

PENGEMBANGAN DESA WISATA DI DESA MOJOREJO, KECAMATAN KARANGMALANG, KABUPATEN SRAGEN

Agung Satyawan¹, Addin Kurnia Putri², Andriko Sandria³, Bintang Indra Wibisono⁴,
Lukman Fahmi⁵, Rezza Dian Akbar⁶

¹Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Sebelas Maret
Email: agungsatyawan@staff.uns.ac.id

²Program Studi Sosiologi, Universitas Sebelas Maret
Email: addinkurniaputri@staff.uns.ac.id

³Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Sebelas Maret
Email: andrikosandria.ma@staff.uns.ac.id

⁴Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Sebelas Maret
Email: bintang.i.wibisono@staff.uns.ac.id

⁵Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Sebelas Maret
Email: lukman.f.d@staff.uns.ac.id

⁶Program Studi Sosiologi, Universitas Sebelas Maret
Email: rezza.akbar@staff.uns.ac.id

ABSTRACT

Mojorejo Village, Karangmalang District, Sragen Regency is a village where the majority of the population are Indonesian Migrant Workers (PMI). Mojorejo Village has been made a Productive Migrant Village (desmigratif) by the Ministry of Manpower and together with other ministries assisting the village so that it really becomes a productive village. PMI who had returned to the village then formed a group/community called the Indonesian Migrant Family (KAMI). This group carries out productive work in various businesses with assistance from related agencies. However, in the course of the program, many people have not been able to be productive and independent. On the one hand, Mojorejo Village also has tourism potential that has not been fully developed to increase the economic income of its citizens. Therefore, the UNS service team together with the Mojorejo Village community initiated the development of a tourist village. The objectives of this service program are (1) to analyze the potential of village resources, (2) to increase the capacity of rural communities, and (3) to develop tourism potential through community empowerment. The method used is a participatory approach. As a first step, the activity begins with identifying tourism potentials, knowing social and social conditions, knowing natural and human resources, knowing market potentials, helping communities make business plans, and opening networks. The result of this service activity is to carry out village branding in Mojorejo Village which is transformed from a Migrant Village to a Tourism Village.

Keywords: *Migrant Village, Tourism Village, Capacity Building, Village Branding*

ABSTRAK

Desa Mojorejo, Kecamatan Karangmalang, Kabupaten Sragen merupakan sebuah desa dengan mayoritas penduduknya merupakan Pekerja Migran Indonesia (PMI). Desa Mojorejo telah dijadikan Desa Migran Produktif (desmigratif) oleh Kementerian Tenaga Kerja dan bersama dengan kementerian lain mendampingi desa ini sehingga benar-benar menjadi desa yang produktif. PMI yang telah pulang ke desa kemudian membentuk kelompok/komunitas yang diberi nama Keluarga Migran Indonesia (KAMI). Kelompok ini melakukan kerja-kerja produktif diberbagai usaha dengan pendampingan dinas-dinas terkait. Akan tetapi dalam keberjalanan program tersebut, banyak masyarakat yang belum mampu produktif dan mandiri. Di satu sisi, Desa Mojorejo juga memiliki potensi wisata yang belum dikembangkan dengan maksimal untuk meningkatkan pendapatan ekonomiarganya. Oleh karena itu, tim pengabdian UNS bersama masyarakat Desa Mojorejo menginisiasi pengembangan desa wisata. Tujuan dari program pengabdian ini yaitu (1) Analisis potensi sumber daya desa, (2) Sebagai peningkatan kapasitas masyarakat desa, dan (3) Sebagai pengembangan potensi wisata melalui pemberdayaan masyarakat. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatori. Sebagai langkah awal, kegiatan pengabdian dimulai dengan mengidentifikasi potensi daya tarik wisata, identifikasi kondisi sosial dan kelembagaan, identifikasi sumber daya alam dan manusia, identifikasi potensi pasar, mendampingi masyarakat membuat business plan, dan identifikasi promosi dan jejaring. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah melakukan village Branding di Desa Mojorejo yang bertransformasi dari Desa Migran menjadi Desa Wisata.

Kata Kunci: Desa Migran, Desa Wisata, Peningkatan Kapasitas, Pencitraan Desa

1. PENDAHULUAN

Desa Mojorejo Kecamatan Karangmalang Kabupaten Sragen merupakan desa migran karena banyak penduduknya merantau ke luar negeri untuk bekerja. Saat ini banyak mantan Pekerja Migran Indonesia (PMI) sudah pulang kembali ke desanya. Berdasarkan data yang diperoleh dari Keluarga Migran Indonesia Tahun 2021, jumlah warga yang aktif bekerja di luar negeri berjumlah sekitar 150 orang sedangkan yang telah Kembali ke Desa Mojorejo berjumlah kurang lebih 500 orang. Di satu sisi, Desa Mojorejo memiliki potensi wisata yang dapat dikembangkan. Oleh karena itu, mereka perlu kesibukan bekerja supaya tidak lagi merantau. PMI yang sudah pulang kembali ke desa diharapkan mampu melakukan kerja produktif dengan mengembangkan potensi desanya sehingga tidak perlu bekerja di luar negeri yang memiliki kerentanan dan resiko kerja yang cukup tinggi. Kondisi Pandemi Covid-19 juga dapat menjadi salah satu ancaman untuk bekerja di luar negeri. Oleh karena itu, perlu solusi alternatif agar masyarakat Desa Mojorejo tidak hanya bergantung menjadi tenaga kerja di luar negeri sehingga kondisi social ekonomi dapat berjalan lebih stabil, dan secara kelembagaan dapat menjadi desa produktif dan mandiri.

Desa Mojorejo adalah termasuk Desa Migran Produktif (Desmigratif), sebuah program dari Kementerian Tenaga kerja untuk memberdayakan desa yang penduduknya kebanyakan eks PMI. Desa ini secara sekilas mempunyai beberapa obyek wisata antara lain Waduk Kembangan yang telah banyak dikunjungi, akan tetapi belum dikelola dengan baik. Potensi yang terdapat di desa ini dapat dikembangkan menjadi desa wisata sehingga masyarakatnya dapat menjadi lebih produktif dan mandiri.

Selain itu, Kelompok Keluarga Migran Indonesia (KAMI) juga memiliki keinginan untuk memperluas usaha dengan menjadikan Desa Mojorejo menjadi desa wisata mengingat di lokasi desa terdapat banyak potensi yang dapat dikembangkan seperti sumber daya alam maupun manusianya. Harapannya, melalui desa wisata ini keuntungan tidak hanya dinikmati oleh eks-PMI tapi juga oleh seluruh penduduk desa dan sekitarnya.

Pariwisata adalah segala sesuatu yang ada hubungannya dengan penyelenggaraan dan pemanfaatan pariwisata, termasuk objek dan daya tarik wisata, lembaga pariwisata, perusahaan jasa pariwisata, dan usaha lainnya. Pariwisata merupakan bagian dari budaya masyarakat yang mengacu pada pemanfaatan waktu yang dimiliki untuk menyenangkan diri sendiri dan orang lain. Istilah pariwisata juga termasuk dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, Pasal 1 Ayat 1, yang menetapkan bahwa pariwisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang, mengunjungi tempat-tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, untuk pengembangan pribadi atau untuk belajar. keunikan tempat-tempat yang dikunjungi selama ini.

Sedangkan, desa wisata adalah pengembangan kawasan perdesaan dengan karakteristik unik yang berpotensi menjadi daerah tujuan wisata yang dilengkapi dengan fasilitas penunjang. Menurut Hadiwijoyo (2012), desa wisata adalah kawasan pedesaan yang menawarkan kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya yang beragam serta memiliki fasilitas lingkungan yang memenuhi kebutuhan wisatawan untuk menikmati, mengenali, dan mengalami keunikan kota dengan segala rangsangan dan tuntutan kehidupan masyarakat.

Sebelum pandemi Covid-19, industri pariwisata baik di tingkat dunia maupun Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dan stabil. Tumbuhnya industri ini mampu menyerap tenaga kerja serta masuknya wisatawan sehingga mampu memperbesar perolehan devisa serta mengangkat ekonomi daerah. Minat dan selera wisatawan juga terus berubah dan semakin menyenangi wisata minat khusus dan menikmati pengalaman yang khas, termasuk menikmati kehidupan desa. Maka banyak desa yang berlomba-lomba untuk berubah menjadi desa wisata. Selama pandemi industri pariwisata memang telah mengalami penurunan secara drastic. Namun pada ke depannya ketika pandemi Covid-19 ini mereda, industri ini akan

berpotensi untuk bangkit Kembali (Kementrian Pariwisata dan Industri Kreatif, 2021). Justru pada masa transisi seperti sekarang ini, para Desa Mojorejo dapat mempersiapkan dan memperbaiki rancangan destinasi wisatanya sehingga ketika Pemerintah telah memberikan lampu hijau, Desa migran ini siap bertransformasi menjadi desa wisata.

Partisipasi masyarakat dalam rangka mengembangkan destinasi wisata memegang peran sangat penting. (Devy, 2017). Kurangnya pengetahuan dan ketrampilan masyarakat untuk pengelolaan pariwisata menjadi kendala dalam pengembangan pariwisata (Bagus, Utama, & Junaedi, 2018). Hambatan yang dihadapi kegiatan Kelompok Sadar Wisata adalah kecemburuan sosial, kurangnya kesadaran masyarakat terhadap perubahan lingkungannya dan kurangnya kesadaran dari pihak yang berwenang. (Sari, 2012). Sedangkan menurut Andriyani dkk, keterbatasan dalam penguatan masyarakat antara lain keterbatasan sumber daya manusia, ketersediaan akomodasi wisata, dan kurangnya kegiatan promosi (Andriyani, Martono, & Muhamad, 2014).

Dari analisis situasi yang telah dipetakan dapat ditemukan permasalahan di Desa Mojorejo yaitu sebagai berikut: (1) Mayoritas masyarakat Desa Mojorejo yaitu Pekerja Migran Indonesia, merupakan pekerjaan dengan kerentanan dan resiko yang cukup tinggi; (2) Banyaknya purna atau mantan PMI yang Kembali ke desa sehingga meningkatkan angka pengangguran; dan (3) Potensi-potensi desa yang belum sepenuhnya dikembangkan sehingga masyarakat bergantung pada pekerjaan menjadi PMI. Oleh karena itu melalui kegiatan pengabdian ini, masyarakat bersama dengan mitra akan mengembangkan Desa Mojorejo dari Desa Migran menjadi Desa Wisata. Sebuah desa yang mengintegrasikan antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung, dengan menghadirkan struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan praktik dan tradisi setempat.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini meliputi pendekatan partisipatif, pendekatan kelompok, metode presentasi, dan metode diskusi/FGD. Pendekatan partisipatif digunakan agar masyarakat terlibat aktif dalam semua kegiatan dari awal sampai akhir. Pendekatan kelompok berfungsi untuk mendukung penyusunan penawaran bagi kelompok sasaran dan dukungan dalam pengembangan desa wisata pada tahap awal, dilanjutkan dengan pendalaman dengan pendekatan kelompok.

Secara rinci, tahapan metode yang dilakukan adalah (1) melakukan observasi lapangan untuk mendapatkan gambaran awal desa Mojorejo; (2) melakukan analisis kebutuhan untuk mengetahui kebutuhan mendesak apa yang harus dipenuhi; (3) melakukan analisis potensi dari semua informasi yang diterima; (4) FGD dengan para stakeholder di desa tersebut; (5) Diskusi dengan dinas terkait di tingkat Kabupaten Sragen; (6) Pelaksanaan pengembangan kapasitas

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis situasi permasalahan yang terjadi di Desa Mojorejo, Karangmalang, Sragen adalah mayoritas masyarakat Desa Mojorejo yaitu Pekerja Migran Indonesia, merupakan pekerjaan dengan kerentanan dan resiko yang cukup tinggi. Banyaknya purna atau mantan PMI yang Kembali ke desa sehingga meningkatkan angka pengangguran. Selain itu, potensi-potensi desa juga belum sepenuhnya dikembangkan sehingga masyarakat bergantung pada pekerjaan menjadi PMI. Untuk itu dibutuhkan solusi dalam mengatasi permasalahan tersebut dengan menginisiasi desa wisata yang dapat dikelola oleh Keluarga Migran Tenaga Kerja Indonesia (KAMI TKI) Mukti di Desa Mojorejo. Kegiatan pengabdian yang dapat dilakukan adalah dengan mengembangkan desa migran menjadi desa wisata sehingga dapat melakukan pemberdayaan terhadap purna migran. Tujuan dari program tersebut adalah (1) Analisis potensi sumber daya desa; (2) Sebagai peningkatan kapasitas masyarakat desa; dan (3) Sebagai pengembangan

potensi wisata melalui pemberdayaan masyarakat; (4) Purna migran mampu memenuhi kebutuhan dasar secara mandiri melalui desa wisata; (5) Secara umum, masyarakat desa dapat memiliki kebebasan akses dalam mendapatkan ilmu, wawasan, keterampilan serta pengalaman dari kegiatan pelatihan dan pendampingan desa menuju desa wisata.

Terdapat beberapa potensi yang telah dimiliki oleh Desa Mojorejo, yaitu memiliki atraksi wisata seperti kerajinan, budaya dan atraksi alam seperti waduk Kembangan, jarak tempuh yang terjangkau dari obyek daya tarik wisata yang lain, pusat-pusat kegiatan yang cukup ramai, Potensi infrastruktur dan akomodasi yang dapat dikembangkan, serta munculnya keinginan dari masyarakat terhadap upaya pengembangan desa wisata. Alasan mengapa desa wisata yaitu sebagai bentuk pengembangan ekonomi lokal yang dapat membantu masyarakat untuk meningkatkan taraf hidupnya, menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat/komunitas, menciptakan terjadinya pertukaran budaya dan interaksi dengan dunia luar, dan mendukung upaya pelestarian budaya dan cagar budaya. Sebagai langkah awal menuju desa wisata, kegiatan pengabdian dimulai dengan mengidentifikasi potensi daya tarik wisata, identifikasi kondisi sosial dan kelembagaan, identifikasi sumber daya alam dan manusia, identifikasi potensi pasar, mendampingi masyarakat membuat business plan, dan identifikasi promosi dan jejaring. Hasil dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan adalah melakukan village Branding di Desa Mojorejo yang bertransformasi dari Desa Migran menjadi Desa Wisata.

Kegiatan Village Branding yang dilakukan adalah *Pertama*, Investigasi pasar, analisis dan rekomendasi strategis), tahap ini merupakan tahapan awal dalam pembentukan branding. Pada tahap ini dilakukan riset pemetaan potensi pasar, perumusan potensi yang bisa dikembangkan dan penyusunan strategi. Tahap pertama ini bertujuan untuk menemukan dan menyusun strategi pengembangan destinasi Bersama-sama dengan masyarakat. *Kedua*, Pengembangan identitas brand yang dibentuk berdasarkan visi, misi dan citra yang ingin dibentuk Desa Mojorejo, secara tangible dan intangible. Dari hasil riset, dirancang strategi brand elements untuk merepresentasikan desa, dalam hal ini Mojorejo dikenal sebagai desa TKI/PMI, sehingga menjadi salah satu keunikan. *Ketiga*, peluncuran dan pengenalan brand, setelah identitas brand selesai dirancang maka brand sudah siap diperkenalkan dengan melibatkan seluruh komponen yang ada melalui berbagai media relations, termasuk pendampingan pembuatan website. *Keempat*, Implementasi brand yaitu tahapan ini meliputi proses kolaborasi seluruh stakeholder yang terlibat untuk berusaha mewujudkan komitmen brand yang diberikan. *Kelima*, pemantauan, evaluasi, pengulasan, sebagai tahap terakhir.

Kegiatan village branding di Desa Mojorejo belum mencapai keseluruhan tahapan tersebut. Dibutuhkan proses yang tidak singkat untuk mengubah mindset masyarakat untuk dapat bekerja secara mandiri dibandingkan dengan sebelumnya yang hanya menjadi seseorang yang bekerja untuk orang lain. Akan tetapi, melalui kegiatan pengabdian ini mampu mengembangkan identitas branding Desa Mojorejo dengan melihat potensi desa dari kacamata masyarakat sendiri. Sehingga dapat menumbuhkan kebanggaan dan meningkatkan rasa memiliki desa sebagai titik awal kemandirian dan produktivitas masyarakat melalui cita-cita desa wisata.

Oleh karena itu, proses pendampingan untuk pengembangan desa wisata Mojorejo telah meningkatkan kapasitas kelompok sasaran melalui pelatihan pemasaran, motivasi kewirausahaan dan kemampuan membuat perencanaan untuk memenuhi kriteria indikator sebagai desa wisata. Kedua, kelembagaan desa wisata saat ini sudah terlatih dengan baik melalui pembenahan kelembagaan dan pembentukan inisiatif community building sebagai payung hukum pengembangan desa wisata. Masyarakat Mojorejo. Kelompok sasaran memiliki derajat pengembangan desa wisata yang tinggi, sehingga perencanaan pengembangan desa wisata dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan. Kedepannya, diharapkan pemerintah Desa Mojorejo dapat menyediakan dana untuk perancangan dan pengelolaan desa wisata sehingga

pengembangan desa wisata yang ada di Desa Mojorejo Sragen dapat lebih terwujud, khususnya dengan meningkatkan infrastruktur yang ada.

Berdasarkan dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, faktor pendukung dari pemberdayaan purna migran adalah kemudahan dalam menjangkau akses pelatihan, sosialisasi dan dukungan kelompok, meningkatkan pendapatan untuk memberikan pengetahuan, keahlian dalam menjadi masyarakat yang mandiri, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat purna migran. Sedangkan faktor penghambat yaitu dari permasalahan seperti dukungan keluarga yang masih berorientasi menjadi pekerja migran sehingga kurang berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian diatas, maka PKM Pendampingan desa wisata di Desa Mojorejo telah meningkatkan kesadaran masyarakat untuk memanfaatkan potensi wisata di daerahnya. Kegiatan pengabdian yang mengarah pada peningkatan kapasitas masyarakat dalam mengelola sumber daya pariwisata dapat berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tantangan kedepan, adanya sinergi yang lebih baik lagi antara semua lapisan masyarakat, pemerintah, swasta dan pihak investor maupun dari akademisi.

Rekomendasi yang dapat diberikan dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut: (1) Proses pengembangan desa wisata bukan merupakan sesuatu yang bersifat instan. Diperlukan waktu dan proses berkelanjutan agar desa wisata dapat berhasil dalam implementasinya; (2) Pengembangan desa wisata rawan konflik, sehingga perlu manajemen konflik yang baik. Pada tahap awal, tampak semua elemen bisa bersatu padu. Namun setelah berkembang, benih-benih konflik sering muncul. (3) Tidak setiap potensi perlu dikembangkan menjadi wisata. Jika potensi berupa produk, lebih baik masyarakat didorong untuk meningkatkan kualitas produk, branding dan jejaring pemasaran terlebih dahulu.

REFERENSI

- Bappeda Provinsi Jawa Tengah, (2019). Arah Pengembangan Kawasan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah.
- _____, (2020). Kondisi Sektor Pariwisata di Tatanan New Normal.
- Blain, C., Levy, S. E., Ritchie, J. R. B. (2005). Destination branding: insights and practices from destination management organizations. *Journal of Travel Research*, 40, 329.
- Hadiwijoyo, S. S. (2012). Perencanaan pariwisata pedesaan berbasis masyarakat. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kementrian Pariwisata dan Industri Kreatif. 2021. Tren Industri Pariwisata 2021.
- Morgan, N., Pritchard, A., Pride, M. (2004). Destination branding: creating the unique destination proposition. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Murphy, P.E. (1990). Tourism: A Community Approach. Thompson Learning.
- Suarto, E. (n.d). Pengembangan Obyek Wisata Berbasis Analisa SWOT. <https://media.neliti.com/media/publications/131159-ID-pengembangan-objek-wisata-berbasis-anali.pdf>
- Soekadijo (1997) "Anatomi pariwisata: Memahami pariwisata sebagai s y s t e m l i n k a g e", J a k a r t a, P T Gramedia Pustaka Utama.
- Spilane, James J., (1987), Ekonomi Pariwisata, Prospeknya, Y o g y a k a r t a
- Sugiantoro, V, R, Antara Realisasi dan Realita, Yogyakarta, Adi Cita Karya Nusa.
- _____, (2001), Tourism, Trade and Investment, Bingkai Otonomi, Bigraf Pub.
- W a h a b, S. (1996), Kepariwisata, Alih Bahasa oleh Drs Gromang F, Pradya Paramita.

(halaman kosong)