

PASAR PUNAKAWAN, PENGEMBANGAN PARIWISATA KREATIF BERWUJUD DESTINASI DIGITAL SEBAGAI USAHA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI DESA SELO, KECAMATAN SELO, BOYOLALI

Syafril, Azizul Hakim, Alfian Bagaswara, Elfira Pradita, Putri Noor Ilmi, Muhammad Rangga Yusuf, Na'im Fajarul H., Indirwan, Restiyani, Bagas Audi Ginting, Rysca Indreswari, Muhammad Rustamaji

Universitas Sebelas Maret, Indonesia

Diterima: Oktober 2018 Disetujui: November 2018 Dipublikasikan: Desember 2018

Abstrak

Desa Selo memiliki keindahan pemandangan dan kesuburan tanah serta kearifan lokal yang menjadi daya tarik wisatawan, akan tetapi pengembangan wisata belum optimal. Pemahaman masyarakat terhadap wisata yang bernilai jual tinggi masih kurang optimal, belum terintegrasinya tata kelola potensi wisata secara terpadu, serta kurangnya keterlibatan instansi pemerintahan secara aktif dalam mengelola Desa Selo merupakan beberapa permasalahan yang ada. Melihat permasalahan tersebut pengusul menawarkan konsep wisata pasar Punakawan yang mengemas potensi wisata yang dimiliki masing-masing dusun di Desa Selo seperti, UMKM roti, jamu, kuliner tradisional, sayur mayur dan tanaman hias, serta lebih mengenalkan seni budaya lewat tari Topeng Ireng dan permainan tradisional serta usaha sewa kostum adat Desa Selo. Aset dan potensi yang sudah ada dikelola dengan konsep pasar Punakawan sebagai upaya pengintegrasian dari manajemen wisata terpadu. Tim bekerjasama dengan Kelompok Sadar Wisata Desa Selo untuk membuat destinasi digital bernama Pasar Punakawan. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah Participatory Rural Appraisal (PRA). Tahapan kegiatan ini terdiri dari: Focus Group Discussion persiapan pembuatan Pasar Punakawan, pembuatan pasar, publikasi di sosial media, pendampingan dan monitoring program. Pasar Punakawan merupakan destinasi digital yang memadukan kuliner, kesenian dan permainan tradisional yang berlatar gunung Merapi dan Merbabu. Pasar Punakawan sudah masuk ke dalam daftar destinasi digital Kementerian Pariwisata dan dibuka setiap hari Minggu. Manfaat dari kegiatan ini adalah masyarakat semakin berdaya karena dapat memasarkan hasil panen, berdagang makanan tradisional dan menyajikan kesenian tradisional. Adanya pasar digital ini menghasilkan multiplier effect bagi pengembangan industri kreatif Desa Selo. Dengan demikian diharapkan income generating Desa Selo semakin meningkat.

Kata Kunci: Desa Selo, Destinasi Digital, Kearifan Lokal, Pemberdayaan Masyarakat Pariwisata Kreatif.

Pendahuluan

Kata Selo dalam penamaan Desa Selo menurut bahasa Jawa memiliki arti *sela*, pemberian kata *sela* berasal dari kondisi geografis Desa Selo yang terletak di sela-sela Gunung Merbabu dan Gunung Merapi. Akses menuju Desa Selo dapat ditempuh dengan melalui Jalan Raya Solo-Boyolali-Magelang. Dengan kondisi geografis yang sangat strategis, Desa Selo memiliki potensi untuk berkembang sebagai desa wisata.

Desa Selo merupakan salah satu desa pilot berdasarkan Surat Edaran Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Nomor 266/B/KM/2017 tentang Prioritas Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada 40 lokasi desa pilot. Desa Selo terdiri dari 4 dusun, 11 dukuh, dan 4 RW serta 24 RT. Mayoritas mata pencaharian penduduk Desa Selo adalah petani dan peternak. Dusun-dusun di Desa Selo mempunyai karakteristik yang khas dalam pengembangan pariwisata. Fokus pengembangan pariwisata demikieaan, dapat dilihat misalnya pada Dusun Senet yang memfokuskan diri pada pengembangan agrowisata tanaman sayur, tanaman hias dan UMKM Putri Mandiri yang memproduksi keripik sayur, roti, jamu serta pemanfaatan limbah plastik menjadi

tas dan aksesoris. Dusun Sepandan Kulon terfokus pada pengembangan seni dan budaya berupa Tari Ireng, Kesenian Campur Bawur di bawah naungan pagayuban Maestro Krida Budaya. Dusun Sepandan Wetan terfokus pada pengembangan peternakan sapi potong dan sapi perah.

Indahnya pemandangan Boyolali dari ketinggian 1.654 meter di atas permukaan laut (dpl) menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Salah satu wisata unggulan Desa Selo saat ini adalah spot foto Gancik Hill Top (Gambar 1). Wisata Gancik Hill Top telah dikembangkan selama dua tahun. Pengembangan awal akses jalan hingga konstruksinya dibangun secara swadaya oleh masyarakat Desa Selo di bawah koordinasi Kelompok Sadar Wisata Desa Selo Argo. Bukit Gancik ini berada 2.000 meter di atas permukaan laut dan gardu pandangnya memiliki tinggi hingga 10 meter yang menghadap ke gunung Merapi, sehingga pemandangan dari gardu ini terlihat sangat memanjakan mata. Wisatawan juga dapat mendirikan tenda, sekaligus menunggu datangnya *sunrise* maupun *sunset*. Akses menuju Bukit Gancik ini cukup mudah karena lokasinya cukup dekat dengan permukiman warga.



Gambar 1. Gancik Hill Top

Selain menawarkan keindahan alam, Desa Selo juga memiliki potensi pertanian berupa sayur mayur dan buah endemik “kesemek” yang merupakan komoditi ekspor. Melihat potensi ini, Desa Selo juga tengah mengembangkan agrowisata berupa petik sayur dan tanaman hias.

Pada keseharian Desa Selo masih memegang teguh kearifan lokal. Hal ini dapat dilihat dari partisipasi warga dalam mengembangkan desa secara gotong-royong. Selain itu ritual “Petri Tuk Babon” dan kesenian Topeng Ireng dan Campur Bawur masih dilestarikan sampai saat ini. Keramahan masyarakatnya merupakan aset dalam pengembangan pariwisata kreatif selain sumber daya alam.

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan di Desa Selo, masih terdapat berbagai macam hambatan, diantaranya belum terintegrasinya potensi-potensi wisata yang ada di Desa Selo, akses jalan yang sulit dilalui khususnya bagi kendaraan roda empat, minimnya pengetahuan masyarakat tentang pariwisata kreatif dan perkembangan teknologi yang berdampak pada sistem publikasi yang belum optimal, minimnya fasilitas penunjang wisata seperti area parkir, toilet umum, tempat ibadah dan tempat makan serta belum adanya manajemen yang jelas terkait pengelolaan wisata yang terpadu. Padahal perkembangan era ekonomi kreatif memberikan peluang sekaligus menjadi tantangan bagi individu dan masyarakat untuk melahirkan berbagai kreativitas di berbagai bidang (Musthofa dan Gunawijaya, 2015).

Mencermati permasalahan tersebut, pengusul menawarkan konsep wisata dengan *branding* ‘Pasar Punakawan’ yang mengemas potensi wisata yang dimiliki masing-masing dusun di Desa Selo seperti, UMKM roti, jamu, kuliner tradisional, sayur mayur dan tanaman hias, serta lebih mengenalkan seni budaya lewat tari Topeng Ireng dan permainan tradisional (egrang, dakon dan jungkat jungkit) serta usaha sewa kostum adat Desa Selo. Aset dan potensi yang sudah ada dikelola dengan konsep pasar Punakawan sebagai upaya pengintegrasian dari manajemen wisata terpadu. Berdasarkan kajian awal pengusul, konsep wisata semacam ini sedang diminati wisatawan kekinian.

Dengan dukungan warga, pemerintah desa, dan kemitraan yang berkesinambungan dari Dinas Pariwisata, Dinas Pertanian, Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan *travel agent*, diharapkan pasar wisata “Pasar Punakawan” tidak hanya menjadi entitas bisnis berbasis destinasi digital, tetapi juga sarana edukasi budaya Jawa masa lalu dan pelestarian nilai-nilai budaya luhur nenek moyang. Dengan adanya konsep pasar wisata “Pasar Punakawan” diharapkan menjadi sarana edukasi untuk wisatawan dan sarana dalam memberdayakan masyarakat, meningkatkan pendapatan masyarakat melalui *multiplier effect* yang dihasilkan, dan menjadi desa yang berdikari secara ekonomi. Pada titik inilah pariwisata sebagai suatu sektor yang kompleks mampu menghidupkan sektor-sektor lain meliputi industri-industri seperti kerajinan tangan, cendera mata, penginapan, dan transportasi (Wahab, 1976).

Metode Pelaksanaan

Metode yang dilaksanakan dalam kegiatan ini adalah Participatory Rural Appraisal (PRA). Metode Participatory Rural Appraisal merupakan suatu metode pendekatan dalam proses pemberdayaan dan peningkatan partisipasi masyarakat, yang tekanannya pada keterlibatan masyarakat dalam keseluruhan kegiatan pembangunan. Metode PRA merupakan pengembangan dari metode-metode terdahulu, diantaranya teknik Rapid Rural Appraisal (RRA) yang kurang dalam mengajak stakeholder untuk berpartisipasi dalam program atau kebijakan (Chambers, 1985). Pendekatan PRA dimaksudkan menjadikan warga masyarakat sebagai perencana, pelaksana program pembangunan dan bukan sekedar menjadi objek pembangunan. Tahapan dalam pelaksanaan program ini adalah: 1. Survei awal. Kegiatan survei awal dilakukan Tim dengan mengadakan pertemuan bersama kepala desa dan sekretaris Kelompok Sadar Wisata “Selo Agro” untuk menjelaskan tujuan dari Program Hibah Binaa Desa (PHBD), kemudian dilanjutkan mengumpulkan data monografi dan topografi serta potensi desa. 2. Identifikasi masalah. Langkah identifikasi masalah dilakukan dengan survei tim ke lokasi melalui cara wawancara dengan kepala desa serta perangkat desa dan Sekretaris Kelompok Sadar Wisata “Selo Agro” mengenai potensi dan permasalahan desa. 3. Analisis kebutuhan masyarakat. Upaya selanjutnya yaitu, Tim bersama kepala desa dan Kelompok Sadar Wisata “Selo Agro” merumuskan permasalahan yang akan dikelola melalui PHBD. 4. Penetapan khalayak sasaran. Guna mengoptimalkan program, khalayak sasaran dalam program ini adalah kelompok masyarakat yang bergerak di bidang pariwisata, pertanian, perindustrian dan perdagangan yang masih memerlukan pembinaan, pendidikan, pelatihan dan penyuluhan guna meningkatkan perekonomian desa. 5. Penyusunan program. Selanjutnya, langkah penyusunan program dilakukan secara bersama oleh tim dengan arahan dosen pembimbing. Pelaksanaan

program yang terdiri dari: sosialisasi konsep Pasar Punakawan, pembuatan branding Pasar Punakawan dengan nama 'Pasar Punakawan', Promosi Pasar Punakawan dan pengembangan Gancik Hills.

Selanjutnya langkah yang ke-6, yaitu perumusan dan pengukuran indikator keberhasilan. Adapun langkah perumusan dan pengukuran indikator keberhasilan dirumuskan dengan memperhatikan hal-hal berikut ini: 1).Perubahan perilaku masyarakat, meningkatnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengembangkan potensi desa, terutama di bidang pariwisata kreatif. Pengukuran indikator ini akan dilakukan dengan pretest dan posttest pada saat sebelum dan sesudah sosialisasi dengan tema pengembangan pariwisata kreatif. Peningkatan pengetahuan dan sikap diukur dengan membandingkan nilai pretest dan posttest dengan uji Wilcoxon. Pertanyaan untuk mengukur nilai pengetahuan dan sikap berbentuk soal objektif telah diuji validitas dan reliabilitasnya (Morissan, 2012), terdiri dari sebanyak 20 soal untuk pengetahuan dan sebanyak 10 soal sikap. Aspek pengetahuan yang diukur meliputi pengetahuan tentang sapta pesona dan pengelolaan pariwisata. Pertanyaan mengenai sikap diuraikan untuk mengetahui pola pikir masyarakat dalam mengadopsi program. Hasil pretest dan posttest dianalisis secara deskriptif dalam bentuk tabulasi. Perbedaan nilai pretest dan posttest merupakan perubahan tingkat pengetahuan dan sikap. Untuk mengetahui peningkatan pengetahuan dan sikap digunakan kriteria persentase efektivitas dengan rumus=
$$\frac{(PS-PR)}{(N2Q-PR)} \times 100\%$$
, dimana PS=posttest, PR=pretest, N=jumlah responden, 2=nilai tertinggi, Q=jumlah pertanyaan, 100%=pengetahuan yang ingin dicapai. PS-PR merupakan peningkatan pengetahuan dan N2Q-PR merupakan nilai kesenjangan. Persentase efektivitas tingkat pengetahuan dibagi atas tiga kriteria (Ginting, 1991) yaitu: kurang efektif (< 32%), cukup efektif ($\geq 32-64\%$) dan efektif ($\geq 64\%$). 2) Terjalin kemitraan dengan berbagai pihak seperti dinas pariwisata, pertanian, perindustrian dan perdagangan serta kelompok sadar wisata dan tani yang dapat menyokong kesuksesan dan keberlanjutan program. 3) Terbentuknya paguyuban di masyarakat yang dapat meneruskan keberlanjutan pengembangan program. Paguyuban tersebut bertanggung jawab sebagai pengelolaan program.

Adapun langkah ke-7, yaitu pelaksanaan program. Konsep Pasar Wisata, Pasar Punakawan diproyeksikan dilaksanakan melalui tiga tahap yaitu sosialisasi dan pembuatan Pasar Punakawan dan promosi. Pengenalan konsep Pasar Wisata, Pasar Punakawan dengan mendatangkan narasumber Shafiq Pahlevi Lontoh selaku ketua Generasi Pesona Indonesia GenPI Jawa Tengah dan Wiwis Trisiwi Handayani selaku Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Boyolali. Pasar Wisata, Pasar Punakawan menawarkan produk-produk industri kreatif seperti UMKM roti, jamu, sayur mayur, tanaman bunga dan hias, keripik sayur, makanan tradisional, dan menawarkan permainan

tradisional serta diramaikan oleh pertunjukan kesenian tradisional Desa Selo. Selama praktek ini berlangsung akan dilakukan perdampingan secara berkala untuk mengetahui dan memberikan solusi atas hambatan atau permasalahan yang timbul.

Hasil dan Pembahasan

Pembuatan Pasar Wisata, Pasar Punakawan

Pasar Punakawan didirikan di atas tanah desa. Pemilihan lokasi yang terletak di Dusun Senet, didasari bahwa lokasi berada tidak jauh dari Gancik Hill Top dan lokasi pasar berada di area yang memiliki pemandangan yang indah. Pembangunan Pasar Punakawan dilakukan kurang lebih selama stau bulan dengan melibatkan masyarakat secara aktif. *Soft launching* pasar dilaksanakan pada hari Sabtu, 25 Agustus 2018 oleh Camat Selo, Kepala Desa Selo, dan Perwakilan Dekanat Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret.

Pasar Punakawan dibuka setiap Minggu pukul 09.00 s.d. 15.00 WIB. *Grand Launching* pasar dihadiri oleh Kepala Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata, Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa, Dinas Komunikasi dan Informasi, Bappeda, Dinas Pasar, sekaligus deklarasi Generasi Pesona Indonesia Boyolali. Pasar Punakawan terdiri dari 16 (enam belas) lapak yang diisi dengan kuliner tradisional, hasil bumi, permainan tradisional, dan lapak penukaran koin. Secara khusus, Pasar Punakawan juga menawarkan berbagai produk-produk industri kreatif dan kesenian serta permainan tradisional sebagai berikut:

1. Produk-produk industri kreatif Produk dari UMKM di Desa Selo yang telah merambah ke luar Desa Selo adalah produk makanan roti, kripik dari sayuran, jamu dari tanaman herbal, tanaman bunga hias dan makanan tradisional. Manajemen penjualan produk tersebut dijual secara terpisah, yaitu masing-masing penjual menggunakan kostum tradisional kebaya dan lurik. Transaksi antara pengunjung dan penjual di Pasar ini menggunakan perantara koin, koin tersebut disediakan oleh loket yang telah tersedia kemudian pengunjung dapat menukarkan uang rupiah mereka dengan koin yang telah dikonversi sesuai dengan nominal rupiahnya.
2. Kesenian dan permainan tradisional sebagai pengisi di dalam Pasar Punakawan digelar berwujud kesenian tradisional Desa Selo seperti kesenian Topeng Ireng maupun Tari Campur Bawur dan sejenisnya. Penampilan kesenian ini ditampilkan di tengah pasar, sehingga menambah semarak pasar yang bernuansa tradisional. Unsur tradisional di dalam pasar juga diramaikan dengan penyewaan kostum tradisional Desa Selo sebagai media untuk *Photobooth* serta adanya permainan tradisional yang ditawarkan seperti egrang, dakon dan jungkat-jungkit.



Gambar 2. Lapangan Dusun Senet sebelum dan sesudah pembentukan pasar

Proses pembuatan pasar hingga pasar terbentuk dan masuk dalam beberapa kali pagelaran, tentunya tetap ada evaluasi yang dilakukan oleh tim dari mahasiswa kepada para pengelola pasar dan penjual yang mengisi lapak. Evaluasi ini bertujuan untuk memperbaiki manajemen dan pelaksanaan pasar dalam pagelaran-pagelaran selanjutnya, mengingat di pagelaran awal masih terdapat berbagai kendala, seperti belum teraturnya parkir pengunjung, masih terdapat penggunaan uang kertas dalam bertransaksi, dan penyediaan tempat sampah yang masih sangat minim. Program ini tentunya dapat berkelanjutan karena telah mendapat dukungan yang baik dari masyarakat dengan terbentuknya pengelola pasar, terbentuknya GenPi cabang Boyolali yang bersinergi dengan pengelola pasar untuk memajukan wisata Boyolali, serta Bappeda dan UPTD terkait akan menganggarkan untuk pengembangan Pasar Punakawan.

Promosi Pasar Punakawan-Selo Punakawan

Media promosi Pasar Punakawan di desa Selo menggunakan media elektronik berupa sosial media instagram, youtube, televisi dan media cetak berupa leaflet dan peta wisata. Cara promosi yang mudah dan tidak memerlukan biaya yang besar dengan menekankan pada bentuk visual atau gambar, adanya fitur *hashtag* yang mempermudah pencarian, dan jumlah *stalker* yang cepat meningkat, sama halnya dengan penyebarluasan informasi melalui youtube dengan adanya fitur-fitur penggunaan yang dapat meluaskan informasi dari pengguna ke pengguna lainnya. Pemasaran wisata melibatkan kemitraan Dinas Pariwisata, Dinas Perdagangan dan Perindustrian, supaya terjalin sinergi pengembangan wisata yang berkelanjutan. Untuk mendukung promosi secara nasional, tim melakukan pendekatan dan melakukan kerja sama dengan Generasi Pesona Indonesia Jawa Tengah. Pasar Punakawan telah ditetapkan sebagai destinasi digital oleh Kementerian Pariwisata pada tahun 2018.



Gambar 3. Promosi Pasar dalam Liputan Seputar Jawa Tengah dan Data Destinasi Digital 2018 oleh Kementerian Pariwisata

Perintisan Kemitraan

Kemitraan untuk program ini dirintis berdasarkan adanya tujuan yang sama antara Tim dan Mitra. Tim merintis mitra melalui kemitraan yang sesuai dengan tujuan program mitra yang memiliki kesamaan dengan program Tim. Kemitraan program ini adalah dengan Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata serta komunitas Generasi Pesona Indonesia sebagai media promosi destinasi digital.



Gambar 4. Audiensi dengan Pemerintah Kabupaten Boyolali

Simpulan

Program Hibah Bina Desa sudah berjalan dengan sangat baik, meskipun masih terus harus ditingkatkan karena program ini berbasis pada kreativitas. Masyarakat Desa Selo dalam hal ini, dan khususnya kelompok sadar wisata “Selo Argo”, Kelompok Tani, UMKM Desa, Dinas Pariwisata, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Boyolali serta pemerintah desa setempat merespon dengan baik program ini. Pelatihan pengelolaan pasar wisata yang secara detail juga menyasar standarisasi rasa dan penyajian makanan tradisional dan pentas tari tradisional, diikuti dengan antusias. Pada akhir program dilakukan penyerahan pengelolaan Pasar Punakawan kepada masyarakat Desa Selo dan seluruh kelompok sadar wisata yang telah terbentuk untuk menjadi destinasi digital serta menampung berbagai gelaran kreatif warga Desa Selo, Boyolali. Dengan adanya destinasi digital ini diharapkan mampu menopang sektor pariwisata yang sedang dirintis Desa Selo berwujud Pasar Punakawan.

Daftar Pustaka

- Badan Ekonomi Kreatif Indonesia. 2017. Data Statistik dan Hasil Survei EKONOMI KREATIF. Kerjasama Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik.
- Bagus, G.N. 1991. Hubungan Pariwisata dengan Budaya di Indonesia: Prospek dan Masalahnya dalam Kumpulan Kongres Kebudayaan. Jakarta [ID]: Depdikbud
- Chambers, R. 1985. Rural development : putting the last first. Longman. London ; New York.
- Fitriana, A. N., I. Noor, dan A. Hayat. 2014. Pengembangan Industri Kreatif Di Kota Batu (Studi Tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan Di Kota Batu). Jurnal Administrasi Publik 2 (2): 281-286.
- Friedman, J. 1992. Empowerment The Politics of Alternative Development. Blackwell Publishers, Cambridge, USA.
- Kartasasmita, G. 1996. Pembangunan Untuk Rakyat – Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan. Penerbit PT. Pustaka CIDESINDO, Jakarta.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2014). Ekonomi Kreatif: Rencana Aksi Jangka Menengah 2015-2019. Jakarta : Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
- Musthofa, B. M. dan J. Gunawijaya 2015. Strategi Keberhasilan Proses Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Kreativitas Seni Tradisi: Studi Kasus Saung Angklung Udjo, Bandung, Jawa Barat. SOSIO KONSEPSIA 5 (1): 325-339.
- Nuryanti, W. 1993. “Concept, Perspective and Challenges”. Makalah bagian dari Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya di Yogyakarta.
- Putra, I Nyoman Darma dan I Gde Pitana. 2010. Pariwisata Pro-Rakyat Meretas Jalan Mengentaskan Kemiskinan di Indonesia. Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, Jakarta.
- Sumodiningrat, G. 1999. Pemberdayaan Masyarakat dan Jaringan Pengaman Sosial. Gramedia, Jakarta.
- Wahab S. 1976. Tourism Management. PT. Pradnya Paramita, Jakarta.
- Waluyo H. 1993. Dukungan Budaya Terhadap Perkembangan Ekonomi. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta.