

## **DESA WISATA TEGAREN: SADEWA, JADESTA, ADWI DAN PERSEPSI SOSIAL PUBLIK TERHADAP KEMAJUAN DESA WISATA**

**Praja Firdaus Nuryananda<sup>1</sup>**

UPN “Veteran” Jawa Timur  
firdaus.praja@gmail.com\*

**Joko Mijiar<sup>2</sup>**

UPN “Veteran” Jawa Timur  
joko.mijiar.par@upnjatim.ac.id

**A. Muammar Alawi<sup>3</sup>**

UPN “Veteran” Jawa Timur  
a.muammar.par@upnjatim.ac.id

**Wahyuni<sup>4</sup>**

UPN “Veteran” Jawa Timur  
wahyuni.par@upnjatim.ac.id

### **ABSTRACT**

*It has been four years since the process of developing a tourism village in Tegaren has been going on since 2019. Appreciation to the hard work of all parties involved in raising a tourism village in Tegaren, this village, which is located in the northern part of Trenggalek, has made several achievements. In addition to being one of the Seratus Desa Wisata villages that were fostered directly by Trenggalek Regency, Tegaren has succeeded in becoming the top 500 Anugerah Desa Wisata Indonesia 2022 and won third place at the local Soetran Award. The research team later found that with this series of achievements, the progress of developing tourism villages in Tegaren ultimately created positive social perceptions from stakeholders in Tegaren and the wider village community. By using interview instruments, questionnaires, and literature studies, the research team assessed that this perception was formed due to three things, including 1) the increasing attention that Tegaren received from the Trenggalek Regency government and the agencies under it, 2) the more trusted Tegaren to be the organizer of the official activities by the Trenggalek Regency government, and 3) the existence of village original income (pendapatan asli desa/PAD) from the tourism sector which this time became the first time Tegaren received PAD from the tourism sector. The three results of confirmation of the positive perception are verification of the success of the community-based tourism concept in developing rural tourism.*

**Keywords:** *tourism village, Tegaren, social perception, community-based tourism*

## ABSTRAK

Sudah empat tahun proses pengembangan desa wisata di Tegaren berlangsung sejak 2019. Berkat kerja keras seluruh pihak yang ikut membesarkan desa wisata di Tegaren, desa yang terletak di bagian utara Kabupaten Trenggalek ini telah menorehkan beberapa prestasi. Selain menjadi salah satu desa Seratus Desa Wisata yang dibina langsung oleh Kabupaten Trenggalek, Tegaren telah berhasil menjadi 500 besar Anugerah Desa Wisata Indonesia 2022 dan berhasil meraih juara III di penghargaan lokal Soetran Award. Tim peneliti kemudian menemukan bahwa dengan adanya rentetan prestasi ini, kemajuan pengembangan desa wisata di Tegaren pada akhirnya menciptakan persepsi sosial yang positif dari pemangku kepentingan di Tegaren dan masyarakat luas desa. Penelitian yang dilakukan di Desa Tegaren ini menggunakan metode analisis data kualitatif. Dengan menggunakan instrumen wawancara, kuisisioner, dan studi literatur, tim peneliti menilai persepsi tersebut terbentuk karena tiga hal, diantaranya 1) adanya peningkatan perhatian yang didapatkan Desa Tegaren dari pemerintah Kabupaten Trenggalek dan dinas-dinas dibawahnya, 2) semakin dipercayanya Desa Tegaren menjadi penyelenggara kegiatan-kegiatan kedinasan oleh pemerintah Kabupaten Trenggalek, serta 3) adanya pemasukan pendapatan asli desa (PAD) dari sektor pariwisata yang kali ini menjadi pertama kalinya Tegaren menerima PAD dari sektor pariwisata. Ketiga hasil konfirmasi adanya persepsi positif tersebut menjadi verifikasi akan keberhasilan konsep pariwisata berbasis komunitas dalam membangun wisata pedesaan.

**Kata Kunci:** desa wisata, Tegaren, persepsi sosial, pariwisata berbasis komunitas

## PENDAHULUAN

Pariwisata telah mengalami pergeseran paradigmatik, dari yang semula hanya menikmati keindahan alam, meningkat dengan keinginan wisatawan untuk juga belajar tentang kehidupan dan budaya masyarakat di perkotaan dan pedesaan. Jenis wisata yang dapat mengakomodasi pergeseran paradigma tersebut dan memberikan kehidupan budaya bagi masyarakat adalah desa wisata. Desa wisata adalah kawasan pedesaan yang memiliki keunikan dan ciri khusus untuk menjadi tujuan wisata (Aryani, Sunarti, & Darmawan, 2017). Bepergian ke desa memungkinkan wisatawan untuk mengalami kehidupan sehari-hari masyarakat pedesaan (Kunasekaran, 2017). Dalam kegiatan desa wisata terjadi proses pembelajaran (*learning process*) dari masyarakat (*host*) kepada wisatawan (*guest*), dan tamu mampu memberikan penghargaan (*rewarding*) terhadap nilai-nilai lokal yang masih dianut oleh masyarakat setempat. (Mijiarto, Wahyuni, Nuryananda, & Ahzani, 2022). Pengalaman unik ini memperlihatkan kebaikan dan ketenangan kehidupan pedesaan kepada wisatawan perkotaan. Namun sekiranya perlu diingat bahwa tidak semua desa wisata memberikan persepsi positif terhadap perkembangan kepariwisataan di daerahnya. Artikel ini secara spesifik memberikan hasil kajian tim peneliti terhadap persepsi masyarakat Desa Tegaren setelah empat tahun membangun desa wisatanya.

Pemerintah Indonesia, dalam hal ini Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), juga mendukung pengembangan desa wisata. Dalam mendukung pencapaian Rencana Induk Pembangunan Jangka Menengah Nasional

(RPJMN) 2020-2024, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menargetkan pada tahun 2024 akan ada 244 desa wisata yang telah tersertifikasi sebagai desa wisata mandiri. Murdiyanto mengatakan, pemerintah pusat sedang mengoptimalkan suatu wilayah dengan meningkatkan desa biasa menjadi desa wisata (Murdiyanto, 2011). Pengembangan desa wisata menjadi nilai tambah karena masyarakat dan UKM berperan penting dalam pengembangan desa wisata dan tidak lagi menjadi objek pembangunan. Masyarakat juga dilibatkan dalam perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, dan pelaporan hasil program pengembangan pariwisata. Dengan demikian upaya pembangunan dapat dirasakan langsung oleh masyarakat (Murdiyanto, 2011).

Sementara itu, Trenggalek merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang berkontribusi dalam pengembangan desa wisata berskala nasional. Visi Trenggalek adalah pengembangan sektor pariwisata sebagai pembangunan dan pemberdayaan bersama sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Trenggalek Nomor 25 Tahun 2016 tentang Kepariwisata dan tertuang juga dalam Rencana Induk Pembangunan Jangka Menengah Kabupaten Trenggalek Tahun 2016-2021. Visi tersebut semakin dibenarkan dengan tren meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke Trenggalek. Sedangkan pada 2017, menurut Kepala Daerah Trenggalek saat itu, Emil Elistiyanto Dardak, kini Wakil Gubernur Jawa Timur, jumlah wisatawan naik menjadi 700.000 pengunjung (Trenggalek, 2017). Tak hanya itu, investasi asing yang masuk Trenggalek pada 2017 senilai 264 miliar rupiah, melebihi target awal sekitar 260 miliar rupiah (Center for Glocalisation Studies, 2018). Di sisi lain, Trenggalek masih memiliki tantangan sosial ekonomi dalam mengembangkan sektor pariwisata. Tantangan ini terlihat dari potret masyarakat Trenggalek. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Timur, Indeks Pembangunan Manusia (IPM) atau Human Development Index (HDI) Trenggalek tahun 2016 sebesar 67,67 (Trenggalek, 2016). Human Development Index (HDI) sendiri sering dijadikan acuan mengenai kualitas dan kapasitas sumber daya manusia. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebenarnya kualitas dan kapasitas sumber daya manusia Trenggalek masih berada di bawah beberapa daerah lain seperti Ponorogo, Blitar, Tulungagung, Kediri, dan Banyuwangi. Kondisi di atas menambah angka bahwa 13,38% penduduk Trenggalek masih dikategorikan miskin pada tahun 2016. (Center for Glocalisation Studies, 2018). Sehingga menjadi pekerjaan rumah yang besar bagi pemerintah Trenggalek untuk kemudian membangun kualitas sumber daya manusia secara bersamaan dengan pengentasan kemiskinan dan mengarah pada pengembangan sektor pariwisata sebagai sektor yang akan dikembangkan.

Salah satu desa yang telah mengembangkan kawasannya menjadi desa wisata adalah Tegaren dengan daya tarik wisata utama berupa waduk yang dikenal dengan nama Embung Banyu Lumut. Desa ini telah merintis pengembangan desa wisata sejak tahun 2016 dan saat ini sedang mengalami beberapa perbaikan infrastruktur dan suprastruktur (Dwiridotjahjono, Wibowo, & Nuryananda, 2020). Saat pertama kali dibuka, jumlah kunjungan wisatawan tidak terlalu banyak, selain itu masih ada masyarakat yang tidak mendukung berkembangnya desa wisata ini. Selain minimnya pengetahuan masyarakat tentang pariwisata, juga belum ada bukti, terutama secara ekonomi, bahwa kegiatan wisata ini memberikan manfaat bagi masyarakat dan desa. Namun, Desa Wisata Tegaren mulai berkembang sejak tahun 2018 ketika desa ini

menerima kunjungan Wakil Bupati Trenggalek untuk kegiatan sosialisasi anti narkoba oleh Badan Narkotika Nasional (BNN) Trenggalek dan acara resmi lainnya yang diadakan oleh forum pimpinan di Kecamatan Tugu (Center for Glocalisation Studies, 2018). Beberapa prestasi juga telah ditorehkan Desa Tegaren, diantaranya menjadi salah satu desa penerima Bantuan Keuangan Khusus dari Pemerintah Trenggalek untuk pengembangan desa wisata tahun 2019. Selain itu Tegaren juga berkesempatan dikunjungi oleh Bupati Trenggalek dan mendapatkan bantuan tunai untuk pembangunan infrastruktur destinasi wisata, dan Tegaren mendapatkan nominasi Soetran Award 2019 bidang pariwisata, tahun 2021 Tegaren terpilih menjadi 35 desa wisata Trenggalek yang bekerjasama dengan Perhutani untuk pengelolaan hutan sosial, dan Tegaren terpilih sebagai objek wisata desa yang dibina langsung oleh pemerintah Kabupaten Trenggalek untuk dapat berpartisipasi dalam JADESTA (Jejaring Desa Wisata) dan ADWI (Anugerah Desa Wisata Indonesia). Beberapa capaian tersebut menjadi bukti bahwa masyarakat Tegaren memiliki modal yang cukup untuk mengembangkan desa wisata. Selain itu, Tegaren masuk dalam 500 besar ADWI pada tahun 2022 dan 2023.



**Gambar 1. Embung Banyu Lumut sebagai atraksi utama Desa Wisata Tegaren (sumber: dokumentasi peneliti)**

Berkembangnya Desa Wisata Tegaren secara tidak langsung mempengaruhi sendi-sendi kehidupan masyarakat. Pengembangan desa wisata Tegaren telah menciptakan lapangan kerja, diversifikasi pekerjaan, memperkenalkan dan meningkatkan nilai produk lokal, meningkatkan keterampilan dan pengetahuan, serta mengembangkan infrastruktur. Untuk itu perlu dilakukan penilaian persepsi masyarakat terhadap kemajuan desa wisata Tegaren. Menurut Aronson, persepsi adalah proses dimana seorang individu memilih, mengatur, dan menginterpretasikan input informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang bermakna (Aronson, 2016). Tujuan artikel ini adalah untuk mempublikasikan hasil penelitian persepsi sosial masyarakat terhadap pengembangan desa wisata di Tegaren.

## **METODOLOGI**

Penelitian kami lakukan di Desa Tegaren, Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur. Penelitian dilakukan pada bulan Agustus hingga September 2022. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi literatur, wawancara, kuesioner, dan observasi. Teknik studi pustaka disebut juga dengan teknik dokumentasi (Riduwan,

2007). Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan literatur dari penelitian sebelumnya yang diperoleh dari buku, jurnal, artikel dan situs internet.

Sedangkan data yang diperoleh melalui observasi terbagi menjadi dua yaitu primer dan sekunder. Data primer adalah data yang digali berdasarkan pengamatan langsung (Bungin, 2007). Observasi dilakukan untuk melengkapi informasi verbal yang diperoleh dari hasil wawancara. Observasi berfungsi agar peneliti mengetahui secara langsung kondisi lapangan, dan memaparkan permasalahan secara lebih detail. Dengan observasi, peneliti dapat menghubungkan informasi yang lebih komprehensif tentang satu aspek ke aspek lainnya (Zhipeng, 2020). Pengamatan dilakukan dengan pola terbuka yang diketahui semua subjek dan didukung oleh subjek penelitian. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data dengan menyatakan secara terus terang kepada sumber data bahwa ia sedang melakukan penelitian. Sehingga sejak awal sumber data mengetahui kegiatan peneliti begitu pula sebaliknya. Pengamatan dilakukan dengan mengunjungi, mengamati, dan mengumpulkan data lapangan dari objek-objek potensial yang dimiliki oleh suatu daerah (Silalahi, 2009).

Wawancara dilakukan dengan percakapan tatap muka antara pewawancara dengan sumber informasi, dimana pewawancara menanyakan langsung kepada informan tentang suatu objek atau fenomena yang akan diteliti. Informasi yang diperoleh dari wawancara dapat mendalam dan terperinci. Wawancara yang dilakukan bersifat semi terstruktur, artinya pewawancara telah menyusun poin-poin pertanyaan, namun tetap membuka peluang untuk mengembangkan pertanyaan dari informasi yang diperoleh dari informan. Wawancara jenis ini termasuk dalam kategori wawancara mendalam dimana dalam pelaksanaannya dilakukan wawancara terstruktur namun lebih fleksibel. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diundang wawancara dimintai pendapat dan ide-idenya (Silalahi, 2009).

Kuesioner yaitu menyebarkan serangkaian pertanyaan kepada kelompok dan individu di komunitas/komunitas setempat. Tujuan penggunaan kuesioner adalah untuk memperoleh informasi dengan reliabilitas dan validitas yang tinggi (Silalahi, 2009). Bentuk angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah gabungan antara bentuk terbuka dan tertutup. Pada setiap akhir pertanyaan selalu ada satu tempat yang dikosongkan, sehingga responden memiliki kesempatan untuk mengisi jawaban yang sesuai jika alternatif jawaban tidak sesuai dengan yang diinginkan (Silalahi, 2009).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif. Teknik analisis data kualitatif mengacu pada studi kasus yang kurang presisi ketika mencoba menerapkan klasifikasi pada kasus tersebut. Teknik ini juga didasarkan pada analisis yang mencari penjelasan versi, bukan penjelasan presisi. Berdasarkan Miles dan Huberman, ada tiga alur kegiatan analisis dalam teknik analisis data kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Bungin, 2007).

Kami menggunakan dua konsep utama dalam penelitian kami, yaitu *community-based tourism* (CBT) dan teori persepsi sosial. CBT adalah pendekatan pariwisata yang juga berfokus pada partisipasi serta pengakuan masyarakat lokal. Komunitas lokal dianggap sangat penting oleh CBT karena komunitas lokal beserta ekosistem di

dalamnya merupakan daya tarik/destinasi wisata. Jadi, kepariwisataan tidak hanya ditentukan oleh tempat/lokasi/tujuan wisata, tetapi juga oleh ekosistem kehidupan di dalamnya (Suksmawati, Febrianita, Alidyan, & Nuryananda, 2021). Oleh karena itu, salah satu sisi positif dari pendekatan CBT ini adalah dampak pariwisata akan dirasakan langsung oleh setiap keluarga di lingkungan masyarakat setempat. Selain itu, CBT biasanya juga memberikan manfaat positif bagi masyarakat setempat, seperti kesadaran masyarakat setempat bahwa mereka perlu belajar dan berkembang lebih jauh (Lopez-Guzman, Sanchez-Canizares, & Pavon, 2011). Menurut Hausler, keterlibatan masyarakat lokal dalam pariwisata daerah dapat diwujudkan dalam memberikan akses manajerial pengelolaan pariwisata daerah (Nurhidayati, 2015). Hal ini merupakan keterlibatan sosial politik yang nantinya akan menciptakan mekanisme masyarakat lokal yang lebih demokratis, sehingga dalam konteks pembangunan dan pemberdayaan masyarakat lokal lebih banyak diberikan hak. Untuk itu, menurut Suansri (Suansri, 2003) ada 6 (enam) prinsip yang harus dijunjung tinggi dalam pendekatan CBT ini, yaitu 1) memahami, mengakui, mendukung, dan mengembangkan kepemilikan masyarakat dalam pariwisata, 2) meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata di daerah, 3) mengembangkan kebanggaan dan kualitas hidup masyarakat setempat, 4) menjamin kelestarian lingkungan yang sehat, 5) membantu melestarikan dan meningkatkan karakter dan budaya serta kemanusiaan masyarakat setempat, dan 6) mendistribusikan pendapatan dari keuntungan secara adil dan merata dalam proyek-proyek pembangunan.

Sebagai manusia yang hidup secara individual dan kolektif, perlu memahami pemikiran dan pola tindakan manusia lainnya sebagai bentuk komunikasi dan interaksi sosial (Wuryaningrat, Pandowo, & Kumajas, 2020). Sistem pengamatan manusia merupakan salah satu dasar dari tindakan dan perilaku manusia baik secara individu maupun kelompok, yang kemudian dikenal dengan istilah persepsi. Persepsi mencerminkan cara individu menginterpretasikan pengalaman yang mengandalkan indra yang diterimanya (Liem, Panggabean, & Farady, 2019). Rangsangan misalnya berupa informasi, ditangkap oleh panca indera dikenali menurut pola yang telah dibentuk berdasarkan pengalaman, kemudian diolah dengan melibatkan atensi atau perhatian sehingga terbentuk pemahaman atau cara pandang individu terhadap lingkungan sekitarnya (Aronson, 2016). Persepsi seseorang terhadap hal yang sama sangat mungkin berbeda dengan individu lainnya, karena menyangkut pola pengalaman sebelumnya. Menurut Passer dan Smith (Passer & Smith, 2009), tindakan dan perilaku individu yang terbentuk dari persepsi disebabkan oleh dua hal, yaitu disposisi personal dan disposisi situasional. Disposisi pribadi adalah perilaku yang berkaitan dengan karakteristik internal seperti kepribadian, keyakinan, dan sikap. Sedangkan disposisi situasional, yaitu perilaku yang disebabkan oleh situasi yang terjadi di luar kehendak pribadi dan dipengaruhi oleh aspek eksternal lingkungan. Persepsi sosial sendiri didefinisikan sebagai tahap awal evaluasi niat dan disposisi psikologis orang lain dengan menganalisis perspektif, isyarat tubuh, dan gerakan lainnya. Persepsi sosial mengacu pada mengidentifikasi dan memanfaatkan isyarat sosial untuk membuat penilaian tentang peran, aturan, hubungan, konteks, atau karakteristik orang lain atau komunitas lain. Dengan kata lain, persepsi sosial mengukur pemahaman tentang hubungan komunikasi sosial antar individu dan antara individu dengan kelompok lain. Pendapat lain dikemukakan oleh Baron dan Branscombe (Baron & Branscombe, 2012) yang memahami persepsi sosial sebagai

proses yang digunakan untuk mencoba memahami orang lain. Beberapa faktor diketahui berperan dalam terciptanya persepsi sosial seseorang, seperti faktor penerima, faktor situasional, faktor perspektif dari sebuah organisasi, dan faktor objek sasaran.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Setelah 4 tahun melakukan pendampingan dan ikut mengembangkan desa wisata di Tegaren, Trenggalek, akhirnya tim peneliti mendapatkan persepsi positif dari masyarakat Tegaren. Persepsi positif ini diperoleh dengan melakukan konfirmasi dan verifikasi data secara kualitatif melalui wawancara. Wawancara dilakukan di Tegaren yang mengambil sumber data primer dari perangkat desa, pemangku kepentingan organisasi desa (Kelompok Sadar Wisata/Pokdarwis dan Badan Usaha Milik Desa/BUMDes), dan masyarakat setempat, khususnya di RT. 11 dan RT. 12 di Dusun Tompe. Dusun Tompe diambil sebagai lokasi pengambilan sampel dan data primer karena konsentrasi data kegiatan wisata di Tegaren masih berada di Dusun Tompe. Apalagi daya tarik utama desa wisata di Tegaren yaitu Embung Banyu Lumut juga terletak di Dusun Tompe.

Berdasarkan informasi yang disampaikan Heri Supriyanto selaku Kepala Desa Tegaren dan Supriyadi selaku Kepala Badan Perwakilan Desa (BPD), perkembangan desa wisata di Tegaren berdampak positif. Dampak positif ini terlihat dari peningkatan kesejahteraan warga, khususnya di Dusun Tompe. Banyak warga Dusun Tompe yang membuka lapak dan akhirnya meraup keuntungan dari dari pembelian oleh pengunjung. Keberadaan desa wisata ini juga menguntungkan pemerintah desa karena Tegaren kini semakin mendapat perhatian dari pemerintah Kabupaten Trenggalek. Perhatian tersebut diwujudkan dalam bentuk kunjungan dinas pegawai pemerintah Kabupaten Trenggalek, penunjukan sebagai lokasi penyelenggaraan kegiatan bagi pemerintah kecamatan dan kabupaten, serta bantuan dana sebagai insentif pengembangan desa wisata. Selain itu, Tegaren saat ini juga masuk dalam program prioritas pemerintah Trenggalek, yaitu Seratus Desa Wisata (SADEWA) yang merupakan program unggulan Bupati Trenggalek saat ini, Mochamad Nur Arifin.

Persepsi positif terhadap kemajuan desa wisata di Tegaren memiliki hasil yang tidak hanya memberikan peningkatan pendapatan ekonomi bagi warga desa, tetapi juga kebanggaan tersendiri. Persepsi positif ini diperkuat dengan perhatian yang lebih besar dari pemerintah kabupaten dan kecamatan terhadap pengembangan Desa Wisata Tegaren. Setelah tahun 2021, Tegaren masuk dalam program SADEWA, atau Seratus Desa Wisata. Pada tahun 2022 yang lalu Tegaren juga menjadi 500 besar dalam Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) dan diumumkan sebagai Juara III Soetran Award di Trenggalek. Sadewa sendiri merupakan program dari Trenggalek untuk mengangkat 100 desa wisata di Trenggalek. Program ini merupakan program unggulan Trenggalek yang memang memiliki visi pariwisata. Dua prestasi yang diraih Tegaren tersebut telah memberikan dorongan persepsi positif masyarakat Tegaren terhadap kemajuan desa wisatanya. Dua prestasi tersebut juga tentunya tidak muncul secara

tiba-tiba, namun juga berkat kerja keras semua pihak yang membantu pengembangan desa wisata di Tegaren. Salah satu contohnya adalah penyusunan Rencana Induk Desa Wisata Tegaren 2019-2031 yang dilakukan oleh tim peneliti bersama perangkat desa mulai tahun 2018 dan selesai pada tahun 2021. Perkembangan positif dari Tegaren ini juga secara positif menambah eksposur desa di Jejaring Desa Wisata atau JADESTA.

Hal penting lainnya bagi Tegaren ketika berhasil mengembangkan desa wisata adalah meningkatnya pendapatan asli desa (PAD) yang diperoleh dari sektor pariwisata. Selama ini Tegaren belum pernah memiliki aliran pendapatan desa dari sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan aset wisata yang ada belum dikelola dengan baik dan dikembangkan secara inovatif. Pada periode 2018 dan 2019, Tegaren mulai serius mengembangkan desa wisatanya. Dari upaya pengembangan desa wisata tersebut, akhirnya pada tahun 2021 Tegaren bisa mendapatkan pendapatan desa dari sektor pariwisata. Menurut Kepala Desa, penjualan makanan dan minuman dari warung di Embung Banyu Lumut serta tiket masuk Embung Banyu Lumut merupakan dua aliran pendapatan utama Tegaren melalui sektor pariwisata. Ada empat kios di Embung Banyu Lumut dengan perkiraan omzet total 5 juta rupiah setiap minggunya. Selain itu, tiket masuk Embung Banyu Lumut yang dijual di loket juga menjual 100-150 tiket per minggu. Satu tiket dijual seharga 5 ribu rupiah, jadi jika dihitung berdasarkan informasi ini, Embung Banyu Lumut mampu menghasilkan 750 ribu rupiah per minggu. Besaran pendapatan tersebut relatif tinggi bagi masyarakat desa dan tentunya pendapatan tersebut sangat berarti bagi desa.



**Gambar 2. Diskusi dengan para anggota BUMDes Sugih Arto di Desa Tegaren (sumber: dokumentasi tim peneliti)**

Persepsi positif juga diperoleh dari konfirmasi dan verifikasi yang dilakukan tim peneliti terhadap warga Tegaren yang diwakili oleh anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Sugih Arto. Anggota Pokdarwis dan BUMDes Sugih Arto Tegaren berbeda-beda berdasarkan usia dan jenis kelamin. Namun saat melakukan penggalian data, hampir semua yang datang diwakili oleh anggota laki-laki dan masih muda. Seluruh anggota Pokdarwis dan BUMDes Sugih Arto serentak memberikan informasi bahwa Desa Wisata Tegaren kini mulai dikenal di seluruh penjuru Trenggalek. Tidak hanya oleh pegawai negeri atau pejabat

pemerintah, tetapi juga masyarakat umum di Trenggalek. Hampir 50% pengunjung di Desa Wisata Tegaren adalah keluarga kecil yang terkadang datang ke Embung Banyu Lumut untuk bersantai dan menghabiskan waktu bersama keluarga. Setelah itu, 30% diantaranya adalah pengunjung muda, baik yang masih sekolah maupun yang sudah bekerja. Sedangkan 20% pengunjung sisanya adalah pengunjung dari luar daerah Trenggalek, pejabat pamong praja, dan penjual makanan keliling. Pengunjung juga terkadang menghabiskan waktunya untuk membuat konten media sosial, pemotretan *pre-wedding*, dan berkemah. Pola pengunjung seperti ini menyesuaikan dengan postur Desa Wisata Tegaren yang menampilkan keindahan alam, kebaikan masyarakat pedesaan dan kecintaan yang tercipta selama kunjungan.

Banyaknya komentar positif dan persepsi positif terhadap kemajuan desa wisata di Tegaren memang menjadi modal utama perjuangan Desa Wisata Tegaren di SADEWA, JADESTA, dan ADWI. Tentu saja, persepsi positif ini juga merupakan verifikasi konsep dan teori pariwisata berbasis masyarakat. Tegaren sejak awal ingin memberikan inklusivitas dalam pengembangan desa wisata. Sehingga mendorong inisiatif dan partisipasi dalam pengembangan desa wisata di Tegaren. Jika di desa lain diadakan musyawarah desa (Musdes) setiap pergantian tahun, maka Tegaren mengadakan Musdes minimal empat kali dalam setahun untuk membahas partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata di Tegaren. Modal sosial ini juga membantu masyarakat Tegaren meraih kesuksesan dalam mengembangkan desa wisatanya.

Namun, dalam setiap perkembangan dan kemajuan akan selalu ada pro dan kontra. Meski semua perangkat desa sepakat bahwa pengembangan desa wisata di Tegaren telah menghasilkan prestasi, namun ada sedikit catatan dari mereka yaitu tentang keluhan kecil warga tentang keramaian desa. Beberapa warga di RT. 11 dan RT. 12 Dusun Tompe mengeluhkan kebisingan yang berlebihan akibat pembangunan desa wisata ini. Ini biasanya terjadi pada hari Sabtu dan Minggu di mana pengunjung mencapai puncak kedatangan. Keramaian yang berlebihan ~~biasanya bukan hanya~~ karena lalu lintas pengunjung Embung Banyu Lumut, tetapi juga banyaknya sampah yang dihasilkan selama hari Sabtu dan Minggu tersebut. Pokdarwis dan warga Dusun Tompe sebenarnya sudah mengantisipasi hal tersebut dengan menambah jumlah tempat sampah, namun ternyata kebiasaan pengunjung atau turis lokal yang hadir masih belum terbentuk sehingga menimbulkan dampak yang tidak diinginkan. Meski terkesan minor, keluhan warga perlu diperhatikan agar pengembangan dan promosi desa wisata di Tegaren tidak menimbulkan pro dan kontra yang ekstrim di kalangan warga desa itu sendiri.

Masalah konsentrasi pengunjung menjadi pekerjaan rumah baru untuk dipecahkan bersama. Harus diakui bahwa pengembangan desa wisata di Tegaren masih terlalu terfokus pada RT. 11 dan RT. 12 Dusun Tompe yang memiliki tujuan wisata utama yaitu Embung Banyu Lumut. Pengunjung memang harus dipisahkan agar tidak menumpuk di satu objek wisata, tetapi bisa menyebar ke tempat wisata lain di Tegaren. Urgensi pengembangan atraksi kain Shibori dan atraksi wisata lainnya semakin meningkat karena untuk memecah konsentrasi pengunjung di satu tempat

saja. Masalah ini seharusnya menjadi tantangan baru bagi warga Tegaren untuk lebih mengembangkan desa wisatanya. Jika memang masalah ini dapat diselesaikan dengan baik, maka Desa Wisata Tegaren berpeluang untuk dapat berkembang secara mandiri dan sukses di masa mendatang.

## SIMPULAN

Desa Wisata Tegaren dapat menjadi salah satu studi kasus untuk memperkuat asumsi bahwa pariwisata berbasis masyarakat dapat menjadi salah satu pengangkat ranking pengembangan desa wisata, setidaknya untuk wilayah Jawa Timur. Dengan beberapa torehan prestasi selama kurun waktu kurang lebih empat tahun, keberhasilan Tegaren meraih prestasi tersebut mengakibatkan munculnya persepsi positif dari pemangku kepentingan desa dan masyarakat luas di Tegaren. Prestasi yang ditorehkan Tegaren juga dapat menjadi modal Tegaren untuk menapaki pengembangan desa wisata yang lebih besar dan memberikan dampak yang semakin positif bagi masyarakat sekitar di desa tersebut.

Meski demikian, pengembangan desa wisata di Tegaren tidak serta merta mengikis kendala apapun. Salah satu kendalanya adalah adanya keluhan dari beberapa warga di RT tersebut. 11 dan RT. 12 Dusun Tompe terkait kebisingan pengunjung yang berlebihan dan volume sampah yang juga melebihi kapasitas shelter yang disediakan warga. Hal ini menimbulkan ketidaknyamanan bagi beberapa keluarga yang tinggal dekat dengan titik objek wisata utama di Tegaren, yaitu Embung Banyu Lumut. Konsentrasi pengunjung ini sangat perlu menjadi pembahasan evaluasi pengembangan desa wisata di Tegaren. Distribusi pengunjung memang perlu diatur karena fokus pada satu objek wisata tidak akan menjadikan Tegaren sebagai desa wisata yang berdampak ke seluruh pelosok desa.

Walaupun setiap desa memiliki postur dan aset wisata yang berbeda, namun konsep pariwisata berbasis masyarakat memang dapat diterapkan untuk membangun dan mengembangkan desa wisata. Tim peneliti menjadikan konsep *community based tourism* sebagai dasar pengembangan desa wisata di Tegaren. Penerapan konsep pariwisata berbasis masyarakat tentunya akan menyesuaikan dengan aset wisata yang dimiliki oleh suatu daerah. Setiap daerah memiliki perbedaan dalam bentuk asetnya dan kapasitas sumber daya manusia untuk mengelola aset tersebut. Penerapan konsep pariwisata berbasis masyarakat juga akan memberikan peluang bagi desa wisata untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusianya secara signifikan. Inilah kunci bagaimana desa wisata di Tegaren dapat memberikan dampak positif berupa capaian kepariwisataan.

## DAFTAR PUSTAKA

Aryani, S., Sunarti, & Darmawan, A. (2017). Analisis Dampak Pembangunan Pariwisata Pada Aspek Ekonomi dan Sosial Budaya Masyarakat (Studi Kasus pada Desa Wisata Bejiharjo, Kecamatan Karangmojo, Kabupaten Gunungkidul, D.I. Yogyakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 49, No. 2.*

- Kunasekaran, P. (2017). Measuring Sustainable Indigenous Tourism Indicators: A Case of Mah Meri Ethnic Group in Caret Island, Malaysia. *Journal of Sustainability*, 9.
- Mijiarto, J., Wahyuni, Nuryananda, P. F., & Ahzani, W. K. (2022). Tantangan Pembentukan Identitas Kampung Besek dan Pemberdayaan Perempuan di Desa Tegaren. *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, Vol. 13, No. 1, <https://doi.org/10.31294/khi.v13i1.11405>.
- Murdiyanto, E. (2011). Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Karanggeneng, Purwobinangun, Pakem, Sleman. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, Vol. 7, No. 2, 91-101.
- Center for Glocalisation Studies. (2018). *Laporan Pra-Penelitian Desa Wisata Tegaren*. Surabaya: Center for Glocalisation Studies.
- Trenggalek, K. (2016). *JDIH Database Peraturan*. Retrieved from <https://peraturan.bpk.go.id/>: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/56106>
- Trenggalek, K. (2017). Retrieved from <https://www.trenggalekkab.go.id/article/berita/realisasi-investasi-pmdn-dan-pma-tahun-2017->
- Aronson, E. (2016). *Social Psychology 9th Edition*. Pearson Education.
- Riduwan. (2007). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Zhipeng, G. (2020). From Empirical Observation to Social Intervention: The Marxization of Psychology in China, 1949-1958. *Review of General Psychology*, Vol. 4.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Suksmawati, H., Febrianita, R., Alidyan, M., & Nuryananda, P. F. (2021). Besek Tegaren: ABCD, CBT, dan Glokalisasi dalam Satu Kemasan. *Jurnal Sawala*, <http://jurnal.unpad.ac.id/sawala/article/view/29848>.
- Lopez-Guzman, T., Sanchez-Canizares, S., & Pavon, V. (2011). Community Based Tourism in Developing Countries: A Case Study. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, Vol. 6.
- Nurhidayati, S. E. (2015). Studi Evaluasi Penerapan Community Based Tourism (CBT) sebagai Pendukung Agrowisata Berkelanjutan. *Masyarakat, Kebudayaan, dan Politik*, Vol. 28.
- Suansri. (2003). *Community Based Tourism Handbook*. Thailand: REST Project.

- Wuryaningrat, N., Pandowo, A., & Kumajas, L. (2020). Persepsi Sosial Masyarakat Sulawesi Utara di Saat Pandemi COVID-19. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Vol. 4.
- Liem, S., Panggabean, H., & Farady, R. (2019). Persepsi Sosial Tentang Stunting di Kabupaten Tangerang. *Jurnal Ekologi Kesehatan*, Vol. 18.
- Passer, M. W., & Smith, R. E. (2009). *Psychology: The Science of mind and behavior*. McGraw-Hill.
- Baron, R. A., & Branscombe, N. R. (2012). *ocial Psychology (13th ed.)*. Pearson Education.
- Dwiridotjahjono, J., Wibowo, P., & Nuryananda, P. F. (2020). Bamboonomic: Ekonomi Bambu Pendukung Desa Wisata Tegaren. *Jurnal Master Pariwisata*, Vol. 6, No. 2, <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2020.v06.i02.p01>.