

## Implementasi Pentahelik dalam Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Gunungkidul

Sumarni<sup>1\*</sup>, Rizaldi Patria<sup>2</sup>, Heri Roh Pujiati<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Prodi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Gunung Kidul

<sup>2</sup>Prodi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Gunung Kidul

<sup>3</sup>Sosial Pembangunan, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Gunung Kidul

\*Penulis Korespondensi:

email : suci.nazla@gmail.com

### Abstrak

Munculnya konsep Pentahelik didasari oleh dua alasan pertama karena hasil penelitian yang pernah kami lakukan bahwa setiap pokdarwis tidak semua mampu mengelola destinasi wisata secara individu pasca adanya pandemik, kedua dikarenakan program pemerintah pusat yang mendorong adanya pariwisata yang berkelanjutan, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan sample yang di ambil adalah 1 destinasi wisata yakni Desa Wisata Nglanggeran destinasi ini dianggap oleh peneliti sebagai representasi destinasi wisata yang sukses dalam mengelola destinasi wisatanya terbukti dengan prestasi yang mereka raih sampai saat ini. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui implementasi pentahelik yang ada di destinasi Nglanggeran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa destinasi wisata Nglanggeran sudah menerapkan konsep Pentahelik walaupun awalnya mereka fokus pada penerapan model CBT namun semakin berkembangnya kemampuan mereka dalam mengelola destinasi wisata mereka akhirnya ada dorongan dari pihak lain yang ingin bekerjasama.

**Kata kunci :** Implementasi; Pentahelik; Gunung Kidul; Pariwisata.

---

## PENDAHULUAN

Pelaksanaan pariwisata di Indonesia sudah di atur dalam Undang-Undang nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, kemudian pada Peraturan Pemerintah nomor 50 tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional 2010-2025, Peraturan Daerah Istimewa Yogyakarta nomor 1 tahun 2012 tentang Rencana Induk Pembagnunan Kepariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2012-2025, dan pada Perda Kabupaten Gunungkidul no 2 tahun 2010 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJMD) Kabupaten Gunungkidul tahun 2005-2025, dan Perda Kabupaten Gunungkidul tentang Penyelenggaraan Pariwisata nomor 5 Tahun 2013 hal ini menunjukkan bahwa ada keseriusan dari pemerintah pusat maupun pemerintah daerah dalam mengembangkan sektor pariwisata.

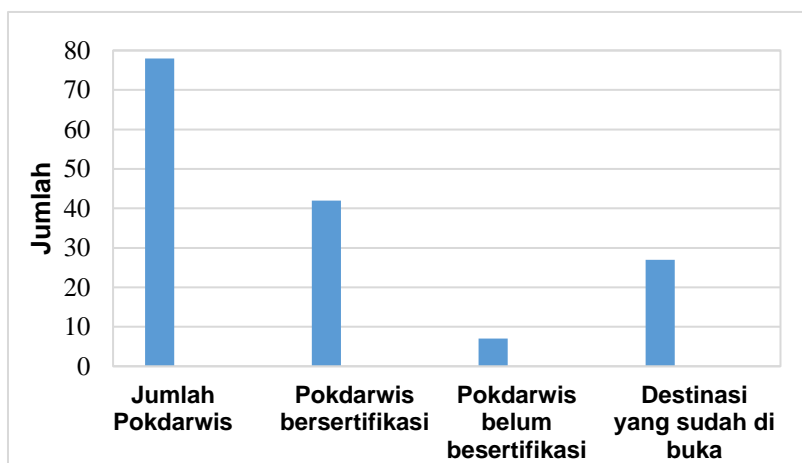
Perda Kabupaten Gunungkidul yang berkaitan dengan pariwisata sudah mengatur poin-poin yang berkaitan dengan pariwisata yang ada di Gunungkidul, Perda ini di keluarkan pada tahun 2013 kurang lebih 8 Tahun yang lalu, pada Perda nomor 5 tahun 2013 pada pasal 4 menyatakan bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam mengembangkan daya tarik pariwisata yang ada di Gunungkidul dilaksanakan oleh Pemerintah Desa dan Masyarakat.

Pendapatan asli Daerah Kabupaten Gunungkidul disumbang oleh beberapa sektor diantaranya adalah bidang pariwisata, sektor pariwisata dinilai mampu meningkatkan

kesejahteraan masyarakat (Maturbongs, 2020) sehingga tidak sedikit dari pemerintah-pemerintah daerah yang ada di Indonesia menjadikan sektor pariwisata sebagai program unggulan, hal ini juga seiring dengan kondisi perubahan gaya hidup dan kebutuhan masyarakat di Indonesia yang mana menjadikan wisata sebagai salah satu kebutuhan hidup mereka. Kabupaten Gunungkidul menjadikan pariwisata salah satu program unggulan, hal ini harapannya dengan adanya pengunggulan sektor pariwisata mampu menyerap tenaga kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kegiatan pariwisata di Kabupaten Gunungkidul sudah lama ditekuni sehingga jumlah lokasi dan jenis pariwisata yang ada di kabupaten Gunungkidul juga sangat beragam, menurut data yang di *publish* oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul, pariwisata di Gunungkidul terdapat 10 jenis Pariwisata yang terdiri dari Pantai, Goa, Desa Wisata, Gunung, Religi dan Budaya, Kerajinan, Air Terjun, Kuliner dan wisata Minat Khusus, dari jenis-jenis tersebut terbagi lagi menjadi beberapa lokasi.

Jumlah lokasi wisata yang ada semakin tahun semakin bertambah hal ini dikarenakan iklim yang ada di Kabupaten Gunungkidul memang beriklim pariwisata, sehingga setiap desa didorong untuk membuat desa wisata. Menurut peraturan pemerintah Gunungkidul, Pemerintah Desa di dorong untuk mampu mengembangkan potensi yang ada di desa melalui pengembangan pariwisata, sehingga pemerintah desa mandiri memiliki penghasilan sendiri, sehingga tidak sedikit desa yang mendirikan BUMDes. Namun sejak adanya pandemik Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (Kementerian Desa PDTT) dari 51.000 BUMDes di Indonesia tercatat 37.000 aktif bertransaksi sebelum pandemik, namun setelah Pandemi tinggal 10.600 BUMDes yang masih berintegrasi, artinya ada 80% usaha BUMDes tidak optimal selama pandemik.



**Gambar 1.** Kondisi Pariwisata di Kabupaten Gunungkidul

Dalam pengembangan pariwisata di setiap desa memiliki kendala yang berbeda-beda, hal ini di karenakan beberapa faktor diantaranya sumber daya manusia yang berperan aktif dalam keikutsertaan pengelolaan desa pariwisata tersebut, ada beberapa desa yang ada di Kabupaten Gunungkidul dalam pengelolaan pariwisatanya hanya mengoptimalkan masyarakat yang ada di desa tersebut, dengan berbekal keinginan yang kuat dari pemuda, ataupun dari pemerintah desa untuk membuat desa wisata (otodidak).

Namun menurut beberapa ahli termasuk Mifta Thoha mengatakan bahwa bekal itu tidak cukup sehingga harus ada dorongan dari berbagai pihak yang tertuang dalam konsep pentahelik. Selain untuk mengembangkan destinasi wisata juga untuk mengembalikan atau bangkit lagi dari keterpurukan paska pandemik atau di era *new normal*.

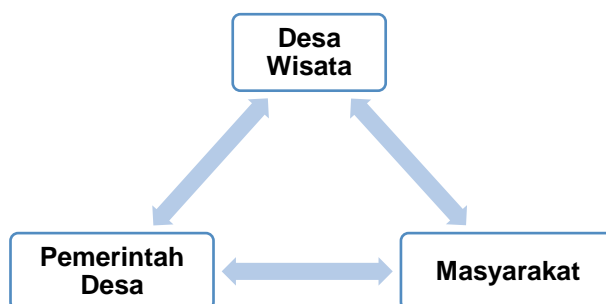
Sejak adanya pandemik Covid-19 pariwisata yang ada di Gunungkidul khususnya pariwisata yang masih kecil (desa wisata) yang belum memiliki manajemen yang stabil mengalami kesulitan untuk mendapatkan pasar lagi. Desa wisata yang sempat vakum harus meningkatkan pengeluaran lagi untuk memberikan kepercayaan masyarakat kepada lokasi wisata tersebut, pihak pengelola pariwisata dalam hal ini pemerintah desa dan masyarakat di tuntut kembali bekerja menyusun strategi yang harus di pakai dalam mengembalikan kepercayaan masyarakat.

Dengan adanya kondisi yang komplek saat ini desa didorong untuk bersinergi dalam mengembangkan desa wisata khususnya yang ada di Gunungkidul. Pihak-pihak yang ikut serta dalam kerjasama ini merupakan multidimensi yakni terdiri dari Pemerintah, Akademisi, Media, Masyarakat, dan Pembisnis (Pentahelik), dengan kerjasama yang terjadi antar bidang di harapkan desa wisata memiliki anggota yang banyak, peran yang dimainkan juga berbeda-beda sehingga konsep yang selama ini yang menjadi slogan masyarakat Indonesia yakni gotong royong dapat di tuangkan dalam konsep pentahelik.

Pelaksanaan kegiatan pariwisata, selama ini di Indonesia hanya melibatkan 2 stokholder yakni pemerintah dalam hal ini pemerintah desa dan masyarakat (Karimah dkk., 2014) menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Marimah dan kawan-kawan pelaksanaan pariwisata khususnya desa wisata banyak di gerakkan oleh pemerintah desa, namun kondisi ini tidak bisa menopang ketika ada kejadian yang diluar dugaan (darurat) hal ini terbukti dengan pada saat terjadi pandemik memasuki 2 tahun di Indonesia banyak desa wisata di Indonesia khususnya di Kabupaten Gunungkidul kesulitan untuk bangkit kembali, hal ini terbukti dengan data yang di sampaikan oleh Kementerian Desa PDTT banyak angka BUMDes yang tidak melakukan transaksi pada saat pandemik, dan mayoritas dari penghasilan BUMDes itu bersumber dari bidang pariwisata.

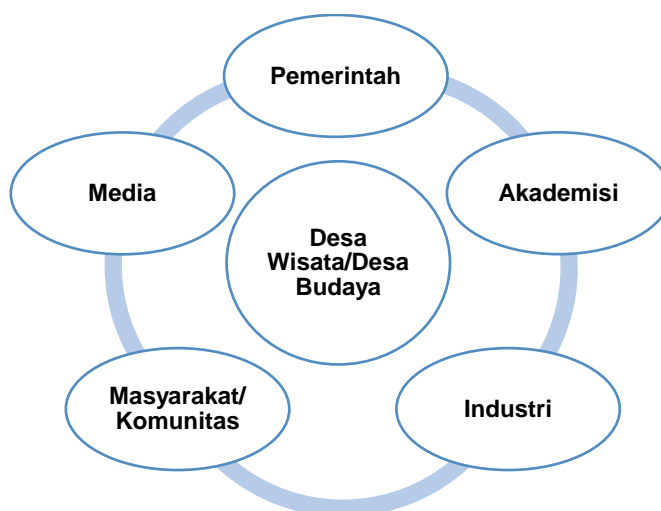
Ada beberapa model yang sudah di gagas atau dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia di bidang pariwisata, agar pariwisata memang memiliki manfaat yang nyata bagi masyarakat dan juga dapat mengejar ketertinggalan pariwisata Indonesia di kancan internasional, oleh sebab itu model yang ada di Indonesia di sesuaikan dengan keadaan dan kondisi masyarakat yang sedang berkembang. Adapun model yang di tawarkan terakhir ini adalah adalah Konsep (Community Based Tourism) yang diterapkan dalam mencapai pengembangan pariwisata yang berbasis masyarakat di aplikasikan dalam bentuk partisipasi masyarakat dalam setiap kegiatan, masyarakat memiliki peran penting dalam tahap perencanaan, pelaksanaan dan aspek dampak manfaat dari kegiatan tersebut (Suhartanto, 2019) selanjutnya adalah konsep pariwisata berkelanjutan dimana konsep ini mendorong semua pihak terlibat adapun pihak-pihak tersebut adalah Masyarakat, Pemerintah, pelaku bisnis, Akademisi dan juga Media, kelima pihak ini memiliki peran dan kepentingan yang berbeda-beda, sehingga tujuan terciptanya wisata yang berkelanjutan tentu akan mudah diwujudkan.

Konsep *Community Based Tourism* dalam konsep ini yang berperan dalam pengembangan destinasi pariwisata hanya bertumpu pada kekuatan masyarakat dan pemerintah desa.



**Gambar 2.** Konsep Kerangka *Community Base Tourism*

Konsep pentahelik yang di usung oleh Kementerian Pariwisata mendorong sinergitas antara 5 stakeholder yakni Pemerintah, Akdemisi, Industry, Masyarakat/ komunitas, dan media, kelima stakeholder ini di jalin menjadi bersinergi sehingga harapannya adalah adanya pariwisata yang berkelanjutan, konsep ini sudah di adopsi oleh beberapa negara diantaranya adalah Korea Selatan dan Thailand.



**Gambar 3.** Konsep Kerangka Pentahelik

Wisata yang berkelanjutan dalam hal ini adalah desa wisata dan desa budaya yang termasuk dalam pariwisata adalah proyek yang besar, rencana yang terukur, keikutsertaan semua stakeholder tentu akan membuat wisata diharapkan memiliki peran yang berbeda-beda. Namun saling bersinergi dengan demikian maka harapannya hasil dari sinergitas kelima stakholder tersebut mampu mengantarkan pariwisata yang ada di Indonesia khususnya di Kabupaten memiliki pilar atau pondasi yang kuat sehingga keberlangsungannya pun menjadi hal yang sangat mungkin.

Karena permasalahan pandemi yang terjadi Indonesia memukul sektor pariwisata sehingga tidak sedikit pariwisata yang ada tidak bertahan lama, dan banyak sekali desa wisata yang sudah mangkrak dan tidak di kelola lagi oleh yang bersangkutan hal ini

dikarenakan pengembangan hanya dilakukan oleh beberap sektor saja misalnya hanya dari pihak pemerintah desa saja, sehingga masyarakat, akademisi dan media ikut andil dalam memperbaiki kondisi seperti ini. Permasalahan dalam pariwisata adalah pada proses pengembangan dan penjagaan agar terus berproses maju dan berkembang.

## METODE

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, Peneliti mengumpulkan data dari beragam sumber seperti wawancara, observasi, dokumentasi dan informasi audio visual. Objek penelitian yang kami pilih adalah destinasi wisata yang di nilai layak yakni destinasi yang kami nilai sebagai destinasi *best pactist*. Destinasi yang kami jadi tempat penelitian adalah Desa Wisata Nglanggeran. Desa wisata Nglanggeran sudah mendapatkan penghargaan baik itu di tingkal lokal, nasional dan juga bahkan di tingkal internasional. Prestasi-prestasi tersebut mendorong kami untuk menjadikan lokasi wisata ini untuk lokasi penelitian kami. Dengan prestasi-prestasi yang sudah di raih oleh pengelola destinasi tersebut maka kami berasumsi bahwa ada pihak-pihak yang terlibat di balik nama destinasi yang besar itu. Sehingga hipotesis awal kami bahwa pelaksanaan pentahelik di destinasi desa Wisata Nglanggeran sudah terlaksana.

Adapun Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah meliputi beberapa cara. Identifikasi lokasi-lokasi atau individu-individu yang sengaja dipilih dan dengan penuh perencanaan. Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini memalalui observasi, data yang di kumpulkan pada saat wawancara dengan *face-to-face interviview* dengan partisipan. Dokumen-dokumen ini didapatkan dari data yang ada di lokasi penelitian dan juga data yang di dapatkan dari *website*. Analisis data dilakukan dengan cara kondensasi data, verifikasi data, dan konklusi data.

Metode analisis kami menggunakana beberapa langkah; pertama mengelola dan mempersiapkan data untuk dianalisis. Langkah ini melibatkan transkripsi wawancara, *men-scanning* materi, menetik data lapangan, atau memilah-memilih dan menyusun data tersebut kedalam jenis-jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi. Kedua, membaca keseluruhan data, agar dapat membangun *general sense* atas informasi yang diperoleh dan merefleksikan maknanya secara keseluruhan. Gagasan umum apa yang terkandung dalam perkataan partisipan? Bagaimana nada gagasa-gagasan tersebut? Bagaimana kesan dari kedalaman, kredibilitas, dan penuturan informasi itu? Dalam tahapan ini peneliti melakukan atau penyimpanan data melalui merekam penyampaian dari narasumber atau pemberi data. Ketiga, memulai *coding* semua data. *Coding* merupakan proses mengorganisasikan data dengan mengumpulkan potongan (atau bagian teks atau bagian gambar dan menuliskan kategori dalam batas-batas (Rossman dan Rallis, 2012). Langkah ini melibatkan pengambilan data tulis atau gambar yang telah dikumpulkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengelolaan destinasi pariwisata di Nglanggeran sudah melibatkan beberapa pihak secara langusng maupun tidak langsung, walaupun pada awal pengelolaan destinasi pihak-pihak yang terlibat hanya masyarakat sekitar dengan koordinir oleh mantan lurah.

Di sisi lain, keinginan dan keseriusan masyarakat dalam mengelola destinasi wisata membawa dampak yang besar dalam pengelolaan dan tingkat kepercayaan dari pihak-pihak lainnya. Awalnya karena kegiatan ini hanya dilakukan oleh masyarakat kemudian semangat pembangunan pengelolaan destinasi wisata dilihat oleh pemerintah desa, akhirnya pemerintah desa ikut andil dalam pengelolaan destinasi wisata tersebut. Adapun peran pemerintah desa ikut serta dalam memberikan atau meminjamkan tanah desa, kemudian memberikan peraturan (*legal standing*) bagi Pokdarwis yang mengelola destinasi wisata tersebut.

Pada mulanya pokdarwis yang mengelola destinasi untuk melibatkan media mereka harus mengundang dan mengajak kerjasama pihak-pihak media baik itu media cetak maupun media elektronik seperti Jogja TV, TVRI dan merdia-media cetak seperti KR dan media-media cetak yang berada di kisaran Yogyakarta. Adapun bentuk kerjasama pihak-pihak media yakni pengelola destinasi wisata mengundang pihak-pihak media setiap ada kegiatan-kegiatan. Akan tetapi, dengan berkembangnya teknologi dan informasi, pengelola destinasi wisata Nglanggeran memanfaatkan sarana yang ada yakni media sosial, seperti *facebook*, *twiter*, dan juga *instagram*. Adapun keseriusan ini terbukti dengan adanya tim yang benar-benar fokus dalam mengelola akun-akun sosial media destinasi Nglanggeran, adapun tim tersebut terdiri dari 3 orang yang memiliki target setiap hari harus memposting status ataupun informasi tentang desa Nglanggeran sehingga sasarannya lebih banyak bagi wisatawan.

Nama Nglanggeran sudah mendunia sehingga kegiatan untuk mengundang media sudah tidak lagi dilakukan. Dengan demikian, secara alami media-media yang datang sendiri untuk meliput kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh pengelola destinasi Nglanggeran, namun pengelola tetap fokus mengelola sosial media yang mereka miliki. Menurut ketua Pokdarwis, terkenalnya destinasi Nglanggeran saat ini ada peran besar dari media-media yang sudah berpartisipasi menyebarkan informasi-informasi. Hal tersebut berdampak pada meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan destinasi. Dengan tingginya tingkat kepercayaan masyarakat, maka para investor atau donator berdatangan menawarkan kerjasama serta pihak media untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat juga menarik para wisatawan yang ingin berkunjung di destinasi wisata Nglanggeran.

Selain media televisi, media cetak dan juga media sosial pengelolaan destinasi wisata juga menciptakan media marketing yang berkomunikasi langsung dengan pihak-pihak biro perjalanan yang akan mereferensikan destinasi wisata yang akan dikunjungi. Selain itu, pihak pengelola destinasi wisata juga membuat media dialog langsung dengan pihak-pihak pengelola sekolah maupun perusahaan-perusahaan yang berencana ingin berkunjung di destinasi wisata Nglanggeran. Usaha ini sudah dilakukan sejak awal berkembangnya destinasi wisata Nglanggeran sampai dengan saat pandemi Covid-19 dimana kegiatan destinasi wisata di batasi sehingga marketing yang dilakukan juga terbatas.

Pihak akademisi pada dasarnya sudah terlibat sejak awal. Keterlibat mereka ditandai dengan adanya mahasiswa yang mencari tempat magang lalu meminta ijin pihak pengelola destinasi wisata sehingga terjadilah komunikasi antara pihak kampus yang diwakili oleh mahasiswa yang akan magang di destinasi wisata Nglanggeran. Pada

awalnya, tidak ada komunikasi yang intentif antara pihak akademisi dan juga pihak pengelola, namun pada satu tahun terakhir ini sudah terjalin komunikasi yang dilakukan antara pihak pengelola dan pihak akademisi, bahkan ada di antara akademisi yang sudah menjalin MoU hal ini di dorong adanya kebijakan pemerintah yang tertuang dalam program kampus Merdeka Belajar. Adapun pihak akademisi yang terlibat adalah UGM, Universitas Janabadra, UNS dan Universitas Trisakti Jakarta. Di antara bentuk kerjasamanya yang di berikan pihak akademisi adalah pengabdian masyarakat. Kerjasama antara pihak akademisi dan pengelola dilakukan dengan melibatkan mahasiswa yang melakukan pendampingan intensif pada destinasi wisata yang ada di Nglanggeran. Adapun kegiatan mahasiswa dalam kegiatan di lapangan destinasi wisata Nglanggeran yakni melakukan pendampingan yang berkaitan dengan manajemen keuangan, pengelolaan usaha coklat, griya batik, dan sebagainya.

Pada pihak pemerintah melalui Kementerian Pariwisata, memberikan bantuan PNPM Pariwisata pada tahun 2012-2013 yang berupa bantuan dana 70%, peningkatan kapasitas SDM dengan studi banding ke wisata-wisata yang sudah maju dan membuat atau membangun sarana dan prasarana. Adapun dari pemerintah daerah, memberikan bantuan berbentuk hibah pariwisata kabupaten, pembangunan sarana dan prasarana pendopo, pengaspalan jalan desa dan provinsi yang dilakukan tahun 2013, bantuan event kegiatan budaya kaitannya dengan gelar budaya. Pada event budaya yang diselenggarakan oleh pihak pokdarwis, pemerintah memberikan bantuan dalam bentuk dana dan perbaikan fasilitas standar *toilet home stay* 80 rumah masyarakat yang sudah terdata. Adapun informasi mengenai pemasaran *homestay* dapat bekerjasama dengan traveloka maupun aplikasi wisata lain. *Homestay* yang tersedia menggunakan rumah masyarakat dengan konsep natural sesuai kondisi seadanya di masyarakat dengan menerapkan CHSE. Adapun pemerintah desa, memfasilitasi tanah desa untuk kegiatan pariwisata, pendanaan UKM dengan dana desa untuk peningkatan kualitas SDM, dan penguatan SAR desa wisata Nglanggeran sebagai regulasi keamanan yang berkaitan dengan pelaksanaan pariwisata di Nglanggeran.

Dinas Pariwisata Propinsi dari tahun 2014 memberikan *support* standarisasi *toilet homestay* dengan rincian 80 *homestay* atau 80 rumah warga masyarakat. Untuk mengetahui akses data dari *homestay* dari pihak pengelola sudah bekerjasama dengan pihak mitra Traveloka. Namun semenjak pandemi Covid-19, beberapa usaha *homestay* tidak melayani wisatawan. Pada sistem *homestay*, wisatawan tinggal bersama dengan pemilik rumah. Pemilik menyediakan 1 atau 2 kamar dan maksimal 5 kamar untuk di sewakan kepada wisatawan. Sekarang akan dimulai lagi untuk unit *homestay* dan ini akan dikumpulkan pemilik *homestay*, dan untuk pengarahannya karena sekarang syarat *homestay* harus bersertifikat CHSE. Yang sudah bersertifikat CHSE baru di obyek wisata Nglanggeran saja.

Pemerintah Desa memfasilitasi masyarakat dengan tanah kas desa yang digunakan kelompok masyarakat untuk berkegiatan pariwisata atau berkegiatan UMKM. Selain itu, terdapat bantuan dana desa yang digunakan untuk pelatihan-pelatihan bagi masyarakat. Contohnya pelatihan SAR desa wisata Nglanggeran. Bantuan pemerintah tentang regulasi.(PerDes atau PerKal). Adapun bantuan dari pemerintah pusat cukup banyak. Salah satunya yakni mengadakan pelatihan-pelatihan peningkatan kapasitas SDM baik

tata kelola *homestay*, tata kelola destinasi dan sebagainya. Dari Kementerian Pariwisata memberikan *support* bantuan dana hibah pembangunan griya batik dan griya SPA termasuk sarana pendukung (Televisi, griya coklat)

Dari pihak Swasta ada pihak perusahaan besar yang ikut serta dalam memberikan modal pembangunan adapun bantuan yang di berikan dalam bentuk CSR. Adapun pihak-pihak yang terlibat adalah Bank Indonesia (BI), Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank BDG, Bank BPD dan BUMN (Pertamina). Bentuk evaluasi dari dana yang diberikan itu adalah berupa monitoring perkembangan penyaluran dana dan pelaporan penggunaannya. Adapun pelaporannya disampaikan melalui telepon, email maupun peninjauan langsung ke lokasi dengan menanyakan perkembangan dari setiap proses. Adapun pertanyaan yang sering digunakan oleh pihak pemberi dana adalah Apakah bantuan tersebut bisa meningkatkan pemberdayaan atau tidak? Semakin meningkatkan dana wisata tidak? Baik dari segi ekonomi atau tidak. Misal belum seperti yang diharapkan, maka pihak CSR mendampingi. Dan saat ini mendapatkan bantuan CHSR yang masih berjalan dari bank Indonesia berkaitan dengan pembangunan kawasan glamping (galmor kamping) dikawasan kedung kandang. Mendapatkan hibah per tahun sekitar 343 juta selama 3 th dan sekarang tahun kedua. Dana langsung diserahkan ke pihak pengelola destinasi dan termasuk membelanjakan.

Proses untuk mengakses dana bantuan, dapat melalui penawaran langsung maupun pengajuan proposal sendiri oleh masyarakat kepada pemerintah provinsi maupun pusat. Pengelola destinasi wisata mempunyai prinsip sekali dipercaya harus bertanggung jawab. Hal terpenting jika mendapatkan bantuan yaitu ada semangat swadaya. Misal dapat bantuan 30 juta maka yg dibelanjakan habis 50 juta. Kalo dana bantuan kurang dari 100jt maka dikelola oleh pihak wisata. Jika lebih dari 100 jt maka dipihak ketigakan. Sistem evaluasi dari bantuan dana yang diberikan yaitu dari pihak pengelola melaporkan penggunaan dana ke pihak pemberi bantuan. Di suatu saat, pihak BPK dan inspektorat mengecek penggunaan bantuan tersebut. Pelaporan dari pihak pengelola kepada pihak pemberi bantuan dilakukan sesuai dengan kesepakatan pihak yang terkait. Bisa melakukan dengan media sosial.

Dari pihak Bank Indonesia memberikan bantuan pendampingan pemberdayaan masyarakat baik dari pembuatan SOP, sampai pelaksanaan kegiatan di glamping. Bahkan sampai promosi. Pihak swasta yg lainnya yang terlibat dalam bantuan ini yaitu dari BUMN, bank BPD, Bank BDG, Bank BRI, kalo dari Bank BDG bekerja sama di bidang penyimpanan pendapatan dari pengelola wisata.

Penambahan dukungan dana dialokasikan dari kas wisata. Pengelola memiliki program penyisihan kas yaitu kas Sarana-prasarana (Sarpras). Kas tersebut untuk bantuan swadaya. Adapun kerja sama dengan masyarakat:

1. Dengan individu, misalnya dengan masyarakat yang memiliki *homestay*. Penyewaan lahan untuk parkir. Pembuatan fasilitas dari masyarakat untuk wisata. Kawasan kamping di puncak.
2. Dengan masyarakat/kelompok, yakni pembuatan pendopo, UKM griya coklat, kelompok tani, kelompok ternak untuk membuat wisata edukasi.

Di desa Nglanggeran terdiri dari 5 padukuhan. Dari setiap padukuhan dapat ikut berpartisipasi baik secara langsung dan tidak langsung. Berpartisipasi secara langsung



dilibatkan dalam pengelolaan destinasi wisata walaupun dengan persentase keterlibatan setiap padukuhan yang berbeda, tergantung dari kebutuhan. Sebagai contoh menjadi petugas petugas setiap destinasi sesuai dengan jadwal piket. Kerjasama secara tidak langsung pengelola wisata memberikan/menyisihkan pendapatan untuk diberikan ke kas setiap padukuhan setiap bulannya.

Pengelolaan dana bantuan yang berasal dari kas penyisihan (Sarpras) masih membutuhkan kerja sama dengan kelompok masyarakat, padukuhan, pemerintah desa bahkan badan usaha milik desa. Untuk pihak swasta dan BUMN masih ada komunikasi tetapi kondisi saat ini tidak seperti saat sebelum pandemi untuk bekerja sama. Pariwisata sempat terpuruk, kebijakan di masa pandemi saat ini masih fluktuatif, sehingga membutuhkan penyesuaian bentuk kerja sama pada kondisi saat ini. Pada prinsipnya pengelola wisata secara terus menerus menyemangati dan membangkitkan semangat dari berbagai pihak. Dari pihak pengelola juga terus melakukan komunikasi dari berbagai pihak terutama dengan pihak biro perjalanan. Dari pihak biro perjalanan minimal menginformasikan bahwa tempat destinasi wisata telah dibuka dengan adanya batasan-batasan yang sesuai dengan aturan yang berlaku.

Konsep desa wisata yang diterapkan di desa Nglanggeran, Gunung Kidul lebih menguntungkan daripada konsep destinasi wisata atau obyek wisata. Pada konsep obyek wisata, masyarakat mengandalkan dengan adanya berjualan, sehingga ketika obyek ditutup, maka masyarakat tidak bisa lagi berjualan dikarenakan tidak ada wisatawan yang datang. Latar belakang masyarakat di desa Nglanggeran adalah bertani berkebun dll. Sehingga ketahanan keluarga masih kuat walupun saat pandemi saat ini.

Pada mulanya pengelolaan destinasi wisata yang ada di Nglanggeran menggunakan model *Community Based Tourism* (CBT) dimana konsep ini menitik beratkan pada peran masyarakat dalam mengelola destinasi wisata sehingga masyarakatlah yang di harapkan dapat meningkatkan hasil dari kegiatan destinasi wisata yang ada, pada saat 2017 destinasi wisata Nglanggeran menjadi pemenang di bidang CBT (*Community based Tourism*) di tingkat Asia Tenggara, kemudian masuk dalam ISTANYA (*Indonesia Sustainable*) dan menjadi pemenang. Adapun Kementerian Pariwisata memberikan pengakuan sertifikat pariwisata *sustainable* yang berkaitan dengan desa wisata berkelanjutan yang akan mewakili Indonesia. Terdapat 3 daerah yang terpilih diantaranya yakni Nglanggeran. Saat ini mereka menyiapkan dokumen termasuk video yang akan ditayangkan pada event tersebut.

Konsep pentahelik secara umum merupakan konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan yang digagas oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, sebagai salah satu acuan bagi daerah-daerah yang sedang mengembangkan wisata. Konsep tersebut diharapkan mampu memberikan dampak positif kepada masyarakat sekitar. Seluruh pihak diharapkan bersatu dan melakukan kerjasama agar pariwisata yang dikembangkan mengalami kemajuan. Keberpihakan pemerintah untuk mengembangkan pariwisata di Indonesia ditandai dengan diakuinya sektor ini sebagai salah satu pilar ekonomi, terutama dalam mendatangkan devisa negara, meningkatkan pendapatan daerah serta penyerapan investasi serta mengurangi pengangguran dengan membuka banyak lapangan pekerjaan baru. Namun demikian, pengembangan sektor ini tidak dapat hanya bergantung pada pemerintah, mengingat banyak pihak yang terlibat dan

berkepentingan. Oleh sebab itu, diperlukan adanya sinergitas dalam pengelolaan industri pariwisata. Dikutip dari Jahid (2019), sejarah perkembangan konsep sinergitas dalam pembangunan pariwisata dimulai dengan gagasan *triple-helix* yang diadopsi dari teori Etzkowitz dan Leydesdorff pada tahun 2000.

Konsep *triple helix* ini menitikberatkan adanya relasi antara universitas, industri dan pemerintah. Pada tahun 2014, Lindberg mengembangkan konsep baru yang disebut *quadruple helix* dengan menambahkan elemen masyarakat lokal sebagai pelengkap konsep *triple-helix* yang sudah duluan berkembang. Sedangkan konsep pentahelix diusulkan oleh Riyanto pada tahun 2018 dengan mengikutsertakan media yang saat ini peranannya sangat signifikan dalam mengembangkan modal sosial pembangunan.

Konsep Indonesia *Sustainable* ini mendorong terjadi kolaborasi atau disebut Pentahelik dimana ada lima pihak yang akan di ikut sertakan yakni Media, Masyarakat, Pemerintah, Swasta dan juga Akademisi, kelima pihak ini di dorong untuk menciptakan kondisi pariwisata yang ramah dengan lingkungan karena melibatkan pihak akademik sehingga harapannya nanti dapat memberikan gambaran mengenai tidak hanya sisi ekonomi saja yang menjadi dorongan adanya destinasi wisata tetapi juga lingkungan harus di perhatikan sehingga keberadaan destinasi wisata tidak merusak lingkungan yang ada.

Salah satu kesuksesan yang di alami oleh Nglanggeran di dorong dengan adanya pentahelik. Awalnya pentahelik terjadi di Nglanggeran secara alami, karena kegiatan pengembangan pariwisata di Nglanggeran memang bersifat *bottom up*, awalnya tidak ada bantuan dari pemerintah ataupun dari siapa saja, namun memang asli dari masyarakat, diawali semangat masyarakat baik itu pengembangan pariwisata maupun cinta lingkungan di lakukan secara berkelanjutan dan dilakukan secara baik sehingga muncul kepercayaan dari berbagai pihak hal ini dikarenakan kami menjalankannya dengan sungguh-sungguh sehingga pihak-pihak tersebut merasa terpanggil untuk ikut serta, apa yang bisa mereka lakukan agar bisa terlibat.

**Pemerintah** dianggap sebagai salah satu *stakeholder* yang penting dalam kerjasama pembuatan atau pengembangan desa wisata, karena, pemerintah bisa membuat kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan pariwisata dalam ini mempunyai peran sebagai pengaturan, pembinaan, pelaksanaan dan pengawasan dalam pengembangan pariwisata. Sebagaimana di era *new normal* selain pengawasan protokol kesehatan pemerintah juga perlu mendesain lagi kebijakan pengembangan wisata.

**Media** salah satu stakeholder yang penting, karena pembangunan pariwisata wajib dipublikasikan menjadi kabar berita dan disebar via media *online* atau *offline*. Pemberitaan pembangunan pariwisata akan sangat cepat berdampak positif kepada masyarakat apabila menggandeng dan kerja sama dengan media massa sebagai publikasi kegiatan pariwisata. Selain itu media saat ini sangat mudah di akses, dan cakupannya pun tidak hanya pada satu kalangan saja namun sudah masuk pada semua kalangan, karena saat ini masyarakat kita sudah familiar dengan sosial media.

**Akademisi** melalui kekuatan *knowledge power* dengan memadukan antara teori-teori yang di pelajari, pelaksana pelatihan dan pengembangan SDM pariwisata, pelaksana kajian ilmiah, dan pendampingan kelompok masyarakat, sebagai konsultan pengembangan pariwisata. Berasal dari perguruan tinggi, dianggap mengetahui teori dan

konsep ideal pembangunan pariwisata. Dan sebagai salah satu wujud pengabdian seorang akademisi perguruan tinggi, bermanfaat bagi masyarakat sekitar, khususnya desa.

**Pengusaha** bidang bisnis ini akan memperlengkap sarana dan prasarana yang ada di lokasi pariwisata, sehingga pelayanan yang ada di Kawasan lokasi wisata tersebut mampu selain itu juga akan memberikan nilai tambah pada perekonomian yang akan berjalan di lokasi wisata. Keberadaan pembisnis di Kawasan desa wisata tentu juga memiliki syarat-syarat yang harus di penuhi oleh pembisnis tersebut, harus tetap memperhatikan local wisdom, etika bisnis yang ada dan juga tetap menjunjung tinggi budaya lokal.

**Masyarakat** akan memiliki peran yang banyak dalam kegiatan ini, karena yang akan melaksanakan kegiatan keseharian adalah masyarakat setempat. Masyarakat akan menjadi tonggak keberhasilan pelaksanaan pariwisata ini, masyarakat menjadi subjek dalam proses pariwisata. Adapaun salah satu model pengembangan pariwisata yaitu *community based tourism* (CBT), yaitu kegiatan kepariwisataan yang sepenuhnya dimiliki, dijalankan, dan dikelola oleh masyarakat sehingga berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui mata pencaharian yang berkelanjutan dan melindungi tradisi sosial-budaya yang bernilai maupun sumber daya alam dan warisan budaya.

## KESIMPULAN

Implementasi pentahelik dalam pengelolaan destinasi wisata Nglanggeran sudah dilaksanakan. Implementasi program tersebut melibatkan berbagai pihak yakni masyarakat, media, pemerintah, akademisi dan juga pelaku usaha dengan peran mereka yang berbeda-beda. Dengan adanya peran serta kelima pihak tersebut, destinasi wisata Nglanggeran dapat dikelola dengan baik dan meningkatkan daya tarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Christia, A. M., & Ispriyarso, B. (2019). Desentralisasi Fiskal Dan Otonomi Daerah Di Indonesia. *Law Reform*. 15(1), 149-163.
- Creswell, J. W., Plano Clark, V. L., Gutmann, M. L., & Hanson, W. E. (2003). Advance mixed methods research designs. In A. Tashakkori & C. Teddlie (Eds.), *Handbook of mixed methods in social and behavioral research* (pp. 209-240). Thousand Oaks, CA: Sage
- Dewanta, A. S. (2004). Otonomi dan Pembangunan Daerah. *Unisia*. 0(53), 325-329
- Jati, W. R. (2012). Inkonsistensi Paradigma Otonomi Daerah Di Indonesia: Dilema Sentralisasi Atau Desentralisasi. *Jurnal Konstitusi*. 9(4), 743-769
- Karimah, F., Saleh, C., & Wanusmawatie, I. (2014). Pengelolaan alokasi dana desa dalam pemberdayaan masyarakat (Studi pada Desa Deket Kulon Kecamatan Deket Kabupaten Lamongan). *Jurnal Administrasi Publik*., 2(4), 597-602

- Maturbongs, E. E. (2020). Kolaborasi Model Pentahelix Dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal Di Kabupaten Merauke. *Transparansi : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*. 3(1),
- Saragih, J. P. (2003). *Desentralisasi Fiskal dan Keuangan Daerah dalam Otonomi, Ghalia Indonesia*.
- Suhartanto, S. (2019). Mewadahi Community Based Tourism Dalam Community Group Untuk Pengembangan Industri Pariwisata. *Efisiensi - Kajian Ilmu Administrasi*, XVI(2), 39-51
- Yuningsih, T., Darmi, T., & Sulandari, S. (2019). Model Pentahelik Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kota Semarang. *JPSI (Journal Of Public Sector Innovations)*. 3(2), 84-93
- Thoha, Miftah. (2008). *Ilmu Administrasi Publik Kontemporer*. Kencana Prenada Media Group.
- Rahayu, S., Dewi, U., dan Fitriana, K.N. (2016). Pengembangan Community Based Tourism Sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Penelitian Humaniora*. (21)1, 1-13.