

Model One Village One Destination (OVOD) Dalam Pengembangan Ekonomi Desa Wisata Kebon Agung

Oleh:

Budi Hermawan dan Ali Hasan
Lecturer at Tourism Institute AMPTA Yogyakarta – Indonesia

ABSTRACT

This One Village One Destination (OVOD) model research is intended to increase the community prosperity and to educate the society in the field of food resilience. OVOD model development is a program that is designed to push progress and prosperity of a village tourism society through goods and services extensions, and try to combine internal socio-dynamic elements of a village with existing sectoral development programs so that, by quantity and quality, the benefits and impacts of the programs in developing all resources to prosper the society can be identified. This research is aimed to (1) identify characteristics of a productive village tourism, potential indicators, and strategy stipulations, and (2) apply the OVOD model and measurement of the result of model application. Mix method approach is applied in explaining the OVOD model indicators of Kebon Agung as potential village tourism and as control zone (buffer zone) of economic growth of rural tourism. The result of this research is the growing enthusiasm and commitment of village tourism society to develop their village as a productive village tourism. This will create pre-eminent products which engender multiplier effects in terms of job opportunities, as a supporting indicator in developing economy through local people empowerment. The tourism village will in turn become a production and development center in Imogiri District.

Keyword: OVOD Model, progress and prosperity of a village tourism, benefits and impacts, job opportunities, and Mix method approach

PENDAHULUAN

Kondisi perekonomian daerah yang semakin terbuka dan kehidupan berpolitik yang lebih demokratis, dapat dipastikan bahwa di masa mendatang pembangunan desa akan terus memberikan tantangan yang lebih kompleks. Secara bersamaan banyak pihak yang menyuarakan dan mengakui bahwa desa mempunyai peranan yang besar bagi kota dan

keutuhan NKRI. Pemerintah secara serius telah meluncurkan berbagai program pembangunan pedesaan, seperti program bidang pangan, program inpres desa tertinggal, program pengembangan terpadu antar desa, program komando gerakan makmur, bimbingan massal, intensifikasi massal, intensifikasi khusus, penyediaan program bantuan kredit usaha tani, dan kredit usaha rakyat untuk memperbaiki kesejahteraan

rakyat. Namun demikian, tetap saja sampai saat ini, masih banyak desa yang tidak berkembang, terbelakang, dan miskin.

Kemiskinan memicu timbulnya gejolak sosial ekonomi (1) menambah beban pemerintah dan masyarakat sekitarnya, (2) rendahnya kualitas dan produktifitas masyarakat, (3) rendahnya partisipasi masyarakat, (4) munculnya komunitas dengan tindakan kekerasan, (6) menurunnya ketertiban umum dan ketentraman masyarakat, dan (6) merosotnya mutu generasi yang akan datang, dan disisi lain (7) penambahan angkatan kerja baru secara alami semakin menambah panjangnya barisan pengangguran terbuka. Oleh karena itu, sudah sewajarnya pembangunan ekonomi pedesaan itu menjadi prioritas utama dalam rencana, strategi dan kebijaksanaan untuk memutus mata rantai kemiskinan dan pengangguran di pedesaan.

Untuk menciptakan efek ganda terhadap peluang kesempatan kerja dan peningkatan kesejahteraan, maka perlu dikembangkan wadah berbasis desa. Desa memiliki potensi untuk ditingkatkan kemandiriannya. Pemikiran untuk pembentukan desa mandiri dimulai dari kemampuan desa untuk memenuhi kebutuhan masyarakatnya dan memiliki kelimpahan produksi untuk dipasarkan di tingkat lokal, regional, nasional maupun internasional.

Model OVOD (*One Village One Destination*) merupakan suatu pendekatan pengembangan potensi desa untuk menghasilkan produk wisata yang mampu bersaing di pasar internasional, dengan tetap memiliki ciri khas keunikan karakteristik daerah tersebut. Produk yang dihasilkan adalah produk yang memanfaatkan sumber daya lokal, baik sumber daya alam, maupun sumber daya manusia (Larasati dan Susanto, 2014) yang sepenuhnya melibatkan partisi-

pasi masyarakat desa dengan meningkatkan kapasitas masyarakat dalam: (1) meningkatkan kualitas penanganan sumber daya secara berkelanjutan; (2) meningkatkan ketersediaan produk barang dan jasa dengan memaksimalkan sumberdaya yang dimiliki secara berkelanjutan; (3) meningkatkan distribusi dan akses barang dan jasa yang dihasilkan masyarakat; (4) meningkatkan mutu barang dan jasa; dan (5) meningkatkan kualitas hidup masyarakat (Trisaktiyana, 2014).

Tiga prinsip dasar gerakan **OVOD** yaitu *Pertama*, luasan pasar, yakni pengembangan pendekatan desa wisata untuk meningkatkan, mengembangkan dan memasarkan produk wisata yang bisa menjadi sumber kebanggaan masyarakat setempat, terutama yang bisa dipasarkan di dalam negeri maupun di luar negeri. *Kedua*, kemandirian dan kreativitas agar masyarakat mampu bangkit dan kreatif untuk menghasilkan produk yang memiliki *power selling*. *Ketiga*, pengembangan kualitas sumberdaya manusia setempat dan sinerginya dengan pemerintah daerah, swasta dan masyarakat produktif lainnya.

Model OVOD menggunakan fokus target ditekankan pada aspek wilayah baik sumberdaya manusia maupun sumberdaya alamnya dalam satu sistem manajemen pembangunan yang terpadu. Keterpaduan ekologi manusia membentuk komunitas ekosistem sosial dalam satu tatanan unsur lingkungan hidup sebagai kesatuan utuh menyeluruh dan saling mempengaruhi dalam bentuk keseimbangan, stabilitas, dan produktivitas lingkungan hidup. Oleh karena itu pilihan model OVOD dalam pengembangan ekonomi pariwisata menjadi gambaran nyata dari keterpaduan program dan dinamika internal suatu desa.

Implementasi model **OVOD** dilakukan dengan cara memetakan potensi sumberdaya

alam dan lingkungan, mengembangkan potensi dan kemampuan sumberdaya manusia di tingkat desa sebagai dinamisator perekonomian desa, serta memberdayakan masyarakat setempat dalam mengelola potensi desanya untuk meningkatkan nilai tambah. Permasalahan utamanya adalah rendahnya kemajuan desa yang dianggap sebagai desa wisata. Dari 75 desa yang ada di Bantul, masih ada 16 desa yang miskin dan belum terentaskan oleh program-program pengentasan kemiskinan. Mengingat pentingnya pengembangan produktivitas dalam rangka pengembangan dan pertumbuhan ekonomi, maka masalah penelitian ini dirumuskan sejauh manakah model OVOD mampu menjadi basis pengembangan produktivitas ekonomi pariwisata yang secara khusus dijelaskan: (1) berdasarkan karakteristik model OVOD, dengan tiga variabel utama yaitu fisik, sosial dan ekonomi, (2) menetapkan indikator keberhasilan model OVOD, dan (3) merumuskan strategi penggunaan model OVOD.

LANDASAN TEORI

A. KONSEP OVOD

Membentuk desa wisata sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi pariwisata berarti membentuk desa wisata menjadi lebih produktif, dengan cara memanfaatkan potensi sumber daya alam dan lingkungan untuk meningkatkan produktivitas masyarakat desa. Dengan menggunakan model OVOD, suatu model pembangunan ekonomi pariwisata pedesaan yang melibatkan masyarakat dan para *stakeholder* secara terintegrasi (*integrate base community development*) untuk menggali dan mengembangkan semua potensi ekonomi pariwisata masyarakat pedesaan.

Model OVOD merupakan konsep adopsi dari konsep OVOP (*One Village One Product*) yang dikembangkan dalam industri pariwisata khususnya dalam konsep Desa Wisata. Secara konseptual OVOD dimaknai sebagai program revitalisasi desa wisata yang bertujuan mencapai produktivitas ekonomi pariwisata di pedesaan. Pendekatan revitalisasi harus mampu mengenali dan memanfaatkan potensi lingkungan baik sumberdaya alam, sumberdaya manusia, sejarah, makna, keunikan lokasi, maupun citra desa wisata itu sendiri. Model OVOD dibangun berdasarkan partisipasi dan kemandirian sehingga masyarakat sasaran sebagai bagian dari subyek pemberdayaan. Pemberdayaan masyarakat desa adalah upaya mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan, sikap, keterampilan, perilaku, kemampuan, kesadaran, serta memanfaatkan sumberdaya melalui penetapan kebijakan, program, kegiatan, dan pendampingan yang sesuai dengan esensi masalah dan prioritas kebutuhan masyarakat. Keberhasilan suatu desa dalam mengembangkan sumberdayanya akan memiliki arti strategis bagi perbaikan sosial ekonomi masyarakat setempat.

Penempatan model OVOD berdasarkan wilayah yang didukung oleh adanya konsentrasi kegiatan usaha dan komoditas unggulan, terdapat mitra/kader produktivitas, mendapatkan dukungan dari pemerintah desa dan daerah, memiliki jaringan ke sumber produktif, dan memiliki permintaan produk (*demand driven*). Tujuannya adalah untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan sumberdaya desa, memberikan nilai tambah dan

produktivitas desa melalui pengelolaan sumberdaya secara terintegrasi. Prioritas program OVOD adalah terjalannya harmonisasi masyarakat melalui penerapan budaya produktif serta memperluas kesempatan kerja untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat desa sesuai dengan tipologi desanya misalnya desa persawahan, desa nelayan, desa perkebunan, desa peternakan, desa industri kecil, desa kerajinan, desa perdagangan, jasa atau pariwisata. (Direktorat Produktivitas dan Kewirausahaan-DPK, 2011),

Keberhasilan program pengembangan ekonomi pariwisata sangat tergantung pada partisipasi aktif semua pihak dan keterpaduan dalam hal : (1) strategi pengembangan fisik lokal, (2) strategi pengembangan usaha, (3) strategi pengembangan sumber daya manusia, (4) strategi pemberdayaan masyarakat (Evi Hastarini, 2008). Hal tersebut untuk mencapai: (1) fokus komoditi unggulan, (2) kemitraan kelembagaan (antara Balai Besar Peningkatkan *Produktivitas* - Desa – Disna-kertrans daerah, LSM, Perguruan Tinggi dan instansi terkait lainnya), (3) menerapkan pendekatan pemberdayaan masyarakat agar masyarakat terlibat aktif dalam menyusun dan implementasi program, (4) perkuatan jejaring kerjasama dan (5) mengoptimalkan potensi dan sumber daya desa.

B. PENGEMBANGAN MODEL OVOD

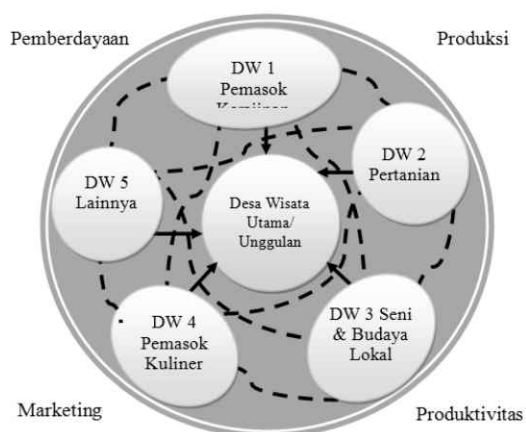
OVOD didefinisikan sebagai upaya untuk meningkatkan nilai tambah produk unggulan daerah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui wadah koperasi atau UKM. Ada tiga latar belakang penggunaan model OVOD, yaitu: *Pertama*, mengurangi konsentrasi

dan kepadatan populasi di perkotaan sebagai akibat pola urbanisasi, sehingga tidak menimbulkan penurunan populasi penduduk di pedesaan. *Kedua*, untuk menghidupkan gerakan pertumbuhan ekonomi pariwisata di pedesaan, melalui pembangkitan roda kegiatan ekonomi yang sesuai dengan skala dan ukuran pedesaan dengan cara memanfaatkan potensi dan kemampuan yang ada di desa tersebut dengan melibatkan para tokoh masyarakat setempat. *Ketiga*, mengurangi ketergantungan masyarakat desa (betah berada di zona miskin) terhadap pemerintah daerah maupun pemerintah pusat (mengharapkan bantuan).

Model OVOD (gambar 1) untuk menciptakan rantai nilai tambah (*add value chain*) produk unggulan desa wisata dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan kualitas pertumbuhan ekonomi, pemerataan pendapatan berbasis pengembangan potensi ekonomi lokal, dan pemberdayaan masyarakat mulai dari produksi sampai penuntuan saluran pemasaran, doktrin model OVOD adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan potensi ekonomi unggulan desa wisata, disesuaikan dengan karakteristik tipologi desa dengan fokus kegiatan:
 - a. Pengkajian dan fasilitasi pengembangan potensi dan produk unggulan desa yang mampu mendukung pemberdayaan masyarakat miskin;
 - b. Peningkatan kualitas sumber daya manusia dan kemampuan kewirausahaan serta mendorong partisipatif masyarakat desa;
 - c. Pengembangan dukungan sarana dan prasarana produksi/budidaya/ usaha jasa;

- d. Pengembangan teknologi tepat guna untuk pengolahan dan pemasaran hasil;
- e. Pengembangan kelembagaan, manajemen usaha dan penguatan permodalan;
- f. Pengembangan akses informasi dan promosi produk.



Gambar 1. Pengembangan Ekonomi Pariwisata

- 2. Pengintegrasian dan pensinergian program kegiatan instansi/lembaga dari pemerintah pusat, daerah dan swasta dalam memfasilitasi proses kegiatan secara berkesinambungan (*sustainable integrated community developement*) dalam memfasilitasi pemberdayaan desa tertinggal, pengentasan kemiskinan, pembangunan pertanian, pengembangan industri kecil dan koperasi, pengembangan perdagangan, pengembangan pasar tradisional, dan pengembangan pariwisata.
- 3. Membangun *continuity learning process* yang menekankan pada interaksi kolaboratif antar anggota masyarakat mulai dari proses peren-

canaan sampai evaluasi dengan dasar saling belajar dalam meningkatkan kualitas dan kemampuan masyarakat secara berkelanjutan (***continuity improvement***) dalam mengelola dan memobilisasi sumber-sumber yang terdapat di komunitas untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan menyatukan sejumlah aktivitas yang berlangsung secara dinamik dengan cara melibatkan:

- a. **Aktor**, adalah seseorang, sekelompok orang, atau suatu badan hukum yang melakukan proses penggerakan untuk melakukan perubahan yang terencana dengan baik (agen atau *innovator*), berdasarkan kaidah pembangunan yang benar.
- b. **Sistem Produksi**, sistem di mana manusia, teknologi, manajemen, dan organisasi produksi berada dalam suatu proses memproduksi barang atau jasa dengan tingkat efisiensi dan efektivitas yang membawa keberuntungan bagi pihak yang terlibat. Apabila sistemnya baik, adil, partisipatif akan menciptakan produktivitas yang tinggi.
- c. **Keterpaduan**, merupakan gambaran yang menunjukkan sifat kebersamaan, baik arti keserasian dalam peranan masing-masing pendukung maupun koordinasi dan sinergi untuk saling berinteraksi dan mendukung pengembangan ekonomi pariwisata.
- d. **Administrasi**, merupakan salah satu perangkat yang diperlukan dalam rangka pengembangan berupa kelengkapan administratif seperti profil dan proposal pengem-

bangannya, surat keterangan desa yang menjelaskan adanya kegiatan yang dimaksud dan dibina oleh pemerintah, dan lainnya.

- e. **Networking**, proses pembentukan jaringan kerjasama kemitraan antar desa wisata dengan birokrasi, lembaga swadaya masyarakat, lembaga organisasi tradisional yang mandiri, merupakan bagian integral dalam upaya pengembangan ekonomi pariwisata, baik untuk meningkatkan kemampuan, mengidentifikasi dan mengelola berbagai sumber, maupun untuk menjaga keseimbangan antara struktur *vertikal* maupun *horizontal* dalam menciptakan manfaat simbiosis pengembangan ekonomi pariwisata.
- f. **Substansi kegiatan**, serangkaian kegiatan untuk membangun dan mendorong gelora ekonomi pariwisata yang ditentukan berdasarkan sifat kegiatan (apakah masih berupa rintisan, atau pengembangan, atau pelestarian kultural, teknologi dan manajerial), melalui empat kegiatan utama berikut:
 - 1). Produksi : mendorong masyarakat agar mampu memproduksi barang maupun jasa di daerah tersebut;
 - 2). Produktivitas :mendorong masyarakat agar mampu menjaga kelangsungan produksi suatu produk;
 - 3). Pemasaran : mendorong masyarakat agar membuka jalur-jalur pemasaran produk yang dihasilkan;

- 4). Pemberdayaan : implementasi bertumpu pada kemauan masyarakat untuk mencapai kesejahteraan secara mandiri dengan dorongan penuh dari pemerintah melalui SKPD terkait secara terintegrasi.

C. INDIKATOR KEBERHASILAN MODEL OVOD

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya model OVOD dimaknai sebagai upaya masyarakat desa untuk menghasilkan lebih banyak barang dan jasa berbasis sumberdaya sendiri untuk memperbaiki taraf hidup dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat, maka keberhasilan model **OVOD** ditandai oleh indikator berikut ini :

1. Pembentukan kelompok usaha pedesaan;
2. Peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat;
3. Menurunnya tingkat pengangguran;
4. Peningkatan kegiatan ekonomi pariwisata pedesaan;
5. Peningkatan produksi (barang dan jasa) dan peluang pasar;
6. Meningkatnya tingkat pendidikan dan kesehatan masyarakat;
7. Meningkatnya kualitas sumberdaya manusia (kreatif, inovatif dan produktif);
8. Potensi sumberdaya alam dipergunakan secara optimal tetapi kelestarian lingkungan tetap terjaga.

D. PENELITIAN TERDAHULU

Tinjauan penelitian terdahulu dalam peneliian ini menggunakan *integrated community development* sebagaimana dilakukan oleh Yudiarini, dan Sri Astiti

(2014), menyimpulkan bahwa: (1) wawasan dan pengetahuan terhadap masalah manajemen produksi maupun jaringan pemasaran masih minim, (2) masyarakat belum terlibat secara utuh dalam aktivitas dan masih terfokus pada kegiatan produksi; dan (3) peran dan fungsi kelembagaan masyarakat sebagai wadah organisasi belum berjalan secara optimal

Zamhariri (2008) menyebutkan bahwa organisasi yang memformulasikan strategi *community development* dalam meningkatkan perekonomian masyarakat adalah memberikan arahan pencapaian sasaran dan tujuan pembangunan masyarakat secara optimal dan berkelanjutan. Namun tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *networking* dengan pihak-pihak lain yang berkompeten. Penelitian ini merekomendasikan perlu menyelaraskan hubungan *community development* dengan jaringan sehingga bisa menghasilkan produk barang dan jasa yang unggul dan kompetitif.

Riset evaluasi terhadap pendekatan produktivitas desa yang dilakukan oleh Larasati dan Susanto (2014), menghasilkan dua rekomendasi penting: (1) perlu konsistensi pemerintah dan partisipasi masyarakat dalam melak-sanakan dan mengawasi berjalannya program yang telah disusun, (2) pengembangan desain produk kerajinan, diperlukan peran desainer untuk mengem-bangkan desain yang dapat memahami kebutuhan pasar sekaligus mempertahankan nilai-nilai tradisional kerajinan dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh industri

E. ROADMAP PENELITIAN

Model OVOD ini dirancang dalam rangka pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan kemandirian dan kapasitas-

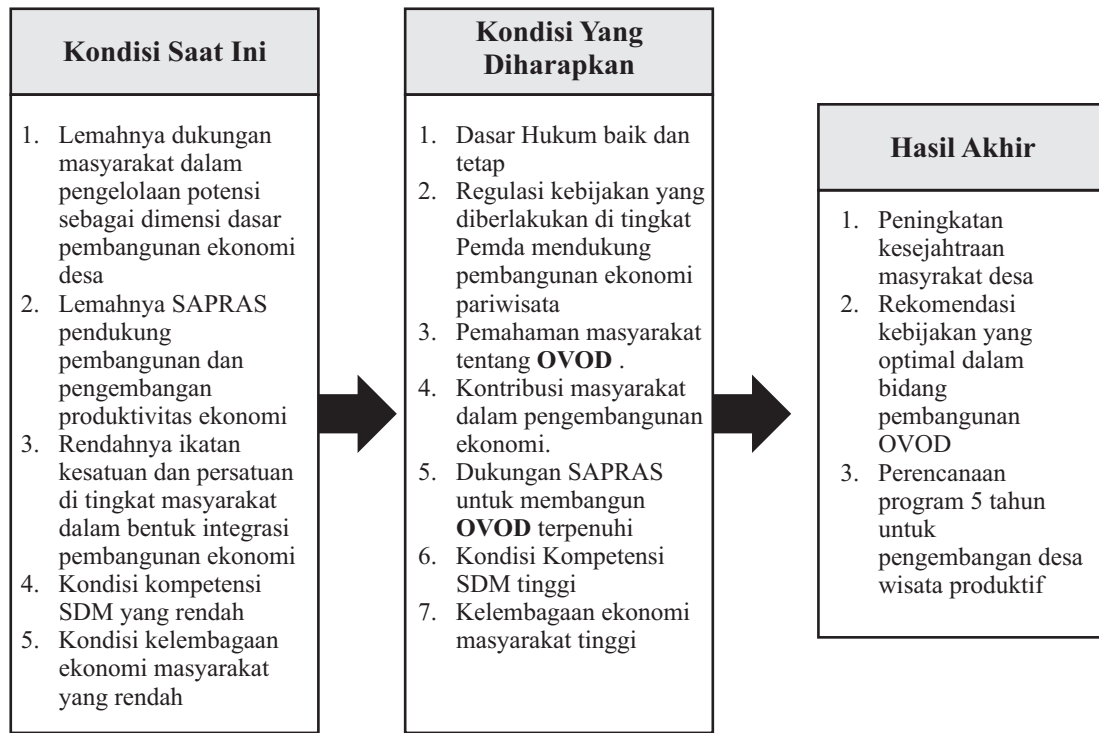
nya untuk berperan aktif dalam mewujudkan ketersediaan, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa dari waktu ke waktu dengan memanfaatkan kelembagaan sosial ekonomi yang telah ada di tingkat pedesaan. Dinamika dan penguatan masyarakat dalam penyediaan barang dan jasa merupakan suatu kebijakan pemerintah dalam mendorong kesejahteraan masyarakat dan penguatan pola penurunan tingkat pengangguran, dan kemiskinan, peningkatan ketahanan pangan, peningkatan ketersediaan barang dan jasa.

Tingkat keberhasilan pembangunan desa wisata dalam jangka panjang sangat tergantung pada dukungan dan sinergitas pelaku, yaitu pemerintah, investor, dan masyarakat, untuk mencapai kondisi kemantapan barang dan jasa dalam mendukung kebutuhan masyarakat desa yang bersangkutan. Keberhasilan dalam mengembangkan desa wisata dilaksanakan dengan dasar kebijakan pemerintah dengan memperhatikan dimensi bidang ekonomi, sosial, dan budaya masyarakat, secara sistemik dirancang dalam bentuk peta kerja (*roadmap*) seperti dalam gambar 2

METODE PENELITIAN

Skala pengukuran variabel (Tabel 1) dan analisis data (Tabel 2) model OVOD di desa wisata Kebon Agung dengan pertimbangan sebagai berikut:

1. Tipologi desa termasuk desa potensial dalam hal kerajinan gerabah, anyaman bambu, dan membatik kain tetapi secara ekonomi belum berhasil baik;
2. Kompetensi sumberdaya manusia produksi yang dibutuhkan pada level sedang;



Gambar 2 Roadmap Penelitian Modul OVOD Dalam Pengembangan Ekonomi Pariwisata

- 3. Memiliki potensi lokal untuk dikembangkan menjadi model industri kreatif, unik, dan berkualitas, komoditas unggulan yang dimiliki desa bervariasi (pariwisata, pertanian, industri rumah tangga, *homestay*, kuliner dan budaya);
- 4. Kelembagaan ekonomi tersedia untuk mendukung usaha pariwisata seperti pokdarwis, koperasi dan agen perjalanan;
- 5. Memiliki tokoh masyarakat dalam menggerakkan masyarakat;
- 6. Memungkinkan berkembang menjadi pusat pertumbuhan ekonomi dan pengembangan entrepreneur baru yang mampu mensejahterakan masyarakat.

Tabel 1 Skala Pengukuran dan Klasifikasi Desa Wisata Produktif

No	Dimensi	Tidak Produktif	Kurang Produktif	Cukup Produktif	Produktif	Sangat Produktif
1	Komoditas Unggulan	1.0 - 1.9	2.0 - 2.9	3.0 - 3.9	4.0 - 4.9	5
2	Potensi Geografis	1.0 - 1.9	2.0 - 2.9	3.0 - 3.9	4.0 - 4.9	5
3	Peluang Pasar	1.0 - 1.9	2.0 - 2.9	3.0 - 3.9	4.0 - 4.9	5
4	Teknologi	1.0 - 1.9	2.0 - 2.9	3.0 - 3.9	4.0 - 4.9	5
5	SDM	1.0 - 1.9	2.0 - 2.9	3.0 - 3.9	4.0 - 4.9	5
6	Kelembagaan	1.0 - 1.9	2.0 - 2.9	3.0 - 3.9	4.0 - 4.9	5

Tabel 2. Variabel, Dimesi, Indikator, Sumber data dan Instrumen, Metode Analisis dan Luaran

Jenis Data	Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber & Instrumen	Analisis	Luaran
Primer	Fisik	Potensi SDA	1. Potensi geografis 2. Letak lokasi terhadap pusat perdagangan	Desa Dan Responden (kuesioner)	1. Analisis Indeks Komposit 2. Analisis Regresi	1. Tipe desa wisata produktif 2. Faktor signifikan penghambat desa wisata produktif 3. Model akselerasi desa wisata produktif 4. Strategi kebijakan pengembangan desa wisata produktif 5. Penyusunan program pengembangan desa wisata produktif
			1. Jenis vegetasi/non vegetasi 2. Dikerjakan petani/non petani 3. Kualitas dan kuantitas 4. Kestinambungan produk 5. Pemasaran produk			
	Ekonomi	Pasar	1. Akses pasar dan pemasaran 2. Akses sarana prasarana pemasaran 3. Transpotasi 4. Gudang			
		Teknologi	1. Pengolahan hasil skala RT 2. Pengolahan hasil skala sedang			
	Sosial	SDM	Motivasi, partisipasi, kerjasama, ketrampilan, kemampuan, innovative dan kreativitas			
	Kelembagaan	1. KUD 2. Koperasi 3. Pengelola desa Wisata produktif	Desa	1. Analisis Kelembagaan 2. Analisis Logical	Informasi desa	
Sekunder	1. Profil desa 2. Profil kelembagaan			Desa	Framework	

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. PROFIL DAN KONDISI FISIK DESA WISATAKEBONAGUNG

1. Topografi

Secara topografi wilayah desa Kebon Agung membujur arah Utara – Selatan, di wilayah timur terdapat jalan

provinsi yang merupakan jalur wisata menuju Pantai Parangtritis dan Pantai Renehan Gunungkidul, sehingga merupakan jalur penghubung antara Kabupaten Bantul dan Gunungkidul. Desa Kebon Agung kondisi wilayahnya datar dan dilalui sungai Opak pada sebelah barat desa.

2. Hidrologi

Desa Kebon Agung dilalui sungai Opak sehingga untuk perairan lahan pertanian sebagian dari bendungan Tegal. Adanya bendungan Tegal selain untuk mengairi lahan pertanian juga mempunyai keindahan alam sehingga berpotensi untuk dikembangkan sebagai obyek wisata dan berpotensi untuk budidaya ikan air tawar.

3. Geologi

Wilayah desa Kebon Agung, keadaan geologinya berupa dataran aluvium. Terbentang mulai dari kerucut gunung api hingga dataran fluvial gunung api yang meliputi daerah Kabupaten Sleman, Kota Yogyakarta dan sebagian Kabupaten Bantul termasuk bentang lahan vulkanik.

4. Produk Unggulan Desa Wisata Kebon Agung

Tabel 3. Produk Unggulan Desa Wisata Kebon Agung

No	Sektor Unggulan	Jenis Usaha
1	Pariwisata	Bendung tegal, Wisata Pertanian, Musium
2	Pertanian	Pertanian, Padi, Polowijo, Kelapa, Pisang, Melinjau
3	Perikanan	Budidaya ikan air tawar
4	Peternakan	Kelompok kandang sapi, kerbau, itik kambing, ayam, kelinci
5	Industri Kecil	Tempe keripik, Emping, Tempe, Bingkai foto, kerajinan daur ulang

5. Harga Paket Produk Desa Wisata Kebon Agung

Tabel 4. Harga Paket Produk Desa Wisata Kebon Agung

No	Jenis Produk	Harga	Keterangan
1	Homestay	75.000,00	24 jam/orang
2	Pertanian	400.000,00	40 orang
3	Genduri	1.000.000,00	40 orang
4	Wiwit	500.000,00	1 Paket
5	Mantenan	15.000.000,00	1 Paket
6	Gejong Lesung	1.000.000,00	Lengkap
7	Ketoprak Lesung	1.000.000,00	Lengkap
8	Wayang Kulit	7.500.000,00	Lengkap

B. ANALISIS KELEMBAGAAN

Bentuk keseriusan masyarakat Kebon Agung adalah dengan membentuk kelompok kelembagaan usaha, karena disebabkan adanya faktor:

1. Tidak tersedianya lapangan pekerjaan yang mencukupi;
2. Bendung Tegal yang dibangun di wilayah Desa Kebon Agung;
3. Keinginan menambah pendapatan.

Kelembagaan masyarakat desa Kebon Agung dibangun dengan wawasan yang memadukan pariwisata, pendidikan, dan pertanian dengan pertimbangan sebagai berikut:

1. Potensi sumberdaya alam berupa bendungan sungai opak untuk wisata air
2. Adanya lahan pertanian yang cukup
3. Pertanian tradisional yang masih terjaga dengan baik
4. Kurangnya pemahaman proses bertani kepada generasi muda, terutama dari perkotaan.

Bendung Tegal merupakan bendungan yang membentang di aliran sungai Opak. Bendungan Tegal merupakan potensi wisata bendung tegal yang dikembangkan sebagai obyek wisata melalui penyediaan berbagai fasilitas pendukung desa wisata Kebon Agung, dengan tetap mempertahankan bendung Tegal sebagai obyek wisata utama.

Wisatawan dapat menikmati berbagai panorama/obyek wisata Kebon Agung yaitu Bendung Tegal, Rumah Limasan, Rumah Joglo, kegiatan pertanian dengan pola tanam sistem S.R.I untuk :

1. Menambah ketertarikan wisatawan terhadap kesenian, budaya, dan makanan tradisional dengan kegiatan kelompok kesenian Gejog Lesung, kelompok seni keprajuritan, kelompok seni karawitan, kelompok seni batik, kenduri, bancaan, kelompok budidaya ikan, kolam pemancingan dan kelompok ternak kambing
2. Memberikan pengetahuan dan ketertarikan wisatawan mengenai kegiatan pertanian, yaitu mengikuti kegiatan dan merasakan kehidupan warga desa dengan cara menginap di rumah warga/*homestay*.

Action plan model OVOD melibatkan kegiatan lintas sektor, untuk itu perlu dilakukan pengorganisasian sistem kelembagaan secara efektif baik di tingkat pusat, provinsi, kabupaten, kecamatan dan desa seperti disajikan dalam Tabel 5.

Program pengembangan model OVOD dirumuskan oleh kelompok kerja yang berfungsi sebagai simpul koordinasi untuk memperlancar pelaksanaan program aksi secara berjenjang di tingkat desa, kabupaten, provinsi, dan pusat baik dilihat dari *operasional rules*, *collective choice rules* maupun *constitutional rules* mulai dari tingkat pusat, provinsi, kabupaten, kecamatan, dan desa sangat berperan dalam pelaksanaan program OVOD, dengan tugas dan fungsi setiap level kelembagaan harus disusun dengan jelas dan komprehensif. Secara keseluruhan analisis kelembagaan dalam penelitian ini ditemukan sebagai berikut :

- a. Fungsi dan peran *operasional rules*, berupa aturan yang bersifat operasional untuk mengatur *rewards* dan *punishment* belum ada. Kelompok usaha yang memiliki prestasi yang baik dalam menjalankan usaha belum diberikan penghargaan, sangsi bagi

Tabel 5. Peran Level Kelembagaan Desa Wisata

No.	Nama	Level	Pembentukan dan Peran
1	Direktorat Pembangunan Produktivitas Nasional	Pusat	Koordinator program desa wisata produktif
2	Badan/Dinas/Kantor/ Unit Kerja Produktivitas	Provinsi, Kabupaten	Penanggung jawab program aksi desa wisata
3	Pokja Ekonomi Pariwisata	Kecamatan	Pelaksana kegiatan desa wisata
4	Kepala Desa	Desa	Koordinator pelaksana program desa wisata
5	Tim Ekonomi Pariwisata Desa		<ol style="list-style-type: none"> 1. Penanggung jawab operasional program desa wisata 2. Aktor penggerak pembangunan desa wisata

kelompok usaha yang terlambat dalam melakukan pengembalian modal juga belum ada kecuali bagi mereka yang berinteraksi dengan lembaga keuangan bank secara sendiri-sendiri.

- b. Fungsi dan peran *collective choice rules dan constitutional rules* belum berjalan. Selain itu mekanisme dalam melakukan koordinasi dan sinergi lembaga belum dilaksanakan optimal.

C. Analisis Logical Framework

1. Analisis Stakeholders

a. Pemerintah Pusat

Pemerintah pusat memiliki peranan penting dan memiliki kewenangan untuk melakukan koordinasi dan integrasi kegiatan-kegiatan pada lembaga terkait serta merumuskan kebijakan dan membantu memecahkan masalah yang dihadapi dalam pelaksanaan program model OVOD. Pemerintah pusat yang dimaksud adalah Direktorat Pembangunan Produktivitas Nasional.

b. Pemerintah Daerah

Pemerintah daerah ikut berperan penting dalam keberhasilan pelaksanaan program model OVOD. Pemerintah daerah juga memiliki tugas dan fungsi untuk melakukan sosialisasi, merumuskan, melakukan koordinasi dan sinkronisasi perencanaan dan pelaksanaan kegiatan lintas sektor dalam program ekonomi pariwisata, serta mengidentifikasi dan memecahkan masalah dalam pelaksanaan program model OVOD. Pemerintah daerah yang dimaksud antara lain pemerintah dan dinas kabupaten, badan pelaksana pengembangan

usaha, pemerintah kecamatan dan pemerintah desa.

c. Kelompok Usaha

Kelompok usaha merupakan pelaku yang menjadi titik tolak keberhasilan dari program ekonomi pariwisata. Keanggotaan kelompok usaha yang diikat dengan rasa kesatuan dan kebersamaan oleh jaringan persahabatan dan memungkinkan mereka mampu untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu. Peningkatan kapasitas para anggota kelompok tersebut dilakukan melalui pelatihan dan penyuluhan oleh instruktur pendamping program ekonomi pariwisata.

d. Lembaga Keuangan

Lembaga keuangan merupakan salah satu sumber dana yang dapat menunjang keberlangsungan program model OVOD. Hal ini dapat diwujudkan dalam bentuk pinjaman dan investasi kepada klaster bisnis khususnya kelompok usaha yang bergerak dalam bidang ragam produksi/usaha.

e. Lembaga Swadaya Masyarakat

Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) turut berperan dalam keberhasilan model OVOD. Bersama-sama dengan masyarakat, LSM dapat mengawal dan mengawasi jalannya program model OVOD. Selain itu juga, LSM dapat memberikan pelatihan kelompok usaha agar berhasil dalam menjalankan usahanya.

2. Analisis Masalah

Beberapa penyebab permasalahan implementasi model OVOD adalah sebagai berikut:

- a. Tingkat pendidikan masyarakat desa yang *heterogen* menyebabkan kualitas sumberdaya manusia juga sangat bervariasi;
- b. Kurangnya pelatihan menyebabkan masyarakat desa jarang yang memiliki kemampuan khusus (*soft skill*) dalam pengembangan usaha;
- c. Keterbatasan modal usaha menyebabkan terbatasnya pengembangan usaha kelompok masyarakat;
- d. Tidak adanya inovasi dan teknologi dalam pengembangan produk menyebabkan usaha kelompok tidak berkembang (stagnasi);
- e. Mesin dan peralatan produksi yang sangat sederhana menyebabkan kurangnya *value added* produk yang dihasilkan;
- f. Kegagalan dalam usaha kelompok/gagal panen menyebabkan sulitnya pengembalian modal usaha.

3. Analisis Tujuan dan Struktur Evaluasi LFA

Tujuan utama dari model OVOD adalah untuk meningkatkan ketahanan pangan masyarakat melalui pendaya-

gunaan sumberdaya, kelembagaan dan budaya lokal di pedesaan. Artinya, dengan adanya model OVOD diharapkan masyarakat desa rawan pangan akan kembali mempunyai kemampuan untuk mewujudkan ketahanan pangan dan gizi, sehingga dapat menjalani hidup sehat dan produktif. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui pemberdayaan masyarakat untuk mengenali potensi dan kemampuannya, mencari alternatif peluang dan pemecahan masalah, serta mampu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumberdaya alam secara efisien dan berkelanjutan, serta tercapainya kemandirian masyarakat. Hasil yang diharapkan adalah ketersediaan modal usaha, adanya kelompok usaha terpadu, sarana prasarana penunjang semakin lengkap dan berkurangnya masyarakat miskin. Secara terstruktur Tabel 6 menunjukkan struktur evaluasi kerja operasional LFA, dapat digunakan untuk mengevaluasi keberhasilan model OVOD dalam mencapai tujuan.

Tabel 6 Struktur Evaluasi Kerja Operasional LFA

Log frame	Narasi	Indikator dan Sasaran Kinerja	Pembuktian	Faktor eksternal
Impact	Pelestarian usaha	Terbentuknya usaha yang berkesinambungan (dari kelompok usaha, pedagang, distributor, industri hingga konsumen)	1. Harga relatif tidak berfluktuasi 2. Supply dan demand yang seimbang	Adanya kerjasama dan satu visi dari berbagai pihak yang terkait
Benefit	1. meningkatkan kesejahteraan penduduk, 2. mengentaskan kemiskinan 3. menyerap tenaga kerja 4. meningkatkan pertumbuhan ekonomi desa	1. Berkurangnya penduduk miskin 2. Berkurangnya pengangguran 3. Peningkatan pertumbuhan ekonomi	Data (dari Pemda atau BPS) perkembangan kondisi ekonomi masyarakat desa	Kontrol dan pembinaan pemerintah melalui lembaga-lembaga terkait
Outcomes	1. Meningkatnya produksi barang dan jasa 2. Mampu bersaing pada taraf nasional maupun internasional 3. Meningkatnya pendapatan masyarakat desa	1. Produksi melimpah 2. kualitas membaik 3. pendapatan daerah meningkat	Rekaman hasil produksi 1. BPS 2. analisis laporan kualitatif 3. APBD	1. kondisi operasional yang mendukung 2. adanya kontrol terhadap harga jual produk

Log frame	Narasi	Indikator dan Sasaran Kinerja	Pembuktian	Faktor eksternal
Outputs	1. Tahapan pengembangan usaha yang terencana 2. Peningkatan proses produksi	1. Metode baku pengembangan 2. Produksi barang dan jasa berkualitas	1. Pedoman pengelolaan usaha mikro, kecil, menengah 2. Kemajuan usaha	Kondisi operasional yang mendukung tidak ada penyakit baru yang timbul
Activities	1. Membentuk unit kegiatan usaha masyarakat yang terpadu 2. Melibatkan peran pemerintah, masyarakat, dan swasta 3. Menjalin kerjasama dengan pemerintah, universitas, swasta, dan lembaga yang terkait 4. Meningkatkan kualitas produksi 5. Mengadakan pelatihan kepada kelompok usaha		1. SDM 2. Sarana dan prasarana 3. Modal Usaha	1. Kemudahan akses memperoleh modal usaha 2. Ketersediaan produksi

D. ANALISIS INDEKS KOMPOSIT

Tabel 7 menunjukkan nilai variabel responsif di atas satu, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa :

1. Jika variabel komoditas unggulan, potensi SDA, akses pasar, teknologi, SDM, dan kelembagaan meningkat outputnya, maka daya dorong dan dampak variabel tersebut semakin kuat terhadap peningkatan pendapatan masyarakat.
2. masyarakat desa wisata Kebon Agung dapat menikmati hasil desa wisata mereka dalam menghasilkan dan mengelola komoditas unggulan,

potensi SDA, teknologi, SDM, kelembagaan berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan masyarakat,

3. Indeks variabel pasar masih kecil dibanding indeks yang lain terhadap pertumbuhan ekonomi pariwisata, ini kemungkinan disebabkan oleh karena pengembangan pasar melalui pemasaran yang belum optimal, dengan demikian riset ini merekomendasikan perlu adanya analisis pasar guna merumuskan strategi pemasaran yang tepat baik dalam program promosi maupun strategi pemasaran yang proporsional

Tabel 7 Indeks Komposit Model OVOD

No	Variabel	1	2	3	4	5	Σ
1	Komoditas Unggulan	2.22	2.86	2.21	2.59	3.65	13.53
2	Potensi Sumberdaya Alam	2.29	2.87	3.25	2.57	3.80	14.78
3	Peluang Pasar	2.21	2.01	2.04	2.03	4.13	12.42
4	Teknologi	3.19	2.09	3.12	2.66	2.88	13.94
5	SDM	2.33	2.30	3.17	2.57	2.76	13.13
6	Kelembagaan	3.23	2.93	2.98	2.68	2.84	14.66
Indeks Komposit		15.53	15.16	16.97	15.77	20.46	83.89

Keterangan

- 1 = Kelompok usaha pedesaan
- 2 = Peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat
- 3 = Menurunnya tingkat pengangguran.
- 4 = Peningkatan produktivitas ekonomi pariwisata pedesaan
- 5 = Peningkatan produksi barang, jasa dan peluang pasar

E. HASIL ANALISIS LINIER BERGANDA

Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel model OVOD dalam semua kasus berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat desa wisata Kebon Agung. Dengan demikian model OVOD memiliki *power* dalam menjelaskan setiap dimensi variabel bebas dalam merubah peningkatan pendapatan masyarakat.

F. PEMBAHASAN

Peningkatan ekonomi pariwisata dirancang berdasarkan target kualitatif dan kuantitatif dalam menunjang kegiatan ekonomi di tingkat desa. Model OVOD merupakan media pembelajaran bagi masyarakat dan aparat desa untuk membuat keputusan yang demokratis dan transparan termasuk dalam perencanaan, pelaksanaan dan pelestarian program kegiatan.

1. Peningkatan Pendapatan Masyarakat

Kajian pengaruh komoditas unggulan, potensi geografis, akses pasar, teknologi, SDM, dan kelembagaan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat secara kuantitatif menggunakan analisis indeks komposit, dan persamaan linier berganda. Kedua analisis ini menunjukkan hasil yang konsisten. Nilai persamaan linier simultan $F = 72.099, p < 0,05$ yang menunjukkan bahwa komoditas unggulan, potensi SDA, akses pasar, teknologi, SDM, dan kelembagaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat. Ada dua syarat yang diperlukan dalam peningkatan pendapatan masyarakat:

Pertama, kemampuan dan potensi yang dimiliki oleh masyarakat memerlukan intervensi dan kesertaan pemerintah dalam memberikan

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi

Model	Coefficients ^b		
	β	t	Sig.
Komoditas Unggulan	0.428	4.635	0.030
Potensi Sumberdaya Alam	0.614	6.091	0.012
Peluang Pasar	0.458	5.364	0.026
Teknologi	0.159	3.747	0.044
SDM	0.375	5.005	0.037
Kelembagaan	0.321	4.698	0.042
R = 0.866, Adjusted R Square = 0.819, F = 72.099, Sig. 0.000			
b. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan Masyarakat			

bantuan teknis pengembangan kegiatan pariwisata, pertanian, perikanan, peternakan, dan industri kecil sebagai sumber pertumbuhan ekonomi pariwisata menjadi lebih produktif, yang secara langsung mampu menciptakan lapangan kerja dan kegiatan perekonomian (yang baru) dapat menampung tenaga kerja. Kondisi ini secara otomatis akan mereduksi prosentase golongan masyarakat berpendapatan rendah akan semakin turun yang pada gilirannya akan mengurangi masyarakat miskin dan meningkatkan pendapatan rata-rata masyarakat.

Kedua, riset ini juga menunjukkan bahwa pemberian bantuan modal usaha dan penyediaan prasarana dan sarana dapat mengaktivasi kegiatan pariwisata, pertanian, perikanan, peternakan dan industri kecil yang lebih produktif untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Peningkatan ini akan berpengaruh terhadap meningkatnya investasi yang mendorong peningkatan produksi. Peningkatan produksi akan meningkatkan pendapatan dan peningkatan pendapatan akan meningkatkan pajak.

2. Komoditas Unggulan

Hasil analisis komoditas unggulan adalah $\beta=0.428$, $t=4.635$, $p<0.05$, ini menunjukkan bahwa komoditas unggulan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan, artinya semakin tinggi produksi komoditas unggulan, maka pendapatan masyarakat juga akan semakin meningkat. Power komoditas unggulan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat sebesar 37%. Untuk meningkatkan komoditas unggulan,

masyarakat bersama kelompok penggerak desa wisata perlu:

1. Melakukan perbaikan faktor produksi seperti pengelolaan areal produksi/pertanian, penanaman kembali, dan produksi komoditas unggulan yang berkaitan dengan permintaan dan harga serta aspek perdagangan.
2. Melakukan intensifikasi yaitu dengan menambah penggunaan modal (biaya untuk pembelian pupuk, pestisida, bibit dan pengembangan usaha non pertanian), tenaga kerja, manajemen (pengelolaan) sumberdaya produksi, dan teknologi pada lahan yang tetap (tanah).
3. Memperkuat pengembangan *Tourist Farm Business* sebagai bagian penting dari upaya memperkuat struktur perekonomian desa itu sendiri dalam menciptakan *multiplier effect* terhadap total perekonomian desa. Pengembangan ini dilakukan melalui penyuluhan dan pelatihan, penyediaan sarana dan prasarana serta intervensi harga dari pemerintah

3. Potensi Sumber Daya Alam

Hasil analisis potensi sumber daya alam (*SDA*) ditemukan $\beta=0.614$, $t=6.091$, $p<0.05$, ini menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan masyarakat tergantung pada kemampuannya mengoptimalkan penggunaan *SDA* dengan tetap mempertimbangkan kelestariannya. *Power* sumberdaya alam dalam meningkatkan pendapatan masyarakat sebesar 53% dalam menunjang kelangsungan hidup masyarakat Kebon Agung. Semakin cepat pertumbuhan ekonomi akan

semakin banyak barang yang diperlukan dalam proses produksi. Pada gilirannya akan mengurangi ketersediaan potensi SDA yang ada di Kebon Agung. Dengan demikian pengaruh positif dan signifikan penggunaan kuantitas SDA (sumber daya pariwisata pertanian, perikanan, peternakan, dan industri kecil) terhadap pertumbuhan ekonomi dapat menimbulkan dampak negatif terhadap SDA setempat. Oleh karena itu masyarakat bersama kelompok penggerak desa wisata perlu:

1. Membangun kesadaran daur ulang terhadap limbah (*waster*) kegiatan produksi dan konsumsi rumah tangga. Daur ulang yang memenuhi syarat secara teknologi dalam skala kecil-sedang yang mampu memberi nilai tambah ekonomi, keserasian sosial, dan keberlanjutan lingkungan.
2. Membangun kesadaran pertumbuhan ekonomi berwawasan lingkungan dengan cara memperlakukan SDA dan melihat sisi positif maupun negatifnya. Ini memerlukan dua instrumen penting (a) analisis rencana umum tata ruang (RUTR); dan (2) analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL). RUTR dan AMDAL ini menjadi wajib digunakan dalam rangka optimalisasi penggunaan lahan produksi dan pengendalian dampak pencemaran kegiatan ekonomi terhadap lingkungan, dengan demikian keberlanjutan produktivitas usaha desa wisata dapat terjamin yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan masyarakat.

4. Peluang Pasar

Hasil analisis peluang pasar ditemukan $\beta = 0.458$, $t = 5.364$, $p < 0.05$, ini menunjukkan bahwa peluang pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, semakin mampu memanfaatkan peluang pasar maka pendapatan masyarakat desa wisata Kebon Agung akan semakin meningkat. 40% *power* peluang pasar dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Kebon Agung.

Selain itu, penelitian juga menemukan hasil penelitian pasar tradisional, *omzet* penjualan masyarakat desa wisata Kebon Agung berdasarkan harga konstan 2009. Rata-rata *omzet* penjualan masyarakat adalah Rp.10.678.105,00 pada tahun 2014 meningkat menjadi Rp.11.713.754,00 pada tahun 2015 (bulan September) ini menunjukkan *omzet* penjualan masyarakat secara signifikan meningkatkan pendapatan masyarakat perbulan sebesar Rp.2.047.697,00.

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi

Uraian	Nilai (Rp)	t-hitung	Sign.
Keuntungan Harga Berlaku - 2015	2.195.027	16,632	0.000
Keuntungan Harga Konstan - 2009	2.047.697		
Perbedaan	147.330		

Secara khusus strategi untuk mengoptimalkan peluang pasar desa wisata Kebon Agung dalam menarik wisatawan adalah membangun *partner* pemasaran (*partnership marketing*), mengembangkan jaringan

pemasaran (*network marketing*) dan melakukan pemasaran bersama (*co-op marketing*) dengan agen perjalanan, biro promosi wisata DIY, perhotelan dan lainnya yang relevan.

5. Teknologi

Temuan empiris menunjukkan bahwa variabel teknologi ini mampu mendorong masyarakat untuk menghasilkan produk sekaligus mempengaruhi pendapatan mereka ($\beta=0.159$, $t=3.747$, $p<0.05$). Dalam kasus desa wisata Kebon Agung, *power* teknologi dalam proses produksi hanya 14% (sangat kecil dibanding variabel lainnya) untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Ini sejalan dengan konsep *Tourist Farm Business*, terutama karena:

1. Penggunaan teknologi dalam mengolah tanah persawahan justru akan menghilangkan daya tarik desa wisata Kebon Agung itu sendiri, demikian juga dalam industri rumah tangga untuk (a) kelompok usaha tempe, bingkai foto, kerajinan daur ulang (b) kelompok usaha tempe keripik, emping, palawija, kelapa, pisang, dan melinjo, (c) kelompok usaha sapi, kerbau, itik, kambing, ayam dan kelinci, dan pengolahan padi tidak memerlukan teknologi, ketika diolah dengan tangan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Obyek wisata lain seperti Bendung Tegal, museum pertanian, dan usaha budidaya ikan air tawar juga tidak memerlukan teknologi tinggi.
2. Walaupun pengaruh *total factor productivity (TFP)* yang dianggap sebagai kemajuan teknologi, tingkat output berdasarkan kapital per

tenaga kerja efektif (tenaga kerja yang sedang bekerja), tingkat efisiensi dan efektifitas proses produksi, tetapi bagi desa wisata Kebon Agung, *TFP* bukan pendorong utama bagi peningkatan ekonomi masyarakat Kebon Agung

3. Penggunaan teknologi komunikasi berbasis komputer dan teknologi komunikasi lainnya diperlukan untuk kepentingan promosi desa wisata Kebon Agung misalnya *website*, dan media sosial lainnya yang dianggap paling relevan.

6. SDM

Nilai koefisien parsial SDM dalam penelitian ini ditemukan $\beta=0.375$, $t=5.005$, $p < 0.05$, ini membuktikan bahwa SDM Kebon Agung berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan pendapatannya, oleh karena itu jika kualitas SDM Kebon Agung meningkat maka pendapatan perkapita mereka akan semakin meningkat. *Power* SDM Kebon Agung dalam mengubah peningkatan pendapatan perkapitanya sebesar 32%. Riset ini mempertegas bahwa:

1. SDM memiliki peran strategis dalam faktor produksi dalam menghasilkan barang dan jasa, mempengaruhi usaha dan pendapatan guna memenuhi tingkat pendapatan dari waktu ke waktu sejalan dengan penambahan anggota keluarga, tekanan perubahan atau perkembangan kebutuhan mereka sendiri.
2. Proses laju pertumbuhan ekonomi pariwisata desa Kebon Agung harus bertumpu pada pengembangan SDM sebagai kondisi utama

kelangsungan (a) kelompok usaha tempe, bingkai foto, kerajinan daur ulang; (b) kelompok usaha tempe keripik, emping, palawija, kelapa, pisang, dan melinjo; (c) kelompok usaha sapi, kerbau, itik, kambing, ayam dan kelinci; (d) kelompok usaha wisata Bendung Tegal, museum pertanian, dan (e) kelompok usaha budidaya ikan air tawar.

3. Desain pembangunan ekonomi pariwisata (*tourism economic growth*) desa Kebon Agung dalam jangka panjang harus dirancang dari perubahan kualitas sumber daya manusia dan penciptaan kondisi yang kondusif untuk memberikan kontribusi bagi peningkatan taraf hidup, kesejahteraan masyarakat, penurunan pergerakan migrasi, penurunan angka kemiskinan, serta perbaikan indikator-indikator sosial lainnya.

7. Kelembagaan

Hasil kajian empiris menunjukkan bahwa kelembagaan kelompok usaha masyarakat desa wisata Kebon Agung dapat meningkatkan pendapatan masyarakat ($\beta=0.321$, $t=4.698$, $p<0.042$). Pada masa mendatang 28% *power* kelembagaan kelompok usaha masyarakat ini mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, oleh karena itu:

- a. Kelembagaan ekonomi masyarakat desa Kebon Agung (Pokja Produktif, Pokdarwis) harus semakin efektif dalam menggerakkan aktivitas pariwisata, pengembangan pasar, penciptaan suasana atau iklim yang memungkinkan masyarakat untuk meningkatkan pendapatan sekaligus daya saing mereka;
- b. Pemberdayaan kelembagaan masyarakat desa dilakukan melalui peningkatan kualitas SDM, pengembangan jejaring kerja dan kemitraan yang tangguh, dinamis dan mandiri. Dengan pemberdayaan kelembagaan diharapkan dapat menggerakkan para pihak untuk berperan serta secara aktif dalam penyelenggaraan program ekonomi pariwisata. Selain itu, pembagian peran yang lebih jelas, masing-masing pihak mempengaruhi wewenang dan tanggung jawabnya, sehingga sistem manajemen penyelenggaraan program ekonomi pariwisata dapat dilaksanakan secara optimal.
- c. Pengembangan Kelembagaan Usaha, secara khusus digunakan untuk mendorong dan membimbing masyarakat agar mampu bekerja sama di bidang ekonomi secara berkelompok/berorganisasi, untuk: (1) menghimpun modal usaha yang lebih besar, (2) memperbesar skala usaha, (3) meningkatkan posisi tawar (*bargaining position*), (4) meningkatkan efisiensi dan efektivitas usaha, dan (e) terbentuknya gabungan kelompok/asosiasi atas dasar kebutuhan atau kepentingan kelompok itu sendiri.
- d. Pengembangan kelembagaan permodalan merupakan kegiatan pemberdayaan dengan cara pemberian fasilitas yang sifatnya mendidik, sehingga mampu menghilangkan ketergantungan dan akan tumbuh keswadayaan dan mampu berusaha dengan sistem pasar.
- e. Pengembangan jejaring dan kemitraan, masyarakat Kebon Agung memiliki SDA dengan ragam usaha

tetapi selalu berhadapan dengan berbagai kendala dan keterbatasan, seperti keterbatasan dalam skala usaha, manajemen usaha, modal, keterampilan berusaha, produksi dan pemasaran hasil, serta kerja sama kemitraan.

Untuk itu, pemerintah, Pokja, Pokdarwis Desa Kebon Agung harus meng-inisiasi pembentukan dan pengembangan jejaring kemitraan usaha dan pemasaran atau promosi Kebon Agung sebagai desa wisata yang layak untuk dikunjungi. Jika kemitraan pemasaran atau promosi ini berhasil mendatangkan wisatawan dalam jumlah pantas, dapat dipastikan akan menciptakan *multiplier effect* yang lebih baik dan mendorong pergerakan sektor pertanian, perikanan, peternakan, dan industri kecil yang ada di desa Kebon Agung.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

1. Komoditas unggulan desa wisata Kebon Agung bervariasi sesuai dengan potensi geografis dan keahlian SDM (masyarakat setempat), integrasi komoditas unggulan pariwisata dapat memperkuat struktur pertumbuhan pendapatan masyarakat setempat.
2. Tumbuhnya minat dan komitmen masyarakat desa untuk mengembangkan desanya menjadi desa wisata produktif dalam menciptakan produk unggulan yang memberikan *multiplier effect* bagi peningkatan kesempatan kerja dan peluang kerja sebagai indikator penunjang dan pendorong dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis pemberdayaan dalam mendorong keberadaan desa wisata produktif yang mampu menjadi *embrio*

pusat produksi dan pusat pertumbuhan dalam mempercepat pemenuhan hak dasar hidup masyarakat.

3. Analisis indeks komposit dan analisis infrensial model OVOD yang dibentuk dari variabel komoditas unggulan, potensi geografis, akses pasar, teknologi, SDM, dan kelembagaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap:
 - a. Pembentukan kelompok usaha pedesaan;
 - b. Peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat;
 - c. Menurunnya tingkat pengangguran;
 - d. Peningkatan kegiatan ekonomi pariwisata pedesaan;
 - e. Peningkatan produksi (barang dan jasa) dan peluang pasar.
4. Peran pemerintah kabupaten/ kecamatan/ desa sebagai ujung tombak dalam pelayanan kepada masyarakat berkompeten dalam upaya pemberdayaan masyarakat dan upaya pengembangan kelembagaan masyarakat. Dalam pelaksanaan model OVOD, perlu dikembangkan kelembagaan produktif yang tumbuh, berkembang, dan mandiri untuk kepentingan masyarakat. Rancang bangun sistem kelembagaan ekonomi desa melibatkan kegiatan lintas sektor yang dimulai dari Tim Penggerak Desa Wisata (Pokdarwis), Kepala Desa, Dinas Pertanian, Dinas Perikanan, Perindustrian, Dinas Pariwisata dan Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa.

Oleh karena model OVOD mampu meningkatkan pendapatan masyarakat dan mengurangi angka kemiskinan Desa Wisata Kebon Agung maka:

1. Pengembangan ekonomi pariwisata (di desa wisata) perlu dilanjutkan diantaranya melalui pengembangan jejaring dan kemitraan kelompok usaha diperlukan

dalam pengembangan skala usaha, manajemen usaha, modal, teknologi, keterampilan berusaha, produksi dan pemasaran hasil dengan pola kerja sama kemitraan yang saling menguntungkan, dengan dasar aset yang dimiliki oleh masing-masing pihak yang bermitra.

2. Pemerintah **Bantul** harus secara terus membantu mempromosikan desa wisata Kebon Agung dan mengikutsertakan dalam kegiatan “*Java Promo*” atau forum kerjasama pengembangan pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta-Jawa Tengah. Upaya lain yang dilakukan secara kelembagaan dengan menggandeng akademisi dari perguruan tinggi untuk membimbing pengelola dan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) untuk menerapkan manajemen desa wisata yang baik yang dintegrasikan dengan produk unggulan desa serta memberikan pelatihan, penyuluhan dan pendampingan yang intensif dalam pengembangan usaha masyarakat. Selain itu pemerintah tetap mengawal sekaligus mengawasi pelaksanaan model OVOD dalam pengembangan desa wisata produktif melalui kelembagaan yang baik serta koordinasi dan sinergi dari seluruh *stakeholder* terkait
3. Indeks akses pasar dalam penelitian ini ditemukan paling rendah, oleh karena sangat diharapkan adanya riset lanjutan untuk tujuan:
 - a. Memotret kondisi terkini tentang respon wisatawan terhadap produk-produk desa wisata Kebon Agung baik oleh wisatawan nusantara maupun manca negara.
 - b. Meningkatkan sumber referensi untuk memahami minat wisatawan dalam rangka memberikan pelayanan kepariwisataan.
 - c. Meningkatkan kesadaran dan kesiapan pengelola destinasi dan pelaku pariwisata dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan
4. Perbaikan kualitas, strategi pengembangan produk dan usaha wisata dilakukan dengan:
 - a. Penyediaan modal stimulan bagi setiap kelompok usaha pariwisata;
 - b. Keterlibatan dalam memperkuat pengembangan potensi masyarakat;
 - c. Keterlibatan dinas pariwisata dan dinas pemberdayaan masyarakat dalam berbagai kegiatan pemasaran produk unggulan desa wisata untuk pengenalan daya tarik desa wisata Kebon Agung;
 - d. Pengembangan kemampuan manajemen kelompok usaha dilakukan secara terencana, teratur dan sistematis,
 - e. Pengembangan daya tarik desa agar lebih menarik dari daerah lain yang serupa dengan melengkapi sarana prasarana penunjang;
 - f. Secara rutin di adakan lomba desa wisata (tahunan) yang secara khusus diselenggarakan untuk mendukung atau memperingati hari-hari tertentu (misalnya hari pariwisata nasional atau hari pariwisata dunia atau Hari Jadi Kabupaten Bantul atau lainnya);
 - g. Secara berkala perlu dilakukan tinjauan ulang terhadap keunikan produk wisata yang dimiliki agar secara berkelanjutan memberikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan;
 - h. Penyediaan tenaga pendamping untuk meningkatkan kualitas SDM;
 - i. Meningkatkan promosi sebagai sarana pengenalan keunggulan produk dan obyek wisata yang ada desa;

- j. Peningkatan mutu sarana prasarana penunjang akses destinasi wisata;
- k. Melakukan kerjasama promosi dengan daerah/negara lain;
- l. Peningkatan rasa aman dan nyaman bagi pengunjung desa wisata Kebon Agung.

DAFTAR PUSTAKA

- Direktorat Produktivitas dan Kewirausahaan (DKP), 2011. *Pedoman Kompetensi Pengembangan Desa Produktif*. Direktorat Jendral Pembinaan, Pelatihan dan Produktivitas Kementerian Tenaga Kerja Dan Transmigrasi
- Hastarini, E. 2009. Analisis Sektor dan Produk Unggulan Kabupaten Kendal. *Media Ekonomi dan Manajemen*. 18/2, 165-177
- Larasati, M. T. D. dan Susanto. R. 2014. *Pendekatan Pengembangan Produktivitas untuk Mengembangkan Potensi Kerajinan Daerah*. Studi Kasus: Kerajinan Gerabah di Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta. *ITBJ. Vis. Art & Des*, 6/1, 29-42
- Trisaktiyana, 2014. *Database Profil Daerah Kabupaten Bantul*. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Bantul
- Yudiarini, K. N. B.S. dan Astiti S, N, W. 2014. *Dampak Pengembangan Agribisnis terhadap Pendapatan Rumah Tangga*. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 2/1, 37-48
- Zamhariri, 2008. *Pengembangan Masyarakat: Perspektif Pemberdayaan dan Pembangunan*. *Jurnal Komunitas, Pengembangan Masyarakat Islam*,. 4/1, 101-108

Biodata Peneliti : Drs. Budi Hermawan, MM**A. Identitas Diri**

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Drs. Budi Hermawan, MM
2	Jenis Kelamin	Laki - laki
3	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
4	NIP/NIK/Identitas lainnya	6694049
5	NIDN	0523026601
6	Tempat, Tanggal Lahir	Yogyakarta, 23 Februari 1966
7	E-mail	budhiyk2000@yahoo.com/ ampta@yahoo.co.id
8	Nomor Telepon/HP	(0274) 898253/0811254368
9	Alamat Kantor	Jl.Laksda. Adisucipto km 6, Tempel,Catur Tunggal, Depok Yogyakarta.55281
10	Nomor Telepon/Faks	0274-485115 , 489514
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1 = ... orang; S-2 = ... orang; S-3 = ... orang
12	Nomor Telepon/Faks	0274-485115 , 489514
13	Mata Kuliah yang Diampu	1. Manajemen Keuangan
		2. Pengendalian Biaya
		3. Analisis Operasional Hotel

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	UNS	Universitas Islam Indonesia	
Bidang Ilmu	Ekonomi, Akuntansi	Manajemen, Keuangan	
Tahun Masuk-Lulus	1984- 1990	1996-1997	
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Analisa Compliance Test- Atribut Sampling,	Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham Di Bursa Efek Jakarta	
Nama Pembimbing/Promotor	Dr. Mulyadi, Akt	Prof. Dr. Bambang Riyanto	

**C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir
(Bukan Skripsi, Tesis, maupun Disertasi)**

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2010	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Kesetiaan Pelanggan Terhadap Ikatan Pelanggan Hotel di Yogyakarta	Institusi	5
2	2012	Analisis Kontribusi Transaksi Pariwisata Terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Sektor Pariwisata	Institusi	5

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2011	Pelatihan Gemar Makan Ikan, Ibu PKK DIY	DKP	4.5
3	2013	Pelatihan Kewirausahaan	Institusi	20
4	2013	Pelatihan Housekeeping Homestay	Institusi	5

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun
1	Mengelola Pendapatan Kamar Hotel Yang Optimum (yield management)	Media Wisata	Vol. 5 no.2 November 2010
2	Analisis Kontribusi Transaksi Pariwisata Terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Sektor Pariwisata	Media Wisata	Vol.7,No.1. Mei 2012
3	Civilizing Entrepreneurship in The University	IJMS	June 2014, Volume I, Issue - 1.

BIODATA : Ali Hasan, SE. MM**A. Identitas Diri**

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Ali Hasan, SE. MM
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Jabatan Fungsional	Lektor Kepala (AK 700)
4	NIP	19601007 1988031 001
5	NIDN	0007 1060 01
6	Tempat, Tanggal Lahir	Simpang Tiga, 07 Oktober 1960
7	E-mail	Ali43ibc@gmail.com
8	Nomor Telepon/HP	081 327 540 177
9	Alamat Kantor	Jl. Laksda Adisucipto Km 6 Tempel Caturtunggal Depok Yogyakarta 55281
10	Nomor Telepon/Faks	0274-485115 , 489514
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1 = 125 orang; S-2 = ... orang; S-3 = ... orang
12	Nomor Telepon/Faks	0274-485115 , 489514
13	Mata Kuliah yang Diampu	1. Pemasaran Jasa 1 2. Pemasaran Jasa 2 3. Pemasaran Hotel 4. Riset Pemasaran Pariwisata 5. Ekonomi Pariwisata

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Janabadra	Universitas Islam Indonesia	
Bidang Ilmu	Ekonomi - Manajemen	Manajemen - Marketing	
Tahun Masuk-Lulus	1980 - 1986	1994 - 1996	
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Pemasaran Handicrapt	Pemasaran Produk Bank	
Nama Pembimbing/Promotor	Drs. Nyoman Sudarta, MM	Dr. Zainal Mustapa, MM	
Candidate Doktor			v

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Juta Rp)
1	2014	Kepuasan Pelanggan Pengguna Bandara Internasional Adisucipto Yogyakarta dan Eksplorasi Airport City (The Passenger Driver Model) - Ketua	Jogja Investment Forum	35.000.000
2	2013	Efek Pemasaran Industri Kreatif Kasongan Terhadap Komunitas Lokal	STP AMPTA Jogjakarta	5.000.000
3	2012	Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Value, Kepuasan Wisatawan, dan Kunjungan Ulang Terhadap Rekomendasi Mulut Ke Mulut - Mandiri	STP AMPTA Jogjakarta	5.000.000
4	2011	Membudayakan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi	Mandiri	5.000.000
5	2010	Pengaruh Green Tourism Marketing Terhadap Kinerja Bisnis Pariwisata	Mandiri	5.000.000

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Juta Rp)
1	2014	Sosialisasi Gemar Ikan Pada Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera	Dinas Kelautan dan Perikanan DIY	18,700,000
2	2013	IPTEKS Bagi Kewirausahaan di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta	IbK - DIKTI	100.000.000
3	2013	Prospek dan Tantangan Bisnis Perhotelan	Patrarijaya Jogja	8.500.000
4	2012	Manajemen Usaha Penyandang Cacat	Yakkum Jogja	1.500.000
5	2011	Pelatihan Manajemen Koperasi	Koperasi Sukajaya Yogyakarta	2.000.000

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/ Nomor/ Tahun
1	The Impact of Kasongan Creative Industries Marketing for Local community	Researchers World – Journal of Arts, Science & Commerce	6/1/2015
2	Civilizing Entrepreneurship in the University	International Journal of Management Studies	1/1/2014
3	E-Marketing Destinasi Pulau Saronde	Jurnal Media Wisata	13/2/2013
4	Green Tourism Marketing	Jurnal Media Wisata	12/1/2012
5	Pengaruh Pengeluaran Iklan Terhadap Penjualan Merek Bersaing di Pasar Kecantikan	Jurnal Media Wisata	6/3/2011

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (Oral Presentation) dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Nama Pertemuan Ilmiah / Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	Seminar Hasil Penelitian	Kepuasan Pelanggan Pengguna Bandara Internasional Adisucipto Yogyakarta dan Eksplorasi Airport City	23 November 2014 Jogja Investment Forum
2	Seminar Nasional	IPTEKS Bagi Kewirausahaan di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta	9 Desember 2013 Surabaya
3	Seminar Akademik	Green Tourism : Saving Environment, Social, and Cultural	15 Januari 2012 Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Jogjakarta

G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1	Tourism Marketing	2015	574	Center for Academic Publishing Service
2	Marketing	2014	904	Center for Academic Publishing Service
3	Marketing Bank Syariah	2013	256	Ghalia Indonesia
4	Word of Mouth Marketing	2012	336	Media Presindo
5	Hotel Marketing	2011	564	Center for Academic Publishing Service

**H. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/
Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1	Pengembangan Kecakapan Hidup bagi Pemuda Putus Sekolah Ngestiharjo	2011	Desa Ngestiharjo	1. Positif 2. Membangun Gedung Pusat Pelatihan Keterampilan

**I. Penghargaan dalam 10 tahun Terakhir
(dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)**

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Piagam Penghargaan Pengelola PKBM	Pemerintah Desa Ngestiharjo	2014