

## **Pemetaan Posisi Keunggulan Daya Saing Desa Wisata di Kabupaten Purworejo Berbasis Keunikan Potensi Lokal**

**Arif Julianto Sri Nugroho<sup>1</sup>, Abdul Haris<sup>2</sup>, Tasari<sup>3</sup>, M Pujo Darmo<sup>4</sup>,  
Agung Nugroho Jati<sup>5</sup>, Jarot Prasetyo<sup>6</sup>**

<sup>1,2,5,6</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten

<sup>3,4</sup> Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Widya Dharma Klaten

Email: arif.juliantosn72@gmail.com

### **ABSTRACT**

*Various strategies used by the community rural tourism destination to be able to win competition and retain customer loyalty even increase. This paper aims to develop a research model using one of multivariate analysis tool that call Multidimensional Scalling (MDS) so that it can be known the position of 6 tourist rural attraction in Purworejo. Pandanrejo and Donorejo is the attractiveness of the most known and desirable while the less popular and less known are Bener and Kaliurip*

**Keywords:** rural tourist destination, MDS, local attractiveness, competitiveness

### **ABSTRAK**

Berbagai strategi dapat digunakan komunitas desa wisata untuk memenangkan persaingan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Riset ini bertujuan membangun suatu model analisis multivariat berupa uji *Multidimensional Scalling* untuk mengetahui posisi keunggulan daya saing berbasis keunikan potensi lokal 6 desa wisata di Kabupaten Purworejo. Pandanrejo dan Donorejo memiliki keunggulan paling tinggi dari aspek fisik dan non-fisik sedangkan Bener dan Kaliurip memiliki posisi terendah. Tahap akhir penelitian telah terbentuk model positioning masing-masing desa wisata dan brief policy sehingga tercipta daya saing desa menghadapi era pertumbuhan ekonomi kreatif sektor wisata pasca pandemi Covid-19 di Kabupaten Purworejo.

**Kata Kunci :** desa wisata, multidimensional scalling, potensi lokal, daya saing

## **PENDAHULUAN**

Pada tahun 2021 pandemi Covid-19 masih mendera bangsa Indonesia. Organisasi Pariwisata Dunia PBB (UNWTO) menyebut tahun 2020 sebagai tahun terburuk dalam sejarah pariwisata. Survey panel ahli UNWTO menjelaskan prospek yang beragam pada tahun 2021. Mayoritas responden memperkirakan prospek tahun 2021 lebih baik dibandingkan tahun 2020. Namun, mayoritas ahli tidak melihat situasi akan kembali seperti kejadian sebelum pandemi hingga tahun 2023 (Kompas, 2021).

Gabungan industri Pariwisata Indonesia berencana mendeklarasikan “Pariwisata Indonesia Bergerak”. Kegiatan yang akan dilakukan antara lain menggerakkan pariwisata domestik terutama konsep desa wisata agar tidak hanya bergantung pada wisatawan manca negara yang sudah tersegmentasi pada destinasi wisata yang sudah terkenal. Pengembangan wisata domestik berbasis komunitas melalui desa wisata akan menggerakkan perekonomian masyarakat secara lebih luas di seluruh pelosok wilayah Indonesia.

Di wilayah Kabupaten Purworejo selama satu setengah tahun terakhir, penyebaran virus Covid-19 terjadi secara masif. Mayoritas Kecamatan di wilayah Kabupaten Purworejo memiliki kategori warna merah sebagai penanda kerawanan pandemi. Masih masifnya penyebaran Covid-19 menyebabkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Purworejo melaksanakan penutupan area desa wisata.

Kegiatan penutupan atau pembukaan area desa wisata dengan kewajiban tambahan jumlah pengunjung dibatasi maksimal 50 persen merupakan pukulan lanjut dengan merosotnya pendapatan bagi pengelola dan komunitas desa wisata. Masyarakat semakin enggan berkunjung ke lokasi desa wisata karena mereka khawatir akan tertular virus apabila terjadi kerumunan.

Dunia pariwisata memiliki daya dobrak yang dapat memengaruhi perubahan pola pikir, cara pandang dan memacu kreativitas masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan.

Indonesia memiliki ribuan desa dengan keunikan masing-masing yang memiliki potensi dikembangkan menjadi desa-desa wisata yang eksotik. (Dimiyati, 2017).

Industri pariwisata saat ini semakin krusial untuk dikembangkan. Hampir seluruh negara di dunia menyadari pariwisata sebagai sektor yang sangat potensial untuk meraih kemakmuran dan meningkatkan kehidupan masyarakat. Pariwisata menjadi kunci untuk meningkatkan pendapatan, pencipta lapangan kerja serta melahirkan usaha-usaha pendukung baik skala mikro maupun usaha yang berskala rumahan.

Meski tanpa gemerlap publikasi, sebelum muncul pandemi Covid-19 beberapa desa wisata di Kabupaten Purworejo berkembang pesat. Eksistensi mereka memiliki potensi untuk dioptimalkan guna memacu pertumbuhan wisata regional. Desa–desa wisata itu menjual kekhasan yang berbeda-beda, tak hanya menjual tradisi dan keaslian budaya saja. Rata-rata mereka memiliki eksotisme lokal. Banyak di antaranya sukses berkembang menjadi desa wisata karena menjual keindahan alam berupa susur gua, air terjun, pemandangan gunung, pantai atau kombinasi dari berbagai objek wisata alam. Namun ada pula kekhasan tertentu karena kesamaan profesi penduduknya seperti desa wisata produsen wayang kulit, peternakan unggulan, desa wisata kesenian Dolalak, Jatilan, makanan khas Purworejo yang bermuara pada terbentuknya komunitas budaya di desa wisata. Beberapa potensi wisata di wilayah kabupaten Purworejo sampai saat ini masih ada yang belum dimanfaatkan secara optimal.

Masyarakat di desa wisata mampu menjalankan usaha mulai dari mengajak investasi, mengelola bersama, melakukan riset pasar dan melayani pelanggan. Salah satu yang perlu ditambah adalah kemampuan melakukan inovasi. Usaha mereka bisa berhenti ketika wisatawan tak lagi menemukan sesuatu yang baru. Cara yang bisa menyelamatkan usaha mereka adalah inovasi seperti penambahan fasilitas baru dan menambah mutu pelayanan.

Kerangka berfikir penelitian ini diilhami oleh paper (Borg dan Gronen, 2015) yang menjelaskan era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi yang melanda dunia membawa

perubahan bisnis pariwisata sehingga menuntut pengelola destinasi harus berubah untuk menjadi efektif menghadapi persaingan. Perubahan cepat pertumbuhan ekonomi membawa perubahan permintaan konsumen sektor wisata dimana mereka digambarkan sebagai “*new type of tourist*” atau sering disebut *experiential tourist* yang menginginkan sesuatu yang *novelty, strangeness, authenticity* sehingga dapat menciptakan pengalaman yang unik.

Persaingan yang semakin ketat menuntut pengelola desa wisata berfikir seperti pebisnis. Desa wisata sebagai unit bisnis harus dikelola secara profesional meliputi; pengembangan produk, menarik, memuaskan wisatawan serta membangun loyalitas (Poturak, 2012). Keempat elemen ini merupakan unsur penting bagi pemasar produk wisata sebagai strategi menghadapi persaingan.

Berkembangnya pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kemampuan teknologi informasi membawa perubahan pada suatu destinasi wisata sebagai suatu tempat atau kesatuan geografis yang didalamnya terdapat kekuatan yang multidimensi ( Ritchie & Crouch, 2010) yang terdiri dari komponen ekonomi, sosial budaya, teknologi politik dan lingkungan. Keempat elemen ini dapat digunakan sebagai daya tarik wisata.

Meningkatnya daya saing organisasi harus mampu dikembangkan melalui destinasi wisata yang berbeda dari berbagai produk yang memiliki keunggulan kompetitif. Kegiatan ini bermuara pada positioning destinasi wisata yang kreatif. Inti dari positioning destinasi wisata adalah kegiatan strategi pemasaran melalui kombinasi bauran produk dan jasa bidang wisata. Dari uraian latar belakang masalah tersebut perlu dilakukan pemetaan posisi daya saing desa wisata di Kabupaten Purworejo. Sehingga rumusan utama penelitian :  
***“Bagaimana menciptakan keunggulan daya saing desa wisata di Kabupaten Purworejo melalui pemetaan posisi berbasis keunikan potensi lokal ?”***

## **METODE PENELITIAN**

### **Rancangan Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis multivariat *multidimensional scalling* (Hair *et al*, 2018).

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan di Kabupaten Purworejo pada 6 wilayah desa wisata yang memiliki ciri khas keunikan potensi lokal meliputi desa wisata Donorejo, Desa Kaligono, Desa Pandanrejo, Curug Kaliurip Desa Kemiri, Curug Lumbung Desa Bener dan pantai Dewa Ruci Desa Jatimalang. Pemilihan desa berbasis data Kemen Pariwisata Ekonomi Kreatif, Dinas pariwisata Provinsi Jateng dan laman Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Purworejo terkait desa wisata unggulan. Kegiatan riset dilakukan selama 2 bulan di lapangan dan satu bulan kegiatan tabulasi, analisis laporan akhir beserta luaran

### **Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian meliputi survei terhadap wisatawan domestik dan masyarakat dengan memberikan kuesioner secara luring maupun daring (*google-form*) sehingga diketahui posisi kompetitif masing-masing enam desa wisata berbasis enam dimensi model meliputi *daya tarik, aksesibilitas, fasilitas, pemberdayaan masyarakat, pemasaran- promos serta kelembagaan-sumber daya* (Vassiliadis, 2018).

Penyebaran kuesioner dilakukan terhadap 112 responden wisatawan dan masyarakat untuk mengetahui bagaimana persepsi mereka terhadap daya tarik wisata yang ada pada masing-masing desa. (Hair *et al*, 2018) menjelaskan untuk kecukupan jumlah sampel sesuai uji multivariat diperlukan minimal 10 kali jumlah indikator. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik peubah ganda *multidimensional scalling* untuk menentukan posisi satu obyek relatif terhadap obyek lain berdasarkan penilaian tiap dimensi.

## **Penentuan Sumber Data**

Sumber data penelitian berupa data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur sumber berbasis penelusuran jurnal hasil riset dari internet, majalah, teks book dan artikel lain yang terkait dengan topik penelitian

## **Analisis Data**

Pengecekan data, tabulasi data, uji kesahihan dan keandalan instrumen model dilakukan pada tahap awal. Analisis lanjut dilakukan melalui uji multivariat peubah ganda *multidimensional scalling* (MDS) menggunakan SPSS 21 (Hair *et al.*, 2018)

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Diskripsi data Kuantitatif**

Setelah data terkumpul dilakukan analisis awal berupa diskripsi data untuk mendapatkan gambaran mengenai jenis kelamin, domisili, pekerjaan, frekuensi responden melakukan wisata pertahun

#### **a. Jenis Kelamin Responden**

Jenis kelamin responden lebih banyak diperoleh responden wanita. Dari data primer diartikan pihak wanita lebih memiliki minat tinggi untuk melakukan perjalanan wisata, belanja terkait eksis melalui foto *selfie* dan media sosial.

#### **b. Domisili**

Domisili responden diperoleh data masyarakat yang bertempat tinggal di Purworejo lebih memiliki minat mengunjungi desa wisata se wilayah lokal/ regional daripada wilayah lain diluar Kabupaten Purworejo. Hal ini bisa diartikan mereka menginginkan efisiensi biaya dengan melakukan perjalanan wisata yang membutuhkan dana lebih ekonomis. Dari data bisa berarti pula bahwa masyarakat di luar Purworejo belum memiliki informasi lengkap dan menarik terkait desa wisata yang ada di Kabupaten Purworejo

### **c. Pekerjaan**

Pekerjaan responden didominasi pelajar mahasiswa diikuti buruh, lalu wiraswasta, kemudian PNS/TNI/Polri, serta petani. Bisa diartikan masyarakat yang memiliki pendapatan lebih akan membelanjakan kegiatan pada bisnis *leisure* diikuti pelajar mahasiswa yang biasanya lebih menyukai *travelling* wisata terkait upaya eksis di media sosial

### **d. Frekuensi Kegiatan Wisata**

Dari data primer diperoleh informasi responden melakukan wisata setahun lebih dari 5 kali. Hal ini bisa diartikan bahwa melakukan wisata merupakan kebutuhan bagi responden dan bisa dijadikan peluang bahwa bisnis desa wisata memiliki prospek di masa depan.

## **Uji Instrumen Multidimensional Scalling pada Posisi Desa wisata**

### **a. Dimensi Daya Tarik**

Dimensi daya tarik meliputi atraksi wisata alam, pantai, *hiking*, *tracking* gunung, *selfie* agrowisata, bentang alam, atraksi praktek kerajinan olah gerabah miring, pembuatan lurik, batik, pengunjung belajar membatik, festival kesenian tradisional adanya *homestay* wisatawan bisa menginap, *live in* bersama masyarakat desa, *camping*, *outbound* dan wisata belanja makanan tradisional, batik, nilai tertinggi dimiliki oleh Pandanrejo diikuti Donorejo, Jatimalang dan Kaligono. Kaliurip dan Bener mayoritas responden menganggap tidak menarik.

### **b. Dimensi Aksesibilitas**

Dimensi aksesibilitas meliputi akses jalan, kualitas jalan, sarana prasarana, papan penunjuk desa wisata, kendaraan umum bisa mencapai lokasi desa wisata, moda transportasi, colt, bus kota, taxi, andong, becak, ojek serta kemudahan lokasi parkir, akses tempat MCK nilai tertinggi ada pada Jatimalang, Pandanrejo dan Donorejo serta Kaligono. Adapun aksesibilitas dirasa sulit ada pada Kaliurip dan Bener

### **c. Dimensi Fasilitas**

Dimensi fasilitas meliputi akomodasi rumah penduduk, *homestay*, *wifi*, pusat cendera mata, restoran, pemandu wisata profesional pada beberapa desa wisata nilai tertinggi Pandanrejo diikuti Donorejo dan Jatimalang. Responden menganggap minim fasilitas ada di lokasi wisata Kaligono, Kaliurip dan Bener

### **d. Dimensi Pemberdayaan Masyarakat**

Dimensi Pemberdayaan masyarakat meliputi pengelolaan dilakukan oleh warga desa, karang taruna, *homestay* oleh warga, penyediaan warung makanan tradisional, oleh-oleh, hasil kerajinan desa, pola kehidupan tradisional masyarakat, masyarakat terjun langsung sebagai pelaku wisata, pembimbing, instruktur, pemandu wisata nilai tertinggi diperoleh Donorejo bagi responden merupakan desa yang kuat untuk pemberdayaan masyarakat. Bener dirasa masih minim pemberdayaan masyarakat.

### **e. Dimensi Pemasaran dan Promosi**

Dimensi pemasaran dan promosi meliputi kegiatan melalui *website*, brosur wisata, media sosial, *fb*, *youtube*, *instagram*, penyelenggara even, acara, berita di koran, televisi nasional, kerjasama biro perjalanan, tour agen, sekolah, universitas, promosi dari mulut ke mulut Desa Pandanrejo memiliki nilai tertinggi diikuti Donorejo, Jatimalang dan Kaligono, Kaliurip serta Bener. Bagi responden terutama remaja, generasi muda, media ini dirasa sangat populer.

### **f. Dimensi Kelembagaan dan Sumber Daya**

Dimensi ini meliputi proses pembentukan desa wisata, BUMDes wisata, partisipasi perangkat desa, warga desa, karang taruna, kerjasama dengan desa lain, intansi terkait, LSM, Universitas, peningkatan mutu SDM, pelatihan ketrampilan bagi responden nilai tertinggi ada pada Pandanrejo diikuti Donorejo, Jatimalang. Dan Kaligono. Adapun nilai terendah pada Kaliurip dan Bener.

## **Uji Kesahihan dan keandalan**

### **Pra-Uji Instrumen**

Kesungguhan dan keseriusan responden dalam menjawab pertanyaan merupakan esensi dari metode survai. Oleh karena itu perlu dilakukan uji kesahihan dan keandalan.

### **Uji Kesahihan**

Kesahihan yang dipertimbangkan dalam kegiatan penelitian ini adalah kesahihan item. Kesahihan item menguji item suatu alat ukur. kesahihan item menghasilkan skor korelasi antar item dengan suatu kriteria yang relevan ( skor total) dalam suatu aspek. Skor total diperoleh dari penjumlahan semua nilai butir. Bila nilai hasil korelasi antar item tersebut menghasilkan nilai yang signifikan, berarti item-item tersebut mampu menjadi pengukur konsep yang akan diukur. Dalam penelitian ini diuji awal terhadap 60 jawaban responden pada kegiatan pra- survei dengan semua butir sah.

### **Uji keandalan**

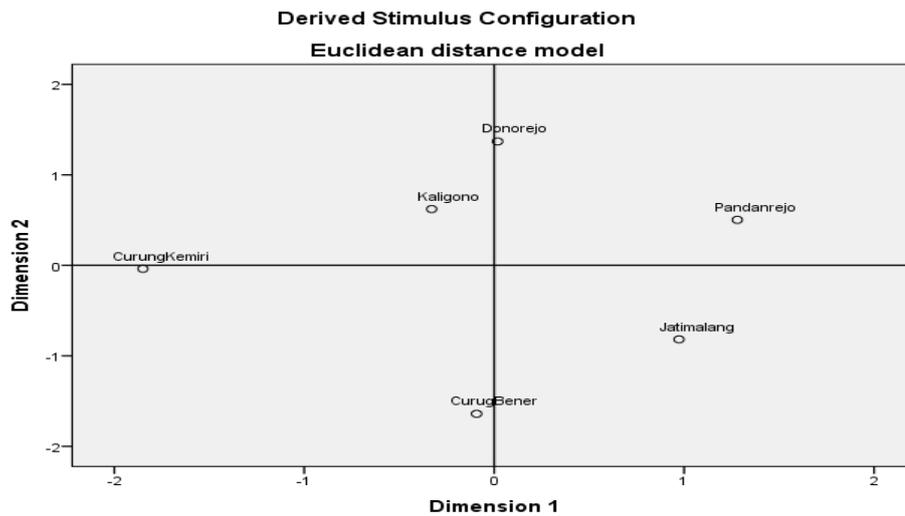
Uji Keandalan butir digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran dapat memberikan hasil yang sama atau konsiten jika dilakukan pengukuran kembali pada subyek yang sama. Uji ini dilakukan faktor demi faktor, sebanyak faktor dalam kuesioner. Dari hasil penelitian didapat hasil uji keandalan semua item melebihi skor *cronbach's alpha* sebesar 0.600. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan pernyataan dalam kuesioner adalah andal, sehingga dapat digunakan dalam tahap analisis selanjutnya.

### **Uji Multidimensional Scalling**

#### **Peta Mulltidimensional scalling**

Dari uji ini secara gabungan enam variabel daya saing desa wisata meliputi daya tarik, aksesibilitas, fasilitas, pemberdayaan masyarakat, dimensi pemasaran dan promosi dan kelembagaan sumberdaya oleh statistik uji Multidimensional Scalling diolah melalui program SPSS 23 diperoleh posisi masing masing desa. Pandanrejo dan Donorejo memiliki posisi

teratas untuk aspek fisik dan non fisik berdekatan dengan dengan Kaligono dan Jatimalang. Posisi ini sesuai dengan karakteristik daya saing wisata yang disajikan berupa inovasi warga. Posisi Curug Bener dan Curug Kemiri berdekatan karena daya saing wisata yang disajikan merupakan bentang alam dan pantai. Sebaran kuantitatif MDS tersaji pada gambar 1



**Gambar 1** Persepsi Multidimensional masyarakat Desa wisata

## SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dari pembahasan diperoleh simpulan sebagai berikut:

- Distribusi responden menunjukkan kondisi demografis sesuai profil mayoritas wisatawan masyarakat di Kabupaten Purworejo
- Dari dimensi keunggulan keunikan potensi lokal diperoleh nilai untuk masing-masing desa wisata. Masing-masing desa memiliki sebaran nilai posisi tertinggi dan terendah. Pandanrejo dan Donorejo memiliki posisi tertinggi. Sedangkan Desa Bener dan Desa Kemiri memiliki posisi terendah dari aspek fisik dan non fisik.
- Terdapat titik titik lemah pada masing-masing desa wisata di benak persepsi responden yang dapat dijadikan masukan sebagai tindak lanjut perbaikan posisi daya saing

Rekomendasi yang bisa diberikan antara lain:

- a. Masing–masing desa Wisata harus menutup titik lemah untuk meningkatkan daya saing
- b. Dicermati dan diikuti saran-saran, keluhan yang muncul dari respon wisatawan dan masyarakat pada masing masing desa wisata
- c. Dilakukan survey secara berkelanjutan sebagai akibat berubahnya selera dan preferensi masyarakat terkait keunikan potensi lokal Desa Wisata
- d. Sebagai akibat bencana nasional pandemi Covid-19 yang sangat memukul omset penjualan layanan desa wisata. Perlu dilakukan pelatihan penguatan komunitas Desa Wisata dalam memitigasi bencana.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adeyinka-Ojo, S., Khoo lattimore, Nair. (2014). A Framework for Rural Tourism Destination management and marketing Organization, *Procedia-Social and Behavioral Science*, 144 151-163
- Borg, I and Groenen, P.(2015). *Modern Multidimensional Scalling: Theory and Application*. Springer Verlag
- Dimiyati, (2017), “Media Sosial menggerakkan Wisata Baru”, *Kompas Ekonomi*, diakses Harian Kompas Hal 13 tanggal 15 Januari 2017
- Hair, JF., Anderson, R.E. (2018). *Multivariate data Analyisi. White Reading*. Eight edition. New Jersey: Prentice Hall Internasional
- Kertajaya, Hermawan, (2015). *Mengeksplorasi Eksotisme Desa Wisata, SWA*, diakses 18 Pebruari-4 Maret hal 46-47
- Poturak ,M., Goksu, A. (2012). Usage of Multidimensional Scalling in Exploring a Firms Image and Competitiveness. *Advanced Resesearch in Scientific Areas*. Des Vol 3 No 7
- Ritchie, J.R., Crouch., Geoffry, I. 2(010). A Model Competitiveness Sustainability: Brazilian Perspectives. *Revista de Administraco Publica* . Vol 44 (2) pp 1049-1066
- Vassiliadis, C., Fotiadis, A. (2018). Rural Tourism Services Quality in Greece, *e-Review of Tourism Research*. Vol 8 No 4

## **Ucapan Terima Kasih**

Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada Bappeda Kabupaten Purworejo atas fasilitasi pendanaan skim Lomba Riset Daerah tahun 2021