

PENGEMBANGAN DESA WISATA BERBASIS BUMDES

TOURISM VILLAGE DEVELOPMENT BASED ON BUMDES

Dyas Syahlia Izmi*, Ananta Prathama

Prodi Administrasi Publik, FISIP, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya,

*Koresponden email: dyassyahlia@gmail.com

ABSTRAK

Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) merupakan salah satu lembaga untuk memanfaatkan potensi desa. Hal ini mengacu pada Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2005 dan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014, bahwa pemerintah desa dapat membentuk BUM Desa sebagaimana potensi serta kebutuhan desa dalam rangka menunjang peningkatan pendapatan masyarakat dan desa itu sendiri. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan mendeskripsikan tentang pengembangan desa wisata oleh BUM Desa Brubuh Kecamatan Jogorogo Kabupaten Ngawi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan pihak terkait, observasi data, dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori pengembangan destinasi wisata dari Sedarmayanti (2018:125) yang meliputi 5 (lima) fokus pengembangan destinasi wisata, yaitu daya tarik wisata, atraksi, fasilitas umum dan fasilitas wisata, aksesibilitas, dan *brand images*. Hasil penelitian ini pengembangan desa wisata oleh BUM Desa sudah cukup baik. Beberapa fokus penelitian telah tercapai dengan baik dan telah sesuai dengan teori pengembangan wisata. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan pengembangan wisata pada indikator daya tarik wisata yang pengembangannya baik. Hal tersebut ditandai dengan adanya pengembangan daya tarik wisata alam di desa wisata “Kayangan” yaitu pada keindahan alam khas pedesaan, terdapat persawahan terasering, aliran sungai, dan sumber mata air yang tidak ditemui di wilayah perkotaan.

Kata Kunci: Pengembangan, destinasi wisata; BUM Desa

ABSTRACT

Village Owned Enterprises (BUM Desa) are one of the institutions to take advantage of village potential. This refers to Government Regulation Number 72 of 2005 and Law Number 23 of 2014, that the village government can form a BUM Desa according to the potential and needs of the village in order to support increasing the income of the community and the village itself. This study aims to identify, analyze, and describe the development of a tourist village by BUM Brubuh Village, Jogorogo District, Ngawi Regency. This study uses a descriptive qualitative research method with data collection techniques through interviews with related parties, data observation, and documentation. The theory used in this study is the theory of developing tourist destinations from Sedarmayanti (2018: 125) which includes 5 (five) focuses on developing tourist destinations, namely tourist attractions, attractions, public facilities and tourist facilities, accessibility, and brand images. The results of this research are that the development of tourist villages by BUM Desa is quite good. Several research focuses have been achieved well and are in accordance with tourism development theory. This can be proven by tourism development on tourist attraction indicators which are well developed. This is characterized by the development of natural tourist attractions in the "Kayangan" tourist village, namely the natural beauty typical of villages, there are terraced rice fields, river flows and springs that are not found in urban areas.

Keywords: Development, tourist destinations, BUM Desa

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan budaya dan sumber daya alam yang beragam, indah serta melimpah (Sugilar & Prathama, 2019). Keberagaman ini merupakan aset dalam pembangunan pariwisata Indonesia. Secara hukum, definisi sumber daya alam dapat ditemukan pada aturan tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup dalam (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2009). Sumber daya alam menurut aturan ini yaitu suatu unsur lingkungan hidup yang meliputi sumber daya hayati dan non hayati, dimana secara bersama-sama meng-

hasilkan suatu ekosistem. Keberadaan sumber daya alam memegang peranan krusial dalam memenuhi kebutuhan manusia. Sumber daya non hayati (gas alam, logam, dan minyak) ataupun sumber daya alam (tumbuhan dan hewan) haruslah digunakan secara tepat. Sumber daya alam dalam pemanfaatannya haruslah dilakukan pengelolaan dengan optimal dan baik untuk mendukung kelestarian ekologi dan penghidupan manusia. Maka dari hal tersebut, sumber daya alam perlu direncanakan, dilaksanakan, dimanfaatkan dan dipantau.

Pemerintah daerah dalam penyelenggaraan urusan pemerintahannya mempunyai hubungan

antara pemerintah daerah dan pemerintah pusat. Hubungan ini mencakup pelayanan publik, keuangan, kewenangan, penggunaan sumber daya alam, serta sumber daya yang lain. Kebijakan otonomi daerah memberi keluasaan wewenang pada pemerintah daerah dalam mengatur daerah masing-masing. Kewenangan berarti penegakan pemerintahan, pelaksanaan kebijakan, dan penggunaan berbagai sumber daya dalam yurisdiksinya. Di sisi lain, salah satu fungsi pemerintah desa sebagaimana yang termaktub dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2005 Tentang Desa adalah membangun dan mengatur masyarakat serta pembangunan ekonomi desa.

Pemerintah Desa bisa membentuk BUMDesa (Badan Usaha Milik Desa) sebagaimana potensi serta kebutuhan desa dalam rangka menunjang peningkatan pendapatan masyarakat dan desa itu sendiri (Murod, 2020). Pembangunan BUMDesa dalam perencanaan serta pendiriannya berdasarkan prakarsa masyarakat dan didasarkan kepada prinsip kolaboratif, emansipatif, dan partisipatif, dengan dua prinsip dasar: berbasis swadaya (*self help*) dan keanggotaan (*member base*). Profesionalisme dalam pengelolaan BUMDesa didasarkan pada persetujuan seluruh masyarakat (*member base*) dan kemampuan tiap anggota dalam pemenuhan kebutuhan dasarnya secara individual baik untuk keperluan konsumsi maupun produksi yang dilaksanakan secara mandiri dan profesional (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2005 Tentang Desa).

Potensi desa yang dapat dimanfaatkan BUMDesa di antaranya yaitu pengelolaan pariwisata di desa-desa dimana ini biasanya dirancang untuk menjadi desa wisata. Desa wisata sendiri menurut Nuryanti dalam Dewi & dkk, (2019) yakni suatu keterpaduan dari akomodasi, atraksi, dan fasilitas penunjang yang dihadirkan dalam struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tradisi dan praktik masyarakat setempat. Ini adalah wisata yang meliputi tradisi, atraksi alam, pengalaman pedesaan yang lengkap dan elemen unik yang dapat menarik wisatawan (Joshi, 2012). Hal tersebut selaras dengan pernyataan Fandeli (1995) dalam Heryati (2019) bahwa pengembangan pariwisata pada dasarnya memiliki tujuan dalam memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas dan tradisi lokal, meningkatkan tingkat pendapatan secara ekonomis sekaligus mendistribusikan secara merata kepada penduduk lokal.

Menurut Nasution et al., (2022) desa wisata yang dikembangkan di suatu daerah dapat meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat meningkat.. Maka dari itu, setiap desa atau daerah harus me-

nunjukkan potensi yang dimiliki untuk dikembangkan dan diangkat guna mencapai produktivitas yang tinggi serta memberi nilai tambah demi membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar. Desa wisata dengan konsep ekowisata juga memungkinkan desa untuk melindungi alam beserta budayanya (A'inun et al., 2015).

Kabupaten Ngawi mempunyai berbagai daya tarik dan potensi wisata juga menarik dan berbeda dari daerah lain. Kabupaten Ngawi termasuk kabupaten di Jawa Timur yaitu ada diujung barat dan berbatasan langsung dengan Jawa Tengah yang memiliki andalan pariwisata berupa budaya tradisional yang sampai saat ini masih terjaga, serta peninggalan bangunan-bangunan tua bersejarah yang masih terjaga keasliannya. Kondisi ini cocok jika dipadukan dengan pengembangan desa wisata dengan konsep ekowisata (Amsori et al., 2021).

Desa di Kabupaten Ngawi yang mempunyai potensi alam di antaranya adalah Desa Brubuh Kecamatan Jogorogo. Desa Brubuh memiliki wilayah persawahan yang luas, sungai yang sangat menarik, dan mata air yang jernih dengan debit air yang besar untuk dijadikan destinasi tujuan wisata desa. Pada pertengahan 2019, pemerintah desa melalui BUMDesa Duta Karya berusaha untuk mengembangkan potensi alam yang ada sebagai wisata alam yang bernilai jual yang bertajuk Desa Wisata Brubuh "Kayangan". Sarana wisata seperti *Flying Fox*, *River Rubing*, *Tree Bridge*, ATV dan *Kayangan Café & Space* yang dipadukan dengan nuansa alam Dusun Kayangan Desa Brubuh dalam upaya mengoptimalkan potensi sumber daya alam dan meningkatkan perekonomian masyarakat (Yuana-wati & Aji, 2022).

Objek wisata yang sudah ada sejak 2019 ini, masih dalam tahap pengembangan yang terus dilakukan untuk mengembangkan desa wisata "Kayangan" dengan harapan agar bisa menjadi daya tarik kunjungan wisatawan. Namun jumlah kunjungan wisatawan di desa wisata "Kayangan" mengalami naik turun. Pada awal dibuka pada 6 Juni 2019, diberlakukan tiket masuk seharga Rp. 5.000 per orang dan jumlah wisatawan yang berkunjung rata-rata 300 orang per hari (KampoengNgawi, 2019). Namun, pada awal 2020 dunia sedang dilanda Covid-19 termasuk Indonesia, maka desa wisata "Kayangan" ditutup untuk sementara mulai Maret 2020 hingga Mei 2021 (Setyawan, 2021).

Dibalik naik turunnya jumlah kunjungan wisatawan, sejak 2019 desa wisata "Kayangan" telah menerima penghargaan dari berbagai event atau perlombaan. Dikutip dari media online Kampoeng Ngawi, pada 2019 disampaikan beberapa penghargaan dalam agenda yang diadakan Dinas Pember-

dayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Ngawi di Desa wisata “Kayangan”, Brubuh, Jogorogo dalam acara Awarding Ceremony. Bupati Ngawi pada agenda tersebut menyampaikan beberapa penghargaan, di antaranya penghargaan Video Kreatif Potensi desa, Pelaksana Terbaik 10 Program PKK, dan Lomba Desa Terbaik. Desa Brubuh mendapat penghargaan sebagai Juara 1 Video Kreatif Potensi Desa (KampoengNgawi, 2019).

Dikutip dari media online KampoengNgawi, (2020) pengelola desa wisata “Kayangan” yaitu BUMDesa Duta Karya Desa Brubuh, kecamatan Jogorogo, kabupaten Ngawi pada 2020 berhasil menjuarai ajang BUMDes Award PKKBI-ITS 2020. Produk unggulan dari BUMDesa ini adalah Wisata Kayangan yang menjuarai penghargaan kategori “Good Corporate Governance” dalam “BUMDes Award PKKBI-ITS 2020”. Penghargaan tersebut adalah bentuk apresiasi DPMD (Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa) Provinsi Jawa Timur dengan PKKPBI (Pusat Kajian Kebijakan Publik Bisnis dan Industri) ITS (Institut Teknologi Sepuluh Nopember).

Dibalik daya tarik dan fasilitas yang baik, akses menuju desa wisata “Kayangan” terbilang sulit untuk wisatawan yang tidak mempunyai kendaraan pribadi, sebab angkutan umum yang sampai di lokasi belum ada, dan belum adanya papan petunjuk arah menuju kayangan. Kondisi tersebut belum memenuhi apa yang dipaparkan Sedarmayanti (2018) bahwa beberapa kriteria berikut haruslah dipenuhi dalam pengembangan destinasi wisata, yaitu: a) Daya tarik wisata alam yang ditunjukkan; b) Atraksi berbentuk pemanfaatan alam sebagai wahana yang memanfaatkan budaya sebagai pertunjukan seni dan wahana atraksi; c) Fasilitas wisata dan fasilitas umum dimana terutama ditujukan guna menunjang keselamatan, kenyamanan, dan kemudahan dalam mengunjungi destinasi wisata; d) Aksesibilitas berwujud jenis transportasi; dan e) *Brand Images*, berperan sebagai suatu upaya memengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Peneliti berupaya mendeskripsikan dan menganalisis strategi pengembangan desa wisata “Kayangan” oleh BUMDesa Brubuh Kecamatan Jogoroto Kabupaten Ngawi. Sehingga penelitian kualitatif diharapkan mampu menjawab rumusan masalah. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Desa Wisata “Kayangan” dan BUMDesa Duta Karya Desa Brubuh Kecamatan Jogorogo Kabupaten Ngawi. Fokus dalam

menganalisis strategi pengembangan desa wisata “Kayangan” oleh BUMDesa Brubuh Kecamatan Jogoroto Kabupaten Ngawi berdasarkan teori peran menurut Sedarmayanti (2018) yang meliputi 5 (lima) fokus pengembangan destinasi wisata, yaitu : daya tarik wisata, atraksi, fasilitas wisata dan fasilitas umum, aksesibilitas dan *brand images*. Data hasil dari penelitian ini diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dengan penentuan informan menggunakan *purposive sampling*.

Peneliti menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan adalah model interaktif (*interactif model of analysis*) yang dikembangkan oleh Miles and Huberman (1984) dalam Miles et al., (2014) yang meliputi *data collection, data condensation, data display, conclusions, drawing and verifying*. Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah standar kredibilitas yang meliputi triangulasi data dan peningkatan pengamatan, *transferability, dependability* dan *confirmability*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uraian penelitian ini berdasarkan pada rumusan masalah yang telah ditetapkan, dengan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tentang Pengembangan Desa Wisata “Kayangan” oleh Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) Brubuh Kecamatan Jogorogo Kabupaten Ngawi dengan fokus penelitian yang berdasarkan pada teori Pengembangan Destinasi Wisata oleh Sedarmayanti (2018) yang meliputi 5 faktor utama yaitu Daya Tarik Wisata, Atraksi, Fasilitas Wisata dan Fasilitas Umum, Aksesibilitas, serta *Brand Images*. Berikut ini adalah uraian dari kelima fokus program tersebut.

Daya Tarik Wisata

Menurut Gunawan (2022:51) daya tarik wisata adalah segala perwujudan dan sajian alam dan budaya yang secara nyata dapat dikunjungi, disaksikan dan dinikmati oleh wisatawan di suatu kawasan wisata atau daerah dengan tujuan berwisata. Berdasarkan penyajian hasil penelitian mengenai daya tarik wisata yang dibagi menjadi 2 (dua) jenis, yaitu daya tarik wisata alam dan daya tarik wisata buatan.

Daya tarik wisata adalah salah satu elemen dalam pengembangan destinasi wisata. Sebuah wisata akan sulit untuk dikembangkan jika tidak memiliki daya tarik wisata. Berdasarkan hasil penelitian di lokasi wisata, Desa Wisata “Kayangan” memiliki daya tarik wisata berupa potensi alam yang terbagi dalam tiga area, yaitu area persawahan, sungai, dan sumber mata air.

Sedangkan daya tarik wisata buatan pada desa wisata “Kayangan” juga memiliki keunikan seperti wahana *flying fox* dengan dua jalur sepanjang 200 meter dan satu-satunya di Kabupaten Ngawi. Selain itu desa wisata “Kayangan” dikelola oleh BUMDesa dan sejauh ini belum ada tempat wisata yang dikelola 100% oleh BUM Desa. Adapun daya tarik buatan seperti bangunan-bangunan dengan desain unik pada desa wisata “Kayangan” Kecamatan Jogorogo Kabupaten Ngawi.



Gambar 1. Flying Fox 2

Pengembangan daya tarik wisata buatan pada desa wisata “Kayangan” dilakukan secara bertahap. Sementara fokus dilakukan pada bangunan dan cafe sebagai daya tarik. Area “Kayangan” dibangun diatas lahan tidak produktif milik warga setempat dengan sistem bagi hasil, sehingga alih fungsi lahannya sangat minimal. Maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan desa wisata “Kayangan” oleh BUM Desa Brubuh Kecamatan Jogorogo Kabupaten Ngawi pada daya tarik wisata dan daya tarik buatan sudah sesuai dengan teori yang ada dan sudah adanya upaya-upaya dalam melakukan pengembangan dengan baik. Sehingga indikator atau elemen daya tarik wisata di desa wisata “Kayangan” dapat menarik minat pengunjung untuk melakukan kegiatan wisata.

Atraksi

Atraksi merupakan suatu bentuk kegiatan pemanfaatan alam atau budaya yang ada pada suatu objek wisata (Buditiawan & Harmono, 2020). Atraksi wisata menjadi salah satu elemen yang penting dalam pengembangan suatu objek wisata karena berperan sebagai faktor penarik minat wisatawan untuk berkunjung. Indikator atraksi wisata dapat berupa pemanfaatan alam sebagai wahana atraksi dan atraksi yang memanfaatkan budaya sebagai pertunjukkan seni yang menjadi ciri khas suatu objek wisata tersebut.

Terdapat atraksi di Desa Wisata “Kayangan”, namun tidak selalu dilakukan setiap hari melainkan pada saat ada event-event tertentu, seperti Hari Kemerdekaan Indonesia salah satunya. Dikutip dari *website* resmi Pemerintah Desa Brubuh, Desa wisata “Kayangan” melaksanakan Festival Bendera yang dilakukan pada 17 Agustus 2020 di Dusun Kayangan Desa Brubuh, yang merupakan dokumentasi visual perayaan kemerdekaan RI. Hasil kolaborasi antara Mataya Arts and Heritage dengan Pemuda Dusun Kayangan dan support dari Dian Oerip tersebut memperoleh penghargaan “KALYANAMITRA TANAH AIR dari KITA (Kerapatan Indonesia Tanah Air)”. Dalam festival tersebut, dilakukan pengibaran 75 bendera merah putih di Dusun Kayangan Desa Brubuh di lanskap sawah yang indah dan hijau. Selain itu, pada awal beroperasi, desa wisata “Kayangan” pernah melakukan kolaborasi dengan seniman lokal untuk melakukan gelaran kesenian sebagai *soft opening* Desa Wisata “Kayangan”.



Gambar 2. Festival Bendera Hari Kemerdekaan

Berdasarkan penyajian hasil penelitian diatas mengenai atraksi di desa wisata “Kayangan” dapat dikatakan bahwa pengembangan atraksi di Desa Wisata “Kayangan” belum maksimal, hal tersebut juga karena setelah di gali lebih dalam, tidak ada kesenian khas desa tersebut yang dapat ditampilkan sebagai salah satu bentuk atraksi.

Fasilitas Wisata dan Fasilitas Umum

Fasilitas wisata merupakan kelengkapan destinasi wisata yang memuaskan wisatawan dalam menikmati perjalanan. Di daerah tujuan wisata dan obyek wisata tertentu, pembangunan sarana wisata harus memenuhi kebutuhan wisatawan baik dari segi kuantitas maupun kualitas (Silviana & Mubarak, 2020). Fasilitas dibagi menjadi 2 (dua) yaitu fasilitas wisata dan fasilitas umum.

Fasilitas wisata adalah segala jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung kemudahan, kenyamanan dan keselamatan wisatawan

dalam melakukan kunjungan di suatu objek wisata. Menurut Helpiastuti (2018) fasilitas wisata dalam pengembangan wisata memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang sehingga dapat memberikan pelayanan untuk memuaskan kebutuhan pengunjung saat melakukan kunjungan di Desa Wisata “Kayangan” adalah adanya Kayangan *Cafe&Space* dan fasilitas *outbond*.

Berdasarkan hasil penelitian, fasilitas wisata yang dapat mendukung kemudahan, kenyamanan, dan keamanan pengunjung saat melakukan kunjungan di Desa Wisata “Kayangan” adalah adanya Kayangan *Cafe & Spaec* dan fasilitas *outbond*. Fasilitas ini merupakan sarana penunjang yang diberikan oleh pihak BUM Desa Duta Karya selaku pengelola Desa Wisata “Kayangan” sebagai sarana bagi pengunjung yang ingin bersantai dan menikmati keindahan alam Desa Wisata “Kayangan”.



Gambar 3. Kayangan *Cafe&Space*

Adanya fasilitas *cafe&space* di Kayangan ini, menambah daya tarik untuk berkunjung. Masyarakat juga diberikan media yang dapat dimanfaatkan untuk berjualan. Hal tersebut menjadi hal positif karena mampu mengalokasikan tempat wisata untuk pemberdayaan masyarakat di daerahnya. Selain adanya Kayangan *Cafe&Space*, fasilitas yang dapat dinikmati pengunjung adalah wahana *outbond*. Ada 2 wahana *outbond* di Desa Wisata “Kayangan” yakni *flying fox* dan ayunan yang tinggi. Adapun alat-alat yang digunakan adalah alat yang aman. Prinsip *safety first* diterapkan baik dari orang (penjaga wahana) yang sudah dilatih dan kualitas alatnya yang sudah berstandar nasional. Terkait kenyamanan, pengunjung merasa aman terhadap fasilitas dan juga pelayanan yang diberikan. Namun disarankan agar dilengkapi dengan kamera pengawas atau CCTV dalam melengkapi keamanan dan kenyamanan pengunjung di Desa Wisata “Kayangan”. Selain itu, beberapa fasilitas wisata yang dinilai masih belum ada atau kurang di desa wisata “Kayangan”, diantaranya adalah spot foto yang menjadi icon Kayangan, stop kontak, denah lokasi.



Gambar 4. Tempat Sampah dan Cuci Tangan

Untuk fasilitas umum sendiri merupakan segala jenis sarana pelayanan dasar fisik suatu lingkungan yang ditujukan bagi masyarakat umum dalam melakukan kegiatan keseharian. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, fasilitas umum yang ada di Desa Wisata “Kayangan” yang dapat digunakan oleh wisatawan sebagai fasilitas dasar fisik yaitu: area parkir kendaraan bagi wisatawan, baik untuk kendaraan roda 2 dan 4, adanya toilet, mushola, tempat cuci tangan serta adanya tempat sampah. Menurut observasi yang dilakukan oleh peneliti, fasilitas umum di Desa Wisata “Kayangan” tergolong lengkap jika dibandingkan dengan fasilitas wisata yang disediakan. Namun tetap ada kekurangan yakni kurang luasnya tempat ibadah, kurangnya jumlah toilet yang disediakan dan belum tersedianya toko oleh-oleh di desa wisata “Kayangan”.



Gambar 5. Mushola dan Toilet

Fasilitas wisata dan fasilitas umum di desa wisata “Kayangan”, dapat dikatakan pengembangan saat ini sudah baik meskipun ada beberapa hal yang menjadi kekurangan karena dalam proses pengembangan desa wisata itu sendiri. Hal tersebut terbukti adanya fasilitas wisata “Kayangan” yang dapat mendukung kemudahan dan kenyamanan berwisata dan fasilitas umum yang terdapat di desa wisata “Kayangan” dalam memberikan kemudahan wisatawan dalam sarana fasilitas dasar fisik.

Aksesibilitas

Pengembangan pariwisata sebagai sebuah sistem, faktor aksesibilitas baik berupa perencanaan perjalanan, penyediaan informasi mengenai rute dan destinasi, ketersediaan sarana transportasi, akomodasi ataupun kemudahan lain untuk mencapai destinasi menjadi penentu berhasilnya peluang pengembangan destinasi Silviana & Mubarak, 2020). Kemudahan akses menuju lokasi wisata juga merupakan salah satu elemen yang penting dalam pengembangan suatu objek wisata. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, aksesibilitas dibagi menjadi 2 yaitu sarana yang mendukung kemudahan akses dan sarana transportasi.

Aksesibilitas pada sarana yang mendukung kemudahan akses ke lokasi desa wisata “Kayangan” ditunjukkan dengan adanya papan penunjuk arah (kecil dan akan segera diganti), *google maps*, serta akses jalan transportasi yang cukup mudah. Selain itu ada pernyataan dari salah satu pengunjung bahwa kemudahan akses menjangkau lokasi cukup mudah dengan jalan yang cukup baik. Namun ada kekurangannya, yakni jalan yang dilalui masih kurang nyaman di beberapa titik, khususnya untuk pengguna kendaraan roda 4 atau lebih. Adapun saran yang diberikan yakni sebagai media pendukung kemudahan akses wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata “Kayangan” maka diperlukan peta wisata berupa *soft file* yang bisa diunduh wisatawan.



Gambar 6. Penunjuk dan Kondisi Jalan

Aksesibilitas pada sarana transportasi menuju lokasi desa wisata “Kayangan” sampai saat ini masih belum ada transportasi umum yang bisa digunakan oleh wisatawan untuk menuju ke lokasi wisata. Meskipun demikian, kendala tersebut tidak menjadi penghambat yang signifikan bagi wisatawan untuk berkunjung. Transportasi umum hanya sampai di jalan kecamatan saja, sehingga tidak dapat menjangkau sampai masuk ke desa atau lokasi wisata. Jadi jika dilihat selama ini pengunjung

mengunjungi Desa Wisata “Kayangan” ini menggunakan kendaraan pribadi atau ojek.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas pada Desa Wisata “Kayangan” ini cukup baik meskipun ada beberapa hal yang masih menjadi kekurangan, terutama mengenai transportasi umum yang tidak bisa mengantar pengunjung sampai ke tempat wisata. Namun hal tersebut tidak menjadi kendala bagi pengunjung untuk datang ke tempat wisata.

Brand Images

Brand Images berperan sebagai suatu upaya mempengaruhi minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ke suatu destinasi wisata. Citra bagi suatu destinasi wisata memegang peranan yang penting agar dapat memberikan kesan bahwa suatu destinasi wisata akan memberikan atraksi yang berbeda dengan destinasi lainnya sehingga wisatawan akan tertarik untuk berkunjung ke destinasi wisata tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian di desa wisata “Kayangan” memiliki sesuatu yang khas yang belum tentu ada di tempat wisata lain. Ciri khas tersebut yakni terdapat satu olahan yang bahan bakunya dari warga setempat, yaitu olahan dari bunga telang. Selain menjadi ciri khas Kayangan, bunga telang juga menjadi salah satu produk unggulan desa. Pengunjung wisata juga menyebutkan bahwa yang menjadi ciri khas atau *branding* dari Kayangan adalah teh bunga telang, karena menurutnya bunga berwarna ungu itu jarang ditemui ditempat lain.



Gambar 7. Teh Bunga Telang

Selain memiliki ciri khas dari bunga telang, dalam rangka meningkatkan citra Desa Wisata “Kayangan”, desa wisata “Kayangan” memiliki media publikasi dalam mempromosikan desa wisata yaitu melalui kegiatan expo dan sosial media.

Sebagai media promosi Wisata “Kayangan” dengan memanfaatkan akun instagram. Peran instagram sangat signifikan yakni dalam waktu-waktu tertentu. Tujuan awalnya adalah mempunyai sosial media sebagai media komunikasi yang memiliki konten menarik, interaktif sehingga mampu menjangkau orang dari segala penjuru. Tidak hanya instagram, tetapi tiktok juga digunakan sebagai media promosi Desa Wisata “Kayangan”. Jadi pembuatan konten melalui tiktok pertama kali masuk *fyp* karena terdapat *caption* “*coming soon*” di Desa Wisata Brubuh yang akan memiliki wahana *flying fox* sehingga ada daya tarik bagi pengunjung. Selain dari media sosial pengunjung yang datang ke desa wisata “Kayangan” mengetahui informasi wisata dari mulut ke mulut.

Adapun kekurangan dari *Brand Image* yang memanfaatkan sosial media yakni dari segi pengelolaannya. Belum ada sumber daya manusia yang mampu untuk mengelola akun media sosial desa wisata “Kayangan”. Kurang aktifnya promosi desa wisata “Kayangan” ini disayangkan karena Kayangan memiliki potensi untuk menjadi lebih dikenal banyak orang. Jadi, berdasarkan pada penyajian hasil penelitian, dapat dikatakan bahwa desa wisata “Kayangan” sudah memenuhi aspek dari elemen atau indikator *brand images* yang cukup baik, dimana telah adanya media sosial instagram untuk proses publikasi atau promosi desa wisata “Kayangan”. Namun, untuk pengelolaannya masih belum bisa maksimal karena belum ada sumber daya manusia yang tepat untuk mengelola media sosial tersebut sesuai dengan tema dan konsep yang diusung.

KESIMPULAN

Pengembangan Desa Wisata oleh BUM Desa sudah cukup baik. Beberapa fokus penelitian telah tercapai dengan baik dan telah sesuai dengan teori pengembangan wisata. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan pengembangan wisata pada indikator daya tarik wisata yang pengembangannya baik. Hal tersebut ditandai dengan adanya pengembangan daya tarik wisata alam di desa wisata “Kayangan” yaitu pada keindahan alam khas pedesaan, terdapat persawahan terasering, aliran sungai, dan sumber mata air yang tidak ditemui di wilayah perkotaan. Adapun pengembangan daya tarik wisata buatan di desa wisata “Kayangan” yaitu terletak pada nama yang unik, yang jika dipikirkan akan memberi kesan positif. Selain itu juga terdapat *cafe* dan wahana yang menarik minat kunjungan wisatawan, seperti dengan adanya wahana *flying fox* dua jalur dengan panjang lintasan 200meter dan merupakan satu-satunya di Ngawi.

Pada indikator atraksi belum sesuai dengan teori yang ada namun belum dilakukan secara maksimal. Sehingga jika dilihat dari elemen atau indikator atraksi wisata di desa wisata “Kayangan” saja, belum dapat menarik minat pengunjung dan kunjungan wisatawan. Pada indikator fasilitas di desa wisata “Kayangan” pengembangannya cukup baik dan sudah sesuai dengan teori yang ada dan telah adanya upaya-upaya dalam melakukan pengembangannya. Pada indikator aksesibilitas pengembangannya cukup baik dan sudah sesuai dengan teori pengembangan wisata. Pada indikator *brand image* pengembangannya sudah cukup baik. Hal itu terbukti dengan adanya teh bunga telang sebagai sesuatu yang khas dari “Kayangan” dan adanya promosi Desa Wisata “Kayangan” melalui media sosial (instagram dan tiktok) sehingga bisa dikenal oleh orang di berbagai penjuru.

DAFTAR PUSTAKA

- A'inun, F., Krisnani, H., & Darwis, R. S. (2015). Pengembangan Desa Wisata Melalui Konsep Community Based Tourism. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 341–346.
- Amsori, N., Hilman, Y. A., Widiyahseno, B., & Ridho, I. N. (2021). Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Ngawi, Jawa Timur. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 3(1), 16–26.
- Buditiawan, K., & Harmono. (2020). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kabupaten Jember. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 15(1), 37–50. <https://doi.org/10.47441/jkp.v15i1.50>
- Dewi, M. H., & dkk. (2019). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Desa Wisata Jati Luwih Tabanan Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2), 129–139.
- Gunawan, H. (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata Bandungan Kabupaten Semarang. *Jurnal Widya Praja*, 2(1), 45–59.
- Helpiastuti, S. B. (2018). Pengembangan Destinasi Pariwisata Kreatif Melalui Pasar Lumpur (Analisis Wacana Grand Opening “Pasar Lumpur” Kawasan Wisata Lumpur, Kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember). *Journal of Tourism and Creativity*, 2(1), 13–23. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/article/download/13837/7204/>
- Heryati, Y. (2019). Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu Di Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 56–74.

- <https://stiemmamuju.ejournal.id/GJIEP/article/view/10>
- Joshi, P. V. (2012). Stakeholders Networking for Sustainable Rural Tourism Development in Konkan Region of Maharashtra State India. *Golden Research Thoughts*, 10(1), 173–188.
- KampoengNgawi. (2019). *Pengunjung Wisata Kayangan Desa Brubuh Mencapai 300 Orang per Hari*. KampoengNgawi.
- KampoengNgawi. (2020). *BUMDesa Desa Brubuh Raih Juara Pertama BUMDes Award ITS 2020 Kategori Good Corporate Governance*. KampoengNgawi.
- KampoengNgawu. (2019). *Bupati Ngawi Anugerahkan Berbagai Penghargaan dalam Awarding Ceremony 2019 di Wisata Kayangan*. KampoengNgawi. <https://kampoengngawi.com/bupati-ngawi-anugerahkan-berbagai-penghargaan-dalam-awarding-ceremony-2019-di-wisata-kayangan/>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications.
- Murod, I. N. (2020). Development Of Kutang Beach Tourist Object By BUMDesa Barokah Makmur In Labuhan Village, Brondong District, Lamongan Regency. *Jurnal Administrasi Publik*, 4(1), 1–14.
- Nadir, S. (2018). Otonomi Daerah dan Desentralisasi Desa : Menuju Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Jurnal Politik Profetik*, 1(1).
- Nasution, N. H., Batubara, M., & Arif, M. (2022). Strategi Pengelolaan dan Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Mandailing Natal Perspektif Ekonomi Islam Dengan Pendekatan QSPM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 423. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4507>.
- Rusdiana, E., & Hardjati, S. (2019). 4. Evi Rusdiana & Susi Hardjati. 2019. “Pengembangan Destinasi Wisata Mangrove Wonorejo di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya”. *Public Administration Journal*, 1(1), 74–85.
- Sedarmayanti. (2018). *Pembangunan dan Pengembangan Pariwisata*. Refika Aditama.
- Silviana, W., & Mubarak, A. (2020). Pengelolaan Pengembangan Destinasi Pariwisata Berkelanjutan Pada Objek Wisata Pantai Carocok Painan. *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 2(3), 48–57. <https://doi.org/10.24036/jmiap.v2i3.131>
- Sugilar, F., & Prathama, A. (2019). Strategi Pengembangan Objek Wisata Kebangsaan Makam Bung Karno Kota Blitar dalam Upaya Peningkatan Kunjungan Wisatawan. *Progress in Retinal and Eye Research*, 561(3), S2–S3.
- Syahfuddin, M. N., & Prathama, A. (2022). Strategi Pengembangan Objek Wisata Ngopi Bareng Pintu Langit di Desa Ledug Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(1), 34. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i1.1964>
- Yuanawati, V. D., & Aji, G. G. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Kayangan di Desa Brubuh Ngawi Melalui Media Massa dan Media Sosial. *Commercium*, 6(1), 11–20.
- Setyawan, D. (2021). *Bupati Ngawi Hadiri Grand Opening Kayangan Cafe dan Space*. Suara Ngawi.