BAB II
TINJAUAN UMUM
DESA WISATA KEMBANG ARUM SLEMAN

2.1 Pengertian Pariwisata

Istilah *"pariwisata"* adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam". (Pengantar Ilmu Pariwisata – Yoeti, 1996:116).

Jika ditinjau dari arti kata *"wisatawan"* yang berasal dari kata *"wisata"* maka sebenarnya tidaklah tepat sebagai pengganti kata *"tourist"* dalam bahasa inggris. Kata itu berasal dari bahasa sansekerta *"wisata"* yang berarti "perjalanan" yang sama atau dapat disamakan dengan kata *"travel"* dalam bahasa Inggris. Jadi orang melakukan perjalanan dalam pengertian ini, maka wisatawan sama artinya dengan kata "*traveler"* karena dalam bahasa Indonesia sudah merupakan kelaziman memakai akhiran "*wan"* untuk menyatakan orang dengan profesinya, keahliannya, keadaannya jabatannya dan kedudukan seseorang.

Desa Wisata adalah pengembangan dari suatu desa yang memiliki potensi wisata. Desa wisata muncul memiliki potensi atau kekayaan yang layak atau dapat untuk di jual oleh masyarakatnya sendiri. Sedangkan pemrakarsnya adalah penduduk desa itu yang memiliki kemauan untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk desa tersebut. (Arison, 2010)

2.2 Objek Wisata

2.2.1 Pengertian Objek Wisata

Segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat. Segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan, dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan untuk datang ke suatu daerah tertentu

2.2.2 Syarat – syarat Objek Wisata

Sebuah objek wisata yang baik harus mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya, menahan mereka dalam waktu yang cukup lama, dan memberikan kepuasan kepada wisatawan yang datang berkunjung. Untuk mencapai hasil tersebut harus ada syarat-syarat yang harus ada dalam suatu objek wisata, antara lain:

- Kegiatan (*act*) dan objek (*artifact*) yang merupakan atraksi itu sendiri harus dalam keadaan baik.
- Karena objek wisata itu disajikan di hadapan wisatawan, maka cara penyajiannya harus tepat.
- Objek / atraksi wisata merupakan terminal dari mobilitas spasial dari suatu perjalanan. Oleh karena itu harus memenuhi semua determinan mobilitas spasial, yaitu akomodasi, transportasi, promosi, dan pemasaran.
- Keadaan di objek wisata harus dapat menahan wisatawan cukup lama.
- Kesan yang diperoleh wisatawan waktu menyaksikan objek wisata diusahan supaya bertahan selama mungkin

2.2.3 Karakteristik Objek Wisata

Seperti yang diungkapkan oleh Yoeti (1985), ada tiga karakteristik utama dari objek wisata yang harus diperhatikan dalam upaya pengembangan suatu objek wisata tertentu agar dapat menarik dan dikunjungi oleh banyak wartawan, diantaranya:

1. *"Something to see"*, artinya daerah tersebut harus ada objek atau atraksi wisata yang berbeda yang dimiliki oleh daerah lain. Dengan kata lain daerah tersebut harus memiliki daya tarik yang khusus dan unik.
2. *"Something to do",* artinya di daerah tersebut selain banyak yang dapat disaksikan, harus disediakan pula fasilitas rekreasi atau *amusement* yang dapat membuat wisatawan lebih nyaman dan betah untuk mengunjungi tempat itu.
3. *"Something to buy",* artinya didaerah tersebut harus ada fasilitas untuk berbelanja, terutama barang-barang *souvenir* dan kerajinan tangan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang.

2.2.4 Jenis – jenis Objek Wisata

Seiring berkembangnya industri pariwisata, munculah bermacam-macam jenis objek wisata yang mempunyai ciri tersendiri. Perkembangan ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata berdasarkan alasan dan tujuan yang berbeda-beda. Dibawah ini sedikit menjelaskan tentang jenis-jenis objek wisata, antara lain:

1. Objek Wisata Budaya

   Perjalanan ke objek wisata ini berdasarkan atas keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang tentang pengetahuan budaya dengan cara mengadakan kunjungan ke daerah tertentu untuk melihat sekaligus mempelajari keadaan rakyat, seni, kebiasaan atau adat istiadat, dan cara hidup mereka yang tinggal di daerah tersebut.
2. Objek Wisata Kesehatan

   Perjalanan ke objek wisata ini berdasarkan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari dimana pengunjung tinggal dengan daerah yang dituju demi kepentingan kesehatannya dan untuk beristirahat.
3. Objek Wisata Olahraga

   Wisatawan yang ingin melakukan kunjungan ke objek wisata ini biasanya mempunyai tujuan untuk berolahraga atau memang sengaja bermaksud untuk mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau negara tertentu.

4. Objek Wisata Komersial

   Kunjungan yang dilakukan ke objek wisata ini semata-mata hanya bertujuan untuk mengunjungi pameran-pameran atau pekan raya yang bersifat komersial.
5. Objek Wisata Politik

   Kunjungan ke objek wisata semacam ini bertujuan untuk mengambil bagian aktif dalam peristiwa kegiatan politik.
6. Objek Wisata Pilgrim

   Kunjungan wisata ke tempat ini sering dihubungan dengan agama, sejarah, adat istiadat, kepercayaan wisatawan, dan biasanya mempunyai tujuan yang dihubungkan dengan niat atau hasrat sang wisatawan untuk memperoleh restu,

kekuatan batin, keteguhan iman, dan tidak jarang pula untuk tujuan memperoleh berkah dan kekayaan melimpah.

7. Objek Wisata Bahari

   Kunjungan ke objek wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan yang berhubungan dengan air, seperti memancing, menyelam, berselancar, atau berkeliling melihat taman laut dengan pemandangan indah dibawah pernukaan laut.

8. Objek Wisata Kuliner

   Menurut *digilib.petra.ac.id* Kunjungan ke objek wisata ini dikaitkan dengan makanan dimana pengunjung ingin mencoba sekaligus menikmati makanan khas dari suatu daerah.

   Objek pariwisata harus mempunyai prasarana dan sarana pariwisata mendukung. Berikut ini menjelaskan tentang prasarana dan sarana pariwisata:

   1. Prasarana pariwisata

      Yang dimaksud dengan prasarana pariwisata adalah:

      a) Prasarana umum (*General Infrastruktur*)

         Yaitu prasarana yang menyangkut kebutuhan umum bagi kelancaran dunia kepariwisataan, contohnya sistem penyedian air bersih, pembangkit listrik, jaringan jalan raya dan jembatan, telekomunikasi, airport, pelabuhan laut, terminal, stasiun, dan lain-lain.

      b) Kebutuhan masyarakat banyak (*Basic Needs Of Civilized Life*)

         Yaitu prasarana yang menyangkut kebutuhan masyarakat banyak dan yang termasuk dalam kelompok ini adalah rumah sakit, apotik, Bank, ATM, pom bensin, kantor polisi, dan lain-lain.

   2. Sarana Pariwisata

      Sedangkan yang di maksud dengan sarana kepariwisataan adalah sebagai berikut:

      a. Sarana pokok Kepariwisataan

         Fungsinya adalah menyediakan fasilitas pokok yang dapat memberikan pelayanan bagi kedatangan wisatawan. Sarana semacam ini harus diadakan, pembangunannya harus diarahkan, apalagi dalam rangaka

menarik lebih banyak wisatawan. Contohnya adalah *Travel Agent, Tour Operator, Tourist Transportation,* tempat pengianpan, *Catering establishments,* dan kantor-kantor pemerintah yang bergerak di bidang pariwisata.

b. Sarana pelengkap kepariwisataan

Yang dimaksudkan dengan sarana pelengkap kepariwisataan adalah fasilitas-fasilitas yang dapat melengkapi sarana pokok sedemikian rupa, sehingga fungsinya bisa membuat wisatawan lebih lama tinggal atau berkunjung di daerah yang dikunjunginya. Jadi harus ada sesuatu yang dapat dilakukan (*something to do*) di tempat yang dikunjunginya, Sehingga ada perintang yang tidak membuat wisatawan cepat bosan di daerah tersebut. Salah satu contoh yang termasuk dalam fasilitas ini adalah fasilitas olahraga.

c. Sarana penunjang Kepariwisataan

Yang termasuk sarana ini adalah fasilitas yang diperlukan wisatawan (khususnya *bussines tourist*), yang berfungsi tidak hanya melengkapi sarana pokok dan sarana pelengkap saja, tetapi fungsinya yang lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak membelanjakan uangnya di tempat yang dikunjunginya tersebut. Contohnya antara lain adalah *Souvenir Shop.* (Oka A, Yoeti, 2006:8-12)

Dilihat dari sarana dan prasarana kepariwisataan, desa wisata Kembang Arum sudah cukup terpenuhi. Seperti diantaranya terdapat fasilitas penginapan, adanya pom bensin di dekat desa wisata Kembang Arum, adanya fasilitas umum lainya seperti stasiun, terminal, pembangkit listrik, apotek, rumah sakit, ATM dan Souvenir Shop di dalam desa wisata Kembang Arum, dan masih banyak lagi beberapa sarana dan prasarana yang mendukung desa wisata Kembang Arum sebagai objek wisata.

2.3 Pengertian Umum Wisatawan

Menurut I Gede Pitana dan I ketut Suryana Diarta dalam bukunya yang berjudul "Pengantar Ilmu Pariwisata", secara umum terdapat banyak arti dari wisatawan. Banyak kamus mencoba menstandarisasi pengertian wisatawan tetapi tidak ada yang komprehensif (global, lengkap, dan menyeluruh) karena terlalu banyak variasi arti.

(I Gede Pitana dan I ketut Suryana Diarta, 2003:39) Pengertian wisatawan dapat dilihat dari konsep *heuristic* yaitu konsep yang dipergunakan dalam membantu proses belajar. Konsep *heuristic* mengenai wisatawan dilihat dari konteks prilaku yang secara luas di terima mengandung tiga kriteria seseorang dapat disebut wisatawan, yaitu:

1. Wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan jauh dari tempat tinggal normalnya sehari-hari
2. Perjalanan tersebut dilakukan paling sedikit semalam tetapi tidak secara peramanen
3. Dilakukan saat tidak bekerja atau tidak mengerjakan tugas rutin lainya, tetapi dalam rangka mencari pengalaman mengesankan dari interaksinya dengan beberapa karakteristik tempat yang dipilih untuk di kunjungi

2.4 Pariwisata Sebagai Sumber Daya Budaya

Budaya sangat penting sekali perannya dalam pariwisata. Salah satu hal yang menyebabkan wisatawan mau melakukan perjalanan wisata adalah adanya keinginan untuk melihat cara hidup dan mempelajari budaya di daerah atau tempat yang dikunjunginya. Sumber daya budaya dimungkinkan menjadi faktor utama menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan wisatanya. Tujuanya adalah memahami makna suatu budaya dibandingkan dengan sekedar mendeskripsikan atau melihat daftar fakta yang ada mengenai suatu budaya, hal inilah yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke desa wisata Kembang Arum.

Dalam pariwisata, jenis pariwisata yang menggunakan sumber daya budaya sebagai modal utama dalam atraksi wisata sering dikenal sebagai pariwisata budaya. Jenis pariwisata ini memberikan variasi yang luas yang menyangkut budaya, mulai dari seni pertunjukan, seni rupa, festival, makanan tradisional, sejarah, dan cara hidup yang lain (Pitana dan Diarta, 2009:74-75)

2.5 Promosi

Promosi merupakan kegiatan terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan, dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang di promosikan tersebut. Untuk mengadakan promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dipergunakan agar lebih tepat dalam mencapai keberhasilan dalam penjualan. (Stanson, Angipora:1999)

Promosi menunjuk pada berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya dan membujuk para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut. Sehingga dapat disimpulkan mengenai promosi yaitu dasar kegiatan promosi adalah komunikasi perusahaan dengan konsumen untuk mendorong terciptanya penjualan. Kegiatan promosi saat ini dirasakan semakin penting dan dibutuhkan. Hal ini terjadi karena adanya jarak antara produsen dan konsumen yang bertambah jauh dan jumlah pelanggan potensial yang bertambah banyak serta adanya perantara. Dengan adanya perantara ini maka perusahaan tidak lagi untuk berkomunikasi dengan konsumen.

Dari definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa betapapun bermanfaat suatu produk akan tetapi jika tidak dikenal konsumen, maka produk tersebut tidak akan dibeli, oleh karena itu perusahaan harus berusaha menciptakan permintaan atau produk itu dan kemudian dipelihara dan dikembangkan.

2.6 Jenis – jenis promosi

Adapun jenis – jenis promosi adalah:

a. Periklanan (*Advertising*)

   Periklanan adalah semua bentuk penyajian nonpersonal, promosi ide – ide, promosi barang atau jasa yang dilakukan oleh sponsor yang dibayar

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

   Promosi penjualan adalah variasi insentif jangka pendek untuk merangsang pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa.

c. Hubungan masyarakat dan Publisitas (*Public Relation and Publicity*)

Hubungan masyarakat adalah suatu usaha (variasi) dari rancangan program, guna memperbaiki, mempertahankan, atau melindungi perusahaan atau citra produk.

d. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

   Penjualan pribadi atau tatap muka adalah penyajian lisan dalam suatu pembicaraan dengan satu atau beberapa pembeli potensial dengan tujuan untuk melakukan penjualan.

e. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

   Komunikasi secara langsung yang digunakan melalui *e-mail*,telepon atau internet untuk mendapatkan tanggapan langsung dari konsumen secara jelas

2.7 Fungsi Promosi

Adapun fungsi dari promosi menurut Stanson (1999) yaitu:

a. Mencari dan mendapatkan perhatian dari calon pembeli. Perhatian calon pembeli harus diperoleh, karena merupakan titik awal proses pengambilan keputusan di dalam membeli suatu barang dan jasa.
b. Menciptakan dan menumbuhkan interest pada diri calon pembeli.

   Perhatian yang sudah diberikan oleh seseorang mungkin akan dilanjutkan pada tahap berikutnya atau mungkin berhenti. Yang dimaksudkan dengan tahap berikutnya ini adalah timbulnya rasa tertarik dan rasa tertarik ini yang akan menjadi fungsi utama promosi.

c. Pengembangan rasa ingin tahu (*desire*) calon pembeli
   untuk memiliki barang yang ditawarkan.

   Hal ini merupakan kelanjutan dari tahap sebelumnya. Setelah seseorang tertarik pada sesuatu, maka timbul rasa ingin memilikinya. Bagi calon pembeli merasa mampu (dalam hal harga, cara pemakaiannya, dan sebagainya), maka rasa ingin memilikinya ini semakin besar dan diikuti oleh suatu keputusan untuk membeli.

2.8 Tujuan Promosi

Ada beberapa tujuan yang terdapat dalam promosi menurut Stanson (1999) yaitu:

a. Menginformasikan, maksudnya adalah menginformasikan pasar tentang produk baru, mengemukakan manfaat baru sebuah produk, menginfonnasikan pasar tentang

perubahan harga, menjelaskan bagaimana produk bekerja, menggambarkan jasa yang tersedia, memperbaiki kesan yang salah, mengurangi ketakutan pembeli, membangun citra perusahaan.

b. Membujuk, maksudnya mengubah persepsi mengenai atribut produk agar diterima pembeli.
c. Mengingatkan, maksudnya agar produk tetap diingat pembeli sepanjang masa, mempertahankan kesadaran akan produk yang paling mendapat perhatian.

2.9 Desa Wisata Kembang Arum

Wisata alam belakangan ini semakin marak terdengar di telinga masyarakat. Kejenuhan warga kota terhadap hiruk pikuk yang selama ini mereka jalani, membuat warga kota merindukan sesuatu yang bersumber langsung pada alam. Alam yang sejuk, tenang, damai, aman, harmonis dan hijau tentunya menjadi dambaan bagi masyarakat kota. Tidak hanya itu, nilai –nilai tradisional yang sangat langkapun menjadi daya tarik utama yang masyarakat kota impikan.

Oleh karena itu pada tahun 2005 dengan adanya gagasan Hery Kustriyatmo dari Sanggar Pratista yang bekerjasama dengan Warga Desa Kembang Arum mengambil langkah baru menciptakan Desa Wisata yang berbasis pendidikan yang diberi nama "Desa Wisata Pendidikan Kembang Arum" dalam suatu tatanan yang apik, alami dan penuh dengan nilai ketradisionalan yang nantinya dapat mereka banggakan.

Desa wisata Kembang Arum terletak di lereng Gunung Merapi yang tepatnya di Kelurahan Donokerto Kecamatan Turi Kabupaten Sleman Yogyakarta. Selain itu lokasi rumah penduduk yang berada ditengah – tengah kebun salak sangat cocok dijadikan tempat untuk beristirahat bagi tamu – tamu yang ingin bermalam di sana. Letak desa wisata Kembang Arum dari Pusat Kota Yogyakarta sekitar 19 Km dengan jarak tempuh sekitar 30 menit. Desa Wisata Pendidikan Kembang Arum mempunyai luas tanah sekitar 22 hektar yang terdiri dari 2 RT dengan jumlah penduduk 269 Orang terdiri atas 65 Kepala Keluarga.

Desa wisata Kembang Arum pada waktu pertama kali didirikan baru mempunyai 1 buah rumah untuk kegiatan wisata yaitu rumah Marsahit. Namun sekarang ini Desa wisata Kembang Arum sudah berkembang dengan mempunyai 55 buah *home stay*, 3 buah gasebo, 1 Rumah Sawah yang dapat dipergunakan sebagai tempat penginapan. Panggung kesenian

yang bisa dijadikan tempat untuk mengadakan pertunjukan musik, *Artshop* yang dapat dipergunakan untuk tempat pameran, Gubug – gubug Kecil yang dipergunakan oleh warga Kembang Arum untuk tempat berjualan apabila ada kunjungan tamu. Dan sekarang ini desa wisata pendidikan Kembang Arum juga sudah mempunyai Joglo di tepi sungai yang dapat dipergunakan untuk ruang rapat, diskusi bahkan bisa juga digunakan sebagai tempat resepsi. Sudah banyak warga kembang arum yang tidak mempunyai rumah yang luas menggunakan joglo tersebut untuk resepsi pernikahan dan kegiatan lainnya.

Desa wisata Kembang Arum juga mempunyai kincir air untuk tenaga listrik yang dapat menghasilkan 2000 watt yang nantinya dapat dipergunakan sebagai penerangan kawasan wisata serta pembangunan tower – tower air dibeberapa lokasi sehingga tamu yang berkunjung tidak perlu kuatir mengenai kebutuhan air bersih.

Untuk sekarang ini Desa wisata Kembang Arum menambah lagi fasilitas bangunan yang dapat dipergunakan sebagai tempat penginapan dan ruang pertemuan yang diberi nama Gubug Pereng dan baru saja diresmikan bersamaan dengan perayaan menyambut Tahun Baru 2010.

Menurut Hery Kustriyatmo pengembangan yang telah dilakukan belumlah seberapa sehingga masih banyak lagi yang harus dikembangkan. Untuk saat ini desa wisata Kembang Arum berkeinginan untuk mengembangkan wisata tanaman bunga dengan berbagai jenis bunga, mendirikan museum permainan tradisional dan galeri lukisan anak – anak di kawasan wisata dan melengkapi tempat – tempat di kawasan wisata dengan fasilitas untuk internet sehingga tamu yang berkunjung kesana dapat berwisata sekaligus mengerjakan tugas – tugas pekerjaannya. Disamping itu masih ada lagi rencana dari pihak pengelola wisata yang ingin diwujudkan yaitu membuat sebuah mushola di kawasan wisata sehingga tamu yang ingin beribadah tidak harus pergi ke masjid yang jaraknya cukup jauh dari kawasan wisata.

Di desa wisata Kembang Arum juga terdapat kegiatan rutin yang diadakan oleh warga antara lain: Pertemuan Warga, Pertemuan Seni Budaya, Latihan Teater dan Film, Latihan Gamelan, Latihan Melukis dan Membatik, Pelatihan Outbond untuk Pemandu Wisata dan Pertemuan Komunitas Motor Trail.

Dengan maraknya Desa Wisata di Indonesia khususnya wilayah Yogyakarta, Sanggar Lukis Pratista bekerjasama dengan warga Kembang Arum Donokerto Turi Sleman

terus berusaha keras untuk mempromosikan “Desa Wisata Kembang Arum” Donokerto Turi Sleman kepada masyarakat luas.

2.10 Perkembangan

Pada tahun 2011 di Desa Wisata Kembang Arum sudah mengalami perkembangan lagi dengan menambah beberapa bangunan baru yang bernuansa tradisional di area wisata. Adapun 5 buah bangunan baru tersebut adalah:

1. Museum Dapur Tradisional

   Bangunan ini didirikan untuk menyimpan dan melestarikan berbagai macam peralatan memasak yang masih bersifat tradisional dan sudah jarang ditemui di daerah perkotaan. Di museum ini juga bisa mengetahui nama dari peralatan memasak beserta kegunaannya.
2. Mushola

   Sekarang ini di Desa Wisata Kembang Arum sudah terdapat Mushola sehingga bagi tamu yang hendak beribadah tidak perlu jauh – jauh untuk pergi ke masjid yang jaraknya jauh dari kawasan desa wisata.
3. Joglo Baru

   Joglo ini dilengkapi dengan ruang tamu yang cukup luas dan beberapa kamar yang bisa digunakan untuk istirahat. Joglo ini bisa digunakan sebagai tempat untuk rapat dan arisan keluarga.
4. Rumah Jawa

   Rumah ini bentuknya tertutup terdapat ruang tamu yang bisa digunakan sebagai tempat pertemuan, kamar untuk istirahat dan dilengkapi dengan dapur juga kamar mandi.
5. Rumah Penginapan

   Rumah ini terdiri dari 2 lantai. Lantai atas terdiri dari beberapa kamar yang digunakan sebagai tempat penginapan dan lantai bawah digunakan sebagai aula.

2.11 Menu Wisata

a. Wisata Pertanian

1. Belajar menanam Padi / Mencangkul
2. Nutu padi / Menumbuk padi
3. Membajak sawah

4. Cara Panen Padi

b. Wisata Perkebunan

1. Belajar Menanam Salak
2. Cara memetik salak
3. Belajar menanam singkong
4. Belajar menanam Jagung

c. Wisata Perikanan

1. Memet ikan / mencari ikan
2. Memancing ikan

d. Wisata Membatik

1. Membatik media sapu tangan
2. Membatik media kaos

e. Wisata Peternakan

1. Memberi makan kambing
2. Memberi makan kelinci
3. Menggembala kambing
4. Memandikan Kerbau

f. Wisata Melukis

1. Melukis media kertas
2. Melukis media caping
3. Melukis media gerabah
4. Melukis media baju
5. Melukis media kanvas

g. Wisata Kesenian Tradisional.

1. Wayang kulit semalam suntuk
2. Petilan wayang kulit
3. Musik kuda lumping
4. Jatilan dan Tarian Rampak Buto
5. Jahtilan Klinthing / Jathilan anak – anak
6. Karawitan / Siteran / Cokekan
7. Organ Tunggal / Karoke

8. Musik akustik
9. Musik Angklung
10. Musik Band / Jazz / Reggae

h. Wisata Out Bound Tradisional

1. Balapan Bakiak / Dingklik
2. Bermain enggrang
3. Kerajinan janur
4. Permainan bambu pancuran
5. Permainan bambu keseimbangan
6. Permainan tarik tambang
7. Permainan sepak bola tikus
8. Permainan bola volly geber
9. Permainan kenthos keseimbangan
10. Permainan Gebuk bantal

i. Wisata Sekolah Alam

1. Belajar akting
2. Belajar vokal
3. Belajar presenter
4. Belajar teater
5. Belajar fotografi
6. *Artshop*

j. Wisata Pemukiman

1. *Home stay*
2. Joglo sempor
3. Griya sekar arum
4. Gubug oereng
5. Gubug karoke

k. Wisata Air

1. Berenang di kolam renang alam
2. Bermain air di sungai

l. Wisata Ritual

1. Ritual keagamaan
2. Padusan
3. Buka puasa
4. Lailatul qadar
5. Nuzulul Qur’an
6. Takbiran
7. Ritual Suran
8. Ritual Ruwahan

m. Wisata Bakti Sosial
1. Baksos komunitas motor Trail
2. Kerja bakti komunitas motor Trail

n. Wisata Petualang
1. *Tracking* menyusuri desa wisata
2. *Tracking* menyusuri sungai
3. *Touring* motor *Trail* ke lereng gunung Merapi

o. Wisata Jajanan Pasar
1. Kue Lumpur / Kue Pukis / Kue Dadar Gulung / Kue Motokebo / Kue Putu Ayu
2. Kue Bika Ambon / Kue Mandarin / Kue Lapis Legit / Kue Proll Tape
3. Kue Bolu Kukus / Kue Bolu Zebra / Kue Bolu Gulung
4. Kue Lapis / Kue Talam / Kue Wajik / Kue Mangkok
5. Nogosari / Lemet / Klepon / Monte / Mendut Gula Merah / Bengawan Solo
6. Risoles / Lumpia / Martabak Sayur / Pastel / Arem – Arem / Semar Mendem
7. Mendoan / Tahu Isi / Bakwan / Pisang Goreng / Singkong Goreng
8. Pisang Rebus / Singkong Rebus
9. Gathot / Tiwul / Gethuk / Lopis / Cenil / Grontol / Ketan
10. Salak Bakar / Salak Godhog
11. Kripik Salak / Kripik Singkong / Kripik Tempe

p. Wisata Kuliner

1. Sup Rempah Ikan Rumput
2. Sup Kacang Merah
3. Ikan Bakar / Ikan Goreng Organik
4. Ayam Bakar / Ayam Goreng
5. Wader Goreng
6. Sayur Lodeh Daun Lompong / Sambal Goreng Daun Lompong
7. Sayur Lodeh Bayung / Sayur Bobor / Sayur Brongkos
8. Pecel / Urap
9. Aneka Sambal (Sambal Tomat, Sambal Trasi, Sambal Kecap, Sambal Lombok Hijau)

1. Memetik Salak



Gambar 2.1 memetik salak

(Desa kembang arum.wordpress.com)

2. Memandikan kerbau



Gambar 2.2 memandikan kerbau
(http:// noenkcahyana.blogspot.com)

3. Desa ini juga memiliki sungai tempor yang juga digunakan sebagai wahana wisata treking selama satu jam menyusuri persawahan dan pedesaan.



Gambar 2.3 sungai tempor

(Kekotaku.com)



Gambar 2.4 persawahan

(http:// noenkcahyana.blogspot.com)

4. Kolam ikan pancing



Gambar 2.5 kolam ikan

(www.desawisatakembangarum.com)

5. Membajak sawah



Gambar 2.6 membajak sawah

(http:// noenkcahyana.blogspot.com)

6. Penginapan yang disediakan di rumah warga.



Gambar 2.7 pondokan rumah warga

(www.desawisatakembangarum.com)

7. Spa alam. Pengunjung bisa menikmati fasilitas spa di alam terbuka yang segar



Gambar 2.8 pondokan untuk spa
(www.desawisatakembangarum.com)

8. Sanggar lukis pratista



Gambar 2.9 suasana sanggar lukis pratista
(www.desawisatakembangarum.com)

9. Belajar menganyam tikar



Gambar 2.10 salah satu warga sedang mengajarkan menganyam

(http:// noenkcahyana.blogspot.com)

2.11.1 PAKET WISATA *OUTBOUND*

a) Paket *Outbond* Anak (TK-SD) ½ Hari

1. Outbound (5 Permainan)
2. Snack (Jajanan Pasar)
3. Minum (Wedang Teh + Air Putih)
4. Makan 1 X (Menu Makan Tradisional)
5. Harga Rp 150.000,00/Orang (Minimal 50 Orang)

b) Paket *Outbond* Dewasa ½ Hari

1. Outbound (5 Permainan)
2. Snack (Jajanan Pasar)
3. Minum (Wedang Teh + Air Putih)
4. Makan 1 X (Menu Makan Tradisional)
5. Harga Rp 175.000,00/Orang (Minimal 50 Orang)

c) Paket *Outbound* A (1 Hari)

1. Outbond (6 Permainan)
2. Snack (Jajanan Pasar)
3. Minum (Wedang Teh + Air Putih)

4. Makan 2 X (Menu Makan Tradisional)
5. Harga Rp 200.000,00/Orang (Minimal 50 Orang)

d) Paket *Outbound* B (1 Hari)

1. Outbond (6 Permainan)
2. Snack (Jajanan Pasar)
3. Minum (Wedang Teh + Air Putih)
4. Makan 2 X (Menu Makan Tradisional)
5. Souvenir
6. Harga Rp 250.000,00/Orang (Minimal 50 Orang)

2.11.2 PAKET MENGINAP

a) Paket Menginap A

1. Makan 3 X (Menu Makan Tradisional)
2. Snack (Jajanan Pasar)
3. Minum (Wedang Teh + Wedang Jahe + Air Putih)
4. Api Unggun
5. Harga Rp 250.000,00/Orang

b) Paket Menginap B

1. Makan 3 X (Menu Makan Tradisional)
2. Snack (Jajanan Pasar)
3. Minum (Wedang Teh + Wedang Jahe + Air Putih)
4. Souvenir
5. Api Unggun
6. Harga Rp 300.000,00/Orang
7. (Lebih Dari 100 Peserta Bonus 1 kambing Guling)

2.11.3 PAKET MENGINAP DAN *OUTBOUND*

a) Paket Menginap A

1. Outbond (5 Permainan)
2. Makan 3 X (Menu Makan Tradisional)

3. Snack (Jajanan Pasar)
4. Minum (Wedang Teh + Wedang Jahe + Air Putih)
5. Api Unggun
6. Harga Rp 350.000,00/Orang

b) Paket Menginap B

1. Outbond (6 Permainan)
2. Makan 3 X (Menu Makan Tradisional)
3. Snack (Jajanan Pasar)
4. Minum (Wedang Teh + Wedang Jahe + Air Putih)
5. Api Unggun
6. Harga Rp 400.000,00/Orang
7. (Lebih Dari 100 Peserta Bonus 1 kambing Guling)

2.12 TUJUAN BERDIRINYA DESA WISATA KEMBANG ARUM

1. Mengenalkan Alam Pedesaan beserta kegiatan yang dilakukan oleh warga setempat kepada masyarakat luas.
2. Mengenalkan Kegiatan Seni dan Budaya yang terdapat didalam Desa Wisata tersebut.
3. Mengembangkan Potensi Desa Wisata dan Alam Sekitarnya yang sudah terdapat didalam Desa Wisata tersebut
4. Membangkitkan perekonomian warga setempat melalui adanya wisata yaitu
    - Warga dapat berjualan makanan tradisional untuk wisata kulinernya.
    - Warga dapat berjualan dari hasil kebun salaknya.
    - Warga dapat menyewakan rumah – rumahnya untuk dijadikan sebagai homestay bagi tamu yang akan menginap.
    - Warga yang ikut kegiatan sebagai pemandu / pelaku seni mendapatkan imbalan / honor sesuai dengan lamanya tamu dalam berkunjung.
5. Memberi Peluang Pekerjaan kepada warga dan generasi muda di sektor kepariwisataan desa wisata setempat.
6. Melatih Warga untuk dapat berkomunikasi langsung dengan para tamu dari dalam maupun luar negeri.
7. Sebagai Wadah untuk Pengembangan Sumber Daya Manusia.

8. Agar masyarakat luas di kota dapat mengenal dan mengetahui tentang alam pedesaan beserta kegiatan dari orang – orang desa setempat.
9. Membangkitkan perekonomian rakyat / warga setempat melalui adanya wisata yaitu dengan:
    - Warga dapat berjualan makanan tradisional untuk wisata kulinernya.
    - Warga dapat berjualan dari hasil kebun salaknya.
    - Warga dapat menyewakan rumah – rumahnya untuk dijadikan sebagai homestay bagi tamu yang akan menginap.
    - Warga yang ikut kegiatan sebagai pemandu / pelaku seni mendapatkan imbalan / honor sesuai dengan lamanya tamu dalam berkunjung.
10. Warga dapat berkomunikasi langsung dengan para tamu dari dalam maupun luar negeri sehingga dapat berguna untuk pengembangan sumber daya manusia.

2.13 LOGO, MOTTO, VISI DAN MISI

a. LOGO



Gambar 2.13.1 Logo

b. MOTTO DESA WISATA KEMBANG ARUM

"ANDA DATANG SENANG PULANG TAMBAH PINTAR"

c. VISI

" Dengan Pengembangan Desa Wisata Kita Tingkatkan Pembangunan Masyarakat "

d . MISI

1. Melestarikan dan memelihara kebersihan lingkungan hidup di desa

2. Melestarikan seni dan budaya tradisional yang ada ditengah – tengah masyarakat
3. Memanfaatkan potensi wisata yang ada
4. Memberikan pendidikan kepariwisataan kepada masyarakat
5. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat

G. PRESTASI DESA WISATA KEMBANG ARUM

Desa Wisata Pendidikan Kembang Arum Donokerto Turi Sleman telah beberapa kali ditunjuk untuk mewakili Kabupaten Sleman dalam berbagai kegiatan lomba baik tingkat Propinsi maupun Nasional.

Adapun Kejuaraan yang pernah diraih adalah sebagai berikut:

1. Juara I Lomba Kebersihan dan Ketahanan Pangan Tingkat Nasional Tahun 2006
2. Juara I Lomba Kegiatan Ibu – Ibu PKK Tingkat Kabupaten Sleman
3. Juara I Pembuatan Jamu Tradisional Se – Kabupaten Sleman
4. Juara I Lomba Seni Budaya dan Pariwisata Tingkat Kabupaten Sleman Tahun 2007 / 2008
5. Juara I Lomba Desa Wisata Se – Kabupaten Sleman Tahun 2008
6. Juara I Lomba Desa Wisata pada Pameran Potensi Daerah Kabupaten Sleman Dalam Rangka Hari Jadi Ke – 93 Kabupaten Sleman Tahun 2009
7. Mewakili Kabupaten Sleman dalam Lomba Kabupaten Sehat Tahun 2009
8. Mewakili Kabupaten Sleman dalam Acara Lokakarya Tentang Pengembangan pengelolaan desa wisata 2009
9. Juara I Lomba Desa Wisata Se – Kabupaten Sleman Tahun 2010 Untuk Kategori Desa Wisata mandiri
10. Juara I Lomba Desa Wisata Tingkat Propinsi Tahun 2010
11. Juara I Lomba Kuliner Tingkat Kabupaten Sleman Tahun 2011

2.14 Analisa SWOT

Analisa SWOT telah lama dikenal di kalangan para ahli manajemen strategi yang banyak dimanfaatkan untuk menganalisis perkembangan usaha. Sedemikian pentingnya

hingga hampir tidak ada studi kelayakan usaha yang dapat diterima dengan baik sebelum menyertakan analisis SWOT. Salah satu kelemahan mendasar dari analisis SWOT yang digunakan selama ini adalah ketergantungannya pada usaha yang sejenis yang digunakan sebagai pembanding dan menggunakan skala industri yang berasala dari sumber resmi. Manakala keperluan mendesak sementara data pesaing belum terkumpul dan terpetekan maka analisis SWOT tidak bisa di adakan.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Berbagai situasi yang dihadapi oleh perusahaan baik internal maupun eksternal harus dapat dijadikan masukan bagi perusahaan guna menentukan rencana dalam menyusun sistem pemasaran yang relatif berdaya guna dan tepat guna. Model yang hingga kini banyak di gunakan untuk menganalisis situasi bagi perencanaan strategis perusahaan adalah analisis SWOT.

Berdasarkan pengertian diatas tersebut analisis SWOT dibagi menjadi 4 bagian yaitu:

1. (Kekuatan, Kesempatan atau S,O) artinya perusahaan menentukan strategi kombinasi kekuatan dan ksempatang yang bisa memanfaatkan kekuatan untuk menggunakan peluang sebaik-baiknya.
2. (Kelemahan, Kesempatan atau W,O) artinya perusaahan harus bisa membuat strategi bagaimana meminimalkan kelemahan yang selalu muncul dalam perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang menguntungkan.
3. (Kekuatan, Ancaman atau S,T) artinya perusahaan bisa memanfaatkan kekuatan baik dalam hal manajemen sistem pemasaran maupun kemampuan finansial untuk mengatasi ancaman.
4. (kelemahan, Ancaman, atau W,T) artinya perusahaan harus meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Pada teori analisis SWOT ini bisa digunakan untuk menentukan solusi pemecahan masalah. Data yang di gunakan adalah data hasil survey dan wawancara dilapangan sehingga di dapatkan solusi terbaik.

2.15

Streght / kekuatan	- Memiliki fasilitas kebudaayaan yang lebih lengkap dari pesaingnya. - Memiliki lahan bermain yang sangat luas. - Memiliki fasilitas wisata yang lebih banyak. - Mempertahankan budaya lokal khususnya budaya Jawa. - Harga lebih terjangkau.
Weakness / Kelemahan	- Kalah pamor dengan malioboro sebagai tempat wisata - Minimnya kendaraan umum yang menuju ke Kembang Arum - Kurangnya media informasi terhadap desa Kembang Arum
Opportunities / peluang	- Menjaga nilai sejarah kebudayaan dan tradisi Jawa - Masih banyak masyarakat perkotaan yang menikmati alam pedesaan - Karakteristik masyarakat Sleman yang bangga akan budayanya
Threath / ancaman	- Masyarakat hanya cenderung mengenal lebih wisata modern - Pesatnya perkembangan wisata modern yang muncul

Segmentasi

Agar pendekatan terhadap khalayak sasaran lebih terfokus dan efektif dalam penyampaian pesan, maka segmentasi khalayak sasaran yang dipilih dalam rancangan adalah.

a. Demografis

Keluarga dari segala tingkat usia, dasarnya adalah karena objek wisata alam lebih cocok dilakukan banyak orang bersama-sama dalam suatu nuansa kekeluargaan yang erat.

Status sosial yang menjadi target audiens adalah masyarakat kalangan menengah.

b. Geografis

Masyarakat kota atau wisatawan baik di Yogyakarta maupun kota lainnya.

c. Psikografi

Secara psikologis adalah masyarakat kota yang jenuh dengan suasana perkotaan dan menginginkan nuansa alam dan pedesaan yang berbeda dari rutinitas kota sehari-hari.