

DESA WISATA BERKELANJUTAN DI NGLANGGERAN: SEBUAH TAKTIK INOVASI

Ihsan Rahmat, Ashadi Cahyadi

Manajemen Dakwah, Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah,
Institut Agama Islam Negeri Bengkulu
Jl. Raden Fatah, Pagar Dewa, Bengkulu, 38211

Informasi Artikel

Dikirim: 23 Juni 2018
Diterima: 07 Mei 2019

Korespondensi pada penulis :

Telepon:
0852 7477 1323
Email:
ihsanrahmat@iainbengkulu.ac.id

Abstract

Innovation important to achieve sustainable organization. Innovation studies in the tourism sector not yet found a reliable theoretical framework and work system. As a result, 8 Tourism Villages in Gunung Kidul Regency threatened to fail. Desa Wisata Nglanggeran (DWN) is claimed to be growing rapidly due to continuous innovation. This study understands the innovation process in DWN using qualitative methods with the Live-in Program as the case. We adopted the innovation framework as a reference for analyzing field findings. The finding is the workings of the DWN community innovation starting from initiation: formulation of the problem, idea generation, and promotion of ideas. Then the development phase is the development of work concepts. Last phase of execution: marketing and post marketing evaluation. The innovation process can work because driven by many factors: involving many actors, having a solid team, oriented to the needs of tourists, building informal communication, and getting community support. The low competence of human resources, unpreparedness, and risk management are the main obstacles. Implications for the rural tourism innovation literature gets community innovation has a relatively similar working with service innovation. The mobilizing the role of key actors and community support is a typical finding this study. We recommended the importance of developing innovation competencies in tourist villages, linking new access to knowledge, and providing special funds.

Keywords: Indonesia; Innovation; Live-In Program; Rural Tourism

PENDAHULUAN

Inovasi merupakan strategi untuk meningkatkan daya saing organisasi. Inovasi konteks masyarakat dalam desa wisata baru saja memasuki era industri pariwisata. Fenomena ini belum terungkap (Hjalager, Huijbens, Nordin, Flagestad, & Knútsson, 2008; Ronningen, 2010; Rafai, 2013). Kebutuhan inovasi layanan di desa wisata dianggap lebih tinggi dari jenis wisata lainnya, sehingga penting untuk dijelaskan. Desa wisata yang menawarkan atraksi monoton pada akhirnya akan ditinggalkan. Hjalager (2010) menekankan perlunya seorang pekerja pariwisata berpikir untuk menciptakan inovasi dan mempertahankan untuk kepentingan masyarakat dan wisatawan. Daya saing organisasi di sektor pariwisata bergantung pada pujian inovasi (Novelli, Schmitz, & Spencer, 2006; Sundbo, Orfila-Sintes, & Sørensen, 2007; Orfila-Sintes, & Mattsson, 2009). Inovasi menjadi cikal

bakal pariwisata dan setiap teka-teki harus selalu dibuktikan bagaimana cara membuat, memelihara, dan orang-orang serta wisatawan.

Sembari menegaskan pentingnya inovasi pariwisata di negara maju (Rønningen, 2010; Cosmaa, Pauna, Bota, & Fleseriu, 2014; Rafai, 2013; López, & Ramos, 2015; Polukhina, & Lezhnin, 2015; Luo, 2016), desa wisata di Indonesia menuju tren ini. Kementerian Pariwisata Indonesia (Kemenpar) telah mengembangkan 569 desa menjadi desa wisata pada 2009. Sementara pada 2014 telah menargetkan 2.000 desa wisata (Kemenpar, 2011). Jumlah ini cenderung terus bertambah mengingat ambisi mereka untuk mendatangkan 20 juta wisatawan asing pada 2019. Selanjutnya, Departemen Pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) mengklaim desa wisata di daerah ini tumbuh pesat. Jumlah desa wisata telah meningkat dari 80 di 2014 menjadi 112 di 2015. Sayangnya, hanya 83 desa wisata yang dikunjungi oleh wisatawan (17 di Yogyakarta, 18 di Sleman, 3 di Gunungkidul, 36 di Bantul, dan 9 di Kulon Progo).

Ada 12 desa wisata di Kabupaten Gunungkidul tetapi dianggap berkembang, yakni Bejiharjo, Nglanggeran, dan Wisata Pedesaan Bleberan. Sisanya dinilai stagnasi. Berdasarkan laporan akhir tahun dari Dinas Pariwisata Yogyakarta (2014), kegagalan desa wisata di Gunungkidul disebabkan oleh ketidakmampuan sumber daya manusia untuk berinovasi dalam pengemasan dan memasarkan produk wisata kepada wisatawan. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dinilai cepat puas ketika data kuantitatif pengunjung sangat bagus. Mereka membawa pariwisata dari luar tanpa melihat sesuatu yang ada di dalamnya.

Penelitian ini bertujuan untuk membahas inovasi dalam Wisata Pedesaan Nglanggeran (DWN). Inovasi dalam kerangka kerja adalah inovasi layanan tambahan yang berarti pengembangan atau peningkatan layanan yang sudah ada (Rogers, 1983; Fagerberg dalam Hjalager *et al.*, 2008). DWN adalah antitesis bagi yang bermasalah. Ketika stagnasi terjadi di desa wisata lainnya, DWN terus menunjukkan kemajuan berkelanjutan. Menarik untuk mengungkapkan pertanyaan mengapa inovasi di Wisata Pedesaan Nglanggeran dapat berhasil? Studi ini mengangkat program live-in sebagai kasus tunggal. Live-in adalah program wisata pertama dan terbaik di DWN yang berhasil mengintegrasikan potensi alam, seni-budaya, dan buatan ke dalam pariwisata. Integrasi ini rumit karena membutuhkan kerjasama banyak aktor. Program live-in akan ditinjau menggunakan dua pendekatan inovatif yaitu proses dan sistem.

Para ahli memberikan pemahaman yang berbeda antara sistem dan proses inovasi. Proses inovasi telah melihat inovasi sebagai desain ujung ke ujung dan seluruh jalur harus diintegrasikan (Fagerberg, 2006). Inovasi pariwisata adalah inovasi layanan (Souto, 2015). Alam (2014) menjelaskan proses inovasi pariwisata akan berjalan dengan skema inisiasi, pengembangan, dan eksekusi. Meskipun sistem inovasi melihat inovasi sebagai penggerak inovasi (Lundvall, 2005; Hjalager *et al.*, 2008). Sementara dua pendekatan ini merupakan indikator yang berbeda. Mereka secara substansial saling melengkapi dan harus digunakan secara bersamaan dalam menjelaskan kasus-kasus inovasi. Iizuka (2013) menegaskan sistem inovasi yang ada sebagai alternatif untuk menjelaskan proses inovasi, meningkatkan pandangan sebelumnya yang menganggap proses ini sebagai pengembangan linier sederhana. Akhirnya, penggunaan kedua pendekatan ini akan memberikan pemahaman yang komprehensif tentang inovasi di DWN, yaitu, untuk memahami proses inovasi, mengidentifikasi aktor dan peran yang terlibat, memahami hubungan dan interaksi antara aktor, dan pendorong dan hambatan untuk inovasi dalam DWN.

METODE

Program live-in ditunjuk sebagai studi kasus. Pokdarwis berhasil mengintegrasikan potensi alam, artistik, dan buatan ke dalam program itu. Kami percaya pengungkapan kasus inovasi dalam program live-in mampu menjawab pertanyaan penelitian utama. Penelitian ini dibagi menjadi tiga tahap pengumpulan data. Pertama, kami mengunjungi DWN untuk mengamati kelebihan yang dimiliki. Lakukan wawancara dengan pikiran terbuka dengan ketua Pokdarwis. Sebelum memasuki tahap berikutnya, proposal penelitian harus disiapkan.

Kedua, penelitian dilakukan selama 60 hari dengan mengumpulkan berbagai data dari dokumentasi, observasi, dan wawancara. Pada tahap wawancara, 17 narasumber dari 6 komunitas di bawah Pokdarwis DWN telah diwawancarai. Dokumentasi tersebut dipelajari dari berbagai sumber laporan harian, media masa, dan temuan-temuan penelitian sebelumnya. Ketiga, penelitian pendalaman dianggap perlu karena memperhitungkan berbagai hasil wawancara. Pada tahap ketiga

juga memberikan kesempatan untuk menguji validitas data melalui teknik verifikasi oleh informan kunci. Dalam pengumpulan data, kami kesulitan menemukan waktu yang tepat untuk wawancara dengan informan. Beberapa kali harus mengatur ulang wawancara karena informan tiba-tiba sulit dihubungi melalui telepon. Ada beberapa informan yang sulit ditemukan karena kesibukan jadwal informan.

Semua data melalui tahap transkrip, menemukan ide-ide kunci, memberikan kata kunci, dan mengelompokkan. Untuk menganalisis temuan lapangan, kami mengadopsi kerangka inovasi Alam (2014) yang terdiri dari inisiasi, pengembangan, dan eksekusi. Ada beberapa alasan untuk menggunakan kerangka tersebut, yaitu: 1) kerangka proses inovasi layanan untuk masyarakat belum tersedia, sehingga pendekatan sintesis diperlukan dengan terlebih dahulu menggunakan kerangka umum dan kemudian menarik sesuatu yang unik dari inovasi di desa wisata; 2) kerangka kerja yang diberikan oleh para ahli umumnya spesifik (Bowers, 1987; Saren, 1994; Bullinger & Schreiner, 2006; Shekar, 2007; Dalton et al., 2009; Hanneke, 2010).

TEMUAN DAN DISKUSI

Program Live-in

DWN terletak di Desa Nglanggeran, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunung Kidul, DIY. Pada tahun 1999, Kepala Desa Nglanggeran memberikan izin untuk mengelola Gunung Nglanggeran kepada Organisasi Pemuda Bukit Putra Mandiri (BPM) melalui Surat Keputusan No.05 / KPTS / 1999 dengan luas 48 Ha (Tanah Sultan). Pusat kegiatan pariwisata di Nglanggeran Wetan karena posisi Gunung Nglanggeran, Kantor Sekretariat, dan Pendopo Kalisong berada di wilayah ini. DWN telah mengembangkan berbagai fasilitas pendukung, mengisi atau mengambil barang yang ramah lingkungan, dan memprioritaskan berbagai kegiatan pada setiap kunjungan wisata. Sekarang ada enam komunitas yang bekerja bersama di bawah Pokdariwis. Komunitas-komunitas ini adalah pemuda BPM, tim Seni, Pengembangan Kesejahteraan Keluarga (PKK), petani, ternak, dan kelompok homestay.

Program utama pada DWN adalah Live-in. itu adalah program wisata yang memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk tinggal (sementara) dan bergaul dengan masyarakat pedesaan. Program ini dirancang agar wisatawan mengikuti semua kegiatan tuan tanah atau orang tua baru mereka. Jadi pada akhirnya, wisatawan tidak hanya mendapatkan suasana liburan tetapi juga menambah pengetahuan tentang kehidupan desa. Tujuan dari program ini adalah menumbuhkan sikap hidup sederhana, bekerja keras, gotong royong, bertanggung jawab, tolong bantu, peduli terhadap lingkungan, bekerja sama, menghargai diri sendiri, saling menghargai, dan bersikap jujur dalam hidup.

Durasi tinggal yang lama bagi para pelancong dalam program live-in antara tiga dan sepuluh hari. Selama kegiatan, wisatawan disuguhkan berbagai atraksi, mulai dari alam, budaya, dan buatan. Di setiap paket ada kegiatan yang berbeda, berikut penjelasan kegiatan per paket. 1) Paket keluar memiliki aktivitas sepak bola lumpur, menangkap bebek di lumpur, flying fox, panggung, dan segudang permainan pedesaan lainnya; 2) Paket pelacakan memiliki aktivitas roaming Gunung Api Purba (GAP), jelajah sungai, dan roaming desa; 3) pendakian; 4) Paket pertanian memiliki kegiatan membajak sawah, menanam pagi, mengeringkan padi, memetik dan mengolah kakao, dan kegiatan pertanian lainnya; 5) Paket ternak harus beternak ayam, kambing, sapi, atau kerbau, sapi pemandian, mencari pakan ternak, memberi makan ternak, kegiatan ternak lainnya; 6) Paket seni dan budaya belajar membuat desain batik, belajar seni gamelan, ledhek, kreasi janur, menari, belajar etis dan sopan santun langsung ke masyarakat desa; dan 7) Paket homestay yang menyediakan tempat tinggal yang nyaman dengan sentuhan gaya desa untuk wisatawan.

Pokdarwis menyiapkan program live-in dengan baik. Setiap paket memiliki manajer atau komunitas manajer yang berbeda, sesuai dengan keterampilan dan prinsip berbasis masyarakat. Ada enam komunitas di bawah Pokdarwis, yaitu komunitas pertanian atau Gapoktan, petani, kuliner atau PKK, seni, pedagang, dan homestay. Komunitas ini ada yang ada sebelum DWN lahir dan ada komunitas yang diatur untuk menyesuaikan paket wisata. Komunitas pertanian bertanggung jawab untuk mengatur kegiatan pertanian, serta pertanian, seni, dan homestay. Untuk komunitas pedagang berada di luar paket, sedangkan kuliner bertanggung jawab untuk menyediakan makanan bagi para wisatawan yang tinggal selama kegiatan di lapangan.

Inovasi dalam program live-in adalah milik inovasi bertahap yang disertai dengan peningkatan berkelanjutan. Secara umum, beberapa inovasi terkait dengan keberadaan program live-in di DWN.

1. Integrasikan semua objek wisata ke dalam program live-in. Objek wisata desa wisata terbagi menjadi alam, buatan, dan seni-budaya. Ketiga objek wisata ini tersedia di DWN dan dikemas dalam bentuk paket wisata;
2. Layanan Perizinan Terpadu. Semua kegiatan pariwisata di DWN terintegrasi ke dalam kantor sekretariat. Dampaknya, persewaan homestay tidak bisa dilakukan ketika wisatawan langsung menemui pemilik homestay. Keputusan homestay mana yang akan ditempati oleh wisatawan diputuskan di kantor sekretariat. Sistem ini jarang ditemukan dalam pariwisata, terutama konvensional;
3. Mengungkapkan sejarah Gunung Nglanggeran. Sebelum DWN muncul, tidak banyak yang peduli dengan kekayaan kepercayaan dan tradisi di Nglanggeran kecuali para tetua desa yang telah ditunjuk sebagai juru kunci. Setelah Pokdarwis ada, data historis Gunung Nglanggeran dilacak dan diintegrasikan dengan pariwisata;
4. Pengambilan keputusan kolektif. Setiap inovasi atau tindakan yang akan dilakukan oleh DWN adalah hasil dari keputusan bersama. Posisi individu tidak mendapatkan pengakuan, di sisi lain, forum adalah sarana komunikasi untuk memobilisasi dukungan;
5. Mempertahankan wisatawan. Pokdarwis terus menjaga hubungan dengan wisatawan dengan memberikan informasi tentang kegiatan di Nglanggeran dan atraksi tambahan;
6. Prinsip pemberdayaan masyarakat.

Inovasi tambahan di atas datang melalui proses kerja yang relatif panjang. Untuk menjelaskan proses kerja, perlu untuk membagi menjadi tiga fase utama inisiasi, pengembangan, dan eksekusi. Dalam proses inovasi ditemukan serangkaian fase atau episode yang saling berhubungan dari awal hingga selesai.

Fase Inisiasi

Program live-in dimulai ketika Pokdarwis di DWN berhasil mengidentifikasi masalah yang selalu sama. Pokdarwis mengandalkan popularitas lanskap dengan Gunung Nglanggeran sebagai objek penjualan utama. Tidak adanya paket wisata menjadi penyebab utama Pokdarwis harus merencanakan ulang setiap kelompok wisata tunggal ke DWN. Masalah tidak memiliki paket wisata kemudian dibawa ke forum informal Pokdarwis. Forum-forum informal diadakan pada malam hari dan hanya diikuti oleh sebelas anggota Pokdarwis (disebut sebagai tim perancang). Beberapa bentuk dalam DWN adalah Forum Sloslo Kliwon (setiap 35 hari sebulan sekali di Jawa), pengajian tiga dusun (pelafalan al-Qur'an bersama-sama), Forum RT, dan pertemuan sosial rutin tentang PKK. Budaya kolektif ini kemudian menjadi strategi bagi Pokdarwis untuk menyelesaikan berbagai masalah.

Tim penyusun secara alami dibentuk yang anggotanya berasal dari Organisasi Pemuda BPM. Kebiasaan berkumpul di malam hari telah menumbuhkan kepadatan hubungan tim sehingga karakter dan preferensi individu cenderung diketahui oleh individu lain. Ada pengakuan tentang keterampilan khusus yang dimiliki oleh individu pada tugas-tugas khusus di DWN. Tim perancang mengakui seseorang sebagai ahli supernatural dan menyukai bidang sejarah. Pengakuan ini memberikan kepercayaan diri untuk menjelajahi sejarah Gunung Nglanggeran dari sisi supernatural. Paket sejarah dan wisata budaya Kampung Pitu muncul dari proses ini dan berhasil membuat buku tentang sejarah pegunungan Nglanggeran untuk informasi kebutuhan panduan. Orang lain diakui sebagai orang yang suka menjelajahi alam. Pengakuan ini juga menghasilkan paket wisata air terjun Kedung-Kandang.

Keberadaan tim perancang baik pada tahap tertentu, tetapi keberadaan mereka juga cenderung menimbulkan ancaman bagi keberlanjutan inovasi. Kapasitas inovasi yang telah ada di DWN telah memasuki penguncian. Suasana penguncian tampaknya memengaruhi suasana organisasi sehingga anggota Pokdarwis lainnya merasa nyaman di posisi masing-masing karena merasa tugas penyelesaian masalah ada di tangan tim perancang. Selain itu, pengetahuan yang terbatas menjadi masalah serius Pokdarwis di DWN. Program live-in akan dikembangkan, tetapi tidak tahu bagaimana menerapkan ide untuk berlatih. Aliran pengetahuan yang terhambat memaksa Pokdarwis untuk mencari sumber pengetahuan baru. Melalui komunikasi informal, aktor-aktor baru muncul dari akademisi (Pusat Studi Ekonomi Kerakyatan di UGM).

Pokdarwis sengaja menghubungi individu melalui saluran komunikasi informal untuk memfasilitasi komunikasi dan penyampaian masalah. Akademisi membantu membuka pikiran

Pokdarwis tentang potensi Desa Nglanggeran yang kemungkinan akan dikemas untuk kebutuhan pariwisata. Akademisi berfungsi sebagai hub untuk pengetahuan teoritis dan praktis. Ini menyiratkan bahwa masyarakat pedesaan sejati memiliki pengetahuan yang terbatas, tetapi tidak dengan akses ke pengetahuan. Jika terjadi masalah dan Pokdarwis tidak dapat menyelesaikan masalah, selama akses ke pengetahuan tersedia, mungkin ada peluang bagi Pokdarwis untuk menyelesaikan masalah. Dengan demikian, penyediaan akses ke pengetahuan penting dalam konteks desa wisata.

Fase Pengembangan

Pokdarwis bekerja sama dengan tiga kelompok yang sebelumnya ada di Nglanggeran adalah petani, kuliner atau PKK, dan kelompok seni. Sejarah sejarah yang telah lama terbentuk telah memudahkan Pokdarwis untuk merangkul kelompok ini. Sejarah hubungan pribadi dan hubungan memfasilitasi pencapaian perjanjian, dibandingkan dengan membangun hubungan tanpa riwayat hubungan. Keterbatasan pengetahuan dalam kegiatan konseptualisasi menjadi kendala. Pokdarwis sedang mencari sumber pengetahuan baru yang dapat memecahkan masalah. Akademisi kembali menjadi pilihan utama. Kasus ini menegaskan bahwa Pokdarwis memiliki banyak keterbatasan dalam proses berinovasi. Ini juga menekankan perlunya menyiapkan pendamping wisata pedesaan yang dapat menghubungkan ranah teoretis dengan potensi dalam desa wisata, dan yang lebih penting adalah mampu mentransfer pengetahuan itu kepada para pelaku desa wisata.

Keterkaitan pengetahuan telah memberikan pengalaman baru bagi Pokdarwis. Mereka membutuhkan dukungan pariwisata dari semua Komunitas Nglanggeran. Diperlukan program homestay, peternakan, dan manajer keluar. Namun justru berbagai penolakan terjadi ketika sosialisasi dilakukan. Hal ini disebabkan ketidaksiapan masyarakat Nglanggeran terhadap pengalaman baru, seperti berkomunikasi dalam satu perhentian dengan wisatawan, tidak terbiasa dengan kebiasaan wisata, dan merasa rendah diri sebagai penduduk desa. Hal-hal seperti ini kemudian membuat satir '*masak watu ono didol*' atau '*nopo ngeloni gunung*'. Di sisi lain, sosialisasi semakin sulit karena ada kebiasaan di Nglanggeran bahwa yang lebih tua tidak mudah percaya pada yang lebih muda. Kurangnya sosialisasi ini terjadi di dua sisi, yaitu orang-orang yang tidak siap dan Pokdar belum memiliki rencana yang jelas tentang pelatihan atau pengembangan seperti apa yang akan diperoleh oleh masing-masing kelompok. Pokdarwis bertemu dengan dua aktor kunci di Nglanggeran adalah kepala desa dan juru kunci Gunung Nglanggeran (tokoh masyarakat). Kehadiran aktor-aktor kunci dalam Forum Slosos Kliwon telah menambah kepercayaan masyarakat terhadap Pokdarwis.

Peran sektor publik membantu mempersiapkan kegiatan pariwisata di DWN. Keterbatasan anggaran juga menjadi alasan Pokdarwis mengakses dana hibah dari PNPM Pariwisata. Dana digunakan untuk pelatihan homestay, panduan, pelatihan manajemen keluar, dan sebagainya. Departemen Pariwisata DIY juga memberikan perhatian kepada Pokdarwis di DWN seperti pelatihan kelompok tani, kelompok homestay, dan membantu perbaikan kamar mandi di homestay. Kebutuhan dalam fase pengembangan membuat Pokdarwis lebih terbuka dan fleksibel untuk menerima aktor baru. Pada akhirnya, sifat hubungan dalam fase pembangunan terlihat dalam dua bentuk yaitu kerjasama internal dengan lima komunitas yang bersifat simbiotik dan kerjasama eksternal dengan pihak-pihak di luar DWN bersifat sukarela.

Fase Eksekusi

Pengetahuan yang terbatas menjadi masalah ketika Pokdarwis menentukan harga setiap paket kegiatan. Persahabatan dan pembangunan hubungan melalui komunikasi informal sering berhasil membuat aktor baru menjadi sukarelawan untuk membantu. Selanjutnya, Pokdarwis di DWN menggunakan media sosial sebagai strategi untuk promosi. Media sosial yang digunakan mulai dari blog gratis, situs web resmi, Facebook, Twitter, dan Instagram terakhir. Mereka tahu dunia promosi dan menghubungkan seluruh agenda kegiatan dengan media. Yang menarik adalah mereka mempertahankan. Dikatakan tidak banyak desa wisata yang berpikir untuk tetap berhubungan dengan wisatawan. Pokdarwis mengambil peluang pemasaran dengan menciptakan wadah melalui media sosial untuk setiap alumni pariwisata. Grup ini menghubungkan berbagai pengalaman seputar aktivitas baru. Cara ini dianggap efektif dan terbukti menarik minat wisatawan.

Tabel 1. Proses kerja inovasi dalam program live-in

Fase	Aksi Pokdarwis DWN	Pendukung	Penghambat
Inisiasi	<i>Perumusan masalah:</i> Menyadari masalah, persuasi, penegasan kesadaran inovasi.	Berorientasi kebutuhan wisatawan, tim yang solid, forum sosialisasi, intensitas komunikasi internal, semangat kewirausahaan, dukungan akademisi, pemerintah desa, dan tokoh masyarakat,	Keterbatasan pengetahuan, Ketidaksiapan masyarakat.
	<i>Generasi ide:</i> Eksplorasi pengetahuan, penetapan ide, mencari sumber pengetahuan baru		
	<i>Promosi ide:</i> Persuasi, pengambilan keputusan		
Pengembangan	<i>Pengembangan konsep:</i> Koalisi, mencari sumber pengetahuan baru, perencanaan kegiatan, pembentukan komunitas baru, persiapan kegiatan	Dukungan masyarakat, keputusan forum, jaringan komunikasi informal, dana hibah publik, pedoman buku sapta pesona, pelatihan, studi banding, membangun kepercayaan	Tidak menghitung risiko.
	<i>Pemasaran:</i> Penetapan harga, promosi, membangun jaringan		
Eksekusi	pemasaran, mempertahankan wisatawan lama	Pemanfaatan media kontemporer, komunikasi informal, mempertahankan wisatawan lama perbaikan terus menerus.	
	<i>Evaluasi pasca-pemasaran:</i> Modifikasi dan pengembangan ulang		

Sumber : Analisis data primer (2017)

Akhirnya, serangkaian inovasi program live-in yang inovatif adalah evaluasi pasca-pemasaran yang dijadwalkan secara rutin di forum mingguan dan bulanan. Evaluasi digunakan untuk mereview kegiatan pariwisata yang telah dilakukan. Menghitung risiko masuk ke dalam agenda evaluasi Pokdarwis. Aktivitas pariwisata yang sedang berlangsung mengalami kerugian karena tidak memperhitungkan berbagai biaya tak terduga. Risiko yang diderita Pokdarwis berasal dari perhitungan harga paket atau tanda berdasarkan spekulasi. Dalam kerangka inovasi, analisis biaya dan risiko harus masuk dalam agenda pengembangan. Evaluasi juga merupakan strategi yang memandu Pokdarwis tentang peningkatan berkelanjutan di masa depan.

Refleksi dan Implikasi

Proses inovasi masyarakat di DWN dimulai dari tahap menganalisis masalah, menghasilkan ide, promosi gagasan, pengembangan konsep, pemasaran, dan evaluasi pasca pemasaran. Temuan ini menegaskan proses inovasi dari konteks desa wisata memiliki proses yang relatif mirip dengan proses inovasi layanan (Booz et al., 1982; Bowers, 1987; Saren, 1994; Alam & Perry, 2002; Shekar, 2007, Hanneke, 2010). Tahap penyaringan ide dan analisis bisnis menjadi bagian yang tidak ditemukan karena ide yang muncul umumnya tunggal. Keterbatasan pengetahuan dan pengalaman cenderung menjadi penyebab utama kurangnya variasi ide. Demikian juga, analisis bisnis baru diwujudkan ketika evaluasi pasca pemasaran dilakukan. Perusahaan jasa melakukan analisis bisnis dalam fase pengembangan, sehingga semua risiko dapat diminimalisir. Sementara Pokdarwis di DWN melakukan analisis bisnis setelah mengalami kerugian.

Kemampuan inovasi dalam kelompok tertentu berpotensi mengancam keberlanjutan inovasi itu sendiri. Yang buruk lagi adalah asumsi bahwa tugas pemecahan masalah ada di tangan tim perancang. Sistem seperti itu cenderung mengurangi kapasitas inovasi dan lebih rentan terhadap situasi terkunci. Temuan ini mendukung Carson, Carson, dan Hodge (2013) yang meneliti sistem desa wisata di Burra, Australia Selatan. Mereka menemukan situasi terkunci yang disebabkan oleh koneksi eksternal yang terbatas untuk mengakses pengetahuan baru atau mengeksploitasi peluang pengembangan dan pemasaran baru. Regenerasi mungkin menjadi jawaban di masa depan, yang paling penting adalah penyebaran pengetahuan dan pengalaman baru di seluruh struktur organisasi kepada kelompok-kelompok di bawah Pokdarwis.

Inovasi di DWN berasal dari kebutuhan wisatawan. Terbukti dari program live-in disebabkan oleh kebutuhan wisatawan untuk menginap dan mengadakan berbagai kegiatan di DWN. Orientasi ke pasar wisata tampaknya memiliki tempat utama dalam konteks desa wisata (Read, 2000; Rønningen, 2010; Rafai, 2013). Ini masuk akal karena pangsa pasar pariwisata dengan minat khusus ini tidak sebanyak pariwisata massal. Jadi perhatian terhadap kebutuhan wisatawan dapat menjadi pilihan untuk mempertahankan atau menarik wisatawan lain.

Ettlie dan Rosenthal (2011) menjelaskan pada tahap menghasilkan ide dan proses pengembangan, dipengaruhi oleh manajer senior, manajer menengah, dan profesional. Tahap pembentukan dan pengembangan ide selain dipengaruhi oleh akademisi, juga dominan karena budaya diskusi. Oleh karena itu, Pokdarwis membentuk berbagai forum diskusi - internal dan eksternal - untuk menjembatani kurangnya satu orang dengan kemampuan orang lain. Mengingat argumen Iorio dan Corsale (2010) bahwa penduduk desa memiliki kelemahan dalam profesionalisme dan kapasitas pengetahuan. Kemungkinan ini menjadi strategi utama bagi Pokdarwis untuk menghasilkan ide atau menyelesaikan masalah yang muncul.

Forum diskusi telah membangun nilai-nilai dasar seperti kebersamaan, kasih sayang desa, kepercayaan tugas, altruisme, dan komitmen untuk mengelola desa wisata dengan setia. Modal sosial ini tidak banyak tempat dalam inovasi desa wisata. Para ahli umumnya menyoroti kekuatan atau sejarah hubungan antara para aktor komunikasi informal (Read, 2000; Carson et al., 2013), tanpa memperhatikan nilai-nilai yang menjadi dasar hubungan ini. Dalam konteks DWN, nilai-nilai dasar ini berubah menjadi struktur kekuatan dalam hubungan utama. Modal sosial yang masih kental di pedesaan cenderung mempengaruhi pertumbuhan nilai-nilai ini. Berbeda dengan temuan Hjalager et al., (2008) di mana kekuatan kegigihan, modal ekonomi, dan pengetahuan menjadi struktur bangunan hubungan.

Seperti yang ditemukan oleh peneliti lain (Read, 2000; Hjalager et al., 2008; Rønningen, 2010; Hoerber & Hoerber 2012; Raffai, 2013), penelitian ini juga menemukan beberapa faktor yang mendorong inovasi desa wisata. Dua temuan berbeda dari temuan sebelumnya adalah dukungan masyarakat dan mobilisasi peran aktor kunci dalam desa wisata. Awalnya, DWN muncul sebagai desa wisata mandiri yang jauh dari sorotan pemerintah daerah. Mobilisasi masyarakat dan aktor-aktor kunci adalah pilihan utama untuk mengorganisir kegiatan. Mobilisasi dapat bekerja karena terikat oleh visi bersama. Pemahaman visi menurut Trianggono, Wilso, dan Sasongko (2018) adalah elemen penting untuk memperkuat hubungan aktor. Berbeda dengan Raffai (2013) yang mengulas Kabupaten Veszprém yang menerima dukungan langsung dari pemerintah.

Hjalager et al., (2008) meneliti inovasi di negara Nordik yang dikelola oleh otoritas lokal. Mereka sepenuhnya mendukung peran sektor publik dalam mendorong laju inovasi. Kemungkinan dua pengemudi di DWN muncul sehubungan dengan ketidakmampuan pemerintah Gunungkidul untuk mengelola barang publik. Pembukaan peluang pariwisata dan ketidakmampuan pemerintah daerah untuk mencapai seluruh potensi wisata karena keterbatasan sumber daya manusia, tampaknya dibaca dengan baik oleh warga Nglanggeran. Temuan ini kemungkinan melebar ke masalah publisitas karena membutuhkan studi mendalam.

Kendala utama dalam proses inovasi di DWN adalah kurangnya kompetensi sumber daya manusia. Temuan ini mendukung temuan sebelumnya (Iorio & Corsale, 2010; Hjalager, 2002). Temuan Hjalager (2002) bahwa tingkat turnover yang tinggi dan kurangnya rasa saling percaya ketika membangun hubungan di antara para pelaku dalam desa wisata tidak ditemukan di DWN. Berkenaan dengan pergantian, Pokdarwis mengakui ada perubahan anggota selama pengelolaan objek wisata Gunung Nglanggeran. Namun, sejak transisi dari pariwisata ke wisata pedesaan, sangat jarang ditemukan anggota yang meninggalkan DWN. Kemungkinan faktor komitmen dan kecintaan terhadap desa memainkan peran yang kuat dalam hal ini. Sebaliknya, ditemukan beberapa anggota yang kembali ke desa. Wisata pedesaan yang dikelola dengan baik berubah menjadi tawaran menarik untuk menyelesaikan masalah urbanisasi.

KESIMPULAN

Studi ini memberikan kerangka kerja proses inovasi masyarakat dalam desa wisata. Setiap proses memiliki kompleksitas tindakan. Ini membuktikan bahwa inovasi adalah proses panjang yang tidak terjadi secara kebetulan sehingga hasil penelitian ini penting untuk memberikan panduan rasional untuk mengurangi risiko kegagalan Pokdarwis di wisata pedesaan lainnya. Selanjutnya, fase

paling sulit dalam proses inovasi masyarakat adalah fase pengembangan. Berbeda dengan fase inisiasi atau eksekusi yang dominan di Pokdarwis, fase pembangunan menuntut kerja kolektif semua aktor - internal, akademisi, pemerintah.

Kami menekankan kembali beberapa kontribusi penting dari penelitian ini. Pertama, penelitian menemukan proses inovasi DWN mengikuti model linier generasi pertama. Kedua, inovasi konteks masyarakat memiliki proses yang relatif mirip dengan inovasi layanan. Ketiga, kebersamaan, kecintaan pada desa, tugas kepercayaan, altruisme, dan komitmen untuk mengelola desa wisata dengan setia menjadi struktur kekuatan dalam hubungan masyarakat. Keempat, keberhasilan inovasi di DWN disebabkan oleh keterlibatan banyak aktor, tim yang solid, orientasi wisata, akses ke pengetahuan baru, membangun komunikasi informal, peran sektor publik, peningkatan berkelanjutan. Kelima, kurangnya kompetensi sumber daya manusia di DWN menjadi kendala utama yang harus diantisipasi.

Studi ini memberikan rekomendasi kepada departemen pariwisata untuk mengembangkan kompetensi inovasi dalam desa wisata, menghubungkan akses baru ke pengetahuan, dan menyediakan dana khusus. Maka perlu meningkatkan kerjasama dengan universitas, Pokdarwis harus membuka akses pengetahuan dan pengalaman kepada semua kelompok agar tidak terjadi status terkunci-in inovasi, studi banding mungkin menjadi pilihan yang tepat untuk mempercepat pemahaman warga daripada pelatihan. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan hanya dipatok pada satu kasus. Keterbatasan ini menjadi dasar untuk studi lebih lanjut. Studi lebih lanjut dapat mengangkat kasus inovasi di desa wisata dengan menggunakan beberapa kasus atau lebih di tempat lain menggunakan pendekatan kualitatif lainnya. Penting juga untuk melihat kasus inovasi wisata pedesaan yang gagal untuk mendapatkan perbandingan atau menguatkan temuan-temuan studi ini. Akhirnya, penelitian ini juga merekomendasikan perlunya studi pemantauan dan evaluasi dalam kebijakan inovasi di desa wisata.

DAFTAR RUJUKAN

- Alam, I. (2014). Moving Beyond the Stage Gate Models for Service Innovation: The Trend and the Future. *International Journal of Economic Practices and Theories*, Vol. 4, 637-645.
- Alam, I., & Perry, C. (2002). A Customer-Oriented New Service Development Process. *Journal of Service Marketing*, Vol. 16, 515-534.
- Booz, Allen, Hamilton (eds) (1982). *New products for management for the 1980s*. (New York: Booz, Allen & Hamilton)
- Bowers, M. R. (1987). Developing New Services for Hospitals: A Suggested Model. *Journal of Health Care Marketing*, Vol. 7, 35-44.
- Carson, D. A., Carson, D. B., & Hodge, H. (2014). Understanding local innovation systems in peripheral tourism destinations. *Tourism Geographies*, Vol. 16, 457-473.
- Cosmaa, S., Pauna, D., Bota, M., & Fleseriu, C. (2014). Innovation: A useful Tool in the Rural Tourism in Romania. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 148, 507-515.
- Ettlie, J. E., & Rosenthal, S. R. (2011). Service versus Manufacturing Innovation. *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 28, 285-299.
- Fagerberg, J. (2006). *Innovation: A Guide to Literature*. In J. Fagerberg, D. C. Mowery, & R. R. Nelson (Eds.). *The Oxford Handbook of Innovation*, (New York: Oxford University Press).
- Hanneke, A. H. (2010). *Service Innovation: Managing Innovation from Idea Generation to Innovative Offer*. (Exser, Dutch centre for service innovation).
- Hjalager, A. M. (2002). Repairing Innovation Defectiveness in Tourism. *Tourism Management*, Vol. 23, 465-474.

- Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management, Vol. 31*, 1-12.
- Hjalager, A. M., Huijbens, E. H., Björk, P., Nordin, S., Flagestad, A., & Knútsson, Ö. (2008). *Innovation Systems in Nordic Tourism*, Nordic Information Center, Oslo.
- Hoerber, L., & Hoerber, O. (2012). Determinants of an Innovation Process: A Case Study of Technoogical Innovation in a Community Sport Organization. *Journal of Sport Management, Vol. 26*. 213-223.
- Iizuka, M. (2013). Innovation systems framework: still useful in the new global context? Working papers series: Maastricht Economic and social Research Institute on Innovation and Technology.
- Iorio, M., & Corsale, A. (2010), Rural tourism and livelihood strategies in Romania. *Journal of Rural Studies, Vol. 26*, 152-162.
- Lundvall, B-Å (2005) Innovation System Research and Policy. Where It Came from and where It Should Go. Paper, Aalborg University.
- López, A., & Ramos, D. (2015). Innovation in Services: The Case of Rural Tourism in Argentina. *Emerging Markets Finance & Trade, Vol. 51*, 635-646.
- Luo, Y. (2016). Development Path for Rural Tourism of Henan Province from the Perspective of Innovation. *Asian Agricultural Research, Vol. 8*, 39-47.
- National Tourism Policy. Open acces to https://www.bappenas.go.id/files/5814/1826/9547/Paparan_Deputi_Ekonomi.pdfKemenpar,
- Novelli, M., Schmitz, B., & Spencer, T. (2006). Networks, Clusters and Innovation in Tourism: A UK Experience. *Tourism Management, Vol. 27*, 1141–1152.
- Polukhina, A. N., & Lezhnin, V. V. (2015). Problems of Rural Tourism Development in Russian Regions. *Actual Problems of Economics, Vol. 2*, 239-243.
- Orfila-Sintes, F., & Mattsson, J. (2007). Innovation Behavior in the Hotel Industry. *Omega, Vol. 37*, 380–394.
- Rafai, C. (2013). Innovation in Rural Tourism: A Model for Hungarian Accommodation Providers. *Management & Marketing Challenges for the Knowledge Society, Vol. 8*, 747-766.
- Read, A. (2000). Determinants of Successful Organisational Innovation: A Review of Current Research. *Journal of Management Practice, Vol. 3*, 95-119. Rogers (1983).
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion Innovation. Third Edition*. (London: The Free Press).
- Rønningen, M. (2010). Innovation in the Norwegian Rural Tourism Industry: Results from a Norwegian Survey. *The Open Social Science Journal, Vol. 3*, 15-29.
- Saren, M. (1994). Reframing the Process of New Product Development: from "Stages" Models to a "Blocks" Framework, *Journal of Marketing Management, Vol. 16*, 633-643.
- Shaker, A. (2007). An Innovative Model of Service Development: A process guide for service managers, *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal, Vol. 12*, 2-18.
- Souto, J. E. (2015). Business Model Innovation and Business Concept Innovation as The Context of Incremental Innovation and Radical Innovation. *Tourism Management, Vol. 51*, 142-155.

Sundboa, J., F. Orfila-Sintes., & F. Sørensen (2007). The Innovative Behaviour of Tourism Firms- Comparative Studies of Denmark and Spain. *Research Policy*, Vol. 36, 88-106.

Tourism Departement of Yogyakarta Special Region. (2014). Development Study of Rural Tourism in Yogyakarta Special Region. *Annual Reports*.

Tourism Departement of Yogyakarta Special Region. (2015). Tourism Statistics. *Annual reports*.

Trianggono, B., Wiloso, P. G., & Sasongko, G. (2018). Pariwisata Dalam Perspektif Actor Network Theory (Studi Kasus Top Selfie Pinusan Kragilan Desa Pogalan, Jawa Tengah, Indonesia). *Jurnal Pariwisata Pesona*, Vol. 03, 91-104