



Strategi Pemberdayaan Masyarakat melalui Pengelolaan Balai Ekonomi Desa (Balkondes) Wringinputih, Borobudur, Magelang, Jawa Tengah

Suyanto¹, Rahadiyand Aditya²

¹ UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia, Suyanto@uin-suka.ac.id

² UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia, rahadiyand.aditya@uin-suka.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords:

Community
Empowerment, Balkondes,
Strategy

How to cite:

Suyanto., & Aditya,
Rahadiyand. (2021).
Strategi Pemberdayaan
Masyarakat melalui
Pengelolaan Balai
Ekonomi Desa (Balkondes)
Wringinputih Borobudur
Magelang Jawa Tengah.
Jurnal Empower: Jurnal
Pengembangan
Masyarakat Islam, Vol. 6
(No. 2), 167-178.

Article History:

Received: 09-10-2021

Accepted: 30-12-2021

Published: 31-12-2021

ABSTRACT

This study looks at the empowerment strategy carried out by the Wringinputih Village Economic Center (Balkondes). The research method used is descriptive qualitative method with data collection techniques using interviews, observation and documentation studies. The results of this study indicate that the strategy carried out by Balkondes Wringinputih is in the form of awareness transformation, capacity building, and capacity building. These three things have been done. Transformation of awareness by involving the community in various events. Capacity building by involving the community in training and capacity building events by providing opportunities for the community to provide opinions. Balkondes is also used as a display case for local wisdom in Wringinputih Village, besides that, it is also used as a place to promote the village's superior products.

ABSTRAK

Penelitian ini melihat strategi pemberdayaan yang dilakukan oleh Balai Ekonomi Desa (Balkondes) Wringinputih. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi yang dilakukan oleh Balkondes Wringinputih berupa transformasi kesadaran, pengembangan kapasitas, dan peningkatan kemampuan. Ketiga hal tersebut telah dilakukan. Transformasi kesadaran dengan melibatkan masyarakat dalam berbagai acara. Pengembangan kapasitas dengan mengikut sertakan masyarakat dalam acara pelatihan-pelatihan dan peningkatan kemampuan dengan memberikan kesempatan masyarakat untuk memberikan pendapat. Balkondes juga dijadikan sebagai etalase kearifan lokal yang ada di Desa Wringinputih, selain itu juga dijadikan tempat mempromosikan produk unggulan desa.

1. Pendahuluan

Indonesia menargetkan pada tahun 2020 sedikitnya 10.000 desa wisata dari 74.954 desa yang ada (Kemendes, 2019). Hal tersebut bukan tanpa alasan, terdapat beberapa bukti yang menunjukkan bahwa desa wisata dapat meningkatkan pendapatan asli daerah seperti Desa Wisata Pujon di Malang (Kemenkeu, 2019), desa wisata di Gresik (Firmasyah, 2019), desa wisata di Jawa Tengah (Sukendro, 2019) dan beberapa wilayah lainnya. Akhirnya, tujuan terbentuknya desa wisata tidak hanya sebagai tujuan wisata yang dapat meningkatkan pendapatan asli daerah, akan tetapi juga dapat mensejahterakan masyarakat (Agung, 2018).

Desa wisata sendiri adalah sebuah kawasan pedesaan yang menawarkan kepada wisatawan keadaan yang menggambarkan keaslian pedesaan baik kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, arsitektur bangunan, struktur tata ruang yang khas keseluruhan materi tersebut dibungkus menjadi potensi untuk dikembangkan (Hadiwijoyo, 2012). Pengembangan pariwisata pedesaan memiliki tiga faktor kunci (Damanik, 2013) yang dapat dijadikan pijakan antara lain: *pertama*, pedesaan memiliki potensi alam dan budaya yang lebih otentik daripada wilayah perkotaan, kegiatan masih menjaga tradisi dan ritual budaya. *Kedua*, secara fisik lingkungan pedesaan lebih asri dan masih alami dari pada perkotaan dan belum banyak pencemaran udara. *Ketiga*, pemanfaatan potensi alam, ekonomi, sosial, budaya masih memungkinkan karena perkembangan kesemua faktor tersebut relatif lambat.

Desa Wisata penting karena pada tahun 2019 Kementerian Pariwisata menargetkan wisatawan mancanegara di Indonesia sebesar 20 juta jiwa (Ariani, 2017). Faktanya hampir 95% wisatawan mencari destinasi wisata alam dan budaya yang berada di pedesaan dan sisanya 5% mencari wisata buatan (Ariani, 2017). Maka dari itu perlu adanya kesiapan institusi desa dalam menjawab peluang yang ada.

Beberapa langkah yang perlu dilakukan dalam tercapainya keberhasilan kegiatan pembangunan desa menuju desa wisata antara lain adalah perancangan buku modul berbasis potensi lokal (Trisnawati et al., 2018). Peran seorang pemimpin di suatu desa juga berpengaruh terhadap kesiapan desa dalam menjawab peluang tersebut (Rabiatul Adawiyah et al., 2017). Selain itu, perlu kiranya kerjasama antara pemerintah desa dengan masyarakat sekitar dalam menggali dan mengembangkan potensi yang ada (Ma'ruf et al., 2018).

Bentuk keseriusan pemerintah terkait desa wisata sudah sejak satu dekade sebelumnya. *Pertama*, pada tahun 2009 terbentuknya PNPM Pariwisata (Penjabaran PNPM Mandiri) yang memberikan bantuan kepada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dengan total anggaran sekitar 406 Milyar (Kemenpar, 2014). *Kedua*, realisasi UU No 6 Tahun 2014 tentang desa dengan BUM Desa sebagai primadonanya hingga pada tahun 2017 anggaran dana desa sebesar 60 T (Ariani, 2017).

Kementrian saling bekerjasama guna menyukseskan cita-cita bersama. Salah satunya adalah melibatkan bisnis dalam hal ini Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dalam mendampingi sebuah wilayah untuk nantinya akan dijadikan sebagai desa wisata (Hemawati, 2019). Balkondes (Balai Ekonomi Desa) adalah sebuah program bentukan BUMN melalui kemitraan dan pengelolaan dana CSR yang akan dijadikan

sebagai sebuah etalase potensi suatu daerah, selain itu juga sebagai bentuk dukungan guna menggenjot kunjungan wisatawan di Indonesia (Admin, 2018).

Balai ekonomi desa saat ini tersebar diseluruh Indonesia terutama pada beberapa wilayah yang dijadikan wilayah prioritas wisata nasional, pemerintah menargetkan 100 titik balkondes pada tahun 2017 (Sindo, 2016). Beberapa wilayah yang diajarkan titik pendirian balkondes antara lain sekitar Candi Borobudur, Labuhan Bajo (NTT), Morotai, Danau Toba, dan Wisata Dieng. Menariknya, dari 100 titik, 20% (3 BUMN Pendamping dan 14 BUMN Sponsor) diantaranya berada di wilayah sekitar Candi Borobudur (Admin, 2018).

Candi Borobudur merupakan bangunan peninggalan Budha terbesar di dunia saat ini menjadi salah satu dari tujuh keajaiban dunia dan memiliki citra sebagai *The capital of word heritage and the smiling Jogja* (Admin, 2016). Hal ini merupakan salah satu nilai jual tersendiri, selain itu potensi wisatawan disekitar Candi Borobudur mencapai 325.303 wisman lebih tinggi (17.000 wisman) dari salah satu wisata yang menerima penghargaan *Tourism for Tomorrow Award kategori Community tahun 2016* (Ariani, 2017).

Salah satu perusahaan BUMN dengan omset terbesar di Indonesia juga terlibat dalam mendukung program balkondes di Candi Borobudur yaitu PT. Pertamina (Persero). Berlokasi di Desa Weinginputih dan merupakan salah satu balkondes yang diresmikan langsung oleh Presiden Republik Indonesia yaitu Joko Widodo (Detik, 2017).

Kolaborasi antara kebijakan yang digulirkan oleh pemerintah, peran serta perusahaan BUMN, dan komitmen masyarakat dalam hal pengelolaan desa wisata sudah selayaknya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Perlu kiranya dilakukan kajian guna merumuskan langkah-langkah strategis apa yang sudah dilakukan oleh stakeholder yang terlibat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengelolaan Balkondes di wilayah Candi Borobudur. Maka dari itu rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh pengelola Balkondes Wringinputih.

Melalui masalah yang hendak dikaji pada penelitian ini, peneliti berharap capaian praktis dalam tulisan ini adalah dapat menjadi rujukan bagi beberapa pengelola Balkondes baik di wilayah Candi Borobudur secara khusus maupun di wilayah lainnya secara umum. Sedangkan capaian dialektis dalam penelitian ini adalah adanya ruang dialektis baru dalam diskursus keilmuan tentang pengelolaan desa wisata melalui Balkondes di suatu wilayah.

Pendampingan pengelolaan desa wisata dari perusahaan memang baik, akan tetapi perlu diperhatikan pendekatan yang dilakukan dan pelibatan langsung masyarakat lokal agar tidak terjadi salah persepsi terhadap sebuah program yang digulirkan (Lestari & Purwanto, 2017). Kegiatan pengelolaan desa wisata jika sudah melalui pendekatan yang baik dan diterima oleh masyarakat maka perlu menjaga semangat dan antusias masyarakat agar tidak redup (Rafid, 2019) selain itu perlu adanya perbaikan akses-akses jalan menuju lokasi agar tidak terjadi arus urbanisasi (Anggraeni, 2018).

Terdapat beberapa penelitian yang memiliki objek penelitian balai ekonomi desa di Borobudur. Seperti penelitian yang mengemukakan bahwa belum maksimalnya pemanfaatan potensi, aksesibilitas dan rendahnya pemahaman

masyarakat akan adanya balai ekonomi desa dapat menjadi penghambat perkembangan pariwisata(Hapsarai & Rahayu, 2018). Akan tetapi meskipun demikian, terdapat penelitian yang mengemukakan bahwa terdapat peningkatan wisatawan dengan presentasi 80% wisatawan mancanegara dan 20% wisatawan domestik(Hidayah & Agustinah, 2019). Maka dari itu kebaruan dalam penelitian ini adalah ingin melihat strategi pemberdayaan masyarakat seperti apa yang sudah dilakukan oleh Balkondes Wringinputih.

Pariwisata berasal dari dua suku kata yaitu *pari* dan *wisata*, *pari* berarti banyak, berkali-kali dan berputar-putar, sedangkan *wisata* berarti perjalanan atau berpergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan atau berpergian yang dilakukan secara berkali-kali atau berkeliling(Yoeti, 2008). Wisatawan saat ini sudah mulai menggemari wisata di sebuah desa yang menyajikan keindahan alam, menampilkan kearifan lokal dan juga interaksi dengan masyarakat lokal(Ma'rif et al., 2018). Saat ini konsep wisata dipedesaan sering dikenal dengan istilah desa wisata, yang memiliki arti sebuah wilayah yang dapat mengintegrasikan antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku(Edwin, 2015).

Komponen pariwisata umumnya dan desa wisata secara khusus sendiri terdiri dari beberapa hal anatar lain adalah *pertama* atraksi dan fasilitas wisata berupa alam, lingkungan, dan budaya. *Kedua*, akomodasi berupa tempat menginap atau fasilitas tempat tinggal yang memungkinkan untuk wisatawan tinggal. *Ketiga*, fasilitas dan layanan wisata seperti tempat makan, travel dan toko oleh-oleh. *Keempat*, fasilitas dan layanan transportasi meliputi akses menuju kawasan wisata. *Kelima*, infrastruktur lainnya meliputi suplai air, listrik, telekomunikasi, instalasi limbah dan sampah(Inskeep, 1991). Konsep ini disederhanakan lagi menjadi 3 bagian penting yang harus diperhatikan jika ingin suatu wilayah mejadi daerah wisata dikenal dengan istilah 3A (attraction, accesibility dan amenities)(Yoeti, 2008). Maka dari itu penelitian ini akan melihat, sejauh mana kesiapan Balkondes Wringinsari dalam mempersiapkan beberapa komponen penting pariwisata tersebut dan bagaimana cara desa memperolehnya.

Salah satu teori yang dapat dijadikan pisau analisis dalam melihat pengelolaan pariwisata adalah Konsep Penthalix yang diciptakan oleh Kementrian Pariwisata atau biasa dikenal juga dengan sebutan Konsep ABCGM sebagai aturan yang dapat menyatukan kegiatan pariwisata Indonesia dengan bisnis sebagai transformasi lokomotifnya(Ariani, 2017). Konsep Pentahelix atau Konsep ABCGM merupakan sebuah akronim dari kata Akademisi (konseptor), Bisnis (Swasta), *Community* (Akselarator), Pemerintah (Pengatur), dan Media (katalisator). Konsep Pentahelix dilakukan untuk menjangring masukan, ide, dan gagasan seputar pengembangan pariwisata dengan harapan dapat menghasilkan rekomendasi atau pedoman strategis pemasaran pariwisata nusantara(Adv, 2017).

Secara teknis analisis pentahelix memang kerap kali digunakan dalam mengembangkan pariwisata. Pemeritah pusat mengindikasikan pentingnya konsep ini dalam pengembangan wisata, pemerintah daerah juga mulai mengikuti arahan tersebut salah satunya adalah Provinsi Jawa Barat. Tidak sedikit juga penelitian yang menjelaskan tentang hal tersebut. Pemanfaatan analisis pentahelix dalam pengembangan potensi desa agar dapat berdampak pada kesejahteraan dan

kemandirian masyarakat desa (Setya Yunas, 2019). Pemanfaatan analisis pentahelix dalam menggagas desa wisata juga dilakukan, hal ini dirasa penting dan harus dipahami dengan penuh kesadaran dan sikap saling menghormati oleh sesama mitra (Raharjo et al., 2019). Bahkan analisis pentahelix juga dapat diterapkan dalam melihat keberlanjutan program tanggung jawab sosial perusahaan (Aditya, 2019).

Penelitian ini melihat, apakah tahapan pemberdayaan masyarakat dan pelibatan aktor berdasarkan pendekatan ABCGM sudah diterapkan pada program Balkondes Wringinsari dan apa peran-peran yang dilakukan oleh setiap institusi yang ada di dalam konsep ini. Bahkan, penelitian ini tidak menutup kemungkinan bertambahnya konsep ini dengan melihat perkembangan yang terjadi di masyarakat.

Strategi pemberdayaan masyarakat memerlukan tiga tahapan yang perlu dilakukan (Sulistiyani, 2004), antara lain adalah *pertama*, transformasi kesadaran adalah bentuk penyadaran atau bentuk perilaku sadar, dalam hal ini perlu merangsang kesadaran masyarakat tentang perlunya memperbaiki kondisi saat ini. *Kedua*, tahap pengembangan kapasitas dalam hal ini dapat dikatakan sebagai tahap transformasi kemampuan berupa wawasan pengetahuan, hal ini dilakukan agar terbukanya wawasan dan memberikan keterampilan dasar sehingga mengambil peran dalam pemberdayaan masyarakat. *ketiga*, tahap peningkatan kemampuan intelektual atau kecakapan-kecakapan sehingga terbentuknya inisiatif dan inovatif untuk kemandirian masyarakat yang disesuaikan dengan pembangunan yang sesuai dengan kondisi sosial budaya. Penelitian ini akan melihat tahapan pemberdayaan di wilayah Balkondes Wringinputih dari mulai membangun kesadaran, pengembangan kapasitas dan peningkatan kemampuan.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan fokus kajian melihat strategi yang dilakukan oleh pengelola Balkondes Wringinputih dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Objek kajian adalah Balkonde Wringinputih. Pengelola Balkondes, Masyarakat Sekitar, Perwakilan Perusahaan dan Pemerintah Desa merupakan sumber data penelitian. Informan penelitian diperoleh menggunakan *purposive sampling* dengan metode *snowball* sebagai cara pemilihan informan sesuai dengan kedalaman pengetahuan informan terkait informasi yang akan dicari. atau bola salju. Peneliti menentukan informan kunci di awal yaitu Rizal sebagai ketua pengelola Balkondes Wringinputih, kemudian peneliti diarahkan untuk mewawancarai beberapa informan lain. Informan pada penelitian ini antara lain adalah ketua bumdes dan balkondes pertama yaitu Prasetyo Susanto, Ketua Bumdes dan Balkondes saat ini yaitu Rizal Arif Windriatmo, Staf Balkondes yaitu Putri, Pengelola Balkondes Asiah, Koriah, dan Sohimatul, serta Staf Pemerintah Desa Wringinputih yaitu Kumaeri. Informan yang disebutkan dirasa memiliki pengetahuan yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Sumber data diambil menggunakan wawancara mendalam, observasi dan studi dokumentasi (Bungin, 2015). Penelitian ini tidak menentukan besaran jumlah informan akan tetapi yang dijadikan informan adalah pengelola jurnal yang terdaftar dan beberapa penulis yang pernah menulis di jurnal pemberdayaan masyarakat. setelah data diperoleh, peneliti coba olah dengan display data, reduksi data, dan penarikan

kesimpulan. Validitas dan kredibilitas data peneliti lakukan dengan metode triangulasi sumber (Miles & Huberman, 1994). Guna memastikan data yang ditampilkan valid, maka peneliti memastikan data yang diperoleh dari hasil wawancara sesuai dengan data yang ditampilkan dari dokumen yang peneliti peroleh. Seperti data potensi desa yang dikatakan adalah tanaman bambu, hal senada juga tertuang dalam dokumen potensi wilayah serta pernyataan dari keseluruhan informan.

3. Hasil dan Pembahasan

Balai Ekonomi Desa: Menciptakan Etalase Potensi dan Media Promosi Desa Wringinputih

Pemerintah dalam hal ini Kementerian Pariwisata dan Kementerian BUMN bekerjasama untuk membangun daerah yang termasuk Kawasan Super Prioritas Nasional (KSPN). Salah satu bentuk kerjasama tersebut dengan menciptakan Balai Ekonomi Desa atau disingkat Balkondes yang merupakan program guna memanfaatkan potensi lokal agar dapat dirasakan secara global. Balkondes saat ini tersebar diseluruh Indonesia terutama pada beberapa wilayah yang dijadikan Kawasan Super Prioritas Nasional (KSPN), pemerintah menargetkan 100 titik balkondes pada tahun 2017 (Sindo, 2016). Beberapa wilayah yang dijadikan titik pendirian balkondes antara lain sekitar Candi Borobudur, Labuhan Bajo (NTT), Morotai, Danau Toba, dan Wisata Dieng. Menariknya, dari 100 titik, 20% (3 BUMN Pendamping dan 14 BUMN Sponsor) diantaranya berada di wilayah sekitar Candi Borobudur (Admin, 2018).

Salah satu dari tiga balkondes awal yang beridiri di Kecamatan Borobudur terletak di Desa Wringinputih Dusun Bojong yang merupakan wilayah bagian utara desa. Balkondes Desa Wringinputih sendiri berada di bawah naungan Bumdes Guyub Rukun dan berdiri sejak Juli tahun 2017. Hingga saat ini telah terjadi setidaknya tiga kali perubahan pengelola balkondes yaitu pada tahun 2017-2019, 2019-2020, dan 2020-sekarang. Balkondes Wringinputih memiliki potensi lokal yang berbeda dari wilayah lain, yaitu potensi adanya tumbuhan bambu yang melipah. Jika diamati, konstruksi bangunan Balkondes Wringinputih mayoritas berbahan dasar bambu. Bahkan keunikan lain yang dimiliki oleh balkondes ini adalah pembangunan yang dikelola secara mandiri oleh masyarakat tanpa melalui pihak ketiga yang notabene pembangunan balkondes lainnya melibatkan pihak ketiga.

Balkonde Wringinputih diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia beserta menteri BUMN pada September tahun 2018 satu tahun setelah pembangunan resmi dilakukan. Pembangunan balkondes secara keseluruhan bekerjasama dengan Badan Usaha Milik Negara yang ditunjuk oleh pemerintah, secara kebetulan swasta yang mendampingi Balkondes Wringinputih adalah PT Pertamina (Persero).

Fasilitas yang dimiliki oleh Balkondes Wringinputih saat ini antara lain adalah terdapat satu *Hall* utama yang dapat digunakan menjadi berbagai kegiatan, terdapat 20 *homestay*, terdapat lapangan yang luas, atraksi Permainan Jemparingan, Paint Ball, Edukasi kegiatan merawat budaya batik tulis dan fasilitas Gerbang Utama Desa. Dengan berbagai infrastruktur yang dimiliki, Balkondes Wringinputih memiliki target pasar yaitu wisatawan yang berkunjung ke kawasan Candi Borobudur baik yang berasal dari dalam negeri maupun mancanegara. Cara promosi yang digunakan selama ini adalah

cara konvensional yaitu, brosur, kartu nama dan leaflet. Cara digital menggunakan media sosial seperti facebook, Instagram maupun youtube dan cara terakhir adalah media partnership yaitu booking.com, trabeloka, agoda, Borobudur news, radar semarang, dan lain sebagainya.

Potensi akan elemen budaya lokal dirasa dapat memberikan peluang (Santika & Suryasih, 2018; Sugiyarto & Amaruli, 2018) tersendiri dalam rangka meningkatkan daya tarik wisata di sebuah wilayah. Balkondes Wringinputih memiliki beberapa kegiatan yang berbasis pada nilai-nilai pelestarian kebudayaan dan sudah berjalan antara lain: 1) menjadi wadah bagi masyarakat dalam melakukan kegiatan diskusi, 2) terlaksananya kegiatan senam aerobic ibu-ibu PKK Desa Wringinputih, 3) terciptanya sanggar tari tradisional untuk anak-anak dan remaja, 4) melestarikan budaya lokal berupa sanggar gamelan dan tari topeng ireng. Hal senada juga disampaikan oleh Windriatmo¹ sebagai pengelola Balkondes Wringinputih yang baru, Balkondes didorong untuk dapat mewadahi beberapa potensi lokal yang dimiliki oleh masyarakat desa antara lain adalah menciptakan sanggar tari dengan durasi pelatihan sebanyak dua kali dalam seminggu, sanggar membantik dengan durasi pelaksanaan kegiatan selama dua kali dalam seminggu yang berjumlah 30 peserta, sanggar kesenian gamelan dengan jadwal latihan sebanyak 1 kali dalam sebulan, dan paguyuban jemparingan dengan durasi pelaksanaan satu kali dalam seminggu serta sasaran pesertanya adalah bapak-bapak dan pemuda yang tertarik mengikuti aktifitas tersebut. Berbagai macam kegiatan yang sudah terlaksana ini merupakan bentuk komitmen pengelola Balkondes Wringinputih dalam menjaga budaya lokal serta meningkatkan kesadaran wisata masyarakat Desa Wringinputih. Selain menjaga budaya lokal kegiatan di atas juga dapat menjadikan sebuah etalase dan hiburan bagi wisatawan yang berkunjung pada Balkondes Wringinputih.

Selain budaya lokal, pengelola juga mengarahkan agar wisatawan dapat merasakan potensi lokal lain yang dimiliki oleh Desa Wringinputih yaitu kekayaan atas tanaman bambu. Pengelola mengarahkan agar wisatawan dapat berkunjung ke kampung bambu yang berada di wilayah Desa Wringinputih, bahkan jika dilihat kasat mata konstruksi bangunan di Balkondes Wringinputih berbahan dasar bambu.

Potensi yang dimiliki oleh Desa Wringinputih dimanfaatkan sedemikian rupa agar dapat menjadi media promosi kepada wisatawan yang datang. Bahkan pengelola baru memanfaatkan momentum pandemic ini untuk memperbaiki tata kelola organisasi selama bulan maret-september tahun 2020 dalam rangka mempersiapkan kembali aktivitas-aktivitas pendukung dari balkondes, seperti pelatihan-pelatihan, restrukturisasi pengelola sanggar hingga memunculkan ide-ide baru seperti paguyuban jemparingan yang merupakan olahraga panahan kuno yang dimiliki oleh kraton Yogyakarta. Persiapan tersebut semata-mata digunakan sebagai bentuk atraksi kepada pengunjung dan alat promosi Balkondes Wringinputih.

Media promosi dilakukan dengan melibatkan berbagai pihak dalam memasarkan Desa Wringinputih secara umum dan Balkondes secara khusus. Pengelola Balkondes menganggarkan dana khusus sebesar 150 ribu rupiah guna memasarkan dan mempromosikan desa wisata dan fasilitas yang dimiliki desa. media yang digunakan adalah sosial media seperti facebook, Instagram, maupun bekerjasama dengan pihak

¹ Wawancara dengan Windriatmo, 02/09/2021

ketiga penyedia jasa iklan seperti traveloka. Media promosi ini mulai digencarkan kembali pada tahun 2021 setelah pergantian kepengurusan, hasil promosi ini dapat terlihat dari pengakuan pengelola² yang menyatakan bahwa terdapat peningkatan pendapatan pengelola Balkondes jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Strategi Pemberdayaan Masyarakat oleh Balai Ekonomi Desa: Transformasi, Pengembangan Kapasitas dan Peningkatan Kemampuan

Strategi pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan oleh siapapun dan dimanapun, dapat dilakukan oleh pemerintah, swasta bahkan organisasi non pemerintahan. Kegiatan pemberdayaan sejatinya memberikan daya atau kekuatan kepada kelompok atau individu tertentu (Hikmat, 2013) sehingga pemberian daya tersebut dapat menjadikan masyarakat atau individu tersebut mandiri dan tidak bergantung pada pihak lain. Beberapa penelitian terdahulu telah menunjukkan pentingnya strategi pemberdayaan masyarakat dalam melakukan kegiatan pemberdayaan sehingga dapat berimplikasi pada ketahanan budaya (Istiyanti, 2020), meningkatkan kesadaran masyarakat (Tri Indrianti et al., 2019), hingga meningkatkan partisipasi masyarakat (Zuliyah, 2010). Penelitian ini spesifik melihat tiga tahapan yang perlu dilakukan (Sulistiyani, 2004) dalam kegiatan pemberdayaan, antara lain adalah pertama, transformasi kesadaran adalah bentuk penyadaran atau bentuk perilaku sadar, dalam hal ini perlu merangsang kesadaran masyarakat tentang perlunya memperbaiki kondisi saat ini. Kedua, tahap pengembangan kapasitas dalam hal ini dapat dikatakan sebagai tahap transformasi kemampuan berupa wawasan pengetahuan, hal ini dilakukan agar terbukanya wawasan dan memberikan keterampilan dasar sehingga mengambil peran dalam pemberdayaan masyarakat. ketiga, tahap peningkatan kemampuan intelektual atau kecakapan-kecakapan sehingga terbentuknya inisiatif dan inovatif untuk kemandirian masyarakat yang disesuaikan dengan pembangunan yang sesuai dengan kondisi sosial budaya. Penelitian ini akan melihat tahapan pemberdayaan di wilayah Balkondes Wringinputih dari mulai membangun kesadaran, pengembangan kapasitas dan peningkatan kemampuan.

Tahap pertama adalah transformasi kesadaran adalah bentuk penyadaran atau bentuk perilaku sadar, dalam hal ini perlu merangsang kesadaran masyarakat tentang perlunya memperbaiki kondisi saat ini. Berdasarkan temuan lapangan tahap ini setidaknya terindikasi terjadi pada dua kegiatan pertama pelibatan pemuda, dan kedua menyebarluaskan informasi. Dalam rangka meningkatkan animo masyarakat, langkah awal yang dilakukan oleh pengelola baru Balkondes Wringinputih adalah menciptakan sebuah event yang dapat menjadi daya tarik kalangan milenial. Hasil diskusi bersama mencetuskan sebuah ide³ berbentuk kegiatan perlombaan yang berkaitan dengan elektronik sport atau biasa dikenal dengan istilah e-sport. Mengapa e-sport, karena tidak membutuhkan banyak ruang dan dilakukan secara virtual, dalam masa pandemik seperti ini sehingga dapat menerapkan prokes yang ketat. Event ini kemudian tercipta dan menjadi pemicu awal geliat aktivitas Balkondes Wringinputih meningkat. Pada kegiatan kedua, yang masih berkaitan erat dengan meningkatkan geliat aktivitas di Balkondes Wringinputih adalah kegiatan atau aktivitas promosi. Berbedesa dengan dua pengelola

² Wawancara dengan Rizal, 03/09/2021

³ Wawancara dengan Windriatmo, 02/09/2021

sebelumnya, pada masa sekarang Balkondes Wringinputih menyebar luaskan informasi kegiatan dan berbagai aktivitasnya melalui media sosial. Pengelola bahkan mengalokasikan anggaran khusus untuk kegiatan ini sebesar 200 ribu per bulan. Media sosial yang digunakan seperti intagram dan bahkan menggandeng⁴ 6 OTA (Online Travel Agent). Hasil dari melakukan promosi yang massif adalah peningkatan omset mencapai 3 kali lipat dari sebelumnya. Kegiatan atau aktivitas

Tahap kedua adalah pengembangan kapasitas. Tahap ini sebenarnya adalah tindak lanjut dari tahap pertama. Setelah masyarakat sadar, maka dirasa perlu melakukan pengembangan kapasitas. Tahap ini dilakukan oleh pengelola Balkondes Wringinputih dengan melakukan sosialisasi dan pelatihan dasar mengenai beberapa kegiatan agar peserta pelatihan memiliki keterampilan yang memadai. Beberapa keterampilan yang dilatih adalah keterampilan menjadi fasilitator outbond. Kemudian pelatihan menjadi wedding organizer maupun event organizer. Dan pelatihan menjadi instruktur olahraga painball dan kesenian jemparingan. Mengapa hal ini penting, menurut pengelola Balkondes Wringinputih potensi luas wilayah balkondes yang luas serta mangsa pasar dari balkondes sendiri mengharuskan beberapa keterampilan itu dimiliki. Beberapa konsumen Blkondes Wringinputih adalah korporasi yang agenda rutusnya adalah family gathering skala besar. Maka dari itu, potensi halaman yang luas menjadikan pengelola Balkondes Wringinputih harus bisa mengelola halaman tersebut menjadi lokasi outbond ataupun olahraga yang bisa dinikmati oleh kelompok besar. Keresahan tersebut akhirnya mencetuskan ide-ide dan gagasan mengenai beberapa pengembangan kapasitas yang sudah dilakukan oleh pengelola.

Tahap ketiga adalah Peningkatan kemampuan. Pada tahap ini juga telah dilakukan oleh pengelolaan balkondes. Terdapat tiga hal yang menunjukkan bahwa pengelola telah melakukan tahapan ini pertama, menganalisis potensi yang dimiliki masyarakat dan memanfaatkannya. Pengelola dalam hal ini melibatkan masyarakat secara langsung dalam menentukan desain bangunan dari Balkondes Wringinputih. Potensi tanaman bambu menjadikan ciri khas tersendiri dari arsitek bangunan Balkondes Wringinputih. Selanjutnya melibatkan ibu-ibu masyarakat sekitar dalam rangkaian kegiatan paket kunjungan. Kegiatan yang dilakukan adalah memasak dan makan bersama di dampur masyarakat. Selanjutnya adalah kegiatan sosialisasi dan perekrutan kepada pemuda-pemuda desa sesuai kemampuan baik dalam hal peningkatan kemampuan menjadi fasilitator outbond, Wedding Organizer, event organizer hingga pemandu painball. Kedua, mendorong pengembangan empat produk unggulan desa serta menciptakan kemasan baru. Keempat produk unggulan desa adalah gula jawa, criping rasa gadung, jet kolet, dan Widaran. Kemasan yang dibuat sedemikian rupa agar pengunjung memilih kuantitas produk yang ingin dibawa pulang sebagai cendramata. Ketiga, Menciptakan sebuah rak khusus untuk empat produk olahan yang telah disebutkan sebelumnya. Rak khusus ini diharapkan dapat menjadi hiasan bagi pengunjung yang datang serta menjadi etalase dan tester terhadap produk-produk unggulan tersebut agar nantinya setiap pengunjung yang datang dapat mencicipi produk unggulan desa tersebut. Harapannya, dapat memberikan kesan baik bagi pengunjung dan ketika pulang akan membeli produk-produk tersebut sebagai cendramata. Selain tiga hal besar tadi, ada juga beberapa kegiatan yang dirasa juga dapat meningkatkan kemampuan masyarakat antara lain adalah pelmelibatkan pemuda desa

⁴ Wawancara dengan Windriatmo, 02/09/2021

dalam menerbitkan parker pegunjung, memberikan kesempatan untuk memanfaatkan balkondes sebagai lokasi pertemuan baik perkumpulan karan taruna maupun pemuda, atau juga sebagai lokasi perkumpulan senam aerobic yang dilakukan rutin oleh ibu-ibu.

4. Kesimpulan

Strategi yang dilakukan oleh Balkondes Wringinputih berupa transformasi kesadaran, pengembangan kapasitas, dan peningkatan kemampuan. Ketiga hal tersebut telah dilakukan. Pertama, Transformasi kesadaran dalam bentuk melibatkan masyarakat Wringinputih dalam berbagai acara baik pemuda secara khusus maupun masyarakat luas secara umum. Kedua, pengembangan kapasitas dengan mengikut sertakan masyarakat dalam acara pelatihan-pelatihan seperti pelatihan menjadi instruktur outbond, pelatihan menjadi *master of charamony* maupun sebagai *Event Organizer*. Ketiga, peningkatan kemampuan terlihat dalam adanya kesempatan kepada masyarakat dalam hal memberikan pendapat dan usulannya terkait dengan berbagai kegiatan yang ingin diambil salah satunya adalah usulan mengadakan event perlombaan *e-sport*. Srelain itu peneliti juga menemukan temuan lapangan yang menunjukkan bahwa Balkondes Wringinputih juga dijadikan sebagai etalase kearifan lokal yang ada di Desa Wringinputih, selain itu juga dijadikan tempat mempromosikan produk unggulan desa.

Daftar Pustaka

- Aditya, R. (2019). Analisis Penta Helix dalam Melihat Keberlanjutan Program CSR Patratura pada Tahun 2017. *Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(2), 149. <https://doi.org/10.24235/empower.v4i2.5320>
- Admin. (2016). *Temple*. Borobudurpark.Com. <http://borobudurpark.com/temple/>
- Admin. (2018). *Tentang Kami*. Balkondesborobudur.Com. <http://balkondesborobudur.com/tentang-kami/>
- Adv. (2017). *Kemenpar Gandeng Pentahelix Gencarkan 10 Bali Baru*. Cnnindonesia.Com. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170720140458-307-229169/kemenpar-gandeng-pentahelix-gencarkan-10-bali-baru>
- Agung. (2018). *Pengembangan Desa Wisata untuk Kesejahteraan Masyarakat*. Ugm.Ac.Id. <https://ugm.ac.id/id/berita/15939-pengembangan.desa.wisata.untuk.kesejahteraan.masyarakat>
- Anggraeni, R. (2018). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Badan Pengelola Balai Ekonomi Desa (Balkondes) Di Kecamatan Borobudur*. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran."
- Ariani, V. (2017). Pengembangan Desa Wisata. In *bumdes.id*. <https://doi.org/10.1192/bjp.112.483.211-a>
- Bungin, B. (2015). *Analisis Data Penelitian Kualitatif Pemahaman Filosofis dan Metodologis Ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Raja Grafindo Persada.
- Damanik, J. (2013). *Pariwisata Indonesia Antara Peluang dan Tantangan*. Pustaka Pelajar.
- Detik. (2017). *Melihat Balkondes Pertamina yang dikunjungi Presiden*. Detik.Com. <https://news.detik.com/adv-nhl-detikcom/d-3648709/melihat-balkondes-pertamina-yang-dikunjungi-presiden>
- Edwin, G. (2015). *Studi Tentang Pembentukan Desa Setulang Sebagai Desa Wisata*

- Dikecamatan Malinau Selatan Hilir Kabupaten Malinau. *Jurnal Pemerintahan Integratif*, 3(1).
- Firmasyah, M. (2019). *Desa Wisata Dorong Kenaikan Pendapatan Daerah*. Radarsurabaya.Jawapos.Com. <https://radarsurabaya.jawapos.com/read/2019/06/15/141472/desa-wisata-dorong-kenaikan-pendapatan-daerah>
- Hadiwijoyo, S. S. (2012). *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat*. Graha Ilmu.
- Hapsarai, D. O., & Rahayu, S. (2018). Pengelolaan Balai Ekonomi Desa dalam Mengembangkan Pariwisata di Kawasan Candi Borobudur. In *Adinegara* (Vol. 7, Issue 6).
- Hemawati, R. (2019). *20 BUMN Bersinergi Membangun Balkondes Borobudur*. Mediaindonesia.Com. <https://mediaindonesia.com/read/detail/259427-20-bumn-bersinergi-membangun-balkondes-borobudur>
- Hidayah, A. N., & Agustinah, R. (2019). Balkondes Candirejo Magelang Sebagai Bentuk Pengembangan Desa Wisata yang Berkelanjutan. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 3(1), 70–89. <https://doi.org/10.31002/jkkm.v3i1.1364>
- Hikmat, H. (2013). *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*. Humaniora.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand Reinhold.
- Istiyanti, D. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata di Desa Sukawening (Community Empowerment Through Development of Tourist Villages in Sukawening Village). *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(1), 53–62.
- Kemendes. (2019). *Pemerintah Dorong Terbentuknya Desa Wisata*. Kemendes.Go.Id. <https://www.kemendes.go.id/view/detil/2937/pemerintah-dorong-terbentuknya-desa-wisata>
- Kemenkeu. (2019). *Dana Desa Gerakan Desa Wisata Pujon Kidul Berpendapatan Di Atas RP. 1 Miliar*. Kemenkeu.Go.Id. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/dana-desa-gerakkan-desa-wisata-pujon-kidul-berpendapatan-di-atas-rp1-miliar/>
- Kemenpar. (2014). *PNPM Mandiri Pariwisata*. Kemenpar.Go.Id. <http://www.kemenpar.go.id/post/pnpm-mandiri-pariwisata>
- Lestari, T. C., & Purwanto, B. . (2017). *Model Csr Pengembangan Pariwisata Berbasis Komunitas Binaan Bumn: Studi Kasus Balkondes Di Kawasan Borobudur Magelang Jawa Tengah*. 1–14. http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/131833
- Ma'ruf, M. F., Kurniawan, B., & Pangestu, R. P. A. G. (2018). Desa Wisata: Sebuah Upaya Mengembangkan Potensi Desa Dan Meningkatkan Pendapatan Asli Desa (Studi Pada Desa Wisata Bejiharjo Kecamatan Karangmojo Kabupaten Gunungkidul). *Dinamika Governance : Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 7(2). <https://doi.org/10.33005/jdg.v7i2.1209>
- Miles, & Huberman. (1994). *Qualitative Data Analisis*. Saga Publication.
- Rabiatul Adawiyah, W., Praptapa, A., & Mafudi. (2017). STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA BERBASIS MASYARAKAT (COMMUNITY BASED RURAL TOURISM) DI DESA PAPRINGAN. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Paper*, 1072–1083.
- Rafid, M. (2019). *STRATEGI CSR PT ANGKASA PURA I PERSERO BANDARA INTERNASIONAL ADISUTJIPTO YOGYAKARTA DENGAN MENGGUNAKAN*

PENDEKATAN COMMUNITY DEVELOPMENT (Studi Kasus pada CSR Balkondes Bigaran, Borobudur, Magelang, Jawa Tengah). Universitas Pembangunan Nasional "Veteran."

- Raharjo, S. T., Apsari, N. C., Santoso, M. B., Wibhawa, B., & Humaedi, S. (2019). Ekowisata Berbasis Masyarakat (EBM): Menggagas Desa Wisata di Kawasan Geopark Ciletuh-Sukabumi. *Share : Social Work Journal*, 8(2), 158. <https://doi.org/10.24198/share.v8i2.19591>
- Santika, I. N. E., & Suryasih, I. A. (2018). Elemen Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata Di Desa Wisata Pengotan, Kecamatan Bangli, Kabupaten Bangli, Provinsi Bali. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 6(1), 31. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2018.v06.i01.p06>
- Setya Yunas, N. (2019). Implementasi Konsep Penta Helix dalam Pengembangan Potensi Desa melalui Model Lumbung Ekonomi Desa di Provinsi Jawa Timur. *Matra Pembaruan*, 3(1), 37-46. <https://doi.org/10.21787/mp.3.1.2019.37-46>
- Sindo, K. (2016). *Pemerintah Bangun 100 Balkondes di Seluruh Indonesia*. Okezone.Com. <https://economy.okezone.com/read/2016/11/20/320/1546280/pemerintah-bangun-100-balkondes-di-seluruh-indonesia>
- Sugiyarto, S., & Amaruli, R. J. (2018). Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya dan Kearifan Lokal. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 45. <https://doi.org/10.14710/jab.v7i1.22609>
- Sukendro, H. (2019). *Mandirikan Desa melalui Desa Wisata*. Suaramerdeka.Com. <https://www.suaramerdeka.com/smcetak/baca/158307/mandirikan-desa-melalui-desa-wisata>
- Sulistiyani, A. T. (2004). *Kemitraan dan Model-model Pemberdayaan*. Gava Media.
- Tri Indrianti, D., Ariefianto, L., & Halimi, D. (2019). Pemberdayaan Masyarakat melalui Pengembangan Desa Wisata Organik di Kabupaten Bondowoso. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 3(1), 13-18. <https://doi.org/10.15294/pls.v3i1.31001>
- Trisnawati, A. E., Wahyono, H., & Wardoyo, C. (2018). Pengembangan Desa Wisata dan Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 3(1), 29-33. <https://doi.org/10.17977/JPTPP.V3I1.10356>
- Yoeti, A. O. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradnya Paramita.
- Zuliyah, S. (2010). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Desa dalam Menunjang Pembangunan Daerah. *Journal of Rural and Development*, 1(2), 151-160.

EMPOWER