilakukan melalui

dua pendekatan yaitu “desa membangun dan membangun desa” yang keduanya diintegrasikan dalam perencanaan pembangunan desa. Desa akan berkembang tergantung pada kondisi dan situasi, norma, budaya, adat, keyakinan, dan agama sebagai sumber pengetahuan dan konsensus. Desa harus bisa mengelola harmoni kehidupan, memberdayakan masyarakat, potensi lokal dan kreatifitas dari masing-masing desa.

Membangun desa tidak bisa dilakukan sendiri namun harus bahu membahu dan bekerjasama dengan berbagai pihak seperti investor, Perguruan Tinggi sebagai mitra yang dapat membantu membangun desa. Program Perguruan Tinggi tentang Merdeka Belajar Kampus Merdeka merupakan satu bentuk pembelajaran dengan memberikan kesempatan belajar di luar kampus. Ada 9 kegiatan yang Pembeajaran MBKM Kegiatan membangun desa merupakan suatu bentuk pendidikan dengan cara memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa untuk hidup di tengah masyarakat di luar kampus, yang secara langsung bersama-sama masyarakat mengidentifikasi potensi dan menangani masalah sehingga diharapkan mampu mengembangkan potensi desa/daerah dan meramu solusi untuk masalah yang ada di desa. Kegiatan membangun desa diharapkan dapat mengasah *softskill* kemitraan, kerjasama tim dan leadership mahasiswa dalam mengelola program pembangunan di wilayah perdesaan.

Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam program membangun desa adalah partisipasi dalam proses pemberdayaan

masyarakat desa. Pemberdayaan dalam konteks membangun desa adalah proses memfasilitasi warga masyarakat secara bersama-sama pada sebuah kepentingan bersama atau urusan yang secara kolektif dapat mengidentifikasi berbagaimasalah dan potensi yang terdapat

Model Pembelajaran MBKM dibidang Riset keilmuan dengan skema Membangun desa ini bertujuan untuk . Ini dalam pelaksanaannya, pertama mahasiswa diberi pembekalan terlebih dahulu tentang pemahaman penelitian, melakukan analisis permasalahan yang bisa diangkat sebagai bahan penelitian, lalu memilih variable penelitian, dan menentukan metodepenelitian yang digunakan. Setelah mahasiswa faham apa penelitian dan bagaimana melaksanakan penelitian maka mahasiswa di minta untuk mencari artikel yang temanya tentang desa wisata dan mencari variable-variabel yang tepat serta mengkaitkan antar variable berdasarkan artikel yang digunakan sebagai dasar landasan untuk Menyusun model desa wisata. Sehingga dalam kegiatan MBKM Penelitian untuk mahasiswa disini diminta untuk melakukan penelitian dan hasilnya di buat artikel untuk di publikasi.

Model Pembelajaran MBKM Membangun desa dapat di gambarkan seperti yang dapat di lihat pada gambar 4, dimana merupakan rangkaian kegiatan, tujuan, capaian pembelajaran dan alur



Gambar 8.2 Model Pembelajaran MBKM Membangun Desa

Kegiatan MBKM Membangun Desa

Setiap mahasiswa yang memiliki ketertarikan dalam kegiatan membangun desa dapat memilih kegiatan tersebut sesuai dengan minat dan bakat masing-masing. Mahasiswa mulai bisa melakukan kegiatan membangun desa sebagai projek merdeka yang dilakukan, mulai dari semester 3, Mahasiswa memilih kegiatan MBKM membangun desa dengan mata yang dikonversikan dalam kegiatan yang dilakukannya, seperti Manajemen pemasaran kaluamahasiswa

membantu dalam kegiatan pengabdian masyarakat maka akan diakui sebagai matakuliah KKN dengan SKS 2, atau apabila membantu UMKM dalam memasarkan produknya maka akan di konversi dalam mata kuliah manajemen pemasaran, dan apabila mahasiswa membantu masyarakat dalam mencatat keuangan dan pembukuan usahanya maka akan di konversi dalam mata kuliah Manajemen Keuangan dengan bobot masing-masing 3 sks. Kegiatan MBKM dalam membangun desa ini telah melibatkan 6 (enam) Mahasiswa.

Kegiatan ini merupakan suatu bentuk kegiatan MBKM dengan cara memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa untuk hidup di tengah masyarakat di luar kampus, yang secara langsung bersama-sama masyarakat mengidentifikasi potensi dan menangani masalah sehingga diharapkan mampu mengembangkan potensi desa/daerah dan mencari solusi yang bisa dilaksanakan Bersama masyarakat desa. Kegiatan membangun desa ini dilaksanakan dengan tujuan untuk dapat mengasah *softskill* kemitraan, kerjasama tim dan leadership mahasiswa dalam mengelola program pembangunan di wilayah perdesaan.

Tujuan Program Pembelajaran MBKM melalui Membangun Desa antara lain adalah sebagai berikut :

1. Membantu desa dalam melakukan pembangunan dengan melibatkan partisipasi masyarakat.
2. Memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk belajar diluar kampus bersama masyarakat dalam program membangun desa desa.

3. Melaksanakan kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi di Masyarakat dengan cara pemberdayaan masyarakat desa.

Sedangkan *Output* dari Program MBKM dalam program membangun desa ini adalah sebagai berikut:

1. Adanya keterlibatan mahasiswa dalam membantu mitra untuk menemukan permasalahan yang ada di masyarakat desa sehingga dapat digunakan sebagai penyusunan perencanaan pembangunan dan pelaksanaan pembangunan desa.
2. Terdapat peran serta mahasiswa bersama pemerintah desa dan masyarakat desa dalam mengevaluasi pembangunan desa.
3. Adanya keterlibatan mahasiswa dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa melalui pemanfaatan potensi local dan pemberdayaan masyarakat desa.

Capaian Pembelajaran Membangun Desa

Berikut capaian pembelajaran yang ingin dicapai pada kegiatan belajar di luar kampus melalui Membangun Desa, melalui beberapa aspek:

1. Sikap

Kompetensi sikap dalam Membangun Desa ini diantaranya:

- a. Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu

- menunjukkan sikap religius;
- b. Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika;
 - c. Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila;
 - d. Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanahair, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa;
 - e. Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal oranglain;
 - f. Bekerja sama dan memiliki kepekaan social serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan;
 - g. Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik;
 - h. Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri.

2. Pengetahuan

Kompetensi pengetahuan pada Membangun Desa ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengembangkan kajian tentang pendidikan dan sosiologi untuk kepentingan pengembangan keilmuan;

- b. Memecahkan permasalahan pendidikan dan sosial secara kritis, rasional dan logis dengan mempertimbangkan humanitas dan kearifan local;
- c. Memiliki kajian terhadap potensi dan permasalahan di masyarakat;
- d. Melakukan pemberdayaan masyarakat/komunitas dalam rangka melakukan pengabdian pada masyarakat;
- e. Mengkreasikan pengembangan masyarakat yang berbasis kebutuhan baik secara ekonomi, social, maupun kultural;
- f. Mengembangkan kemampuan melakukan transformasi budaya pada berbagai level kelompok sosial dalam rangka mengupayakan program membangun desa;
- g. Memiliki kemampuan memberikan solusi secara kritis dan inovatif dalam berbagai permasalahan di masyarakat;
- h. Memiliki kemampuan memberikan advokasi di masyarakat.

3. Ketrampilan Khusus

Kompetensi ketrampilan khusus dalam Membangun Desa mencakup:

- a. Memiliki kemampuan untuk memperjuangkan kepentingan masyarakat yang mengarah pada kesejahteraan social;
- b. Menggunakan konsep sosiologi dalam analisis dan penyelesaian permasalahan pendidikan dan sosial-

- kemasyarakatan sesuai dengan situasi yang dihadapi;
- c. Menimbang berbagai kajian tentang pendidikan dan sosiologi untuk memberikansolusi dan keputusan atas permasalahan social;
 - d. Melatih masyarakat untuk menjadi penggerak perubahan dalam rangka pemberdayaan, pendampingan masyarakat dan pengorganisasian kegiatan sosial kemasyarakatan;
 - e. Menghasilkan solusi pada permasalahan sosial di masyarakat.
4. Keterampilan Umum

Kompetensi ketrampilan umum pada Membangun Desa meliputi:

- a. Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur;
- b. Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data;
- c. Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja, dengan pembimbing, kolega, sejawat baik di dalam maupun di luar lembaganya;
- d. Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya;

- e. Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya.

Pelaksanaan Pembelajaran Membangun Desa

Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam program membangun desa adalah partisipasi dalam proses pemberdayaan masyarakat desa. Pemberdayaan dalam konteks membangun desa adalah proses memfasilitasi warga masyarakat secara bersama-sama pada sebuah kepentingan bersama atau urusan yang secara kolektif dapat mengidentifikasi berbagai masalah dan potensi yang terdapat di desa.

Kegiatan MBK mahasiswa dalam penelitian ini telah di mulai dari Mengidentifikasi permasalahan dan potensi local yang ada di masyarakat dan kemudian dilakukan penelitian dengan mencari data dan informasi dari berbagai unsur masyarakat seperti perwakilan dari Tokoh masyarakat, pemerintah desa, UMKM yang ada, paguyuban, perangkat desa, Bumdes, Karang taruna dan ibu-ibu PKK. Hasil yang di dapatkan dari penelitian ini selain mendapatkan model pembelajaran juga model Pengembangan Desa wisata yang dapat digunakan untuk mencari solusi permasalahan yang di dapat yaitu bagaimana agar penjual tetap banyak pengunjung maka di sertai dengan pengembangan wisata edukasi holtikultura dan fasilitas wisata lainnya yang dapat di nikmati oleh pengunjung,

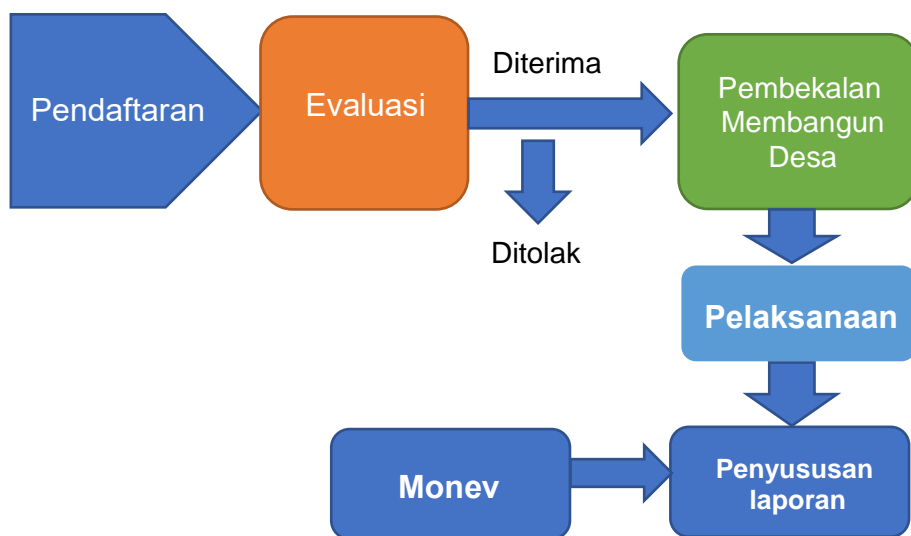
sehingga dalam pengembangan desa wisata ini akan berdampak tidak hanya terhadap petani dan penjual bunga saja, namun juga terhadap ukm lainnya yang akan dikembangkan seperti Kuliner, Souvenir, Pemilik Homestay, produksi makanan kecil, dan juga produksi pupuk kompos.

Kegiatan riset ini telah mendapatkan informasi dari berbagai perwakilan dari masyarakat melalui Focus Group Discussion (FGD) maka dapat di rumuskan beberapa permasalahan yang di hadapi oleh masyarakat Banyuurip setelah Pandemi covid berakhir. Permasalahan tersebut antara lain adalah sebagai berikut;

1. Adanya peralihan di masa Covid dari Work From Home (WFH) menjadi bekerja secara normal sangat berdampak terhadap volume penjualan bunga, karena masyarakat sudah tidak lagi menambah koleksi tanaman bunga hanya merawat saja, atau untuk memperhatikan bunga menjadi berkurang.
2. Banyak penduduk yang dulunya 80% bekerja sebagai petani dan penjual bunga menjadi kesulitan ekonomi karena dangannya sepi, hal ini juga berimbas terhadap pekerja lainya seperti pekerja di toko bunga, tukang parker, dan sector pekerja lainnya.
3. Kurangnya ketrampilan masyarakat untuk menciptakan pekerjaan lain atau berwirausaha di luar bunga yang kemungkinan bisa dikembangkan.

Alur Pelaksanaan MBKM Membangun Desa

Alur pelaksanaan program MBKM ini seperti pada gambar 2, sebagai berikut:



Gambar 8.3 Alur Pelaksanaan MBKM Membangun Desa

Alur pelaksanaan Pembelajaran MBK Membangun Desa dapat dilaksanakan oleh Prodi yang menawarkan program MBKM ini terhadap mahasiswa, kemudian mahasiswa diminta untuk mendaftarkan diri lalu di lakukan seleksi dengan mengevaluasi dari biodata dan mengisi formular, jika mahasiswa memenuhi persyaratan yang telah di tetapkan dari segi Index Prestasi, Kemampuan fisik, pengalaman dalam menangani permasalahan. Jika persyaratan tersebut sekiranya sesuai dan mahasiswa mampu untuk melakukannya maka dapat di terima, namun jika tidak sesuai maka bisa di tolak. Setelah mahasiswa lolos persyaratan maka mereka di beri pembekalan dan langsung pelaksanaan di lapangan selama 1 (satu) semester dan do

konversi mata kuliah maximum sebanyak 20 Sks di sesuaikan antara mata kuliah dan kegiatan yang di lakukan di lapangan.

Berdasarkan rumusan masalah diatas dan dari hasil FGD yang telah dilakukan oleh peneliti (data terlampir) maka dalam kegiatan riset desa ini memberikan solusi dengan memberikan model pengembangan desa wisata educasi hortikultura dengan pemberdayaan masyarakat dan pemanfaatan potensi local.

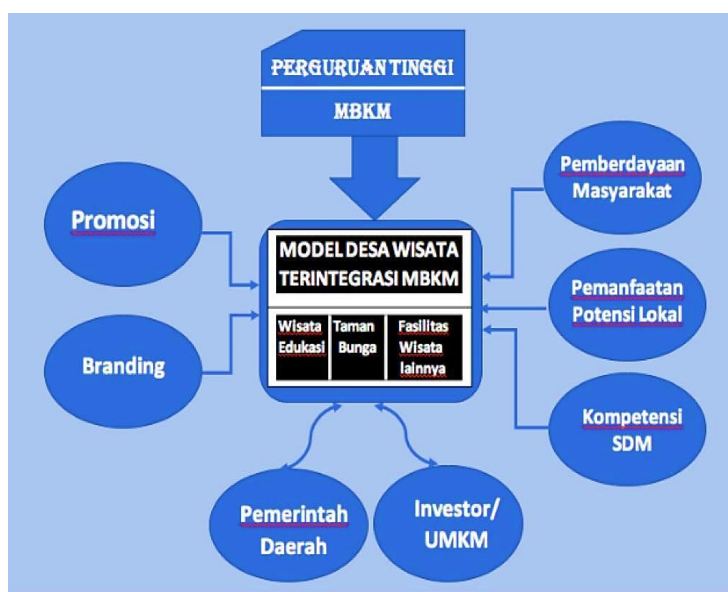
Model Pengembangan Desa Wisata Terintegrasi dengan MBKM

Hasil penelitian yang telah dilaksanakan dengan menggali informasi dari berbagai pihak dan juga menggali informasi dari masyarakat dan kondisi di lapangan. Hasil yang di dapatkan di gunakan untuk merumuskan model desa wisata yang sesuai dengan kondisi dilapangan. Sehingga dapat digunakan dalam Menyusun model desa wisata.

Model Pengembangan Desa Wisata yang terintegrasi MBKM dalam penelitian ini diawali dengan penelitian mahasiswa tentang desa wisata, lalu mencari informasi kondisi dan situasi yang ada di desa, potensi local yang ada di tambah dengan dilakukan FGD dengan beberapa pihak sehingga bisa menentukan wisata apa yang bisa di wujudkan. Dari hasil yang telah di gali maka wisata desa yang dapat dikembangkan adalah wisata Educasi Bunga, yaitu memuat pusat tanaman Bunga dengan educasi yang diberikan terhadap anak-anak dan orang dewasa yang berminat belajar memahami aneka macam bunga dan menanam bunga Bersama mentor yang telah di siapkan di situ. Wisata edukasi bunga ini sasarannya adalah anak-

anak sekola sehingga bisa bekerjasama dengan berbagai sekolah mulai TK, SD, SLP sampai dengan SLA. Selain itu juga ibu-ibu dan bapak-bapak penggemar bunga dengan harapan bahwa mereka belanja bunga di desa pusat pembelanjaan bunga dan sekaligus belajar cara menanam dan merawat bunga.

Gambar 8.4 Model Pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga di Banyuurip Gresik



Gambar 8.4 menunjukkan bahwa pengembangan desa wisata di Banyuurip bisa dengan

mengembangkan desa wisata educasi, dan akan menarik apabila juga disertai dengan adanya tempat wisata lainnya misalnya taman bunga untuk dinikmati keindahannya, wisata Kuliner dengan berbagai makanan khas setempat untuk di nikmati pengunjung belanja

bunga atau wisata edukasi, Foto sport yang sangat di gemari akhir-akhir ini dengan kekhasan bunga yang ada di kampung bunga juga akan menjadikan menarik untuk di kunjungi, dan juga fasilitas lainnya yang diperlukan seperti tempat produksi dan penjual souvenir, pusat oleh-oleh dan fasilitas yang menarik lainnya.

Pengembangan desa wisata akan sangat bermanfaat bagi masyarakat dalam menumbuhkan kegiatan ekonomi apabila dilakukan dengan pemberdayaan masyarakat yang terdiri dari petani bunga, penjual bunga, produsen makanan, kuliner dan oleh-oleh sehingga pengunjung yang datang tidak hanya belanja bunga saja tapi juga mencari kekhasan lainnya yang ada di Banyuurip dengan menggali potensi local yang ada di desa Banyuurip.

Untuk mewujudkan desa wisata dengan memberdayakan masrakat dan potensi local yang ada, tidak lepas dari peran Sumberdaya manusia yang di miliki di daerah setempat. Sumberdaya manusia yang dibutuhkan adalah mereka yang memiliki kompetensi yaitu berpengetahuan, trampil dan berperilaku yang baik sehingga dapat melakukan kegiatan yang mendukung terwujudnya desa wisata yang sukses. Kompetensi yang di butuhkan dalam mewujudkan desa wisata edukasi antara lain seperti pengelolaan tempat wisata, memberikan pelatihan-pelatihan terhadap masyarakat agar memiliki kemampuan untuk mengelola usaha bunga, homestay, kuliner, souvenir, parker, dan fasilitas lainnya.

Desa wisata juga tidak bisa lepas dari peran pemerintah daerah, dalam hal ini pemerintah desa yang harus memberikan support dan

campur tangan dengan melibatkan BUMDES atau juga bisa membentuk Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) yang dibentuk oleh Pemerintah Desa dan terdiri dari beberapa unsur dari masyarakat seperti Karang taruna, Bumdes dan unsur masyarakat lainnya. Dengan adanya Pokdarwis maka desa wisata dapat berkembang karena ada fasilitas dan pembinaan yang diberikan oleh Dinas Pariwisata di Pemerintah Kabupaten setempat.

Selain Peran pemerintah daerah setempat desa wisata juga perlu adanya investor dan Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) yang berperan untuk membangun wisata, menyediakan produk-produk selain bunga untuk di jual belikan sehingga terciptalah kegiatan ekonomi yang bisa menopang kegiatan wisata seperti adanya Homestay, Kuliner, pusat oleh-oleh dan usaha lainnya.

Promosi dan Branding merupakan kegiatan pemasaran yang harus dilakukan oleh dunia usaha, desa wisata merupakan salah satu kegiatan untuk mendatangkan keuntungan bagi penghuninya, untuk itu bagaimana agar desa wisata ramai pengunjung maka kegiatan pemasaran harus dilakukan antara lain dengan mempromosikan di berbagai kalangan baik melalui online di Media sosial maupun offline dengan spanduk, liflet dan sebagainya. Branding juga tidak kalah penting untuk meningkatkan pemasaran desa wisata, agar desa wisata menjadi lebih terkenal dan mampu menarik masyarakat untuk berkunjung.

GLOSARIUM

- A Aksesibilitas** : Beragam hal tentang akses wisatawan ketika berkunjung ke sebuah destinasi wisata
- ALUI (Original, Rare, Unique, and Beautiful)** : Asli, Langka, Unik, dan Indah
- Amenitas** : Fasilitas pendukung yang ada di destinasi wisata
- Argumen** : Alasan untuk memperkuat atau menolak pendapat
- Artistik** : Memiliki nilai seni
- ASITA, PHRI** : Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia, Perhimpunan Hotel Dan Restoran Indonesia
- B Bentang Alam** : Wilayah daratan yang meliputi bukit, gunung, dataran tinggi, serta dataran rendah
- Branding (Citra Merk)** : Strategi agar suatu produk dapat menarik dan melekat di benak konsumen

- C Cluster** : Beberapa benda atau hal yang berkelompok menjadi satu / gugus
- CSR (*Coorporate Social Responsibility*)** : Aktivitas bisnis dimana perusahaan bertanggung jawab secara sosial kepada pemangku kepentingan dan masyarakat sebagai bentuk perhatian dalam meningkatkan kesejahteraan serta berdampak positif bagi lingkungan
- D Daya Tarik** : Mempunyai kemampuan untuk menarik perhatian pengunjung
- DMO (*Destination Management Organization*)** : Sistem pengelolaan pariwisata yang meliputi perencanaan, koordinasi, implementasi dan pengendalian organisasi secara inovatif dan sistemik melalui pemanfaatan jejaring
- Duplikasi** : Suatu cara yang dilakukan untuk membuat sesuatu yang sama dengan benda aslinya
- E Ekologis** : Cabang ilmu biologi yang mempelajari hubungan antara makhluk hidup dengan lingkungan
- Ekspor** : Kegiatan mengirim atau menjual barang atau jasa ke luar negeri

- Elemen Pentahelix** : Elemen yang terdiri dari pemerintah, badan usaha, masyarakat atau komonitas, media dan akademisi
- Emisi** : Zat-zat beracun yang berbahaya bagi kesehatan dan lingkungan
- Endorsement** : Kegiatan promosi yang menggunakan tokoh terkenal untuk mengenalkan produk atau jasa kepada masyarakat melalui media sosial
- Entitas** : Sesuatu yang memiliki keberadaan yang unik dan berbeda dengan yang lain
- F Feedback** : Tanggapan atau respon yang diberikan dari seseorang kepada orang lain dalam suatu tindakan
- Frasa** : Gabungan dari dua kata atau lebih yang bersifat non-prediktif
- Fundamental** : Suatu prinsip yang bersifat mendasar dan mengandung kebenaran yang berlaku dalam kehidupan sosial
- G Gagasan CBT** : Gagasan dalam pengembangan
(Community Based
Tourist) destinasi wisata melalui pemberdayaan masyarakat sekitar, dimana masyarakat ikut serta dalam perencanaan,

- pengelolaan, serta pemberian suara dalam pembangunannya
- Go International** : Terkenal hingga ke luar negeri
- Greedy Tourism** : Keserakahan pariwisata
- H HAKI (Hak Kekayaan Intelektual)** : Hak untuk memperoleh perlindungan hukum atas kreativitas yang dihasilkan dari pemikiran manusia
- Homestay** : Rumah masyarakat lokal yang disewakan kepada pengunjung wisata sebagai penginapan
- I Influencer** : Seorang yang memiliki banyak pengikut yang dapat memberikan pengaruh besar kepada pengikutnya atau masyarakat
- Informatif** : Memberi informasi yang bersifat menerangkan
- Infrastruktur** : Fasilitas yang ada di desa wisata yang dibangun untuk kepentingan umum, seperti akses jalan, tempat parkir, jembatan, dll
- Inklusif** : Keterbukaan antara kelompok masyarakat untuk toleransi dan menghargai budaya
- Inovatif** : Memperkenalkan sesuatu yang baru

Interpretasi : Proses pemberian pendapat atau gagasan, kesan, maupun pandangan secara teoritis terhadap sebuah objek tertentu yang berasal dari ide mendalam serta dipengaruhi oleh latar belakang dari orang yang melakukannya

Investor : Seseorang yang menanamkan modalnya pada pengembangan Desa Wisata 1001 Bunga

J

K K/L : Kemeterian atau lembaga

Kampanye : Serangkaian kegiatan komunikasi yang terencana

Kolaborasi : Proses bekerja sama untuk mengulurkan ide-ide dalam menyelesaikan masalah secara bersama-sama

Komersial : Suatu kegiatan yang dilakukan oleh perorangan/perusahaan/organisasi untuk memperoleh keuntungan

Komoditas : Sebuah produk yang bisa diperjualbelikan untuk memperoleh keuntungan

Kompetensi : Kemampuan yang dibutuhkan untuk melakukan suatu pekerjaan yang

		dilandasi oleh pengetahuan, keterampilan, dan juga sikap
Komunal	:	Milik umum
Komunitas	:	Kelompok orang yang hidup dan saling berinteraksi di dalam lingkungan daerah tertentu
Konseling	:	Kelompok orang yang hidup dan saling berinteraksi di dalam lingkungan daerah tertentu
Konservasi	:	Pemeliharaan dan perlindungan lingkungan alam
Konsisten	:	Tetap pada pendirian
Kontemporer	:	Pada waktu yang sama, semasa, sewaktu, pada masa kini
Konvensi	:	Permufakatan atau kesepakatan (terutama berkaitan dengan adat, tradisi dan lain-lain)
Konvensional	:	Kesepakatan umum
Kooperatif	:	Sikap yang menunjukkan kerja sama dengan pihak lain
L Lembaga Swadaya	:	Organisasi yang didirikan perorangan atau sekelompok orang yang secara suka rela memberikan pelayanan kepada masyarakat lain

- Lisensi** : Pemberian ijin dalam pengembangan desa wisata
- M Mass Tourism (Pariwisata Massa)** : Kegiatan wisata yang melibatkan banyak orang yang berkunjung secara bersamaan
- Mentransmisikan** : Memasukan informasi ke dalam suatu jaringan elektronik
- Merambah** : Membuka
- Mufakat** : Pendapat atau keputusan yang telah diambil dan disetujui semua pihak dalam musyawarah
- N Narasi** : Teks yang menceritakan suatu peristiwa seauai urutan sebagainya
- O Offline** : Kegiatan yang tidak terhubung/terkoneksi dengan jaringan internet
- Online** : Kegiatan yang terhubung/terkoneksi dengan jaringan internet
- Operasional** : Suatu pedoman yang digunakan dalam sebuah kegiatan atau pekerjaan
- Operator** : Orang yang bertugas menjaga, melayani, dan menjalankan suatu

peralatan, mesin, telepon, radio, dan sebagainya

- P Penawaran (supply)** : Jumlah kuantitas barang atau jasa yang bisa ditawarkan kepada pengunjung
- Permintaan (demand)** : Keinginan pengunjung dalam membeli produk atau jasa yang ditawarkan di desa wisata
- POKDARWIS** : Kelompok sadar wisata untuk melakukan sosialisasi dan implementasi dalam kegiatan pariwisata
- Polutan** : Bahan yang dapat menyebabkan pencemaran baik secara langsung maupun secara tidak langsung, misalnya sampah
- Potensi** : Segala sesuatu yang ada di desa wisata yang menjadi daya tarik untuk dikunjungi wisatawan
- Premis** : Landasan berpikir untuk menarik kesimpulan
- Premium** : Yang memiliki kualitas
- Profitabilitas** : Kemampuan pengelola wisata dalam menghasilkan keuntungan dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki

Promosi : Aktivitas yang dilakukan untuk mengenalkan produk atau jasa sehingga dapat menarik minat masyarakat

Q

R Ranah : Lingkungan yang memungkinkan terjadinya percakapan, kombinasi antara partisipasi, topik, dan tempat (misalnya keluarga, pendidikan, tempat kerja, keagamaan, dsb)

Referensi : Suatu informasi yang dijadikan acuan atau rujukan untuk mempertegas suatu pertanyaan yang disampaikan

Regulasi : Sebuah peraturan yang membantu mengendalikan masyarakat untuk mencapai tujuan tertentu dalam kehidupan bermasyarakat

Relasi : Suatu yang menyatakan hubungan atau kaitan yang khas antara dua himpunan atau biasa disebut dengan kenalan

Repeater : Suatu peralatan yang berfungsi untuk memperkuat sinyal yang dikirim agar dapat diteruskan ke komputer lain pada jarak yang jauh

- Reputasi** : Perbuatan yang menyebabkan terangkatnya nama baik
- Riset** : Penelitian suatu masalah secara bersistem, kritis, dan ilmiah untuk meningkatkan pengetahuan dan pengertian, mendapatkan fakta yg baru dan lebih baik
- S Sanitasi** : Suatu bentuk usaha manusia untuk menjamin agar kondisi lingkungan lebih sehat
- Sektor** : Lingkungan suatu usaha (pertanian, perindustrian)
- Sektoral** : Terbagi dalam sektor atau bersektor-sektor
- Signifikan** : Suatu hal penting yang dapat memberikan pengaruh
- SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah)** : Perangkat daerah yang merupakan unsur pembantu Gubernur dalam penyelenggaraan Pemerintahan Daerah yang terdiri dari Sekretariat Daerah, Sekretariat DPRD, Dinas Daerah, Lembaga Teknis Daerah dan lembaga lain

SOP (<i>Standar Operational Prosedur</i>)	: Rangkaian prosuder yang dimiliki oleh instansi atau perusahaan
Sosiologis	: Ilmu sosial yang mempelajari setiap kehidupan masyarakat. Objek kajian dari sosiologi tidak lain adalah kehidupan manusia
Spektrum	: Sebuah keadaan atau harga yang tidak terbatas hanya pada suatu set harga saja tetapi dapat berubah secara tak terbatas di dalam sebuah kontinum
Strategi	: Suatu proses atau tindakan yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan
Substansial	: Sesungguhnya, atau inti
SWOT (<i>Strength, Weaknesses, Opportunity, Threats</i>)	: Metode analisis perencanaan strategis yang digunakan untuk memantau dan mengevaluasi lingkungan perusahaan baik lingkungan eksternal dan internal untuk suatu tujuan bisnis tertentu
T Transformasi	: Proses perubahan secara berangsur-angsur sampai dengan tahap yang diinginkan
Tren	: Suatu fenomena yang populer dan terjadi dalam jangka waktu tertentu

- Tropis** : Suatu daerah di dunia yang hanya memiliki dua musim
- U USP (Unique Selling Proposition)** : Faktor penting yang harus dimiliki setiap brand agar bisa lebih unggul dari para pesaing
- Utilitas** : Suatu istilah yang berhubungan dengan kepuasan konsumen

V

- W Wisnus (Wisatawan Nusantara)** : Wisatawan yang berasal dari dalam negeri

X

Y

Z

INDEX

A

Aksesibilitas, 102
ALUI (Original, Rare, Unique, and Beautiful), 102
Amenitas, 102
Argumen, 53, 102
Artistik, 102
ASITA, PHRI, 83, 102

B

Bentang Alam, 102
Bisnis, 15, 16, 19, 26, 27, 35, 38, 46, 49, 50, 62, 63, 68, 75, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 96, 101, 103, 112
Branding (Citra Merk), 102
Budaya, 1, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 12, 13, 16, 17, 27, 38, 41, 43, 44, 45, 46, 52, 54, 55, 56, 58, 59, 60, 63, 66, 67, 71, 77, 105

C

Cluster, 102
CSR, 49, 83, 103

D

Daya Tarik, 103
Desa Wisata 1001 Bunga, 1, i, ii, iii, iv, 3, 5, 6, 7, 15, 16, 17, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 40, 42,

43, 44, 45, 46, 47, 49, 51, 52, 58, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 76, 77, 81, 82, 83, 84, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 100, 101

Destinasi, 10, 12, 19, 35, 37, 48, 102, 104
DMO, 48, 66, 103
Duplikasi, 103

E

Ekologis, 103
Ekspor, 103
Elemen Pentahelix, 103
Emisi, 104
Endorsement, 104
Entitas, 104

F

Feedback, 104
FGD, 39
Frasa, 104
Fundamental, 104

G

Gagasan CBT, 104
Go International, 104
Greedy Tourism, 6, 105

H

HAKI, 56, 105

I

Influencer, 105
Informatif, 105
Infrastruktur, 19, 71, 105
Inklusif, 105
Inovatif, 105
Interpretasi, 105
Investor, 106

K

K/L, 28, 33, 40, 49, 60, 106
Kampanye, 106
Kolaborasi, 27, 28, 31, 33, 36,
106
Komersial, 106
Komoditas, 106
Kompetensi, 106
Komunal, 106
Komunitas, 106
Konseling, 107
Konservasi, 107
Konsisten, 107
Kontemporer, 107
Konvensi, 107
Konvensional, 107
Kooperatif, 107

L

Lembaga Swadaya, 107
Lisensi, 107

M

Manajemen, 13, 19, 40, 48, 50,
52, 57, 66, 85
Mass Tourism, 107

MBKM, 97, 98, 99, 101,
102, 103, 105, 106
Mentransmisikan, 108
Merambah, 108
modal, 35, 57, 59, 67, 89
Mufakat, 108

N

Narasi, 108

O

Offline, 108
Online, 96, 108
Operasional, 108
Operator, 108
Opportunity, 70, 112

P

Pariwisata, i, 1, 2, 3, 4, 5, 6,
12, 13, 18, 20, 21, 22, 24, 26,
28, 30, 31, 32, 35, 36, 38, 39,
40, 43, 44, 46, 48, 49, 50, 51,
53, 55, 58, 60, 62, 67, 72, 75,
76, 77, 78, 79, 81, 83, 84, 85,
86, 103, 105, 109
Pemasaran, 29, 30, 40, 44, 48,
63, 66, 72, 82, 86, 89, 90, 96,
97, 101
Penawaran, 25, 41, 108
Pengunjung, i, 1, 2, 3, 4, 5, 11,
13, 14, 15, 18, 20, 21, 24, 25,
26, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 45,
48, 50, 52, 54, 55, 56, 58, 62,
63, 64, 65, 66, 72, 73, 79, 80,
81, 82, 86, 103, 105, 108

Permintaan, iv, 25, 40, 108
POKDARWIS, 83, 109
Polutan, 109
Potensi, iii, 72, 87, 109
Premis, 109
Premium, 109
Profitabilitas, 109
Promosi, 35, 72, 94, 95, 109

R

Ranah, 109
Referensi, 110
Regulasi, 58, 110
Relasi, iii, 93, 95, 110
Repeater, 110
Reputasi, 110
Riset, i, 110

S

Sanitasi, 110
SDM, 2, 13, 28, 31, 35, 42, 48,
57, 59, 61, 66, 67, 81
Sektor, 111
Sektoral, 111
Signifikan, 111
SKPD, 28, 40, 49, 61, 111
SOP, 53, 77, 111
Sosiologis, 111
Spektrum, 111
Strategi, 57, 65, 70, 76, 94, 98,
99, 100, 101, 102, 111
Strength, 68, 70, 112
Substansial, 112
SWOT, ii, iv, 57, 59, 68, 69,
70, 71, 75, 112

T

Threats, 68, 112
Transformasi, 112
Tren, 90, 112
Tropis, 112

U

UMKM, 35, 38, 61, 62, 63
USP, 44, 66, 80, 81, 112
Utilitas, 112

W

Weaknesses, 112
Wisnus, 112

DAFTAR PUSTAKA

- Aliffianto, A. Y., Candraningrat, C., & Wibowo, J. (2018). Visitor Loyalty Analysis of Marine Tourism in Bayuwangi Beaches. In *The 2nd International Conference On Economics And Business* (pp. 39-49). STIE Mandala Jember.
- Aliffianto, A. Y., Candraningrat, C., & Wibowo, J. (2018). Visitor Loyalty Analysis of Marine Tourism in Bayuwangi Beaches. In *The 2nd International Conference On Economics And Business* (pp. 39-49). STIE Mandala Jember.
- ALMIRA, D. T. (2022). *Transformasi Penggerak Perekonomian Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Program Pengembangan Desa Wisata (Studi Multisitus di Nangkula Park Desa Kendalbulur dan Punakawan Park Desa Banaran)* (Doctoral dissertation, UIN SATU Tulungagung).
- Andajani, E., Widjaja, F. N., & Prihatiningrum, A. E. (2017). Pengembangan Potensi Desa Wisata melalui Analisa SWOT Di Kecamatan Kalitidu Bojonegoro. *Research Report*, 909-915.
- Andayani, S., & Sumiati, S. (2022). Strategi Pengembangan Paguyuban Keluarga Dan Pedagang Tanaman Hias, Sebagai “Lembaga Koperasi Primer “Kampung Wisata Bunga, Di Desa Banyuurip, Kec. Kedamean, Kab. Gresik. *Media Mahardhika*, 20(2), 222-236.
- Arifin R, I Wayan D, Dadang R. R, Anwar S, & Hadi D. (2017) Buku Panduan Pengembangan Desa Wisata Hijau (2nd ed). Jakarta Selatan: Asisten Deputi Urusan Ketenagalistrikan dan Aneka Usaha Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Astuti, M., & Nurdin, R. (2022). Pendampingan digital marketing untuk pengembangan desa wisata menggunakan media sosial di dusun Turunan Girisuko Panggang Gunungkidul. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 59-66.
- Atmoko, T. P. H. (2014). Strategi pengembangan potensi desa wisata Brajan kabupaten Sleman. *Media Wisata*, 12(2).
- Destiana, N. Y., Malihah, E., & Andari, R. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata Baros Kabupaten Bandung. *Syntax*, 4(2).
- Dewi, M. H. U. (2013). Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2).
- Dewi, P. J. S., Fahmi, M. I., Herachwati, N., & Agustina, T. S. (2022). Perumusan Strategi Pengembangan Desa Wisata Tritik Kabupaten Nganjuk Berbasis

- Analisis SWOT. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(1), 193-203.
- Dewi, S. P., Ristianti, N. S., & Wungo, G. L. (2019). Pengembangan Desa Karangpelem Kabupaten Sragen Sebagai Desa Wisata. *Jurnal Pasopati: Pengabdian Masyarakat dan Inovasi Pengembangan Teknologi*, 1(3).
- Fianto, A. Y. A. Candraningrat.(2018). The influence of destination brand communication and destination brand trust toward visitor loyalty of marine tourism in east Java, Indonesia. *International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET)*, 9(8), 910-923.
- Fianto, A. Y. A., & Candraningrat, C. (2019). Conceptual Review of Rethinking Marine Tourism Visit Intention from Word of Mouth, Destination Image dan Destination Branding.
- Firdaus, N. M. A. (2022). *Potensi dan Strategi Pengembangan Desa Sidatapa Sebagai Desa Wisata* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Fitrianti, H. (2014). Strategi Pengembangan Desa Wisata Talun Melalui Model Pemberdayaan Masyarakat. *Economics Development Analysis Journal*, 3(1).
- Hastuti, H., & Khotimah, N. (2017). Model Pengembangan Desa Wisata Berbasis Komoditas Lokal Di Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 22(2), 92-98.
- Hermawan, H. (2016). Dampak pengembangan Desa Wisata Nglanggeran terhadap ekonomi masyarakat lokal. *Jurnal Pariwisata*, 3(2), 105-117.
- Hernita, K., & Fianto, A. Candraningrat.(2019). The Influence of Marketing Mix, Word of Mouth, Destination Image and Destination Branding on Interest in Visiting Ria Kenjeran Beach Tourism. *Journal of Applied Management and Business*, 1.
- Istianah, I., Kholis, N., & Hadiwibowo, I. (2022). SOSIALISASI Pengembangan Desa Wisata Plawangan Indramayu Jawa Barat. *Baktimu: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 51-62.
- Istibatul A, Galing Y, & Rara S. (2020) Desa Wisata Berwawasan Ekobudaya: Kawasan Wisata Industri Lurik (1st ed). Medan: Yayasan Kita menulis.
- Kodrat, D. (2021). Industrial mindset of education in merdeka belajar kampus merdeka (MBKM) Policy. *Islamic Research*, 4(1), 9-14.
- Kumar, G. S., Rajesh, D. R., & Kumar, P. (2020). Rural Tourism Development and Promotion in Potential Villages of Tamilnadu. *International Journal of Management*, 11(10).

- Lintong, J. S., Limpeleh, E. A., & Sungkowo, B. (2020). Laporan Keuangan Berdasarkan SAK ETAP pada BUMDes “Kineauan” Desa Wawona Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(1), 95-101.
- Maak, C. S., Muga, M. P. L., & Kiak, N. T. (2022). Strategi Pengembangan Ekowisata terhadap Ekonomi Lokal pada Desa Wisata Fatumnasi. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 6(2), 102-115.
- Maharani, S. H., & Effendi, T. (2022). Analisis A’wot Sebagai Perencanaan Pengembangan Desa Wisata Tiwingan Lama Kabupaten Banjar. *Action Research Literate*, 6(1), 42-49.
- Manteiro, M. C. (2017). Model pengembangan desa wisata berbasis kearifan lokal sebagai strategi pengentasan kemiskinan di Kabupaten Rote Ndao Nusa Tenggara Timur. *Bisman-Jurnal Bisnis & Manajemen*, 2(02), 93-101.
- Mas'udah, K. W., Achmad, Z. A., Permatasari, W. K., Andriani, D., Adianti, A. A. F. P., & Nisa, H. M. (2022). Efektivitas Komunikasi Penyuluhan Pengembangan Desa Wisata Melalui Pembentukan Kelompok Sadar Wisata Berbasis Sapta Pesona. *KARYA UNGGUL-Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 145-151.
- Maulidiah, N., & Megawati, S. (2022). Implementasi Kebijakan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam Pengembangan Desa Wisata (Studi Pada BUMDes Sambimadu, Desa Sambibulu, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo). *Publika*, 391-406.
- Mayasari, D., Dewi, L., Latief, B. S., & Nurmarnia, F. (2022). Peningkatan Perekonomian Melalui Pengembangan Desa Wisata Di Desa Sukajadi, Kabupaten Bogor. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(3), 2760-2768.
- Mujanah, S., & Yustini, R. (2022). PENDAMPINGAN MANAJEMEN USAHA DAN TTG “OMAH KOPI” DALAM PENGEMBANGAN WISATA KAMPUNG ADAT SEGUNUNG WONOSALAM, JOMBANG. *Jurnal Ilmiah Abdi Mas TPB Unram*, 4(1), 68-74.
- Mujanah, S., Ratnawati, T., & Andayani, S. (2016). Strategi pengembangan desa wisata di kawasan hinterland Gunung Bromo Jawa Timur. *JHP17: Jurnal Hasil Penelitian*, 1(01).
- Muttaqiin, N., Rasyid, R. A., & Candraningrat, C. (2021). Pengaruh Citra (Images), Kepuasan Konsumen (Customer Satisfaction), Kepercayaan Konsumen (Customer Trust) Dan Loyalitas Konsumen (Customer Loyalty) Pada Perusahaan Agen Asuransi Di Surabaya. *Media Mahardhika*, 20(1), 173-181.

- Pamulardi, B. (2006). *Pengembangan Agrowisata Berwawasan Lingkungan (Studi Kasus Desa Wisata Tingkir, Salatiga)* (Doctoral dissertation, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro).
- Polonia, B. S. E., & Ravi, A. (2021). Pengembangan SDM Pokdarwis Desa Wisata Sungai Awan Kiri melalui Clean, Health, Safety, and Environmental Sustainability (CHSE). *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 511-519.
- Pratama, F. G., & Kurnia, G. (2019). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat (Studi Kasus: Desa Lebakmuncang, Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 5(1), 1014-1028.
- Prawira, N. G., Johari, A., Hikmatyar, A. A. P., & Widaningsih, F. T. (2022). Pengembangan Desa Wisata Budaya Puncak Wangun Pasirmulya Kabupaten Bandung Melalui Perancangan Brand Identity dan Media Promosi Digital. *JATI EMAS (Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat)*, 6(2), 5-14.
- Prayitno, G., Wardani, L. E., & Sania, D. P. (2022). Karakteristik Modal Sosial Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Di Desa Bangelan Kabupaten Malang. *Geography: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan*, 10(1), 32-42.
- Rahmatillah, T. P., Insyan, O., Nurafifah, N., & Hirsan, F. P. (2019). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Wisata Alam dan Budaya Sebagai Media Promosi Desa Sangiang. *Jurnal Planoearth*, 4(2), 111-116.
- Ratnawati, T., Mujanah, S., & Lokajaya, N. (2018). Program design and Financial Literacy Action Plan towards Financial Intelligence Household small industries of the tourist District of East Java Crunch.
- Ratnawati, T., Mujanah, S., & Lokajaya, N. (2018, October). Strategi Financial Literacy Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Industri Kawasan Wisata Kabupaten Gersik Jawa Timur. In *Prosiding Seminar Nasional: Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan* (Vol. 1, No. 1, pp. 1105-1119).
- Rochman, N. (2016). Model pengembangan desa wisata berbasis pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Equilibria Pendidikan*, 1(1).
- Sari, K., & Nabella, R. S. (2021, June). Potensi Lokal dan Pengembangan Desa Wisata Melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDES): Studi Desa Wisata Pujon Kidul, Kabupaten Malang. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan* (Vol. 1, No. 2, pp. 109-114).
- Sari, S. P. W., & Rifai, A. (2020). Pengelolaan Desa Wisata Hutan Mangrove Desa Bedono Kecamatan Sayung Kabupaten Demak. *AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 6(2), 121-138.

- Sopiansyah, D., Masruroh, S., Zaqiah, Q. Y., & Erihadiana, M. (2022). Konsep dan Implementasi Kurikulum MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka). *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(1), 34-41.
- Subekti, T., & Damayanti, R. (2019). Penerapan model smart village dalam pengembangan desa wisata: Studi pada desa wisata boon pring sanankerto turen kabupaten malang. *Journal of Public Administration and Local Governance*, 3(1), 18-28.
- Sukmadewi, N. P. R., Putra, I. N. D., & Suardana, I. W. (2019). Potensi dan Pengembangan Desa Wisata Suranadi di Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 5, 424.
- Tri W. R., Abdul R (eds). (2021) Prespektif Pengembangan Desa Wisata (Model Pengembangan Kattasikung Di Jawa Timur). Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Trisnawati, A. E., Wahyono, H., & Wardoyo, C. (2018). Pengembangan desa wisata dan pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 3(1), 29-33.
- Trisnawati, A. E., Wahyono, H., & Wardoyo, C. (2018). Pengembangan desa wisata dan pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 3(1), 29-33.
- Wanti, L. P., Romadloni, A., Ikhtiagung, G. N., Prasetya, N. W. A., Prihantara, A., Bahroni, I., & Pangestu, I. A. (2022). Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Pengembangan Desa Wisata Widarapayung Wetan melalui Pemberdayaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 128-135.
- Widiyanto, D., Handoyo, J. P., & Fajarwati, A. (2008). Pengembangan pariwisata perdesaan (suatu usulan strategi bagi desa wisata Ketingan). *Jurnal Bumi Lestari*, 8(2), 205-210.
- Widiyanto, M. K., Murti, I., Olivia, F. A., & Pramudita, C. H. (2022). Formulasi Kebijakan Pengembangan Kepariwisata Desa Wisata Kampung Bunga Desa Banyu Urip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik. *PRAJA observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik (e-ISSN: 2797-0469)*, 2(01), 89-113.
- Winanta, R. A., Hakim, S., Arifina, A. S., & Nurul, A. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat (Studi Desa Ngawen, Kecamatan Muntilan, Kabupaten Magelang). *Journal of Public Administration and Local Governance*, 6(1), 17-24.

Zakaria, F., & Suprihardjo, R. (2014). Konsep pengembangan kawasan desa wisata di desa bandungan kecamatan pakong kabupaten pamekasan. *Jurnal teknik ITS*, 3(2), C245-C249.