



wonderful
indonesia



DESA WISATA

**Pengelolaan Berbasis Budaya
dan Kinerja Keuangan**

I G N Agung Wiryanata

**Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
POLITEKNIK PARIWISATA BALI**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penyusun panjatkan kehadapan Ida Hyang Widi Wasa Tuhan Yang Maha Esa karena dengan waranugrahaNya buku ini dapat selesai. Penyusunan Buku Desa Wisata, Pengelolaan Berbasis Budaya dan Kinerja Keuangan terbagi dalam dua pembahasan, pembahasan pertama bab 1 sampai dengan bab 7 membahas tentang pariwisata berbasis budaya, sedangkan bab 8 sampai dengan bab 10 berisi tentang keuangan desa wisata.

Pada kesempatan ini iijinkan saya mengucapkan terima kasih kepada pihak yang mensupport buku ini hingga bisa disidang pembaca:

1. Bapak Bapak Drs. Ida Bagus Putu Puja, M.Kes ditengah kesibukan sebagai Direktur Politeknik Pariwisata Bali masih mensupport dalam penyusunan buku ini.
2. Bapak Drs. IGN Agung Suprastayasa, M.Sc selaku Ketua P3M Politeknik Pariwisata Bali yang mendorong para dosen terus menulis.
3. Bapak Dr. I Made Sujana, SE., MM., CHE dalam kesibukan sebagai Rektor Institute Pariwisata dan Bisnis Internasional masih bersedia memberikan masukan untuk perbaikan buku ini.

Penulis menyadari tulisan ini masih belum sempurna, namun kami berharap sekecil apapun sumbangan pemikiran diktat ini dapat dipergunakan untuk menambah wawasan tentang pembuatan anggaran hospitaliti. Dan sumbangan pemikiran pembaca utuk kesempurnaan diktat ini sangat kami harapkan.

Nusa Dua, 2022

Penyusun

SAMBUTAN DIREKTUR POLITEKNIK PARIWISATA BALI

Om Swastiastu.

Puji syukur kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa/Tuhan Yang Maha Esa atas terbitnya buku *Desa Wisata: Pengelolaan Berbasis Budaya dan Kinerja Keuangan*. Apresiasi yang sebesar-besarnya atas terbitnya buku ini yang merupakan salah satu implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi dosen.

Pembangunan kepariwisataan memerlukan dukungan dan keterlibatan seluruh pemangku kepentingan di bidang pariwisata. Masyarakat adalah salah satu unsur penting pemangku kepentingan untuk bersama-sama dengan Pemerintah dan kalangan usaha/swasta bersinergi melaksanakan dan mendukung pembangunan kepariwisataan. Oleh karena itu pembangunan kepariwisataan harus memperhatikan posisi, potensi dan peran masyarakat baik sebagai subjek atau pelaku maupun penerima manfaat pengembangan, karena dukungan masyarakat turut menentukan keberhasilan jangka panjang pengembangan kepariwisataan. Dukungan masyarakat dapat diperoleh melalui penanaman kesadaran masyarakat akan arti penting pengembangan kepariwisataan. Untuk itu dibutuhkan proses dan pengkondisian untuk mewujudkan masyarakat yang sadar wisata.

Masyarakat yang sadar wisata akan dapat memahami dan mengaktualisasikan nilai-nilai penting yang terkandung dalam Sapta Pesona. Salah satu model pembangunan pariwisata yang mengkolaborasikan fungsi pemberdayaan masyarakat sebagai pelaku adalah pengembangan desa wisata. Pengembangan desa wisata mendorong berbagai upaya untuk melestarikan dan memberdayakan potensi keunikan berupa budaya lokal dan nilai-nilai kearifan lokal (local wisdom) yang ada di masyarakat yang cenderung mengalami ancaman kepunahan akibat arus globalisasi yang sangat gencar dan telah memasuki wilayah pedesaan. Pengembangan desa wisata berjalan begitu pesat dan menyebar di hampir seluruh wilayah provinsi di Indonesia. Kearifan lokal menjadi kunci masyarakat yang bermartabat sehingga pengembangan desa wisata tetap memegang nilai-nilai luhur khas masyarakat desa. Dengan memegang nilai-nilai luhur yang tertanam dalam keseharian masyarakat lokal,

maka desa wisata dapat berkembang secara mandiri, professional dengan tetap mengusung semangat kebersamaan khas masyarakat desa. Buku ini diharapkan dapat memberikan gambaran untuk pengelolaan Desa Wisata Berbasis Budaya beserta laporan dan kinerja keuangan yang dapat dikelola secara profesional. Berbicara tentang buku dan membaca, bahwa masyarakat yang gemar membaca (dalam arti yang luas) adalah masyarakat yang sedang bergerak maju menuju masyarakat maju. Jalan atau proses yang dimaksud sering disebut from reading society to learning society, to advanced society. Manakala masyarakat rajin membaca akan menjadi masyarakat yang rajin belajar, dan masyarakat yang rajin belajar itulah merupakan jalan setapak untuk menjadi masyarakat yang lebih maju. Semoga kita semua menjadi bagian dari transformasi besar bangsa ini menuju ke negara maju, developed country and developed nation. Salam Manganjali Karya Werdhi. Mengabdikan Dalam Karya Menuju yang Lebih Baik. Om Shanti Shanti Shanti Om.

DAFTAR ISI

Cover	i
Kata Pengantar.....	ii
Sambutan Direktur Politeknik Pariwisata Bali	iii
Daftar Isi.....	v
Bab 1 Pariwisata Budaya.....	1
Perkembangan Pariwisata Budaya.....	2
Pariwisata Budaya.....	8
Klasifikasi Wisata Budaya	11
Bab 2 Desa Wisata Berbasis Budaya.....	15
Desa Wisata.....	16
Tipe dan Kriteria Desa Wisata	19
Faktor Penentu Keberhasilan Desa Wisata.....	22
Bab 3 Nilai Tri Hita Karan dalam Desa Wisata.....	25
Tri Hita Karana.....	26
Tri Hita Karana dalam Pariwisata.....	27
Tri Hita Karana dalam Pengelolaan Desa Wisata	28
Bab 4 Produk Desa Wisata.....	33
Produk Desa Wisata	34
Akomodasi Desa Wisata	35
Atraksi Wisata.....	39
Bab 5 Harga Jual Produk Desa Wisata.....	42
Harga Jual Produk Desa Wisata.....	43
Manfaat Penentuan Harga Jual.....	43
Penentuan Harga Jual Akomodasi Desa Wisata.....	46
Harga Jual Produk Makanan	48
Penentuan Harga Jual Atraksi Wisata	49
Faktor Lain dalam Penentuan Harga Jual Desa Wisata.....	49

Bab 6 Pemasaran Produk Desa Wisata	51
Pemasaran.....	52
Perencanaan Pemasaran	52
Digital Marketing.....	56
Bauran Pemasaran.....	57
Bab 7 Sumber Daya Manusia Desa Wisata	59
Sumber Daya Manusia Pariwisata.....	60
Sumber Daya Manusia Desa Wisata.....	62
Pengembangan Sumber Daya Manusia	65
Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Desa Wisata	68
Bab 8 Organisasi Desa Wisata	70
Organisasi yang Efektif	71
Struktur Organisasi Desa Wisata	73
Bab 9 Sistem Informasi Akuntansi Desa Wisata	77
Sistem Informasi Akuntansi.....	78
Sistem Informasi Akuntansi Penerimaan Kas	79
Sistem Informasi Akuntansi Pengeluaran Kas	90
Bab 10 Laporan Keuangan Desa Wisata	101
Karakteristik Kualitatif Informasi Keuangan.....	103
Penyusunan Laporan Keuangan	104
Daftar Nomor Akun.....	105
Laporan Penerimaan Kas.....	108
Laporan Pengeluaran Kas.....	112
Bab 11 Kinerja Keuangan Desa Wisata	118
Kinerja	119
Penggunaan Rasio	119
Jenis Rasio	121
Kelemahan Rasio.....	131
Komentar Buku	133
Daftar Pustaka	135
Tentang Penulis	137

BAB 1

PARIWISATA BUDAYA

Kebudayaan masyarakat Bali menjadi daya tarik tersendiri dan mengundang keinginan bagi wisatawan lokal dan mancanegara untuk datang mengunjungi pulau Bali. Budaya Bali yang bernafaskan Hindu, menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk datang dan melihat bagaimana tradisi dan budaya dilakukan dalam kehidupan keseharian.

PARIWISATA BUDAYA

Bali merupakan salah satu tujuan wisata yang sangat terkenal di dunia, dengan objek wisata yang asri dan alami, sistem budaya yang masih sangat kuat dan penduduknya yang ramah. Kebudayaan masyarakat Bali menjadi daya tarik tersendiri, yang mengundang keinginan para wisatawan mancanegara dan lokal datang mengunjungi pulau Bali. Pada awalnya, sebagian besar penduduk Bali bermata pencaharian bidang pertanian, perkebunan dan diikuti bidang swasta lainnya. Dalam perkembangannya, segalanya berubah secara perlahan-lahan, dan bidang pariwisata kemudian yang digemari oleh masyarakat dan juga para penduduk pendatang yang mencari nafkah di pulau ini.

Perkembangan pariwisata yang cukup signifikan menjadi sebuah komoditi sebagai sumber penghasilan masyarakat saat ini. Tingkat kunjungan wisatawan yang semakin meningkat setiap tahunnya selaras dengan berdirinya hotel, penginapan, restoran, maupun pengembangan objek wisata. Peningkatan akomodasi dan atraksi wisata mampu menyerap banyak tenaga kerja, bertembangannya pembangunan prasarana wisata membuat Bali mampu menampung wisatawan dalam jumlah yang banyak.

Perkembangan Pariwisata Budaya

Perkembangan Pariwisata mampu meningkatkan perekonomian daerah Bali yang dapat dilihat dari Pendapatan Asli Daerah (PAD), kegiatan Pariwisata yang ditunjukkan melalui jumlah wisatawan dan lama tinggal wisatawan menjadi indikator keberhasilan pariwisata. Namun sebenarnya ada hal lain yang harus diperhatikan yaitu mengenai penyebaran daerah pariwisata. Disamping itu perlu juga diperhatikan tren pariwisata sekarang ini dimana dinamika pariwisata pada saat ini bergeser ke arah pariwisata yang berbasis masyarakat (*community based tourism*). Hendaknya tidak hanya dilihat dari tren saja tetapi suatu konsep yang dapat diterapkan di tiap wilayah yang memiliki keunikan alam dan budaya masyarakat yang dikemas menjadi daya tarik wisata atau pariwisata berbasis budaya.

Perkembangan pariwisata diarahkan menuju pariwisata budaya yaitu jenis pariwisata dimana kegiatannya dikembangkan pada suatu daerah atau subdaerah

tujuan wisata yang mengandalkan kekayaan wisata berupa objek dan daya tarik wisata budaya. Pariwisata budaya menyajikan perjalanan wisata berdasarkan keinginan menambah wawasan dan pengalaman hidup dengan mengunjungi objek dan daya tarik wisata yang khusus dan unik. Sementara itu wisatawan lain mempunyai alasan untuk mengetahui dan mempelajari pola dan perilaku sosial warga masyarakat, adat istiadat, kebiasaan, dan warisan seni budaya lainnya (Pendit, 2002). Pariwisata budaya disuatu daerah yang bernafaskan agama dan budaya sesuai dengan mayoritas yang dianut oleh penduduknya.

Penerapan kegiatan pariwisata berbasis budaya di Indonesia telah ditunjukkan oleh beberapa provinsi. Provinsi yang mengembangkan pariwisata budaya antara lain: Bali dengan budaya yang sudah menyatu dengan agama Hindu, provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya kota Yogyakarta. Pengembangan pariwisata Yogyakarta disesuaikan dengan potensi yang ada dan berpusat pada budaya Jawa yang selaras dengan sejarah dan budaya Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat. Banyak aktivitas telah dicanangkan untuk mendukung pelaksanaan program ini, mulai dari pengembangan dan peningkatan kuantitas serta kualitas fasilitas, memperbanyak *event-event* wisata, seni, dan budaya, sampai ke optimalisasi pemasaran program. Salah satu hasilnya adalah keberadaan Taman Pintar Yogyakarta yang tidak hanya memiliki arena permainan, tetapi juga mengajak pengunjung untuk mengenal sejarah dan budaya Yogyakarta.

Pengembangan pariwisata budaya sangat dipengaruhi oleh minat wisatawan. Wisatawan (*tourist*) adalah orang yang melakukan wisata, dan merujuk kepada orang. Seorang *visitor* adalah seorang *traveller*, akan tetapi tidak semua *traveller* adalah wisatawan. *Traveller* memiliki konsep yang lebih luas, yang dapat mengacu kepada orang yang mempunyai beragam peran dalam masyarakat yang melakukan kegiatan rutin ke tempat kerja, sekolah, dan sebagainya sebagai aktivitas sehari-hari. Orang-orang dalam kategori ini sama sekali tidak dapat dikatakan sebagai *tourist* (Pitana dan Diarta, 2009).

Berdasarkan konsep perilaku secara luas, wisatawan memiliki empat atribut yang esensial. Pertama, wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan jauh dari tempat tinggalnya untuk mengunjungi tempat lain dari negaranya, atau beberapa negara lain. Kedua, setiap perjalanan wisata memiliki

durasi atau jangka waktu minimum tetapi bersifat sementara, tidak untuk tujuan menetap di tempat baru yang dituju. Jangka waktu minimum semalam cukup untuk membedakannya dengan *commuter*, yang bepergian dari rumah kurang dari 24 jam. Ketiga, perilaku wisata muncul dalam waktu luang (*leisure time*). Wisatawan merupakan seseorang yang disaat senggang berada jauh dari tempat tinggal tetapnya. Keempat, perbedaan mendasar dan esensial dari perilaku wisatawan dikenal sebagai *touristic leisure*, melibatkan hubungan emosional antara wisatawan dengan beberapa karakteristik tempat yang dikunjungi.

Tipologi adalah ilmu watak tentang bagian manusia dalam golongan-golongan menurut sifat masing-masing. Menurut Pendit (2002), pariwisata dapat dibedakan menurut motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Jenis-jenis pariwisata tersebut adalah sebagai berikut.

1. Wisata Budaya

Yaitu wisata yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ketempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka. Seiring perjalanan serupa ini disatukan dengan kesempatan–kesempatan mengambil bagian dalam kegiatan–kegiatan budaya, seperti eksposisi seni (seni tari, seni drama, seni musik, dan seni suara), atau kegiatan yang bermotif kesejarahan dan sebagainya.

2. Wisata Maritim atau Bahari

Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olah raga di air, lebih–lebih di danau, pantai, teluk, atau laut seperti memancing, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetisi berselancar, balapan mendayung, melihat–lihat taman laut dengan pemandangan indah di bawah permukaan air serta berbagai rekreasi perairan yang banyak dilakukan di daerah–daerah atau negara–negara maritim di Laut Karibia, Hawaii, Tahiti, Fiji dan sebagainya. Di Indonesia banyak tempat dan daerah yang memiliki potensi wisata maritim ini, seperti misalnya Pulau–pulau Seribu di Teluk Jakarta, Danau Toba, pantai Pulau Bali dan pulau–pulau kecil disekitarnya, taman laut di Kepulauan Maluku dan sebagainya, jenis ini disebut pula wisata tirta.

3. Wisata Cagar Alam (Taman Konservasi)

Untuk jenis wisata ini biasanya banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha–usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang–undang. Wisata cagar alam ini banyak dilakukan oleh para penggemar dan pecinta alam dalam kaitannya dengan kegemaran memotret binatang atau marga satwa serta pepohonan kembang beraneka warna yang memang mendapat perlindungan dari pemerintah dan masyarakat. Wisata ini banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pegunungan, keajaiban hidup binatang dan marga satwa yang langka serta tumbuh–tumbuhan yang jarang terdapat di tempat–tempat lain. Wisata Cagar Alam yang telah berkembang seperti Taman Nasional Bali Barat, Kebun Raya Eka Karya dan Pulau Komodo di Nusa Tenggara Timur.

4. Wisata Konvensi

Wisata ini dekat dengan wisata jenis politik adalah apa yang dinamakan wisata konvensi. Berbagai negara pada dewasa ini membangun wisata konvensi dengan menyediakan fasilitas bangunan dengan ruangan–ruangan tempat bersidang bagi para peserta suatu konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya baik yang bersifat nasional maupun internasional. Indonesia mempunyai Balai Sidang Senayan di Jakarta untuk tempat penyelenggaraan sidang–sidang pertemuan besar dengan perlengkapan modern. Biro konvensi, baik yang ada di Berlin, Manila, atau Jakarta berusaha dengan keras untuk menarik organisasi atau badan–badan nasional maupun internasional untuk mengadakan persidangan mereka di pusat konvensi ini dengan menyediakan fasilitas akomodasi dan sarana pengangkutan dengan harga reduksi yang menarik serta menyajikan program–program atraksi yang menggiurkan.

5. Wisata Pertanian (Agrowisata)

Sebagai halnya wisata industri, wisata pertanian ini adalah pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek–proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan

kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun melihat–lihat keliling sambil menikmati segarnya tanaman beraneka warna dan suburnya pembibitan berbagai jenis sayur–mayur dan palawija di sekitar perkebunan yang dikunjungi. Wisatawan juga dapat menikmati hasil panen pertanian seperti buah–buahan dan sayuran, yang langsung dipetik dari kebun pertanian.

6. Wisata Buru

Jenis ini banyak dilakukan di negeri–negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakan oleh berbagai agen atau biro perjalanan. Wisata buru ini diatur dalam bentuk safari buru ke daerah atau hutan yang telah ditetapkan oleh pemerintah negara yang bersangkutan, seperti berbagai negeri di Afrika untuk berburu gajah, singa, babi hutan, dan sebagainya. Di India, ada daerah–daerah yang memang disediakan untuk berburu macan, badak dan sebagainya, sedangkan di Indonesia, pemerintah membuka wisata buru untuk daerah Baluran di Jawa Timur dimana wisatawan boleh menembak babi hutan.

7. Wisata Ziarah

Jenis wisata ini sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata ziarah banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat–tempat suci, ke makam–makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda. Wisata ziarah ini banyak 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. Dalam hubungan ini, orang–orang Khatolik misalnya melakukan wisata ziarah ini ke Istana Vatikan di Roma, orang–orang Islam ke tanah suci, orang–orang Budha ke tempat–tempat suci agama Budha di Nepal, Tibet, orang–orang Hindu berkunjung ke Kuil di India dan sebagainya. Di Indonesia banyak tempat–tempat suci atau keramat yang dikunjungi oleh umat–umat beragama tertentu, misalnya seperti Candi Borobudur, Prambanan, Sendangsono di Jawa Tengah, Pura Besakih di Bali, Gunung Kawi, makam Bung

Karno di Blitar dan sebagainya. Banyak agen atau biro perjalanan menawarkan wisata ziarah ini pada waktu–waktu tertentu dengan fasilitas akomodasi dan sarana angkutan yang diberi harga menarik ke tempat–tempat tersebut di atas.

Sesungguhnya daftar jenis–jenis wisata lain tergantung kepada kondisi dan situasi perkembangan dunia kepariwisataan di suatu daerah atau negeri yang memang mendambakan industri pariwisatanya dapat maju berkembang. Pada hakekatnya semua ini tergantung kepada selera atau daya kreatifitas para ahli profesional yang berkecimpung dalam bisnis industri pariwisata ini. Makin kreatif dan banyak gagasan–gagasan yang dimiliki oleh mereka yang mendedikasikan hidup mereka bagi perkembangan dunia kepariwisataan di dunia ini, makin bertambah pula bentuk dan jenis wisata yang dapat diciptakan bagi kemajuan industri ini, karena industri pariwisata kalau ditangani dengan kesungguhan hati mempunyai prospektif dan kemungkinan sangat luas, seluas cakrawala pemikiran manusia yang melahirkan gagasan–gagasan baru dari waktu ke waktu. Termasuk gagasan–gagasan untuk menciptakan bentuk dan jenis wisata baru tentunya.

Bali memilih pariwisata budaya sebagai daya tarik bagi wisatawan, kalau kita perhatikan ada beberapa pengertian tentang pariwisata budaya. Pengertian pariwisata budaya menurut Geriya (1996) adalah salah satu jenis pariwisata yang mengandalkan potensi kebudayaan sebagai daya tarik yang paling dominan serta sekaligus memberikan identitas bagi pengembangan pariwisata tersebut. Dalam kegiatan pariwisata terdapat elemen budaya yang menjadi daya tarik wisata yakni: kerajinan, tradisi, sejarah dari suatu tempat/daerah, arsitektur, makanan lokal/tradisional, seni dan musik, cara hidup suatu masyarakat, agama, bahasa, dan pakaian lokal/tradisional. Elemen budaya tersebut tampaknya sangat relevan dengan jenis kepariwisataan yang dikembangkan di Bali, yaitu pariwisata budaya.

Pariwisata budaya merupakan aktivitas yang memungkinkan wisatawan untuk mengetahui dan memperoleh pengalaman tentang perbedaan budaya, cara hidup orang lain, memahami adat dan istiadat, tradisi religiusnya dan ide-ide intelektual yang terkandung dalam warisan budaya yang belum dikenalnya. Motivasi pariwisata budaya, antara lain: mendorong pendayagunaan produksi daerah dan nasional untuk mempertahankan nilai-nilai budaya, norma, adat

istiadat dan agama dan berwawasan lingkungan hidup, baik lingkungan alam maupun lingkungan sosial

Tujuan penyelenggaraan pariwisata budaya adalah untuk memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan dan meningkatkan mutu obyek dan daya tarik wisata, mempertahankan norma-norma dan nilai-nilai kebudayaan agama dan kebudayaan alam Bali yang berwawasan lingkungan hidup, mencegah dan meniadakan pengaruh-pengaruh negatif yang dapat ditimbulkan kegiatan kepariwisataan. Untuk mendukung pariwisata budaya maka semua kegiatan budaya yang dimiliki oleh masyarakat hindu harus dilakukan dan didukung oleh semua pemangku kepentingan yang ada di Bali seperti pemerintah, akademisi, dunia pendidikan, dunia usaha termasuk hotel.

Pariwisata Budaya

Perkembangan pariwisata di berbagai daerah sangat pesat dengan tujuan meningkatkan perekonomian, namun perlu juga dipahami definisi pariwisata. Pengertian pariwisata menurut Mathieson & Wall dalam Pitana dan Gayatri (2005), bahwa pariwisata adalah kegiatan perpindahan orang untuk sementara waktu ke destinasi diluar tempat tinggal dan tempat bekerjanya dan melaksanakan kegiatan selama di destinasi dan juga penyiapan-penyiapan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan mereka. Definisi lain tentang pariwisata adalah kegiatan orang-orang sementara dalam jangka waktu pendek, ketempat-tempat tujuan di luar tempat tinggalnya dan tempat bekerjanya, serta di luar kegiatan-kegiatan mereka, dan selama di tempat tujuan mempunyai berbagai maksud, termasuk kunjungan wisata. (Pendit, 2002)

Definisi pariwisata memang tidak pernah persis diantara para ahli. Pada dasarnya pariwisata merupakan perjalanan dengan tujuan untuk menghibur yang dilakukan diluar kegiatan sehari-hari yang dilakukan guna untuk memberikan keuntungan yang bersifat permanen ataupun sementara. Tetapi apabila dilihat dari segi konteks pariwisata bertujuan untuk menghibur dan juga mendidik. Berdasarkan beberapa definisi pariwisata maka disimpulkan bahwa kegiatan pariwisata mempunyai ciri-ciri sebagai berikut : terdapat dua lokasi yang saling

terkait yaitu daerah asal dan juga daerah tujuan (destinasi), sebagai daerah tujuan pasti memiliki objek dan juga daya tarik wisata, sebagai daerah tujuan pasti memiliki sarana dan prasarana pariwisata, pelaksana perjalanan ke daerah tujuan dilakukan dalam waktu sementara, dan terdapat dampak yang ditimbulkan khususnya daerah tujuan segi sosial budaya, ekonomi dan lingkungan. Sedangkan wisata budaya merupakan salah satu bentuk dari pariwisata minat khusus (*special interest tourism*) yang juga sangat dipahami. Banyak ahli, peneliti, dan organisasi yang mendefinisikan wisata budaya menurut pandangan yang berbeda.

Definisi pertama dikemukakan oleh United Nations World Tourism Organization (UNWTO) mendefinisikan wisata budaya merupakan sebuah aktivitas atraksi budaya pada sebuah kota maupun negara di luar kediaman wisatawan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi serta pengalaman yang baru mengenai budaya melalui atraksi budaya, karya seni dan budaya. Wisata budaya dari sudut pandang motivasi wisatawan melakukan perjalanan mendeskripsikan wisata budaya adalah motivasi wisatawan saat melakukan perjalanan untuk mempelajari warisan budaya sebuah destinasi. Setiap definisi dan sudut pandang para ahli mengenai wisata budaya memiliki kelebihan tersendiri, namun terlalu umum untuk suatu pengertian yang mendalam. Motivasi dan pengalaman yang didefinisikan sebagai alasan berpergian dilihat sebagai pembeda wisatawan wisata budaya dan wisatawan lainnya. Meskipun demikian, wisatawan yang datang tidak semuanya bertujuan untuk mendalami *cultural sites* tersebut. Definisi ini dapat diartikan sebagai sebuah bentuk pariwisata yang bergantung pada aset warisan budaya yang dapat dikonsumsi atau dinikmati oleh wisatawan.

Sesuai dengan pengertian wisata budaya di atas, maka wisata budaya memiliki 4 (empat) elemen pembentuk wisata budaya.

1. Pariwisata (*Tourism*), Wisata budaya adalah salah satu dari bentuk pariwisata. Sebuah destinasi budaya dikatakan sebuah pariwisata apabila memiliki produk wisata budaya yang menarik dan dapat dikonsumsi oleh wisatawan.
2. Penggunaan Aset budaya, elemen kedua pembentuk wisata budaya adalah penggunaan terhadap aset budaya. *International Council on Monuments and Sites* mendefinisikan bahwa heritage atau warisan merupakan suatu konsep yang meliputi aset yang berwujud dan aset tak berwujud. Aset berwujud dapat

meliputi lingkungan alami dan budaya serta bangunan ataupun tempat yang bersejarah. Sedangkan aset tak kasat mata meliputi mempraktekan seni budaya masa lalu dan pengalaman serta pengetahuan mengenai budaya. Aset-aset dalam wisata budaya diidentifikasi dan diwariskan untuk menjaga nilai intrinsik dan nilai ekstrinsik agar menjadi daya tarik dan dapat dikonsumsi maupun dinikmati oleh wisatawan.

3. Konsumsi pengalaman dan produk, elemen ketiga yang tidak bisa lepas dari wisata budaya adalah konsumsi pengalaman dan menikmati destinasi wisata. Semua pariwisata melibatkan konsumsi produk dan pengalaman. Wisatawan umumnya menginginkan sebuah pengalaman yang berkualitas, tetapi tidak semuanya dapat mendapat kualitas pengalaman yang sama. Beberapa hanya mendapat pengalaman yang sangat sedikit, sementara yang lain ingin mendapat pengalaman yang mendalam. Untuk mengatasi hal ini, aset warisan budaya harus diubah menjadi sebuah produk yang dapat dengan mudah dipahami dan dinikmati serta menambah kualitas pengalaman yang dialami oleh wisatawan.
4. Wisatawan (*Tourist*), elemen keempat pembentuk wisata budaya adalah wisatawan. Tanpa adanya wisatawan, sebuah wisata budaya tidak akan menjadi sebuah pariwisata atau sebuah destinasi. Wisatawan adalah penduduk non lokal yang berpergian untuk bersenang-senang, rekreasi, melarikan diri atau untuk menghabiskan waktu dengan keluarga. Kebanyakan wisatawan mencari hiburan, dan beberapa ingin mencari pengalaman yang mendalam. Pada umumnya, wisatawan berbeda dengan penduduk lokal dalam keinginannya menggali pengalaman baru mengenai destinasi warisan budaya maupun kehidupan budaya tersebut.

Jenis, kualitas dan kebenaran informasi yang diterima sebelum kedatangan akan membentuk harapan serta perilaku wisatawan dan tugas akan menjadi lebih rumit dengan revolusi media sosial, Maka dari itu, produk wisata budaya yang berhasil ialah produk yang disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan, sebab wisatawan cenderung menjadi mayoritas dalam membentuk pariwisata.

Klasifikasi Wisata Budaya

Wisata budaya dapat dibagi menjadi beberapa kategori produk berdasarkan pengalaman dan aktivitas yang disediakan setiap destinasinya. Setiap kategori produk merupakan kelompok yang saling berhubungan dengan produk yang dibedakan dari beberapa produk lainnya di dalam satu kelas yang sama berdasarkan satu atau lebih kelebihan yang dimiliki. Pembagian menjadi beberapa kelas kategori produk mempermudah untuk mengetahui macam-macam destinasi *cultural tourism* yang ingin dikunjungi berdasarkan pengalaman yang ingin dirasakan.

Cultural tourism dapat dikelompokkan menjadi 12 jenis kategori produk dalam McKercher (2002) sebagai berikut.

1. *Built non touristic tourism* yakni sebuah bangunan prasejarah, historis dan kontemporer, dimana tidak mengubah bangunan ataupun benda prasejarah aslinya sehingga dapat dikonsumsi oleh para wisatawan. Dapat dicontohkan sebuah wisata arkeolog di Indonesia sendiri dapat ditemukan di Sragen, Jawa Tengah yaitu Sangiran Early Man site (Manusia Purba Pertama).
2. *Touristic purpose built or modified tourism* yaitu bangunan yang dibangun untuk daya tarik wisatawan dengan menggunakan fasilitas sejarah yang masih ada. Salah satunya yaitu Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember di Surabaya, dengan menggunakan barang-barang yang historis untuk menarik wisatawan.
3. *Economic tourism* merupakan wisata warisan yang terkait dengan pertanian ataupun industri. Contoh yang dapat ditemukan yakni Sababay Winery di Bali yakni sebuah pertanian anggur menghasilkan anggur lokal Bali.
4. *Transport tourism* ialah sebuah transportasi atau infrastruktur, dapat dicontohkan yaitu Jembatan Suramadu dan Jembatan Merah di Surabaya
5. *Cultural landscape tourism* adalah gabungan antara tangible dan intangible features. Contohnya dapat ditemukan di Bali yakni sistem pengairan sawah Subak yang menganut filsafat Hindu Tri Hita Karana.
6. *Creative Industries tourism* yaitu sebuah pertunjukan karya seni. Contohnya tarian Kecak dari Bali.
7. *Religious tourism* adalah artefak dan praktik yang berwujud dan tak berwujud. Contohnya yakni Gereja Katedral Kelahiran Santa Perawan Maria di

Kepanjen yang merupakan gereja katolik tertua peninggalan Belanda di Surabaya.

8. *Diaspora ethnic tourism* merupakan produk budaya yang berhubungan dengan komunitas imigrasi. Contohnya yaitu etnik Tionghoa yang tersebar pada beberapa negara salah satunya di Indonesia dan meninggalkan peninggalan-peninggalannya.
9. *Extant ethnic (extant) tourism* yakni produk budaya yang terkait dengan komunitas etnik. Contohnya sebuah festival Karapan Sapi di Madura.
10. *Intangible heritage tourism* adalah sebuah produk budaya yang mencerminkan kehidupan suatu budaya. Contoh lainnya adalah tradisi upacara kematian Rambu Solo yang dilakukan masyarakat Toraja dan tari Aceh.
11. *Dark tourism* merupakan sebuah tempat yang menyebabkan manusia menderita. Contohnya The House of Memory atau bunker perlindungan di kawasan Merapi, Yogyakarta yang merupakan bangunan tanpa atap yang telah hancur ketika diterjang erupsi.
12. *Natural heritage (mixed value) tourism* ialah wisata budaya yang terkait dan dibentuk oleh alam. Contohnya yakni Komodo National Park, Ujung Kulon National Park, Tropical Rainforest Heritage of Sumatra.

Aset pariwisata budaya dapat dibagi menjadi dua jenis yakni *tangible asset* dan *intangible asset*. *Tangible assets* atau aset yang berwujud terdiri dari alam dan lingkungan budaya, lanscape, tempat sejarah, dan situs lingkungan buatan. Sedangkan pada *intangible asset* atau aset tidak berwujud terdiri dari koleksi, praktik budaya masa lalu dan berkelanjutan serta pengetahuan dan pengalaman hidup masyarakat. Warisan budaya berwujud termasuk semua aset yang memiliki bentuk fisik dari perwujudan nilai budaya seperti situs warisan, kota tua, bangunan tua, situs arkeolog, wilayah kebudayaan, objek budaya, serta koleksi dan museum. Pada dasarnya warisan budaya berwujud ini dapat dikelompokkan dalam 3 kategori, bangunan dan situs arkeolog, situs warisan, rute dan wilayah budaya serta properti budaya yang dapat berpindah dan museum. Bangunan dan situs arkeolog adalah jenis warisan nyata yang paling umum dengan tujuan untuk menyelamatkan struktur bangunan atau benda-benda prasejarah dari penghancuran. Adapun tujuannya untuk menjaga kelestarian aset dan

dikonservasi agar tetap terjaga keutuhan dan makna sejarah yang tertinggal pada bangunan dan benda tersebut.

Aset pada warisan budaya dapat mencakup seluruh lingkungan situs bersejarah, rute dan wilayah kebudayaan yang lebih luas. Rute perjalanan budaya biasanya sudah mencakup kategori lain dari warisan budaya seperti industri, arkeolog, dan situs bersejarah. Wilayah budaya merupakan kategori yang lain, dimana terdiri dari nilai-nilai alam dan budaya yang langka dan terintegrasi serta mewujudkan bagaimana manusia mempengaruhi perubahan lingkungan dari waktu ke waktu dengan melakukan kegiatan tertentu. Properti budaya yang dapat berpindah terdiri atas semua jenis objek wisata warisan yang dapat dipindahkan, kesenian ataupun artifak. Dimana properti budaya yang dapat berpindah ini merupakan sebuah aset yang rentan rusak dan memiliki nilai-nilai yang tak berwujud yang dapat hilang ataupun dihapus dari aslinya.

Warisan budaya tidak beerwujud menyatakan bahwa warisan budaya yang diturunkan dari generasi kegenerasi, secara terus menerus akan diciptakan kembali oleh beberapa komunitas dan kelompok untuk sebagai respon atas lingkungan sekitar, interaksi terhadap sejarah dan alam, serta memberikan identitas secara berkerlanjutan, sehingga menghargai perbedaan budaya dan kreatifitas manusia. Kategori warisan budaya tidak berwujud menjadi lima jenis wisata yakni kerajinan tangan tradisional; tradisi, ritual dan festival budaya; pertunjukan seni; tradisi oral; dan pengetahuan serta praktik yang menfokuskan pada budaya alam dan sekitarnya.

Kerajinan tangan tradisional merupakan sebuah kerajinan tangan yang menjadi andalan wisata budaya yang ditawarkan kepada wisatawan sebagai sebuah souvenir atau cindramata. Selain sebagai cindramata, kerajinan tangan menjadi bagian dari pengalaman wisatawan sebagai hal yang selalu diingat terhadap tempat yang didatangi.

Tradisi, ritual dan festival budaya didefinisikan sebagai sebuah kebiasaan aktivitas yang membangun kehidupan komunitas dan dibagikan kepada beberapa relevan serta anggota lainnya. Beberapa kegiatan yang dilakukan yakni seperti ritual dan festival yang diadakan khusus untuk wisatawan yang menggali lebih dalam mengenai budaya lokal yang dikunjungi. Berbagai festival makanan, cooking tours, dan food souvenir telah dikembangkan untuk menarik perhatian

wisatawan dengan menyoroti budaya lokal dan tradisi. Pertunjukan budaya termasuk tradisional dan kontemporer musik, tarian dan teater yang menjadi subjek pariwisata untuk wisatawan. Sebuah pertunjukan musik atau teater dapat menarik minat wisatawan.

Tradisi oral menurut mencakup berbagai macam kegiatan lisan yang dapat mencakup peribahasa, teka-teki, dongeng, sajak anak-anak, legenda, mitos, lagu-lagu epik dan puisi, pesona, doa, nyanyian, lagu, penampilan dramatis, dan lainnya. Wisatawan menginginkan produk dan pengalaman yang mudah dikonsumsi, mengingat keterbatasan waktu dan harus cepat dikonsumsi. Pengetahuan, kemampuan, latihan dan representasi perkembangan oleh komunitas dengan berinteraksi terhadap lingkungan alami. Dengan memberikan kenangan cerita terhadap memori terhadap tempat tersebut.

Desa wisata sebagai bagian dari industri pariwisata yang pendapatannya berasal dari wisatawan maka dapat melakukan berbagai kegiatan budaya yang dimiliki masyarakat. Tradisi, ritual dan festival budaya sebagai sebuah kebiasaan aktivitas yang membangun kehidupan komunitas dan dibagikan kepada wisatawan akan mampu melestarikan budaya itu sendiri. Beberapa kegiatan yang dilakukan yakni seperti ritual dan festival yang diadakan khusus untuk wisatawan yang menggali lebih dalam mengenai budaya lokal yang dikunjungi. Kegiatan budaya dan agama yang dapat dilakukan oleh desa wisata seperti melakukan ritual keseharian yang dilakukan oleh masyarakat, seperti upacara terkait keberhasilan panen, upacara syukuran, upacara saat mulai membangun gedung, upacara setelah gedung selesai dan kegiatan rutin baik bulanan, enam bulanan maupun tahunan. Kegiatan upacara tersebut membutuhkan biaya yang tidak sedikit namun dampaknya akan terjaga keharmonisan manusia dengan Tuhan, manusia dengan manusia, dan manusia dengan alam.

BAB 2

DESA WISATA BERBASIS BUDAYA

Pariwisata merambah berbagai terminologi seperti, *sustainable tourism development*, *village tourism*, dan *ecotourism*, yang merupakan pendekatan pengembangan kepariwisataan yang berupaya untuk menjamin agar pariwisata dapat dilaksanakan di daerah tujuan wisata. Salah satu pendekatan pengembangan wisata alternatif adalah desa wisata yang memiliki tujuan untuk pembangunan pedesaan yang berkelanjutan dalam bidang pariwisata dengan berbasiskan Budaya Indonesia.

DESA WISATA BERBASIS BUDAYA

Desa Wisata

Kegiatan Pariwisata secara langsung menyentuh dan melibatkan masyarakat serta memiliki dampak pada masyarakat, bahkan pariwisata mempunyai energi pemicu luar biasa sehingga membuat masyarakat setempat mengalami perubahan dalam berbagai aspek. Perubahan pada aspek ekonomi, budaya, sosiologi dan kehidupan masyarakat, baik perubahan secara positif maupun negatif. Dampak positif pariwisata mampu meningkatkan perekonomian masyarakat dan membuka lapangan kerja baru, sedangkan dampak negatifnya para wisatawan akan membawa budaya yang tidak seluruhnya baik bagi masyarakat. Perkembangan pariwisata merambah berbagai terminologi seperti, *sustainable tourism development*, *village tourism*, dan *ecotourism*, yang merupakan pendekatan pengembangan kepariwisataan yang berupaya untuk menjamin agar pariwisata dapat dilaksanakan di daerah tujuan wisata bukan perkotaan. Salah satu pendekatan pengembangan wisata alternatif adalah desa wisata yang memiliki tujuan untuk pembangunan pedesaan yang berkelanjutan dalam bidang pariwisata. Desa wisata salah satu contoh pengembangan pariwisata berkelanjutan atau *sustainable tourism*.

Desa wisata merupakan suatu wilayah pedesaan yang memiliki unsur-unsur produk wisata secara terpadu, dimana desa tersebut menawarkan keseluruhan suasana yang meliputi; suasana keaslian pedesaan, tatanan kehidupan sosial budaya dan ekonomi, adat istiadat keseharian masyarakat, arsitektur bangunan yang tradisional dan tata ruang desa dan budaya asli desa yang dapat dijadikan aktivitas pariwisata. Sehingga definisi desa wisata adalah bagian dari desa administratif yang memiliki suatu wilayah pedesaan yang menawarkan suasana asli pedesaan, dengan arsitektur bangunan yang asli, tata ruang desa, budaya yang khas serta mempunyai potensi untuk dikembangkan sebagai destinasi pariwisata seperti, akomodasi, atraksi wisata, pusat kuliner yang menawarkan makanan dan minuman dengan ciri khusus, pusat souvenir, dan kebutuhan wisatawan lainnya.

Ciri desa wisata terlihat pada gaya dan kualitas hidup masyarakatnya, keaslian desa wisata dipengaruhi oleh keadaan ekonomi, budaya dan sosial

daerah tersebut, misalnya bangunan, warisan budaya, kegiatan pertanian, panorama alam, lanscape daerah, pelayanan, pariwisata sejarah dan budaya, serta pengalaman yang unik dan eksotis khas daerah. Dengan demikian, desa wisata harus secara kreatif mengembangkan keunikan dan identitas ciri khas daerah. Perkembangan desa wisata yang juga penting dilakukan dalam upaya pengembangan desa wisata yang berkelanjutan dengan melibatkan partisipasi masyarakat setempat.

Pengembangan mutu produk wisata, dengan pembinaan kelompok pengusaha setempat, dan melestarikan keaslian daerah akan memberikan manfaat bagi produk desa wisata. Unsur- unsur keaslian produk wisata yang utama adalah kualitas asli, keorisinilan, keunikan, ciri khas daerah dan kebanggaan daerah diwujudkan dalam gaya hidup dan kualitas hidup masyarakatnya secara khusus berkaitan dengan perilaku, integritas, keramahan dan kesungguhan penduduk yang tinggal dan berkembang menjadi milik masyarakat desa tersebut.

Desa wisata memiliki suatu bentuk perpaduan antara budaya, kehidupan keseharian penduduk, atraksi wisata, dan fasilitas pendukung untuk wisatawan yang disajikan menyatu dalam kehidupan budaya masyarakat seperti: tata cara, budaya dan tradisi yang masih dilakukan dalam kehidupan masyarakat. Untuk menjadi desa wisata suatu desa sebaiknya memiliki antara lain:

1. Akomodasi atau homestay dengan arsitektur bangunan yang tradisional dan unik, dengan jumlah rumah yang memadai, jumlah penduduk, karakteristik dan luas wilayah desa. Hal ini berkaitan dengan daya dukung yang dimiliki desa untuk menunjang wisatawan untuk berkunjung ke suatu desa seperti rumah yang akan dijadikan *homestay*.
2. Atraksi wisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan seperti atraksi wisata alam, atraksi wisata alam buatan, atraksi budaya dan hasil ciptaan manusia. Atraksi yang dimiliki desa wisata merupakan hal yang menarik, unik dan atraktif bagi wisatawan.
3. Infrastruktur yang baik untuk mencapai desa wisata, seperti adanya akses transportasi, ketersediaan fasilitas dan pelayanan transportasi, fasilitas listrik, air bersih, telepon dan sebagainya merupakan faktor yang menentukan bagi wisatawan untuk mengunjungi desa tersebut. Makin lengkap infrastruktur yang dimiliki oleh desa wisata maka makin banyak menarik wisatawan untuk berkunjung.

4. Sistem kepercayaan dan budaya yang merupakan aspek penting mengingat adanya aturan-aturan khusus yang berlaku pada komunitas masyarakat suatu desa. Perlu juga dipertimbangkan adalah mayoritas agama yang dianut masyarakat karena setiap agama dan budaya memiliki norma-norma yang dianut penduduk desa wisata harus dihormati oleh wisatawan yang berkunjung ke desa wisata.
5. Alam yang indah dengan suasana pegunungan atau pantai yang bersih yang bebas dari sampah merupakan aspek yang menarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke desa wisata.

Pengembangan desa wisata sebagai salah satu produk wisata alternatif yang dapat memberikan dorongan bagi pembangunan desa yang berkelanjutan terkait dengan pariwisata, serta memiliki prinsip-prinsip pengelolaan antara lain, yaitu: memanfaatkan sarana dan prasarana masyarakat setempat, memberikan keuntungan pada masyarakat setempat, berskala kecil untuk memudahkan terjalannya hubungan timbal balik dengan masyarakat setempat, melibatkan masyarakat setempat, dan menerapkan pengembangan produk wisata pedesaan.

Pengembangan desa wisata diharapkan mampu memberikan dampak positif dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan perekonomian masyarakat suatu desa. Dampak dari adanya desa wisata adalah:

1. Mendorong peran serta masyarakat dalam meningkatkan fasilitas pariwisata untuk menjamin kenyamanan wisatawan di desa wisata.
2. Mendorong peningkatan pendapatan dari sektor pertanian, perkebunan dan jasa yang mendukung kebutuhan pariwisata.
3. Mendorong masyarakat untuk melestarikan budaya daerah karena akan dapat ditampilkan kepada wisatawan.
4. Penduduk setempat memiliki peranan yang efektif dalam proses pembuatan keputusan tentang bentuk pariwisata yang memanfaatkan kawasan lingkungan dan penduduk setempat memperoleh pembagian pendapatan dari kegiatan pariwisata.
5. Mendorong perkembangan kewirausahaan berupa usaha kecil dan menengah masyarakat setempat.

Tipe dan Kriteria Desa Wisata

Menurut pola, proses dan tipe pengelolaan desa wisata di Indonesia dapat dibagi dalam dua bentuk yaitu terstruktur dan terbuka. Tipe desa wisata terstruktur ditandai dengan karakter-karakter yang dimiliki oleh desa tersebut seperti berikut: Lahan yang dimiliki terbatas yang dilengkapi dengan infrastruktur yang spesifik untuk kawasan tersebut, dengan kelebihan dalam keunikan yang dilestarikan sehingga mampu menembus pasar internasional. Lokasi pada umumnya terpisah dari masyarakat atau penduduk lokal, sehingga dampak negatif yang ditimbulkan dapat terkontrol. Selain itu pencemaran sosial budaya yang ditimbulkan akan terdeteksi sejak dini. Lahan tidak terlalu besar dan masih dalam tingkat kemampuan perencanaan yang integratif dan terkoordinasi, sehingga diharapkan akan tampil menjadi semacam agen.

Tipe desa wisata terbuka ditandai dengan karakter-karakter yaitu tumbuh menyatunya kawasan dengan struktur kehidupan, baik ruang maupun pola dengan masyarakat lokal. Distribusi pendapatan yang diperoleh dari wisatawan dapat langsung dinikmati oleh penduduk lokal, akan tetapi dampak negatifnya cepat menjalar pada penduduk lokal, sehingga sulit dikendalikan. Desa wisata biasanya berupa kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik khusus yang layak untuk menjadi daerah tujuan wisata. Pada kawasan ini, penduduknya masih memiliki tradisi dan budaya yang masih asli dan unik. Selain itu, beberapa faktor pendukung seperti bentuk bangunan yang masih menggunakan arsitektur tradisional, makanan khas, sistem pertanian dan sistem sosial turut mewarnai sebuah kawasan desa wisata. Faktor-faktor sumberdaya alam dan lingkungan alam yang masih terjaga merupakan salah satu faktor penting dari sebuah kawasan desa wisata.

Menurut Priasukmana dan Mulyadin (2001), penetapan suatu desa dijadikan sebagai desa wisata harus memenuhi persyaratan sebagai berikut :

1. Memiliki aksesibilitas yang baik, sehingga wisatawan mudah mengunjungi dengan menggunakan berbagai jenis alat transportasi ke desa wisata tersebut.
2. Memiliki obyek-obyek wisata menarik, baik obyek wisata alam, seni budaya, legenda, makanan lokal, dan sebagainya untuk dikembangkan sebagai obyek wisata.
3. Masyarakat dan aparat desa mendukung keberadaan desa wisata, sehingga tidak ada kendala dalam pengembangan desa wisata, dan menerima dengan

ramah kunjungan para wisatawan yang datang kedesa.

4. Keamanan desa tersebut terjamin sehingga pengunjung merasa aman dan nyaman untuk menikmati desa wisata.
5. Tersedia akomodasi, telekomunikasi, dan tenaga kerja yang memadai dalam operasional desa wisata.
5. Desa wisata memiliki iklim yang sejuk atau dingin.
6. Desa wisata terhubung dengan obyek wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.

Pengembangan desa wisata memberikan dampak bagi masyarakat yang berada di desa wisata tersebut. Dampak pengembangan desa wisata yang ditimbulkan adalah dalam dalam bidang :

1. Ekonomi, desa wisata mampu meningkatkan perekonomian masyarakat lokal dengan membuka lapangan kerja dan kesempatan berwirausaha bagi masyarakat di desa.
2. Politik, keberadaan desa wisata mampu menjembatani perdamaian antar bangsa didunia dengan saling mengenal budaya masing-masing, dari sisi nasional untuk memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa untuk mengatasi disintegrasi.
3. Pendidikan, keberadaan desa wisata dapat memperluas wawasan dan cara berpikir orang-orang desa dan mendidik cara hidup bersih dan sehat.
4. Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (Iptek), meningkatkan ilmu dan teknologi yang terkait dengan bidang kepariwisataan.
5. Budaya, keberadaan desa wisata dapat menggali dan mengembangkan kesenian serta kebudayaan asli daerah yang hampir punah untuk dilestarikan kembali.
6. Lingkungan, dapat menggugah sadar lingkungan yaitu menyadarkan masyarakat akan arti pentingnya memelihara dan melestarikan lingkungan bagi kehidupan manusia kini dan di masa datang.

Tujuan dari pembentukan Desa Wisata untuk meningkatkan posisi dan peran masyarakat sebagai subjek atau pelaku penting dalam pembangunan kepariwisataan, serta dapat bersinergi dan bermitra dengan pemangku kepentingan terkait dalam meningkatkan kualitas perkembangan kepariwisataan

di daerah, membangun dan menumbuhkan sikap dan dukungan positif masyarakat sebagai tuan rumah melalui perwujudan nilai-nilai Sapta Pesona bagi pertumbuhan dan perkembangan pariwisata di daerah. Perkembangan desa wisata diharapkan bermanfaat bagi pembangunan daerah maupun kesejahteraan masyarakat dan memperkenalkan, melestarikan dan memanfaatkan potensi daya tarik wisata yang ada di masing-masing daerah.

Fungsi desa wisata sebagai wadah bagi masyarakat untuk bersama-sama memiliki kesadaran adanya potensi wisata dan terciptanya Sapta Pesona di lingkungan wilayah di destinasi wisata. Desa wisata juga sebagai unsur kemitraan baik bagi Pemerintah provinsi maupun pemerintah daerah (kabupaten/kota) dalam upaya mewujudkan dan mengembangkan pariwisata di daerah. Adapun langkah-langkah pengembangan produk desa wisata dapat dilakukan dengan beberapa cara, antara lain :

1. Petakan wilayah dengan mengidentifikasi potensi alam, sosial, dan budaya yang ada di desa serta dengan mengatur peruntukan wilayah desa dengan membagi wilayah menjadi utama, madya dan nista.
2. Menata lingkungan desa dengan memperbaiki fasilitas umum, pemukiman, *Pura*, kuburan serta yang lebih penting membebaskan wilayah desa dari sampah terutama plastik.
3. Menyiapkan Sumber daya manusia, kelembagaan, dan jaringan dengan membuat aturan main pengelolaan desa wisata, membentuk badan pengelola, merancang program kerja baik jangka pendek, menengah dan panjang serta mengembangkan jaringan dan kerja sama.

Ada beberapa prinsip utama yang harus diperhatikan dalam pengembangan desa wisata agar tetap ajeg dan terjaga kelestariannya diantaranya:

1. Kendalikan kepemilikan lahan dengan kontrol tetap di desa
2. Tumbuhkan jiwa bersaing sehat
3. Setia pada proses awal pengembangan desa wisata dan jangan beranggapan bahwa desa wisata dapat berjalan secara instant.
4. Hendaklah bergerak secara bersama antara dinas dan adat
5. Tetap seperti semula dan jangan berubah karena menjadi desa wisata serta yang terpenting dengan selalu menjaga budaya daerah.

Pendekatan dalam menyusun konsep kerja pembangunan sebuah desa menjadi desa wisata dapat dicapai melalui dua pendekatan yaitu:

1. Pendekatan pasar untuk pengembangan desa wisata
 - a. Interaksi tidak langsung, model pengembangan didekati dengan cara bahwa desa mendapat manfaat tanpa interaksi langsung dengan wisatawan misalnya, penulisan buku-buku tentang desa yang berkembang, kehidupan desa, arsitektur tradisional, latar belakang sejarah, dan sebagainya
 - b. Interaksi setengah langsung, bentuk-bentuk *one way trip* yang dilakukan oleh wisatawan, kegiatan-kegiatan meliputi makan dan berkegiatan bersama penduduk kemudian wisatawan dapat kembali ke tempat akomodasinya.
 - c. Interaksi langsung, wisatawan dimungkinkan untuk tinggal/bermalam dalam akomodasi yang dimiliki oleh desa tersebut. Dampak yang terjadi dapat dikontrol dengan berbagai pertimbangan yaitu daya dukung dan potensi masyarakat.

2. Pendekatan Fisik Pengembangan Desa

Wisata Pendekatan ini merupakan solusi yang umum dalam mengembangkan sebuah desa melalui sektor pariwisata dengan menggunakan standar-standar khusus dalam mengontrol perkembangandan menerapkan aktivitas konservasi.

- a. Mengkonservasi sejumlah rumah yang memiliki nilai budaya dan arsitektur yang tinggi dan mengubah fungsi rumah tinggal menjadi sebuah museum desa untuk menghasilkan biaya untuk perawatan dari rumah tersebut.
- b. Mengkonservasi keseluruhan desa dan menyediakan lahan baru untuk menampung perkembangan penduduk desa tersebut dan sekaligus mengembangkan lahan tersebut sebagai area pariwisata dengan fasilitas-fasilitas wisata.
- c. Mengembangkan bentuk-bentuk akomodasi didalam wilayah desa tersebut yang dioperasikan oleh penduduk desa sebagai industri skala kecil dan menengah.

Faktor Penentu Keberhasilan Desa Wisata

Desa wisata dapat berkembang dan maju sangat dipengaruhi oleh peran beberapa pihak. Peranan masyarakat sangat penting karena masyarakatlah yang

menjadi pelaku desa wisata dan juga sebagai subyek dan obyek desa wisata. Oleh karena itu, perlu dikembangkan peran dari masing pemangku kepentingan yang terlibat, ada lima elemen yang harus diperhatikan dalam pengembangan desa wisata yaitu P4O yaitu: *Product, Price, Promotion, Person, dan Organization* :

1. *Product* (Produk)

Desa wisata memiliki produk wisata yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung dan secara rutin desa wisata menyelenggarakan kegiatan-kegiatan yang bisa menarik wisatawan atau penduduk desa lain untuk mengunjungi desa wisata tersebut. Produk desa wisata dapat berupa atraksi wisata yang menarik seperti air terjun, tour keliling desa, kuliner dengan rasa yang enak dan yang lainnya. Desa wisata juga membuat kalender kegiatan yang dirancang secara teratur tiap tahun sehingga menjadi kegiatan pariwisata yg menarik minat wisatawan. Secara rutin di desa wisata perlu diselenggarakan kegiatan-kegiatan yang bisa menarik wisatawan untuk mengunjungi desa wisata tersebut, misalnya mengadakan festival kesenian, pertandingan olahraga, dan lain sebagainya. Desa wisata juga membuat kalender kegiatan yang dirancang secara teratur tiap tahun sehingga menjadi kegiatan pariwisata yg menarik minat wisatawan.

2. *Price* (Harga)

Desa wisata dalam menentuka harga jual harus yang kompetitif sehingga mampu bersaing dengan destinasi yang lain, tentunya harga yang ditawarkan dapat menjamin kualitas produk dari desa wisata. Harga prouk merupak faktor pertama yang diperhatikan oleh wisatawan, sebelum wisata melakukan perjalanan. Produk yang baik dan menarik haris diimbangi dengan harga yang menarik juga.

3. *Promotion* (Pemasaran)

Desa wisata harus sering dipromosikan melalui berbagai media, oleh karena itu desa atau kabupaten harus sering mengundang wartawan dari media cetak maupun elektronik untuk kegiatan tersebut. Perlu juga dilakukan kerjasama dengan travel agent *offline* maupun *online*, karena akan berdampak dengan kunjungan wisatawan ke desa wisata. Pemasaran desa wisata dapat dilakukan dengan bekerjasama dengan lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan di Indonesia mensyaratkan melakukan kuliah kerja praktek lapangan bagi mahasiswa yang akan menyelesaikan studinya. Sehubungan dengan itu sebaiknya dijalin kerjasama antara desa wisata dengan lembaga pendidikan yang

ada, agar bisa memberikan masukan dan peluang bagi kegiatan di desa wisata untuk meningkatkan pembangunan desa wisata tersebut. Termasuk lembaga pendidikan melakukan penelitian di desa wisata dengan tujuan memberikan masukan yang positif untuk perkembangan desa wisata.

4. *Person* (Sumber daya manusia)

Pelaksanaan pengembangan sumber daya manusia (SDM), bisa dilakukan melalui pendidikan, pelatihan dan keikutsertaan dalam seminar, diskusi dan lain sebagainya, serta di bidang-bidang kepariwisataan. Hal-hal tersebut dapat dilakukan dengan mengadakan pelatihan yang diberikan kepada pekerja yang berada di desa wisata dengan tema pelatihan: bagaimana menerima dan melayani wisatawan yang baik, keikutsertaan penduduk setempat pada seminar atau diskusi dalam rangka menambah pengetahuan untuk kegiatan usaha yang mereka lakukan seperti kerajinan, industri rumah tangga, pembuatan makanan lokal, budi daya jamur, cacing, menjahit, perkebunan kopi dan lain sebagainya.

5. *Organization* (Organisasi)

Suatu organisasi dikatakan efektif apabila tujuan yang telah ditentukan dapat tercapai. Dalam hal ini efektivitas organisasi diartikan sebagai tingkat pelaksanaan berbagai tujuan, mencerminkan sumbangan yang diberikan kepada organisasi. Untuk mencapai tujuan organisasi dibutuhkan struktur organisasi yang mampu menjalankan organisasi dengan efektif dan efisien. Tentunya organisasi desa wisata mengikuti perkembangan bisnis dari desa wisata.

Pengembangan desa wisata sebagai destinasi wisata perlu dipahami sejak awal bila masyarakat setempat bukan sebagai obyek pasif namun justru sebagai subyek aktif. Sebuah lingkungan pedesaan dapat dipandang sebagai obyek sekaligus sebagai subyek wisata. Sebagai obyek artinya desa tersebut merupakan tujuan kegiatan pariwisata sedangkan sebagai subyek adalah sebagai penyelenggara, apa yang dihasilkan oleh desa akan dinikmati oleh masyarakatnya secara langsung dan peran aktif masyarakat sangat menentukan kelangsungannya. Dalam pelaksanaan pariwisata berbasis komunitas khususnya bagi pengembangan desa wisata, beberapa persoalan yang harus dipertimbangkan adalah partisipasi, pengambilan keputusan, pembangunan kapasitas masyarakat, dan akses ke pasar wisata.

BAB 3

NILAI TRI HITA KARANA DI DESA WISATA

Nilai Tri Hita Karana sebagai tiga penyebab kesejahteraan yang bersumber pada keharmonisan hubungan antara manusia dengan Tuhan, manusia dengan manusia dan manusia dengan alam lingkungan sangat sesuai diterapkan di industri pariwisata, dimana industri ini sangat erat hubungannya dengan manusia dan lingkungan.

NILAI TRI HITA KARANA DI DESA WISATA

Tri Hita Karana

Istilah Tri Hita Karana dikenal pertama kali pada waktu diselenggarakan Konferensi Daerah I Badan Perjuangan Umat Hindu Bali bertempat di Perguruan Dwijendra Denpasar. Konferensi tersebut diadakan berlandaskan kesadaran umat Hindu akan dharmaanya untuk berperan serta dalam pembangunan bangsa menuju masyarakat sejahtera, adil dan makmur berdasarkan Pancasila. Istilah Tri Hita Karana akhirnya berkembang, meluas, dan memasyarakat. Secara leksikal Tri Hita Karana berarti tiga penyebab kesejahteraan. Tri artinya tiga, hita artinya sejahtera, karena artinya penyebab. Pada hakikatnya Tri Hita Karana mengandung pengertian tiga penyebab kesejahteraan itu bersumber pada keharmonisan hubungan antara: Manusia dengan Tuhannya, Manusia dengan sesamanya dan Manusia dengan alam lingkungannya.

Unsur- unsur Tri Hita Karana ini meliputi: Sanghyang Jagatkarana, Bhuana, dan Manusia. Dengan menerapkan Tri Hita Karana secara tepat, kreatif dan dinamis akan terwujudlah kehidupan harmonis yang meliputi pembangunan manusia seutuhnya yang astiti bakti terhadap Tuhan Yang Maha Esa, damai dengan sesamanya, dan cinta kepada kelestarian lingkungan. Sebagaimana diuraikan di atas, Tri Hita Karana memiliki elemen atau bagian Parhyangan, Pawongan, dan Palemahan. Apabila dijabarkan maka, Parhyangan yaitu hubungan manusia dengan Tuhan dapat diartikan sama dengan pola pikir atau konsep. Pawongan yang artinya hubungan manusia dengan sesamanya, sama dengan elemen sosial. Dan Palemahan yaitu hubungan manusia dengan alam sekitar. Dalam implementasinya kegiatan dan ritual yang dilakukan menekankan kepada konsep Palemahan dimana mengadakan hubungan harmonis dengan alam sekitar dan lingkungan sekitar untuk menjaga keseimbangan di bumi ini.

Konsepsi Prahyanan dalam Tri Hita Karana dijelaskan adanya hubungan harmonis antara Tuhan dengan manusia, dalam artian bahwa setiap kegiatan yang berupa keagamaan akan dihubungkan dengan sang pencipta. Dapat dilihat mengenai beberapa ritual atau upacara yang dilaksanakan berhubungan dengan sang pencipta yang dikaitkan dengan tradisi dan adat-istiadat. Parhyangan merupakan hubungan yang terjalin antara Manusia dengan Tuhan. Manusia adalah ciptaan Tuhan, yang di dalam tubuh seseorang terdapat atman yang

merupakan percikan sinar suci kebesaran Tuhan yang menyebabkan manusia bisa hidup. Dalam kehidupan keseharian, dapat diwujudkan dengan Dewa Yadnya yaitu upacara persembahan suci yang tulus ikhlas dihadapan para dewa-dewa, bukan hanya persembahan kepada Dewa Yadnya tetapi terdapat juga terdapat persembahan kepada Pitra Yadnya, Manusia Yadnya, dan Bhuta Yadnya.

Konsepsi Pawongan. Pawonan berasal dari kata wong (wawang dalam bahasa Jawa/Kawi) yang artinya orang. Pawongan adalah perihal yang berkaitan dengan orang dalam satu kehidupan masyarakat. Dalam arti yang sempit, pawongan adalah kelompok manusia yang bermasyarakat yang tinggal dalam satu wilayah. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak dapat hidup menyendiri. Mereka memerlukan bantuan dan kerja sama dengan orang lain. Karena itu hubungan antara sesamanya harus selalu baik dan harmoni. Hubungan antar manusia harus diatur dengan dasar saling asah, saling asih dan saling asuh, yang artinya saling menghargai, saling mengasahi dan saling membimbing. Hubungan antar keluarga di rumah harus harmoni. Hubungan dengan masyarakat lainnya juga harus harmoni. Hubungan baik ini akan menciptakan keamanan dan kedamaian lahir batin di masyarakat. Masyarakat yang aman dan damai akan menciptakan negara yang tenteram dan sejahtera.

Kosepsi berikutnya dari Tri Hita Karana, terdapat konsepsi Palemahan di mana merupakan hubungan yang terjalin antara Manusia dengan alam lingkungan di sekitarnya. Hubungan manusia dengan alam dapat tercipta dengan lingkungan yang mencakup tumbuhan, hewan, dan hal yang bersifat sekalaniskala. Menjaga kebersihan dan keseimbangan lingkungan di sekitar, mutlak harus dilakukan oleh manusia. Mengingat hasil riset yang menunjukkan bahwa virus dan penyakit dapat masuk ke dalam tubuh manusia melalui penularan secara langsung maka dari itu masyarakat diwajibkan untuk selalu mencuci tangan agar terjamin kesehatannya.

Tri Hita Karana dalam Pariwisata

Kegiatan pariwisata di Bali merupakan penggerak bagi kehidupan ekonomi, sosial dan budaya masyarakat Bali. Dampak positif pariwisata mampu memperkenalkan Bali sebagai salah satu destinasi terbaik di Indonesia. Namun tanpa disadari pengembangan pariwisata memberikan dampak negatif bagi

sektor-sektor ekonomi, sosial budaya dan lingkungan. Konsepsi pembangunan pariwisata membuka pintu bagi masuknya wisatawan untuk terus mengkonsumsi sumber daya alam dan sumber daya manusia. Hal ini menimbulkan kekhawatiran terhadap keberlanjutan kegiatan kepariwisataan di pulau Bali. Sejalan dengan perubahan trend wisatawan dari wisata masal menjadi wisata minat khusus menjadi angin segar bagi dunia pariwisata. Ekowisata dan pariwisata budaya menjadi salah satu jawaban untuk meminimalisir dampak negatif dari kepariwisataan. Ekowisata sangat berorientasi pada pelestarian lingkungan alam, penghargaan bagi kebudayaan masyarakat lokal, memberikan sumbangsih bagi kehidupan ekonomi masyarakat lokal. Kearifan lokal masyarakat Bali dengan falsafah Tri Hita Karana yaitu parhyangan, palemahan, dan pawongan dengan konsep ekowisata merupakan jalan tengah dalam pengembangan pariwisata di pulau Bali. Implementasi dari nilai-nilai Tri Hita Karana dan nilai-nilai ekowisata diharapkan mampu mengurangi dampak negatif kegiatan kepariwisataan sekaligus memberikan sumbangsih ekonomi bagi masyarakat.

Tri Hita Karana dalam Pengelolaan Desa Wisata

Perkembangan Desa wisata akan berjalan harmonis dengan menerapkan nilai-nilai luhur dari Tri Hita Karana, yang secara harpiyah penerapan Tri Hita Karana secara baik, kreatif dan dinamis akan mewujudkan kehidupan harmonis yang meliputi pembangunan manusia seutuhnya yang sujud bakti terhadap Tuhan Yang Maha Esa, rukun dan damai dengan sesamanya serta cinta kepada kelestarian lingkungan. Tri Hita

Kalau dilihat bidang garapan Tri Hita Karana dalam kehidupan bermasyarakat di desa wisata adalah sebagai berikut: Bhuana atau Karang Desa, Alam atau wilayah teritorial dari suatu desa adat yang telah ditentukan secara definitif batas kewilayahannya dengan suatu upacara adat keagamaan. Krama Desa Adat, yaitu kelompok manusia yang bermasyarakat dan bertempat tinggal di wilayah desa adat yang dipimpin oleh Bendesa Adat serta dibantu oleh aparat desa adat lainnya, bersama-sama masyarakat desa adat membangun keamanan dan kesejahteraan.

Tempat Suci adalah tempat untuk menuja Tuhan/Sang Hyang Widhi Wasa sebagai pujaan bersama yang diwujudkan dalam tindakan dan tingkah

laku sehari-hari. Tempat pemujaan ini diwujudkan dalam Kahyangan Tiga yang wajib dimiliki oleh setiap desa di Bali. Kahyangan Tiga itu adalah : Pura Desa, Pura Puseh, Pura Dalem. Kahyangan Tiga di desa adat di Bali seolah-olah merupakan jiwa dari Karang Desa yang tak terpisahkan dengan seluruh aktifitas dan kehidupan desa.

Nilai luhur Tri Hita Karana dalam kehidupan sehari-hari dalam rangka melestarikan lingkungan hidup. Dalam kehidupan masyarakat Hindu di Bali, kesehariannya menganut nilai Tri Hita Karana. Tiga unsur ini melekat erat setiap hati sanubari orang Bali. Penerapannya tidak hanya pada pola kehidupan desa adat saja namun tercermin dan berlaku dalam segala bentuk kehidupan berorganisasi, seperti organisasi pertanian yang bergerak dalam irigasi yakni Subak.

Pariwisata diharapkan untuk menghasilkan keuntungan ekonomi. Namun dalam usaha pariwisata, pembinaan dan pengembangan kebudayaan nasional yang bersumber dari kebudayaan daerah harus selalu diperhatikan. Untuk menghindari dampak negatif pariwisata, masyarakat perlu dikutsertakan, di samping adanya aturan dalam peraturan pemerintah. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah, yaitu selain mengembangkan pariwisata alam, oleh raga, bahari, agrowisata, pariwisata konvensi, yang terutama dikembangkan adalah pariwisata budaya. Konsep pariwisata budaya (cultural tourism) ditetapkan dalam Undang-undang No. 9 Tahun 1990. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa Indonesia memiliki potensi seni dan budaya yang beraneka ragam yang tersebar pada tiap Daerah Tujuan Wisata. Jadi pariwisata yang dikembangkan adalah pariwisata budaya. Dalam hal ini, seni budaya yang mampu menjadikan pariwisata berkembang beraneka ragam di beberapa wisata itu dijadikan sebagai daya tarik utama untuk menarik wisatawan datang berkunjung ke negara Indonesia.

Pariwisata budaya adalah jenis pariwisata yang dalam perkembangan dan pengembangannya menggunakan kebudayaan sebagai potensi dasar yang dominan, yang di dalamnya tersirat suatu cita-cita akan adanya hubungan timbal balik yang dinamik dan positif antara pariwisata dan kebudayaan, sehingga keduanya meningkat secara serasi, selaras dan seimbang. Oleh karena itu pengembangan pariwisata diharapkan selalu memperhatikan terpeliharanya seni dan budaya bangsa yang dijadikan sebagai aset pariwisata Indonesia. Tujuan utama dari semua itu, tidak lain adalah untuk menciptakan image dan lebih penting lagi dengan cara

itu pariwisata Indonesia akan memiliki ciri yang khas atau identitasnya sendiri yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh negara- negara lain.

Berdasarkan maksud perjalanan yang dilakukan pariwisata budaya merupakan jenis pariwisata yang maksud dan tujuan perjalanannya adalah dalam rangka memperkaya informasi dan menambah pengetahuan tentang negara lain, di samping ingin mendapat kepuasan, entertainment hasil kebudayaan suatu bangsa, seperti tari-tarian tradisional serta tata cara hidup (*the way of life*) masyarakat setempat. Jadi pariwisata budaya adalah perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk meluaskan pandangan hidup seseorang dengan jalan melakukan peninjauan ke luar daerah dan luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat, cara hidup, kebudayaan dan kesenian mereka. Sering kehendak serupa ini disatukan dengan kesempatan untuk mengambil bagian dalam kegiatan kebudayaan, seperti eksposisi kesenian (seni tari, seni drama, seni musik dan seni rupa) atau kegiatan keagamaan atau motif- motif kesejarahan dan sebagainya. Lebih lanjut dapat ditambahkan, bahwa jenis pariwisata kebudayaan merupakan jenis kepariwisataan yang paling utama bagi wisatawan mancanegara yang mengunjungi Indonesia. Mereka ingin melihat kesenian, tarian, monumen sejarah dan segala sesuatu yang berhubungan dengan kebudayaan Indonesia.

Jadi sesuai dengan pemaparan di atas pariwisata budaya Hindu adalah jenis pariwisata yang dalam perkembangan dan pengembangannya menggunakan kebudayaan sebagai potensi dasar yang dominan, yang di dalamnya tersirat suatu cita-cita akan adanya hubungan timbal balik yang dinamik dan positif antara pariwisata dan kebudayaan Hindu, sehingga keduanya meningkat secara serasi, selaras dan seimbang yang diimplemetasikan pada pelaksanaan pariwisata budaya yaitu :

1. Adanya aturan pada areal sebelum memasuki pura dibuatkan tulisan-tulisan atau pengumuman tentang aturan memasuki pura yang harus dilakukan oleh pengunjung.
2. Sebelum memasuki areal pura yang ingin dikunjungi, pengunjung terlebih dahulu memberi tahu agar pengunjung harus memakai kamen (pakaian adat madya) dan berpaikan yang sopan yang merupakan sebagai bentuk rasa hormat dan bhakti terhadap Ida Sang Hyang Widhi Wasa
3. Bagi wanita yang haid agar dilarang memasuki pura demi menjaga kesucian

pura dan selalu menjaga kebersihan lingkungan

4. Ketika memasuki pura ada pendamping pengunjung yang bertugas memberi informasi tentang pura setempat.
5. Ketika di dalam pura agar berperilaku yang sopan agar tetap menjaga kesucian pura. seperti tidak naik dalam palinggih, saat mengambil foto tidak membelakangi palinggih secara dekat. Hal tersebut demi menjaga kesucian pura setempat.

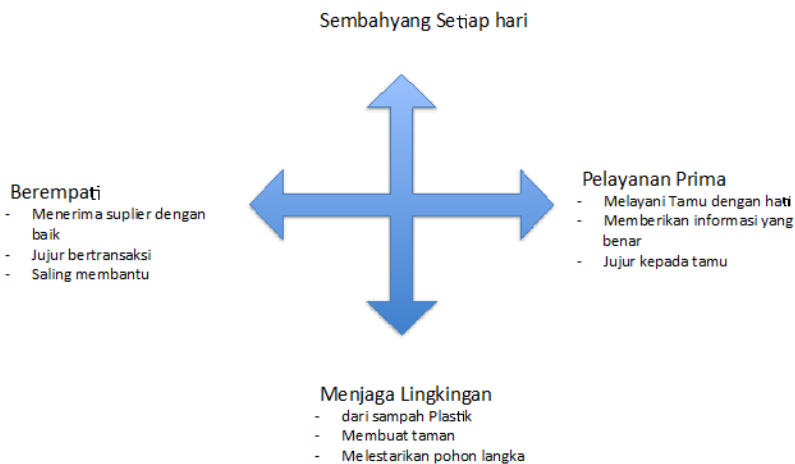
Berlandaskan pada saling asah, saling asih dan saling asuh, yang artinya saling menghargai, saling mengasihi dan saling membimbing. Hubungan antar keluarga di rumah, hubungan dengan masyarakat lainnya juga harus harmoni. Hubungan baik ini akan menciptakan keamanan dan kedamaian lahir batin di masyarakat. Masyarakat yang aman dan damai akan menciptakan Negara yang tentram dan sejahtera.

Pawongan dalam Tri Hita Karana yaitu hubungan harmonis antara manusia dengan manusia. Dalam pelaksanaan Pariwisata Budaya Hindu pawongan ini dilaksanakan ketika pengunjung datang agar disambut dengan sopan, bertutur kata halus, sehingga pengunjung bisa nyaman dalam berkunjung. Lebih lanjut pawongan ini harus menghargai pengunjung dengan sepenuh hati dan tulus. Dengan demikian telah bisa melaksanakan pawongan dengan baik dan akan berdampak pada wisata yang dikelola yaitu pengunjung akan bertambah ramai, pengunjung bisa nyaman dalam menikmati suasana wisata. antara sesama harus selalu baik dan harmoni. Hubungan antar manusia harus diatur dengan Sebagai makhluk sosial, manusia tidak dapat hidup menyendiri. Mereka memerlukan bantuan dan kerja sama dengan orang lain. Karena itu hubungan sesama diwujudkan dengan Pitra, Resi, Manusia Yadnya.

Manusia hidup dalam suatu lingkungan tertentu untuk memperoleh bahan keperluan sehari-hari dari lingkungan. Manusia sangat tergantung terhadap lingkungan, maka seharusnya selalu menjaga lingkungan alam. Lingkungan kerapiannya, kelestariannya, penataan yang rapi dan bersih akan menciptakan keindahan. Keindahan lingkungan dapat menimbulkan rasa tenang dan tenteram dalam diri justru harus dijaga keserasiannya dan Lingkungan yang pelaksanaan palemahan pada pariwisata budaya agar lingkungan wisata tetap bersih. Menjaga lingkungan tempat wisata akan menjadi daya tarik wisatawan

yang berkunjung. Hal tersebut akan membuat pengunjung menjadi nyaman menikmati suasana wisata. Pengelola wisata agar selalu menjaga kebersihan tempat, menata tempat wisata dengan baik, menanam tumbuhan dengan teratur sehingga tempat menjadi asri. Lebih lanjut ada tulisan yang mengarahkan pengunjung selalu menjaga kebersihan di tempat wisata.

Implementasi Tri Hita Karana dalam pengelolaan Desa wisata dapat digambarkan sebagai berikut:



Melakukan sembahyang setiap hari sebelum melakukan aktivitas dalam bisnis Desa wisata, sebagai rasa syukur bahwa masih diberikan kesehatan, kemurahan rejeki dan kebahagiaan dengan demikian akan memberikan semangat dalam menjalani aktivitas usaha.

Berempati dengan rekan bisnis dengan menerima supplier dengan baik, jujur dalam bertransaksi serta saling membantu akan membangun bisnis yang saling menguntungkan sehingga keberlanjutan usaha akan terwujud. Keterlibatan dari rekan bisnis akan memberikan rasa ikut memiliki dari desa wisata yang pada akhirnya membangun organisasi desa wisata yang kuta dan kompak dalam mencapai tujuan organisasi desa wisata. Melakukan pelayanan prima kepada konsumen dengan melayanai tamu dengan hati, memberikan informasi yang benar serta jujur kepada tamu tentunya akan membuat tamu senang untuk berkunjung dan menikmati Desa wisata, hal ini sebagai pemasaran yang efektif karena tamu tersebut akan bercerita tentang kebaikan pelayanan desa wisata ke rekan dan koleganya.

Desa wisata yang bersih dengan taman – taman yang indah dan asri tentunya akan memberikan kesan yang baik baik tamu apalagi desa wisata bebas dari sampah plastik. Desa wisata perlu membuat pengolahan sampah yang baik sehingga dapat bermanfaat bagi desa wisata dan menjaga lingkungan menjadi asri.

BAB 4

PRODUK DESA WISATA

Produk desa wisata sebagai bentuk integrasi antara akomodasi, atraksi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku di suatu desa. Fasilitas desa wisata merupakan sumber daya yang khusus dibuat sesuai kebutuhan wisatawan di desa wisata.

PRODUK DESA WISATA

Desa wisata yang diminati oleh wisatawan ketika memiliki produk yang unggul dan unik. Keberadaan desa wisata untuk memberdayakan masyarakat agar dapat berperan sebagai pelaku langsung dalam upaya meningkatkan kesiapan dan kepedulian dalam mengembangkan potensi pariwisata sebagai daya tarik wisata di wilayah mereka. Masyarakat dapat berperan sebagai tuan rumah yang baik bagi para wisatawan yang berkunjung, serta memiliki kesadaran untuk menangkap manfaat dari kegiatan pariwisata untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Produk Desa Wisata

Produk desa wisata dapat dimaknai sebagai suatu bentuk integrasi antara akomodasi, atraksi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku di suatu desa. Fasilitas desa wisata merupakan sumber daya yang khusus dibuat karena mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam aktivitasnya di desa wisata. Fasilitas-fasilitas yang dibuat ini dapat memanfaatkan sumber daya yang telah dimiliki desa, atau membuat sesuatu yang baru sesuai kebutuhan namun tidak meninggalkan karakteristik dan keunikan desa tersebut. Beberapa contoh fasilitas desa wisata yang umum.

Produk desa wisata dapat dibagi menjadi dua konsep yang utama dalam komponen desa wisata yaitu:

- a. Akomodasi atau ruang sebagian dari tempat tinggal dan tempat beraktivitas para penduduk setempat dan atau unit-unit yang berkembang yang digunakan untuk tempat penjualan makanan dan souvenir dengan konsep tempat tinggal penduduk.
- b. Atraksi wisata merupakan kegiatan yang disediakan oleh desa wisata untuk menarik wisatawan datang ke desa wisata, bisa juga seluruh kehidupan keseharian penduduk setempat beserta setting fisik lokasi desa yang memungkinkan wisatawan berpartisipasi aktif dalam kegiatan masyarakat.

Akomodasi Desa Wisata

Akomodasi adalah fasilitas yang dimanfaatkan untuk tempat tinggal wisatawan. Akomodasi ini dapat memanfaatkan sebagian dari tempat tinggal para penduduk setempat atau unit-unit yang dibangun sesuai konsep tempat tinggal penduduk. Dalam hal desa wisata, konsep yang diterapkan tentunya harus sejalan dengan kekhasan dari desa tersebut misalnya rumah panggung. Akomodasi yang perlu dikembangkan oleh desa wisata ada beberapa yaitu, fasilitas inap desa (*homestay*), pusat kuliner dan pusat souvenir.

1. *Homestay*

Akomodasi *homestay* berbeda dengan jenis penginapan lain, secara umum pengertian *homestay* adalah rumah warga lokal yang disewakan untuk tempat menginap para wisatawan. Wisatawan dapat menginap dengan jangka waktu yang sudah disepakati, dapat harian, mingguan atau bahkan bulanan. Fasilitas yang ditawarkanpun biasanya tidak semewah hotel. Cukup dengan perlengkapan tidur lengkap dan tempat mandi, ada juga *homestay* yang memberikan fasilitas air minum dan sarapan.

Sejauh ini pengertian *homestay* memang mulai mengalami perubahan dari kualitas pelayanan, bangunan, lokasi dan fasilitas. Umumnya *homestay* adalah milik perorangan, yang bahkan tidak memiliki manajemen bisnis. Rumah tinggal yang disewakan bukan lagi sekedar rumah warga lokal biasa. Melainkan menjadi salah satu bentuk bisnis penginapan, yang tentunya berorientasi untuk menghasilkan uang. Oleh karena itu wisatawan tidak akan melihat pengertian *homestay* dengan cara yang sama lagi.

Pengertian *homestay* bukanlah sekedar tempat untuk menginap dengan harga murah yang ditawarkan oleh perorangan maupun kelompok. Meski fungsi utamanya adalah menjual jasa penginapan bagi wisatawan. Rumah tinggal ini harus memiliki integrasi yang baik dengan tempat wisata yang ada di sekitarnya. Jika *homestay* tidak memiliki manajemen resmi selayaknya hotel, pemilik harus tetap mengedepankan beberapa fungsi yang harus ada dari tempat menginap. Dengan begitu pengertian *homestay* dimata wisatawan akan mendapat nilai lebih. Pengelola harus menjaga kualitas dan pelayanan akomodasi rumah tinggal.

Serta mengakomodir wisatawan untuk lebih mengenal potensi kekayaan pariwisata, budaya dan kuliner daerah setempat. Fungsi-fungsi yang harus ada dalam pengelolaan penginapan seperti *homestay*, diantaranya adalah

terdapat tenaga kerja yang siap sedia menyambut tamu pada bagian depan, serta menyediakan sarapan. Kebersihan bangunan harus tetap terjaga serta adanya promosi dan harga yang ditawarkan bersaing dengan penginapan lain. Pengelola juga bisa menambahkan penawaran jasa pemandu wisata agar lebih mempromosikan potensi wisata setempat. Dengan semakin maju tempat wisata, maka besar kemungkinan usaha penginapan disekitarnya pun mengalami peningkatan.

Tamu umumnya akan memilih tempat menginap berdasarkan fasilitas dan kebutuhannya. Wisatawan yang bepergian dengan keluarga atau lebih dari dua orang biasanya lebih nyaman menginap di *homestay*. Karena jarang bagi penginapan ini menambahkan biaya ekstra untuk tamu lebih dari dua orang. Selain itu sesuai dengan pengertian *homestay* yang menjual jasa penginapan. Fasilitas kamar pun lengkap dengan tempat tidur, televisi, kipas atau AC. Bahkan sekarang tidak sedikit rumah tinggal yang memiliki fasilitas lebih bagus dari hotel, karena umumnya *homestay* tidak memiliki begitu banyak unit kamar. Wisatawan bisa menikmati fasilitas yang ada dengan lebih nyaman. Usaha sektor *homestay* terus mengembangkan kualitasnya, termasuk bekerjasama dengan dinas pariwisata setempat untuk standarisasi kebersihan dan pelayanan. *Homestay* menarik apabila mampu menawarkan budaya asli daerah dalam bangunan dan pelayanan kepada wisatawan.

Sejumlah daerah di tanah air memang terkenal dengan banyaknya usaha *homestay* yang terbilang maju dalam sektor penginapan ini adalah Yogyakarta, Bandung, Bali. Ketiganya menjadi tempat potensial untuk mengembangkan usaha penginapan lokal, melihat majunya sektor pariwisata di daerah tersebut, berkeinginan membuka usaha *homestay*, setidaknya harus memiliki rumah yang bisa dijual jasanya sebagai tempat menginap. Mengikuti pengertian *homestay* yang lebih mengedepankan interaksi dengan pemilik dan warga lokal.

2. Pusat Kuliner

Selain sarana *homestay* desa wisata perlu menambah penunjang seperti pusat kuliner, atau rumah makan berbagai menu terutama menu asli daerah tersebut. Keamanan dan keramahan penduduknya akan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi wisatawan yang berkunjung ke desa wisata.

Indonesia yang memiliki berbagai jenis kuliner, karena tiap daerah memiliki kuliner yang berbeda-beda baik dari segi penampilan, bahan, rasa, dan cara penyajian sesuai dengan adat istiadat dan budaya. Keunggulan kuliner Nusantara dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung ke Indonesia, dan rasa kuliner Nusantara tidak kalah dengan kuliner dari negara lain, namun jarang kita lihat kuliner Indonesia membuka restoran di Luar negeri.

Wisata kuliner di Tanah Air memiliki potensi luar biasa. Keanekaragaman dan keunikan kuliner Nusantara yang bersumber dari suku dan budaya yang beragam adalah kekayaan yang harus terus dikembangkan. Selama ini pemerintah mendorong perkembangan kuliner nusantara agar wisata kuliner berkembang dan mampu bersaing di era globalisasi saat ini. Agar keunikan dan keanekaragaman kuliner Nusantara tidak tergerus oleh waktu, zaman, dan perubahan pola gaya hidup masyarakat. Langkah yang diambil oleh Pemerintah terus memantapkan sektor wisata kuliner, seperti melakukan pameran kuliner nusantara, lomba masakan nusantara, dan memasukan jenis kuliner nusantara dalam kurikulum sekolah vokasi bidang Tata Boga. Pemerintah juga menetapkan beberapa daerah menjadi sentra pengembangan kuliner nusantara sebagai daya tarik destinasi wisata. Jumlah daerah tersebut diharapkan terus bertambah seiring dengan meningkatnya kesiapan dan komitmen pemerintah daerah dalam mengembangkan potensi wisata kuliner di wilayah masing-masing. Uniknya wisata kuliner di Indonesia, bukan hanya pada aspek makanannya, melainkan juga seni dan budaya. Ini yang membuat istimewa apabila bisa menjual paket seni dan budaya melalui makanan yang ada.

Wisata kuliner sangat terkait erat dengan area atau tempat, identitas, dan budaya. Upaya untuk menjual dan mempromosikan segala aspek makanan di salah satu destinasi membutuhkan kreativitas dalam pengembangan produk, proses, pemasaran, dan menciptakan pengalaman bersama makanan. Selain makanan, minuman kopi dapat disajikan kepada tamu dilengkapi dengan narasi informasi mengenai varietas dan asal daerah kopi tersebut. Informasi ini, juga berfungsi untuk menunjukkan bahwa kopi yang dinikmati oleh wisatawan merupakan benar-benar kopi yang berasal dari Indonesia. Langkah ini dilakukan untuk mempresentasikan kopi sebagai kekayaan Indonesia yang memiliki berbagai rasa dan jenis sesuai dari daerah asal kopi tersebut. Desa wisata

diharapkan mampu membawa kuliner nusantara ke kancah global, sehingga kuliner nusantara mendunia, dan akan muncul restoran Indonesia di seluruh Dunia. Kuliner nusantara seperti tempe, tahu, dendeng, ayam betutu, soto dan kuliner lainnya akan menjadi menu yang dicari oleh wisatawan nusantara maupun wisatawan manca negara dengan menawarkan menu-menu asli daerah.

3. Pusat Souvenir

Fasilitas ini disediakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan untuk membawa buah tangan ke tempat asalnya. Selain itu, fasilitas ini merupakan peluang untuk bagi warga desa wisata menjual hasil kerajinan dan memudahkan bagi wisatawan untuk memperoleh oleh-oleh. Sebaiknya pusat souvenir dan pusat kuliner dipusatkan dalam satu tempat/area sehingga menjadi pusat ekonomi masyarakat desa wisata.

Peningkatan pertumbuhan pariwisata mesti didukung dengan fasilitas pariwisata yang memadai sesuai kebutuhan wisatawan. Sentra oleh-oleh menjadi salah satu fasilitas pariwisata yang menawarkan jasa pemasaran produk-produk hasil karya masyarakat lokal yang bersifat otentik yang menunjukkan ciri khas budaya setempat. Sentra oleh-oleh menjadi media untuk memasarkan produk-produk hasil karya masyarakat lokal untuk dapat dibeli oleh setiap wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Oleh-oleh atau *souvenir* dapat dalam bentuk makanan, minuman, pakaian, karya seni lukisan, pahatan, gerabah, aksesoris, produk kreatif dan bentuk lainnya yang dapat menjadi kenangan bagi wisatawan yang telah mengunjungi destinasi desa wisata. Oleh-oleh memberikan kesan kepuasan tersendiri bagi wisatawan untuk dapat mengingat pengalaman wisatawan terhadap suatu perjalanan wisata yang telah dilakukan. Oleh-oleh juga menjadi media bagi masyarakat di destinasi wisata untuk memperkenalkan adat budaya dan ciri khas mereka kepada wisatawan dan dapat juga menjadi media promosi desa wisata.

Oleh-oleh khas desa wisata dipengaruhi budaya daerah bersangkutan. Saat ini, oleh-oleh khas desa wisata hanya dikenal dari makanan saja seperti pie susu, otak-otak, *cake* pisang, dan buah salak. Penjualan oleh-oleh merupakan produk wisata tambahan yang sangat penting sebagai pusat wisata. Hal ini karena oleh-oleh sebagai bagian dari kegiatan pariwisata tambahan adalah dalam

rangka produksi dan perdagangan produk serupa, yang memberikan tambahan pendapatan ekonomi bagi destinasi wisata dan masyarakat setempat, sedangkan perannya untuk pariwisata juga dinilai.

Namun, kondisi saat ini belum semua desa wisata memiliki sentra oleh-oleh sebagai lokasi khusus untuk pemasaran kerajinan khas desa wisata. Saat ini wisatawan yang melancong ke desa wisata, hanya membeli oleh-oleh di pusat perbelanjaan saja. Lokasi pusat perbelanjaan tersebut pun jauh dari setiap desa wisata sehingga wisatawan perlu melakukan perjalanan dengan meluangkan waktu khusus untuk membeli oleh-oleh karena harus ke pusat perbelanjaan. Selain itu, oleh-oleh yang dijual di pusat perbelanjaan juga tidak menyediakan hasil karya oleh-oleh khusus khas desa wisata.

Sedangkan, wisatawan membutuhkan oleh-oleh khas desa wisata seperti hasil karya tangan warga lokal setempat, agar memberikan kesan dan kenangan bagi wisatawan. Kondisi tersebut menunjukkan pariwisata desa wisata membutuhkan lokasi khusus untuk sentra oleh-oleh khas. Sehingga perlu adanya pengadaan suatu sentra oleh-oleh untuk dapat meningkatkan minat beli wisatawan terhadap hasil karya masyarakat lokal. Peran sentra oleh-oleh sangat penting bagi wisatawan. Oleh karena itu, perlu adanya pemikiran untuk memberikan kajian mendalam terkait penentuan kriteria penempatan lokasi sentra oleh-oleh yang memiliki peran penting bagi sektor pariwisata.

Sedangkan, souvenir/oleh-oleh terkadang bisa berupa kerajinan tangan, produk tradisional, atau produk mewah. Souvenir telah menjadi titik sentral pengalaman wisata yang mewakili hal-hal yang wisatawan ingin lihat, tempat-tempat yang pernah dikunjungi wisatawan, dan kenangan yang dibuat wisatawan. Manfaat potensial dari penjualan oleh-oleh sangat esensial untuk semua tujuan wisata. Saat ini industri oleh-oleh telah menjadi alat pendukung yang sangat penting untuk mempromosikan industri pariwisata di semua Negara.

Atraksi Wisata

Desa Wisata menyediakan beberapa atraksi wisata bagi wisatawan yang berkunjung ke desa wisata. Atraksi wisata yang disediakan berupa: Jalan-jalan (*trekking*), bersepeda (*cycling*), berselancar (*surfing*) wisata belajar (*class*), paket tour. Atraksi wisata, atau juga dikenal dengan istilah daya tarik wisata, di suatu

desa adalah seluruh kegiatan dalam kehidupan keseharian penduduk setempat beserta kondisi fisik lokasi desa yang memungkinkan wisatawan berpartisipasi aktif. Atraksi wisata sebaiknya menjual keaslian kondisi desa sehingga menjadi daya tarik sebuah desa wisata, serta memungkinkan wisatawan melakukan aktivitas-aktivitas yang menyatu dengan kehidupan keseharian masyarakat.

Atraksi wisata yang khusus mengeksplorasi potensi alam, seni dan budaya yang ditawarkan desa wisata antara lain:

1. Atraksi Alam

Atraksi alam meliputi atraksi yang menawarkan keindahan alam desa wisata dan sekitarnya. Beberapa atraksi alam yaitu: Jalan-jalan (*Trekking*), mengajak wisatawan menyusuri alam persawahan, melewati sungai, mendaki pegunungan, yang berakhir di tempat yang menarik seperti Pantai, Air terjun, atau Pegunungan. Di tengah perjalanan tersebut dijual beberapa jenis minuman seperti air kelapa muda yang dipetik langsung oleh penduduk setempat. Bersepeda (*Cycling*), yang menyediakan jalur bersepeda, jalur yang ditempuh dengan rest point atau jalur kedua dengan rest point pada daerah pegunungan atau Pantai.

2. Atraksi Air

Atraksi Air meliputi atraksi yang terkait dengan air yang dimiliki oleh desa wisata seperti: Berselancar (*Surfing*), bermain ski di balik gelombang air laut, memberikan pengalaman tersendiri bagi wisatawan yang gemar pada wisata tersebut. Wisata minat khusus lainnya seperti *Sailling* and *Fishing*, berpotensi untuk dikembangkan, akan tetapi tahap pengelolaan dilakukan secara bertahap. Rafting juga termasuk atraksi ini.

1. Atraksi belajar (class) mengajak wisatawan untuk mengetahui lebih dalam, dengan mempelajari secara singkat mengenai adat dan tradisi yang terdapat di desa wisata seperti ; *Cooking, Traditional Music and Dance, Ceramic Making, Rice* dan lainnya.
2. Atraksi Budaya, dimana wisatawan ikut dalam kegiatan budaya yang dilakukan oleh masyarakat asli seperti: membuat canang (*Make Offering*), Menanam padi *Rice Plantation*
3. Paket tour tersedia bagi wisatawan yang berkunjung, yaitu berupa Tour Desa, yang mengajak wisatawan berkeliling desa mengunjungi beberapa

objek kerajinan dan bangunan tradisional serta memahami aktivitas penduduk dalam kesehariannya. Paket tour tersedia bagi wisatawan yang berkunjung, yaitu berupa Tour Desa, yang mengajak wisatawan berkeliling desa mengunjungi beberapa objek kerajinan dan bangunan tradisional serta memahami aktivitas penduduk dalam kesehariannya. Paket tour yaitu paket tour untuk mengunjungi beberapa objek yang berada di sekitar desa wisata, seperti Pasar tradisional, Istana Raja, dan lainnya.

Disamping fasilitas yang sudah disampaikan diatas desa wisata juga perlu membuat fasilitas penunjang seperti pusat informasi, pusat ini merupakan tempat dimana wisatawan dapat membeli tiket masuk, memperoleh berbagai informasi, dan membeli beragam cinderamata yang diproduksi oleh penduduk desa. Dengan kata lain, visitor center adalah dimana wisatawan diterima saat datang dan dilepas saat akan meninggalkan desa. Dapat berfungsi sebagai TIC (*Tourist Information Center*), sebuah tempat yang menyediakan informasi tentang desa wisata untuk para pengunjung di desa wisata tersebut dengan tujuan : mempermudah wisatawan mendapatkan informasi tentang desa wisata, memberikan gambaran secara umum tentang desa wisata. Dalam pusat informasi biasanya terdapat fasilitas-fasilitas lain seperti : Ticket office (tempat pembelian paket-paket wisata dan produk-produk desa wisata lain yang ditawarkan), informasi paket wisata, informasi gambaran umum desa setempat berupa brosur atau papan informasi, peta wisata, informasi tentang potensi wisata yang terdapat di desa wisata.

BAB 5

HARGA JUAL PRODUK DESA WISATA

Desa wisata menjadi gerbang peluang bisnis yang baru bagi warga desa wisata. Peluang tersebut diikuti dengan bisnis lain seperti akomodasi, penjualan makanan, penjualan souvenir, penjualan paket tour, penyewaan sepeda, jasa binatu dan atraksi wisata lainnya. Semua peluang tersebut harus mampu menawarkan harga yang kompetitif sehingga mampu bersaing dengan produk lain.

HARGA JUAL PRODUK DESA WISATA

Desa wisata memiliki daya tarik pada pola tatanan ruang desa, arsitektur tata ruang desa, arsitektur tradisional rumah penduduk, hutan desa yang memiliki beragam jenis pohon bambu, adat istiadat masyarakat lokal, makanan dan minuman tradisional serta hasil kerajinan bambu khas desa tersebut. Pengembangan pariwisata di desa wisata tidak terlepas dari peran aktif masyarakat sekaligus sebagai usaha pemberdayaan masyarakat setempat untuk meningkatkan kesejahteraan. Desa wisata menjadi gerbang peluang bisnis jasa yang baru. Peluang tersebut diikuti dengan bisnis lain seperti akomodasi, penjualan makanan, penjualan souvenir, penjualan paket tour, penyewaan sepeda, jasa binatu dan atraksi wisata lainnya. Semua peluang tersebut harus mampu menawarkan harga yang kompetitif sehingga mampu bersaing dengan produk lain.

Manfaat Penentuan Harga Jual

Perkembangan desa wisata harus didukung oleh pengelolaan yang baik, termasuk pengelolaan keuangan. Pengelolaan keuangan menjadi penting karena akan menjadi acuan untuk perkembangan desa wisata. Sumber dana untuk pengembangan desa wisata berasal dari berbagai pihak diantaranya pemerintah (pusat/provinsi/kabupaten/kota), pihak ketiga (bantuan luar negeri, dana *Corporate Social Responsibility* - CSR perusahaan) dan dari masyarakat. Dana tersebut harus dapat dipertanggungjawabkan penggunaannya. Masalah timbul karena belum adanya standar pengelolaan keuangan dan penganggaran desa wisata. Selain itu juga minimnya pengetahuan akuntansi pengelola desa wisata akan menyulitkan penyusunan laporan keuangan desa wisata. Sebagai lembaga yang menjalankan bisnis pariwisata, desa wisata harus mendokumentasikan semua transaksi keuangan, membuat laporan keuangan atas hasil usahanya dan dana yang dipergunakan kepada pihak pemberi dana dan kepada masyarakat, dan mampu membuat perencanaan keuangan.

Desa wisata sebagai unit bisnis harus terus berbenah untuk mampu bersaing dengan usaha lain dengan menetapkan harga jual yang kompetitif dan mampu menghasilkan keuntungan. Harga jual merupakan salah satu faktor yang

mempengaruhi kemenangan persaingan bisnis. Penentuan harga jual produk menjadi sangat penting diperhatikan oleh desa wisata agar mampu bersaing dalam era globalisasi dan teknologi informasi.

Penentuan harga jual barang dan jasa merupakan suatu strategi kunci dalam berbagai perusahaan sebagai konsentrasi dari regulasi, persaingan global yang kian sengit, rendahnya pertumbuhan di banyak pasar, dan peluang bagi perusahaan untuk memantapkan posisinya di pasar. Harga mempengaruhi kinerja keuangan dan juga sangat mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek. Harga menjadi suatu ukuran tentang mutu produk apabila salah dalam menentukan harga jual akan membuat pembeli mengalami kesulitan dalam memilih produk – produk yang kompleks.

Desa wisata sebagai suatu organisasi yang ingin terus berkelanjutan membutuhkan strategi untuk menjual produknya. Salah satu strategi yang harus diambil adalah strategi penentuan harga jual produk wisata. Hal ini perlu dilakukan untuk mampu bersaing dengan produk-produk destinasi wisata lainnya. Desa wisata menyediakan beberapa produk wisata bagi wisatawan yang berkunjung. Desa wisata menawarkan akomodasi dan atraksi wisata, sedangkan atraksi wisata yang ditawarkan oleh desa wisata seperti: Jalan-jalan (*Tracking*), wisata belajar, bersepeda, yoga, *diving* dan snorkling. Paket tour yang mengajak wisatawan berkeliling desa mengunjungi beberapa objek kerajinan dan bangunan tradisional serta memahami aktivitas penduduk dalam kesehariannya. Paket tour yaitu paket tour yang mengunjungi beberapa objek yang berada di sekitar desa, seperti pasar tradisional, air terjun, tempat sembahyang dan ke hutan.

Kegiatan wisata belajar seperti kesenian yang ditawarkan kepada wisatawan yaitu mengajak wisatawan untuk mengetahui mempelajari secara singkat mengenai tarian dan tabuh. Kegiatan budaya yang ditawarkan wisata belajar yaitu mengajak wisatawan untuk mengetahui lebih dalam tentang budaya dan adat istiadat, dengan mempelajari secara singkat mengenai adat dan tradisi yang terdapat di desa wisata, seperti membuat sesajen (*Make Offering*), menanam padi (*Rice Plantation*) dan lainnya. *Cooking class* adalah salah satu kegiatan yang ditawarkan oleh desa wisata, yang mampu menarik wisatawan. Masakan yang diajarkan dalam *cooking class* ini adalah masakan tradisional, dimana wisatawan akan belajar memasak masakan Bali kemudian akan dinikmati oleh wisatawan.

Tersedia inap desa di rumah penduduk untuk satu atau dua malam yang sering disebut *homestay*, dimana wisatawan dapat berbaur dengan pemilik rumah untuk memasak, mempersiapkan makanan, bertani, dan lain sebagainya. Jenis pendapatan *homestay* meliputi pendapatan sewa kamar dan pendapatan makanan dan minuman berupa sarapan pagi. Sedangkan biaya yang dikeluarkan oleh *homestay* meliputi: biaya membersihkan kamar, biaya pemeliharaan, biaya untuk pembelian bahan sarapan, biaya laundry linen kamar, biaya listrik dan biaya tenaga kerja. Biasanya cara *homestay* menetapkan harga jual kamar adalah berdasarkan mencoba-coba sesuai pesaing, seluruh biaya ditambah keuntungan dan seluruh biaya yang dikeluarkan ditambah persentase laba.

Penentuan harga jual kamar *homestay* sebaiknya memperhatikan tiga elemen dari enam elemen yang terdapat dalam formula Hurbart untuk menghasilkan harga jual yang lebih kompetitif sehingga mampu bersaing untuk menarik wisatawan. Elemen yang sudah diterapkan oleh *homestay* desa wisata adalah : persentase laba bersih (*return*), pendapatan lain selain kamar dan biaya variabel tiap kamar, yang ditentukan oleh pemilik atas investasi, biaya bunga, estimasi biaya tetap, estimasi pendapatan lain selain kamar, dan estimasi biaya variabel tiap kamar. Sedangkan tarif pajak, biaya bunga, biaya tetap belum diterapkan dalam penetapan harga kamar *homestay*.

Homestay menetapkan harga jual kamar belum memperhitungkan persentase laba bersih, tarif pajak, biaya bunga dan biaya tetap. Hal ini menyebabkan harga kamar yang ditetapkan menjadi lebih rendah, dan keuntungan yang diperoleh *homestay* menjadi kurang akurat karena investasi yang dikeluarkan oleh pemilik tidak bisa dikembalikan. *Homestay* hanya memperhitungkan pendapatan lain selain kamar dan biaya variabel tiap kamar, hanya biaya oprasional saja yang mampu ditanggung dari pendapatan *homestay*.

Penentuan suatu harga adalah untuk mencapai target perusahaan, mendapatkan laba dari penjualan, meningkatkan serta mengembangkan produk, serta meluaskan target pemasaran. Penentuan harga kamar *homestay* akan berdampak pada pemasaran produk tersebut, karena mampu menawarkan harga yang lebih kompetitif. Tercapainya penghasilan atas investasi yang diinginkan oleh pengelola maupun pemilik *homestay*. Biasanya besar keuntungan dari suatu investasi telah ditetapkan persentasenya dan untuk mencapainya

diperlukan penetapan harga tertentu dari barang yang dihasilkannya. Kestabilan harga biasanya dilakukan untuk perusahaan yang kebetulan memegang kendali atas harga. Usaha pengendalian harga diarahkan terutama untuk mencegah terjadinya perang harga, khususnya bila menghadapi permintaan yang sedang menurun. Mempertahankan atau meningkatkan bagian dalam pasar, apabila perusahaan telah mendapatkan pangsa pasar yang luas, maka harus berusaha mempertahankan atau justru mengembangkannya. Untuk itu kebijakan dalam penentuan harga jangan sampai merugikan bisnis.

Manfaat lain adalah kesiapan dengan penentuan harga jual akan siap menghadapi persaingan, apabila perusahaan baru mencoba-coba memasuki pasar dengan tujuan mengetahui pada harga berapa mereka akan menetapkan penjualan. Ini artinya, perusahaan belum memiliki tujuan dalam menetapkan harga coba-coba tersebut. Disamping itu penetapan harga untuk memaksimalkan laba sehingga bisnis *homestay* dapat bertahan hidup, karena setiap bisnis menginginkan laba.

Penentuan Harga Jual Akomodasi Desa Wisata

Sumber pendapatan utama *homestay* adalah penjualan kamar, sehingga dalam penetapan harga jual harus memperhitungkan biaya yang dikeluarkan. Menurut formula Hubbart (Raymond S Schmidgall, 2002) ada delapan langkah yang harus dilalui dalam menetapkan harga kamar. Formula Hubbart, lazim disebut dengan pendekatan *bottom up approach*, merupakan pendekatan dalam menentukan harga jual kamar. Dalam penerapan formula Hubbart, faktor-faktor berikut ini dipertimbangkan: Persentase laba bersih (*return*) yang ditentukan oleh pemilik atas investasi yang ditanamkan pada akomodasi wisata, tarif pajak, biaya bunga, estimasi biaya tetap, estimasi pendapatan departemen lain selain kamar, estimasi biaya variabel untuk setiap kamar, tingkat hunian dan jumlah kamar.

Formula *Hubbart* akan nampak seperti berikut:

Laba Bersih	xx
Pajak	xx
Bunga Bank	<u>xx</u>
Laba sebelum Bunga dan Pajak	xx
Perkiraan Penyusutan	<u>xx</u>
Laba setelah Biaya Undistributed	xx
Biaya Undistributed	<u>xx</u>
Total Pendapatan Departemental	xx
Dikurangi Pendapatan Makanan	<u>xx</u>
Pendapatan Departemen kamar	xx
Biaya Kamar Langsung	<u>xx</u>
Pendapatan Kamar	xx
Hunian kamar	x
Rata-rata harga kamar	x

Desa wisata dapat menerapkan formula *Hubbart* dalam penentuan harga jual kamar. Sebagai ilustrasi berikut: Proyeksi biaya pembangunan kamar homestay dengan jumlah kamar 10 kamar. Aktiva Tetap yang dimiliki sebesar Rp 800.000.000. Pinjaman dana dari bank sebesar Rp 200.000.000, dengan bunga 12% setahun. Pemilik menentukan return 15% untuk dana yang diinvestasikan tersebut. Pajak penghasilan yang dibebankan sebesar 10%. Estimasi rerata hunian kamar tahunan 50%. Jadi secara rerata 5 kamar terhuni setiap malam.

Biaya-biaya tetap diestimasi sebagai berikut:

Depresiasi Rp 25.000.000,-

Undistributed Operating expenses:

Administrasi dan Umum Rp 6.000.000,-
Pemasaran Rp 12.000.000,-
Pemeliharaan Rp 60.000.000,-
Personalia (SDM) Rp 30.000.000,-
Energi (listrik) Rp 12.000.000,-

Estimasi penjualan makanan dan minuman Rp 80.000.000,-. Sebagai informasi tambahan, diperlukan Rp 10.000 biaya supplies untuk setiap kamar terhuni. Perhitungan harga jual rerata setiap kamar seperti di bawah ini:

Laba Bersih (800.000.000 x 15%)	120.000.000
Pajak (120.000.000/(1-0,1))	133.333.333
Bunga Bank (12% x 200.000.000)	<u>24.000.000</u>
Laba sebelum Bunga dan Pajak	277.333.333
Perkiraan Penyusutan	<u>25.000.000</u>
Laba setelah Biaya Undistributed	302.333.333
Biaya Undistributed	<u>120.000.000</u>
Total Pendapatan Departemental	422.333.333
Dikurangi Pendapatan Makanan	<u>(80.000.000)</u>
Pendapatan Departemen Kamar	342.333.333
Biaya Kamar Langsung 1.825 x 10.000	<u>18.250.000</u>
Pendapatan Kamar	360.583.333
Hunian Kamar	1.825
Rata-rata harga kamar	197.579

Berdasarkan perhitungan formula Hubbart maka rata-rata harga kamar yang harus dijual sebesar Rp. 197.579 kalau dibulatkan harga jual kamar ditetapkan sebesar Rp. 200.000,-. Hasil kalkulasi rerata harga kamar dengan pendekatan bottom-up yang lazim disebut dengan pendekatan formula Hubbart merupakan target harga kamar. Dikatakan sebagai target harga kamar karena dalam kenyataannya beberapa faktor penting harus dipertimbangkan untuk penetapan harga kamar.

Harga Jual Produk Makanan

Menentukan harga jual makanan dan minuman yang dijual oleh desa wisata dapat dilakukan dengan pendekatan mark-up pricing. Metode ini menetapkan harga produk dengan memperhitungkan semua biaya bahan serta tingkat laba yang diharapkan. Metode yang berbasis biaya lebih mengutamakan aspek penawaran daripada aspek permintaan. Dalam standard mark-up harga, (penentuan harga standard mark-up) maka penetapan harga produk ditentukan

dengan jalan menambahkan persentase tertentu dari biaya yang terjadi. Dalam metode ini, persentase yang ditambahkan cukup bervariasi, dan biasanya dalam satu wilayah yang sama akan memiliki persentase harga pokok yang sama.. Misal persentase harga pokok penjualan (*cost of sale percentage*) ditentukan sebesar 50%. Misal untuk membuat satu porsi Nasi goreng dibutuhkan biaya bahan sebesar 10.000, apabila *Food cost percentage* yang diinginkan sebesar 50% maka harga jual satu porsi Nasi goreng sebesar $10.000 \times 100/50 = \text{Rp. } 20.000$.

Penentuan Harga Jual Atraksi Wisata

Penentuan harga jual atraksi wisata dapat menggunakan *fixed fee pricing*, pada metode ini pembuat atau produsen akan mendapatkan ganti rugi sejumlah dana yang dikeluarkan, dan mendapat sejumlah fee tertentu seperti yang sudah disepakati, jadi besar fee tidak dipengaruhi nilai harga barang. Misalkan pihak desa wisata mendapat fee untuk atraksi sepeda sebesar Rp, 25.000 per orang.

Faktor Lain dalam Penentuan Harga Jual Desa Wisata

Faktor lain yang juga perlu diperhatikan dalam penetapan harga jual produk desa wisata adalah:

1. Tingkat Persaingan

Bila persaingan relatif ketat, *homestay* yang baru mulai beroperasi secara komersial perlu melakukan penyesuaian atas harga kamarnya. Misalnya, ketika baru mulai beroperasi *homestay* pesaing yang sejenis menawarkan harga kamar hunian tunggal Rp.150.000 per malam. Dalam kondisi ini akan lebih arif bila manajemen mempertimbangkan harga yang ditawarkan oleh pesaing tersebut. Hotel dapat menawarkan harga kamar hunian tunggal sama dengan pesaing, bahkan kalau bisa lebih rendah daripada harga pesaing.

2. Kondisi Ekonomi Makro

Bila saat desa wisata dibuka kondisi ekonomi makro sedang mengalami kemunduran maka target rerata harga produk wisata harus disesuaikan. Bila ekonomi mengalami kemunduran, berarti daya beli masyarakat yang menjadi pasar sasaran desa wisata akan menurun. Agar dapat bertahan pada kondisi

ini maka harga yang ditawarkan harus disesuaikan dengan daya beli calon pelanggan, atau bisa saja memberikan potongan harga.

3. Struktur Harga

Penentuan harga harus disesuaikan dengan struktur harga yang ditetapkan oleh pengelola desa wisata. *Homestay* memiliki struktur harga yang berbeda-beda untuk setiap segmen pelanggan. Harga penawaran untuk keluarga atau rombongan tentu berbeda dengan harga yang ditawarkan kepada biro perjalanan.

4. Pendekatan *Rules of Thumb*

Pendekatan *rules of thumb* merupakan pendekatan yang menerapkan arus dana investasi dengan harga kamar. Rasio yang diterapkan yang merupakan *rules of thumb* adalah dana investasi pada *homestay* dibebankan pada harga kamar. Pendekatan *rules of thumb* mengabaikan variabel-variabel penting seperti tingkat persaingan, kondisi ekonomi, dan *Return on Investment* yang diinginkan oleh pemilik.

BAB 6

PEMASARAN PRODUK DESA WISATA

Bagaimanapun baiknya suatu produk apabila tidak dikenal oleh konsumen maka tidak akan terjual. Pemasaran produk sangat penting, karena pemasaran merupakan berbagai kegiatan desa wisata untuk mengkomunikasikan produknya pada pasar melalui hubungan langsung dengan konsumennya, pemasaran dapat dengan media digital maupun media masa. Meluasnya digital marketing juga membuka peluang bagi desa wisata untuk memperluas jangkauan pemasaran produknya. Semakin banyak orang yang membuka jasa digital marketing dan semakin banyak para ahli pemasaran pula yang mengembangkan modul digital marketing, sehingga dapat bermanfaat untuk para pebisnis dalam mengembangkan digital marketing yang mereka perlukan.

PEMASARAN PRODUK DESA WISATA

Memasarkan produk desa wisata tidak semudah memasarkan produk barang atau jasa lainnya, karena karakteristik produk desa wisata memiliki multi stakeholder yang menyebabkan fungsi pemasaran menjadi kompleks.

Pemasaran

Promosi (*promotion*) adalah usaha atau upaya untuk memajukan atau meningkatkan; misalnya untuk meningkatkan perdagangan atau memajukan bidang usaha . Promosi berasal dari kata *promote* dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan. Pengertian tersebut jika dihubungkan dengan bidang penjualan berarti sebagai alat untuk meningkatkan omzet penjualan. Tujuan Promosi pada umumnya merupakan kegiatan dunia usaha yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan atau produktivitas dan pendapatan perusahaan. Tujuan kegiatan promosi adalah memberitahukan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk.

Perencanaan Pemasaran

Merencanakan pemasaran produk desa wisata sangat penting dilakukan agar tercapai tujuan dari organisasi desa wisata untuk keuntungan dan memberikan arah operasional desa wisata. Produk Desa wisata merupakan kombinasi antara produk barang dan aktivitas jasa yang berbeda-beda. Patut dipahami juga bahwa industri pariwisata memiliki berbagai resiko ketidakpastian dan sangat dipengaruhi oleh banyak hal seperti, keamanan, ekonomi global, pandemi dunia dan negara serta suasana plotil global.

Perencanaan pemasaran memiliki beberapa manfaat seperti disampaikan oleh Cooper, et al (dalam Pitana, Diarta. 2009), manfaat tersebut meliputi:

- a. Menyajikan arah yang jelas dari kegiatan pemasaran berdasarkan pendekatan perencanaan dan kegiatan yang sistimatis serta tertulis. Sistem pemasaran memungkinkan penetapan mis dan tujuan yang jelas dan tertulis yang akan dijalankan oleh manajemen desa wisata dan anggota warga desa wisata. Hal ini dapat juga menumbuhkan rasa keyakinan manajemn desa wisata bahwa setiap usaha dan kegiatan yang dilakukan dalam rangka pencapaian tujuan bisnis desa wisata.

- b. Mengkoordinasikan segala sumber daya yang dimiliki organisasi desa wisata. Tugas dan tanggungjawab dapat ditetapkan dengan memberikan arah dan tujuan yang jelas kepada organisasi. Perencanaan sebagai master guide dan harus menciptakan keterikatan serta mampu meyakinkan setiap orang merasa menjadi bagian dan dapat menyumbangkan kontribusi yang positif.
- c. Menetapkan target yang pencapaiannya dapat diukur. Menetapkan target dengan volume atau pendapatan yang menyediakan fokus bagi performance individual dan organisasi. Target , sekali ditetapkan berfungsi sebagai benchmark, sebagai acuan yang akan dimonitoring pencapaiannya.
- d. Meminimal resiko melalui analisis lingkungan internal dan eksternal. Prosedur perencanaan memungkinkan manajer untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan.
- e. Memilih dan memilah cara pencapaian target dan tujuan dalam beragam segmen pasar. Hal ini memungkinkan beragam strategi bauran pemasaran untuk dinilai terlebih dahulu sebelum diterapkan.
- f. Menyediakan rekam jejak mengenai kebijakan dan perencanaan pemasaran. Hal ini memungkinkan manajer mengecek dan megevaluasi efektivitas program sebelumnya. Hal ini juga menyediakan keberlanjutan dan sumber referensi bagi organisasi.
- g. Memungkinkan organisasi berjalan dalam rencana jangka panjangnya sehingga rencana rencana organisasi selalu berada pada posisi terbaik untuk mencapai tujuan masa depan. Hal ini memungkinkan manajemen untuk membangun keberlanjutan ccara berpikir dan tindakan dari tahun ke tahun.

Agar pemasaran dapat dilaksnakan secara efektif dan efisien dan tepat sasaran langsung ke konsumen, maka perlu dilakukan langkah perencanaan pemasaran sebagai berikut:

1. Menentukan Kebutuhan dan Keinginan Konsumen

Sebelum pemasaran itu dimulai, wajib memtakan terkait kebutuhan dan keinginan konsumen. Cara yang dapat dilakukan melalui riset, mencari tahu produk apa yang jadi kebutuhan serta keinginan calon pelanggan dan belum terpenuhi. Dengan mengetahui kebutuhan konsumen, maka dapat menemukan segmen pasar dan karakteristik yang akan dituju. Tak hanya itu, riset juga

menemukan ada atau tidaknya kompetitor yang berpotensi jadi pesaing berat. Riset yang dilakukan adalah dengan mengenal lebih dekat tentang karakter calon konsumen. Hubungan baik yang coba terjalin akan membuka jalan untuk mencari tahu apa saja yang jadi kebutuhannya. Dan lakukan hal yang sama pada calon konsumen lain. Calon konsumen punya keinginan dan kebutuhan berbeda-beda. Supaya lebih fokus, bisa mengarahkan pada satu koridor tertentu, semisal produk makanan, atau atraksi wisata, atau hal lain. Intinya, kehadiran produk desa wisata adalah solusi atas kebutuhan yang tak terpenuhi itu. Tapi yang perlu diingat adalah tempat tinggal calon konsumen punya peran penting dalam menentukan strategi selanjutnya. Konsumen yang tinggal di pusat kota punya kebiasaan berbeda dibandingkan pelanggan di pinggiran kota. Biasanya, konsumen di pusat kota lebih konsumtif, terlebih banyaknya pusat perbelanjaan dan outlet-outlet yang tak terhitung jumlahnya. Kemampuan analisis kalian sangat diperlukan di poin ini, sebelum menguji produk dan meneruskannya di tangan konsumen.

2. Memilih Sasaran Pasar

Sejalan dengan hasil riset dan analisis yang dapat dilakukan dalam tahap menentukan pelanggan sampai pada tahap memilih sasaran pasar (target market). Sasaran pasar yang dituju yaitu sekelompok konsumen yang jadi sasaran khusus usaha pemasaran. Adapun cara memilih target market, dapat menggunakan analisis berdasar geografis, demografis, dan psikografis. Kebijakan yang dilakukan terkait hal ini nantinya dapat membantu memilih sasaran pasar. Segmentasi atas dasar geografis adalah pengelompokan pelanggan berdasar unit geografis seperti negara, provinsi, dan daerah tertentu. Sedangkan atas dasar demografis yaitu metode pengelompokan konsumen berdasar umur, pendidikan, pendapatan, jenis kelamin, dan lainnya. Sementara itu, segmentasi atas dasar psikografis merupakan pengelompokan konsumen berdasar kelas sosial, gaya hidup, kepribadian, dan motif pembelian. Nah, tahapan perencanaan strategi pemasaran yang akan dilakukan adalah memilih sasaran pasar, di antaranya adalah pasar individual (*individual market*), pasar khusus (*niche market*), dan pasar segmentasi (*segmentation market*). Pasar individual adalah jenis pasar yang bisa diterapkan berdasar pesanan. Jadi produk yang akan dipasarkan sesuai keinginan konsumen dan Desa wisata dapat juga membuat jenis produk Desa

wisata baru sesuai keinginan konsumen. Pasar khusus yaitu jenis pasar yang dapat dipilih untuk menawarkan satu produk atau jasa desa wisata tertentu dan pada konsumen tertentu pula. Misalnya memasarkan peralatan camping, maka hanya konsumen yang suka kegiatan alam bebas saja yang akan membelinya.

Pasar segmentasi merupakan jenis pasar yang terdiri dari suatu kelompok pelanggan dengan kebutuhan tertentu, karakteristik tertentu, ataupun perilaku yang berbeda dalam pasar tertentu. Di antara ketiganya, individual market dan niche market lebih cocok untuk usaha kecil dan baru.

3. Menempatkan Strategi Pemasaran dalam Persaingan

Langkah selanjutnya dalam tahapan perencanaan strategi pemasaran adalah kalian harus mengetahui dulu ada atau tidaknya persaingan di lingkungan yang hendak kalian sasar dan bagaimana menyikapinya.

Keberadaan kompetitor bukan tak mungkin menghambat produk kalian laku di pasaran. Maka dalam strategi pemasaran kalian harus mengamati pesaing dan mempelajarinya. Apa saja keunggulan dan kelemahannya, dan bandingkan dengan produk kalian.

Kelemahan kompetitor merupakan celah bagi produk kalian untuk menawarkan keunggulannya. Semisal produk kompetitor tidak dikemas rapi, kalian bisa menawarkan produk yang punya kemasan rapi dengan harga yang sama. Dan agar kalian memenuhi permintaan pasar, kalian harus fokus pada strategi; orientasi pelanggan (*customer orientation*), kualitas produk (*quality*), kenyamanan pelanggan (*convenience*), inovasi produk dan layanan (*innovation*), dan kecepatan (*speed*).

4. Memilih Strategi Pemasaran

Sebagai acuan dari kinerja untuk mengenalkan produk kalian pada konsumen, maka pengujian dan penelitian menjadi tolok ukur sukses tidaknya kalian memilih strategi pemasaran. Dalam tahapan perencanaan strategi pemasaran, kalian bisa buat prakiraan ke dalam bauran pemasaran.

Bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu seluruh kegiatan terbaik sebagai strategi pemasaran kalian supaya memenuhi kebutuhan target pasar yang terdiri dari empat elemen dasar atau 4P. Apa saja?

Product (Customer Solution)

Output dari bisnis kalian adalah barang atau jasa yang kalian tawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dari sudut pandang konsumen, produk tersebut adalah solusi atas permasalahan kebutuhan yang bisa kalian bantu mewujudkannya.

Price (Customer Cost)

Harga yang kalian tentukan dalam memasarkan produk, merupakan besar pengorbanan konsumen mengeluarkan biayanya untuk mendapat apa yang jadi kebutuhannya. Bagi kalian sebagai pelaku usaha, harga juga menjamin keberlangsungan bisnis lewat laba yang kalian peroleh.

Promotion (Communication)

Pada hakikatnya promo adalah metode komunikasi yang kalian pakai dalam mengenalkan produk pada konsumen dalam sebuah target pasar. Promosi kalian jika dilakukan dengan benar maka akan menciptakan citra produk atau brand image pada konsumen.

Ada banyak metode promosi, seperti memasang iklan di baliho dan media massa, personal selling, public relation, word of mouth, atau online marketing. Promosi, bagi konsumen merupakan insentif atau motivasi agar tertarik untuk membeli produk yang kalian lakukan. Pasalnya, konsumen selalu tergoda dengan adanya diskon produk atau promo dengan harga yang pasti lebih miring dari yang seharusnya.

Place (Convenience)

Bagi kalian, pemilihan tempat adalah untuk melancarkan pemasaran yang strategis. Tapi bagi konsumen, tempat yang kalian sediakan adalah upaya untuk mencari kenyamanan.

Digital Marketing

Meluasnya digital marketing juga membuka peluang kerja baru bagi masyarakat. Semakin banyak orang yang membuka jasa digital marketing dan semakin banyak para ahli pemasaran pula yang mengembangkan modul

digital marketing, sehingga dapat bermanfaat untuk para pebisnis dalam mengembangkan digital marketing yang mereka perlukan. Layaknya strategi bisnis yang lain, digital marketing juga memiliki tantangan yang harus dihadapi oleh para penggunanya. Salah satu tantangan utamanya adalah ruang lingkup dan skala digital marketing itu sendiri. Maksudnya, jika berminat untuk menerapkan digital marketing, maka rekan pembaca harus memikirkan rencana dan teknik digital marketing seperti apa yang akan digunakan, menentukan jumlah kegiatan digital marketing yang akan dikelola, menentukan konten yang dinamis, menarik, terprogram, dan lain sebagainya.

Meskipun digital marketing juga memiliki tantangan yang cukup berat, namun banyak pengusaha dan pebisnis yang sepakat bahwa digital marketing sangat penting bagi pertumbuhan bisnis dan perusahaan mereka. Ada beberapa kelebihan pemasaran digital atau digital marketing yang membuatnya menjadi sangat penting untuk diterapkan.

Strategi yang menjelaskan bahwa dengan menggunakan analisis SWOT dapat diperoleh strategi pemasaran berupa peningkatan promosi, meningkatkan kerjasama dengan banyak travel agent, menjaga kualitas produk makanan dan minuman, menjaga kualitas pelayanan yang baik, menjaga hubungan baik dengan restoran lain dan menambah variasi makanan dan minuman yang disediakan. Persamaan penelitian ini dengan yang sebelumnya terletak pada fokus penelitian, sedangkan perbedaannya pada lokasi penelitian.

Bauran Pemasaran

Strategi pemasaran menjadi sebuah upaya untuk melayani kebutuhan pasar yang menjadi target. Menurut Kotler dan Amstrong (1997), strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan oleh unit bisnis untuk mencapai tujuan pemasarannya. Berdasarkan konsep tersebut, yang dimaksudkan strategi pemasaran dalam penelitian ini adalah upaya yang dilakukan oleh pengelola pariwisata untuk mencapai target wisatawan yang berkunjung ke desa wisata. Dalam melakukan pemasaran desa wisata harus diperhatikan dua hal pokok yaitu produk dan harga.

Produk adalah penawaran nyata perusahaan pada pasarnya, mereknya dan penyajiannya. Dalam hal ini, produk mencakup mutu, rancangan, ukuran,

pelayanan, garansi dan pembelian. Harga yaitu jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu, dimana harga harus disesuaikan dengan pandangan pelanggan tentang nilainya, supaya pembeli tidak beralih ke pesaingnya. Harga mencakup harga dasar, potongan harga, keuntungan, jangka waktu. Lokasi tempat poduk adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produknya terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Tempat meliputi saluran, cakupan, lokasi, inventaris dan transportasi.

Berdasarkan konsep tersebut, maka pemasaran pariwisata dalam hal ini untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan wisatawan sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada wisatawan. Hal ini menjadi sangat penting karena produk pariwisata berbeda dengan produk barang lainnya dan memiliki ciri khas tersendiri. Promosi merupakan kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan produknya pada pasar sasaran. Yang termasuk dalam promosi yaitu iklan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung.

BAB 7

SUMBER DAYA MANUSIA DESA WISATA

Meningkatkan kualitas layanan desa wisata dibutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas, kuantitas sumberdaya manusia sebagai pelaku dalam bidang di desa wisata semestinya ditingkatkan melalui jenjang pendidikan yang bersifat formal maupun non formal. Sehubungan dengan hal tersebut, maka sistem dan mekanisme pendidikan dan latihan (diklat) perlu di desain secara baik, sehingga dapat menjawab tantangan kebutuhan sumber daya manusia desa wisata yang kompeten.

SUMBER DAYA MANUSIA DESA WISATA

Pembangunan dan program pengembangan pariwisata mempunyai peran yang sangat penting dalam strategi pembangunan ekonomi di suatu Negara atau daerah. Hal ini disebabkan sumbangan sektor pariwisata dalam pembangunan ekonomi nasional. Dimana hal yang paling penting adalah mengenai sumbangan pada neraca pembayaran, pendapatan nasional (*Gross Domestic Product*), penciptaan lapangan kerja dan sektor-sektor ikutan lainnya dari sektor pariwisata. Untuk itu, program pembangunan pariwisata dapat diprioritaskan sebagai bagian terpenting dari strategi pembangunan ekonomi jangka panjang, menengah dan jangka pendek dari pemerintah pusat dan pemerintah daerah.

Sumber Daya Manusia Pariwisata

Konsep pembangunan kepariwisataan membangun pariwisata tidak lepas dari upaya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah seperti retribusi karcis masuk objek wisata, retribusi penjualan, parkir dan retribusi perijinan usaha serta pajak hiburan, hotel dan restoran. Sedangkan perluasan kesempatan berusaha misalnya penambahan hotel, restoran, kafe, usaha dibidang hiburan, perusahaan travel, produsen dan penjual barang souvenir, Pedagang kaki lima (PKL) dan lain sebagainya. Dengan berkembangnya usaha ekonomi kepariwisataan tersebut maka akan membuka peluang kesempatan kerja yang pada akhirnya dapat memberikan peningkatan pendapatan masyarakat.

Hal tersebut di atas dapat tercipta dengan baik bergantung pada upaya dan kerjasama yang dilakukan pemerintah bersama pihak stakeholders di bidang kepariwisataan. Untuk itu, perlu ditetapkan kebijakan-kebijakan yang bertujuan untuk mendorong pengembangan kegiatan pariwisata. Kebijakan-kebijakan tersebut harus mengakomodir prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan yang meliputi kesejahteraan lokal, penciptaan lapangan kerja, konservasi sumber daya alam, pemeliharaan dan peningkatan kualitas hidup, dan *equity inter* dan antar generasi dalam distribusi kesejahteraan.

Pengembangan kawasan wisata di Indonesia muncul sebagai industri baru yang diharapkan dapat mendongkrak pendapatan nasional maupun

daerah, sehingga pemerintah berupaya keras untuk mengembangkan sektor ini dalam rangka untuk mensejahterakan rakyat. Oleh karena itu pengelolaan, pengembangan, dan pembiayaan kawasan wisata memerlukan daya dukung dari banyak *stakeholder* (*public, private, dan society*) sehingga prosesnya bisa berjalan dengan lancar. Namun demikian keberhasilan pengembangan kawasan ini juga sangat dipengaruhi oleh kondisi stabilitas keamanan dan politik, daya dukung sumberdaya manusia yang memiliki keahlian yang sesuai baik segi kualitas maupun kuantitasnya, adanya anggaran yang digunakan untuk mengembangkan sarana dan prasarana kawasan wisata, kebijakan hukum yang memberikan kemudahan, keamanan, transparansi dan kenyamanan bagi para investor maupun wisatawan dalam menanamkan modal dan menikmati kawasan wisata, serta sosialisasi dan promosi atas pengembangan dan pemanfaatan kawasan wisata.

Percepatan pemulihan stabilitas politik dan keamanan dalam negeri sehingga diharapkan dapat menghapus stigma keberadaan teroris di Indonesia. Hal ini akan berpengaruh terhadap menguatnya tingkat kepercayaan kepariwisataan di Indonesia. Dengan demikian diharapkan akan meningkatkan daya tarik bagi para wisatawan maupun para investor lokal maupun mancanegara untuk berkunjung atau menanamkan modalnya dalam sektor pariwisata di Indonesia.

Sektor pariwisata merupakan sektor tersier dimana preferensi wisatawan sangat ditentukan oleh tingkat kenyamanan, maka dukungan sarana dan prasarana untuk meningkatkan aksesibilitas ke lokasi obyek wisata mutlak dibutuhkan. Pengembangan jaringan transportasi nasional, wilayah, dan lokal untuk mendukung pengembangan pariwisata terutama terkait dengan arahan pengembangan jaringan transportasi darat, laut, dan udara, termasuk juga arahan pengembangan alokasi bandara dan pelabuhan.

Meningkatkan kualitas dan kuantitas sumberdaya manusia sebagai pelaku kebijakan dalam bidang kepariwisataan melalui jenjang pendidikan yang bersifat formal maupun non formal. Sehubungan dengan hal tersebut, maka sistem dan mekanisme pendidikan dan latihan (diklat) perlu di desain secara baik, sehingga dapat menjawab tantangan kebutuhan di masa yang akan datang, khususnya tuntutan menciptakan aparatur yang memiliki keunggulan kompetitif, bersih dan berwibawa, handal serta efektif dan efisien.

Mengembangkan kemitraan dengan lembaga pendanaan (bank maupun non-bank) baik lembaga pemerintah maupun swasta untuk menciptakan investasi baru dalam rangka mengembangkan daerah tujuan wisata. Untuk mencapai keberhasilan pengembangan kegiatan pariwisata, harus dilakukan secara koordinatif dan terpadu antar semua pihak yang terkait sehingga terwujud keterpaduan lintas sektoral dan menghindari terjadinya konflik antar sektor. Peningkatan keterkaitan fungsi pengembangan kegiatan pariwisata yang baik dengan sektor lainnya untuk memberikan nilai efisiensi yang tinggi dan percepatan pertumbuhan ekonomi wilayah. Pengembangan pariwisata harus dikaitkan dengan pengembangan ekonomi nasional, wilayah dan lokal. Pada tingkat nasional sektor pariwisata harus berperan sebagai prime mover dan secara interaktif terkait dengan pengembangan sektor-sektor lainnya. Pengembangan pariwisata harus diupayakan dapat melibatkan seluruh stakeholder. Dalam konteks ini peran masyarakat terlibat dimulai sektor hulu (memberikan kegiatan produksi yang ekstraktif) sampai dengan kegiatan hilir (kegiatan produksi jasa). Peningkatan peran serta masyarakat dalam pengembangan pariwisata dan pelaksanaan pembangunan. Dalam menyelenggarakan kegiatan pariwisata harus melibatkan masyarakat setempat, sehingga manfaatnya dapat dirasakan langsung oleh masyarakat.

Melaksanakan program-program promosi yang efektif secara berkesinambungan, untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisata baik wisatawan manca Negara maupun wisatawan nusantara. Pengembangan Desa Wisata membutuhkan pengelolaan yang baik, dimana dalam pengelolaannya melibatkan sumber daya manusia yang kompeten. Sumber daya manusia yang mengelola desa wisata sangat terbatas, sehingga dibutuhkan perancangan dan pengembangan sumber daya manusia yang baik. Karena pengelolaan yang baik sangat membantu keberadaan desa wisata.

Sumber Daya Manusia Desa Wisata

Salah satu permasalahan dalam pembangunan desa wisata adalah aspek kualitas sumber daya manusia. Yang dimaksud dengan sumber daya manusia dalam konteks desa wisata adalah potensi yang dimiliki oleh individu-individu sebagai modal insani yang dapat dikembangkan untuk suatu proses produksi

sehingga menunjukkan ukuran produktifitas tertentu.

Beberapa persoalan dalam aspek sumber daya manusia desa wisata yang berhasil diperoleh dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan dan peningkatan Sumber daya manusia sangat tergantung pada sosialisasi dan pelatihan dengan fasilitas yang minim dan jumlah petugas yang terbatas berbanding wilayah desa wisata yang mesti ditangani.
2. Kurangnya pengembangan pemahaman dan manajemen pengetahuan dalam pariwisata, termasuk perkembangan teknologi, karena lebih mengandalkan pengetahuan secara turun temurun
3. Produktivitas belum optimal karena penguasaan bahasa Inggris dan teknologi yang kurang dan lemahnya keterampilan.
4. Kurangnya kreatifitas dan inovasi dalam menciptakan atraksi wisata baru yang menarik wisatawan.
5. Intensitas pendidikan dan pelatihan secara kontinyu terhadap sumber daya manusia sangat diperlukan agar kualitas layanan menjadi lebih baik.

Sumber daya manusia memiliki peran penting dalam mencapai keberhasilan, karena fasilitas yang canggih dan lengkap belum merupakan jaminan akan berhasilnya suatu organisasi tanpa diimbangi oleh kualitas sumber daya manusia yang akan memanfaatkan fasilitas tersebut.

Hal ini sejalan dengan kebijakan Kementrian Pariwisata Republik Indonesia dalam memprioritaskan pengembangan industri di masa yang akan datang adalah industri pariwisata yang berbasis masyarakat, karena memiliki karakteristik industri berkelanjutan dan lebih mengandalkan pada sumber daya manusia berpengetahuan dan terampil, sumber daya alam yang terbarukan serta penguasaan teknologi.

Berdasarkan berbagai persoalan sumber daya manusia desa wisata, peran pemangku kepentingan (*stakeholder*) sangat penting dalam mendorong pengembangan sumber daya manusia terutama sebagai bagian yang tidak terpisahkan antara satu dengan yang lainnya. Sebagai sektor unggulan, pariwisata sangat ditunjang oleh kemampuan dan keterampilan para pelakunya dari berbagai sub sistem dalam menjalankan perannya masing-masing, termasuk komitmen untuk secara bersama- sama mengembangkan seluruh sub-sistem pariwisata.

Seluruh komponen sub-sistem pariwisata yang meliputi organisasi, manajemen, mekanisme, sistem dan prosedur dari sub-sistem produksi, penanganan pasca panen sampai pemasaran dan distribusi, harus mampu mengemban misinya dan tidak hanya dalam menjalankan fungsinya secara partial, tetapi juga harmonisasi dalam pengembangan pariwisata secara menyeluruh.

Berdasarkan data yang terbangun, dapat dipahami peta masalah yang melingkupi persoalan pengembangan sumber daya manusia. Mulai dari masalah kemampuan dan kualitas sumber daya manusia yang ada saat ini, pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, pendidikan dan keterampilan sampai keterlibatan multi pihak yang berperan didalamnya. Kebijakan yang diputuskan pemerintah untuk terlibat dalam perdangan bebas setingkat ASEAN, menjadi tantangan dan sekaligus ancaman bagi sumber daya manusia desa wisata.

Jika tindakan dan dukungan para pihak dalam mengembangkan sumber daya manusia para pelaku pariwisata, terutama petani, pedagang pegumpul, pengelola koperasi dan perusahaan wisata lokal tidak ditangani dengan baik, maka akan menjadi persoalan serius dikemudian hari. Masuknya tenaga asing dengan pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik boleh jadi menyebabkan keterpinggiran pelaku pariwisata kita sendiri, karena kalah dalam persaingan.

Peningkatan mutu sumber daya manusia yang strategis terhadap keterampilan, motivasi, pengembangan dan manajemen pengorganisasian merupakan syarat utama dalam era globalisasi untuk mampu bersaing dan mandiri. Setelah model konseptual diperoleh, maka tahap berikutnya adalah melakukan perbandingan antara model konseptual (*human activity system*) dengan dunia nyata yang menghasilkan rekomendasi tentang apa yang sebaiknya dipertahankan, ditingkatkan atau dibuat yang baru. Rekomendasi yang diberikan dalam proses ini meliputi tujuh hal, yaitu pelatihan pengembangan diri dan keterampilan, pengembangan kelembagaan, studi banding sebagai media pembelajaran langsung, pameran pariwisata, sosialisai, tenaga pendamping dan penelitian berkesinambungan.

Terbentuknya kebijakan pemerintah dan terbangunnya pengetahuan yang baik secara bersama-sama bagi seluruh elemen yang terlibat untuk memiliki rasa tanggung jawab dalam merencanakan, mengendalikan dan memperbaiki pengembangan kapasitas sumber daya manusia desa wisata secara berkelanjutan.

Kendala yang dihadapi adalah: Program pengembangan sumber daya manusia masih sangat sedikit dan terbatas jangkauannya, Transfer pengetahuan pariwisata serta pelayanan terhadap wisatawan hanya berdasarkan pengalaman saja. Sistem melakukan kegiatan pengembangan sumber daya manusia desa wisata dengan cara penerapan berbagai program secara efektif dan tepat sasaran dengan keterlibatan berbagai pihak untuk dapat meningkatkan kapasitas sumber daya manusia secara berkelanjutan dalam menghadapi perdagangan bebas.

Pengembangan Sumber Daya Manusia

Langkah-langkah yang dapat dilakukan oleh stakeholder di desa wisata untuk mengembangkan sumber daya manusia yang berkelanjutan adalah memperbanyak fasilitas dan sarana pengembangan diri dan keterampilan, mengusahakan agar menyentuh masyarakat yang lebih jauh ke pedesaan dan dapat menjalin kerjasama yang baik dengan perguruan tinggi, lembaga swadaya masyarakat maupun komunitas lainnya.

Bentuk pengembangan sumber daya manusia yang sesuai dengan karakteristik masyarakat desa wisata dengan pengembangan secara informal. Pengembangan secara informal yaitu masyarakat atas keinginan dan usaha sendiri melatih dan mengembangkan dirinya dengan mempelajari buku-buku literatur yang ada hubungannya dengan pekerjaan atau jabatannya. Pengembangan secara informal menunjukkan bahwa sumber daya manusia tersebut berkeinginan keras untuk maju dengan cara meningkatkan kemampuan kerjanya. Hal ini bermanfaat bagi perusahaan karena produktivitas kerja karyawan semakin besar, di samping efisiensi dan produktivitasnya juga semakin baik.

Program pengembangan sumber daya manusia hendaknya disusun secara cermat dan didasarkan kepada metode-metode ilmiah serta berpedoman kepada keterampilan yang dibutuhkan perusahaan saat ini maupun untuk masa depan. Pengembangan harus bertujuan untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan supaya produktivitas kerjanya baik dan mencapai hasil yang optimal. Setiap organisasi apapun bentuknya senantiasa akan berupaya dapat tercapainya tujuan organisasi yang bersangkutan dengan efektif dan efisien. Efisiensi maupun efektivitas organisasi sangat tergantung pada baik buruknya pengembangan sumber daya manusia atau anggota organisasi

itu sendiri. Ini berarti bahwa sumber daya manusia yang ada dalam organisasi tersebut secara proporsional harus diberikan latihan dan pendidikan yang sebaik-baiknya, bahkan harus sesempurna mungkin. Pengembangan pada sumber daya manusia perlu disadari bahwa baik latihan (*training*) maupun pengembangan (*development*) keduanya menekan peningkatan keterampilan ataupun kemampuan dalam human relations.

Berdasarkan uraian di atas jelas, bahwa tujuan organisasi atau perusahaan akan dapat tercapai dengan baik apabila sumber daya manusia dapat menjalankan tugasnya dengan efektif dan efisien. Sehingga untuk itu usaha pengembangan sumber daya manusia dalam organisasi/perusahaan yang bersangkutan sangatlah diperlukan. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan, bahwa tujuan pengembangan sumber daya manusia termaksud adalah untuk memperbaiki efektivitas dan efisiensi kerja mereka dalam melaksanakan dan mencapai sasaran program-program kerja yang telah ditetapkan. Perbaikan efektivitas dan efisiensi karyawan dapat dicapai dengan meningkatkan: pengetahuan, keterampilan dan sikap karyawan terhadap tugas-tugasnya. Pengembangan karyawan akan memberikan manfaat yang lebih baik bagi masyarakat konsumen karena mereka akan memperoleh barang atau pelayanan yang lebih bermutu.

Pengembangan merupakan suatu cara efektif untuk menghadapi beberapa tantangan yang di hadapi oleh banyak organisasi besar. Pengembangan biasanya berhubungan dengan peningkatan kemampuan intelektual atau emosional yang diperlukan untuk melakukan pekerjaan yang lebih baik. Pengembangan berpijak pada fakta bahwa seorang karyawan akan membutuhkan pengetahuan, keahlian, dan kemampuan yang berkembang supaya bekerja dengan baik dalam suksesi posisi yang dijalani selama karirnya. Persiapan karir jangka panjang dari seorang karyawan untuk serangkaian posisi inilah yang dimaksud dengan pengembangan sumber daya manusia.

Pengembangan mempunyai lingkup yang lebih luas. Pengembangan lebih terfokus pada kebutuhan umum jangka panjang organisasi. Hasilnya bersifat tidak langsung dan hanya dapat diukur dalam jangka panjang. Pengembangan juga membantu para karyawan untuk mempersiapkan diri menghadapi perubahan dipekerjaan mereka yang dapat diakibatkan oleh teknologi baru, desain pekerjaan, pelanggan baru, atau pasar produk baru.

Pengembangan sumber daya manusia dirasa semakin penting manfaatnya karena tuntutan pekerjaan atau jabatan, sebagai akibat kemajuan teknologi dan semakin ketatnya persaingan diantara perusahaan sejenis. Setiap personel perusahaan dituntut agar dapat bekerja efektif dan efisien agar kualitas dan kuantitas pekerjaannya menjadi lebih baik sehingga daya saing perusahaan semakin besar. Pengembangan ini dilakukan untuk tujuan non karier maupun bagi para karyawan melalui latihan dan pendidikan.

Pelatihan dan pengembangan (*training* dan *development*) memang memerlukan biaya yang cukup besar, namun investasi di bidang manusia tersebut (*human investment*) akhirnya akan menyumbangkan produktivitas yang sangat tinggi bagi organisasi atau perusahaan. Untuk itu organisasi atau perusahaan tentunya akan memetik laba yang berlipat ganda di waktu yang akan datang.

Setiap organisasi apapun bentuknya senantiasa akan berupaya dapat tercapainya tujuan organisasi yang bersangkutan dengan efektif dan efisien. Efisiensi maupun efektivitas organisasi sangat tergantung pada baik buruknya pengembangan sumber daya manusia atau anggota organisasi itu sendiri. Ini berarti bahwa sumber daya manusia yang ada dalam organisasi tersebut secara proporsional harus diberikan latihan dan pendidikan yang sebaik-baiknya, bahkan harus sesempurna mungkin. Dengan memperhatikan tujuan pengembangan tersebut di atas dapat disimpulkan manfaat atau fungsi suatu program pengembangan sumber daya manusia dalam suatu organisasi. Yang jelas adalah dengan latihan dan pendidikan seorang lebih mudah melaksanakan tugasnya, sehingga akan lebih positif dalam menyumbang tenaga dan pikiran bagi organisasi.

Melakukan pemilihan sistem pendekatan kelembagaan, ada yang perlu dibantu (*assistance*), difasilitasi (*facilitation*) atau cukup di promosikan (*promotion*) saja. Koperasi dan perusahaan perlu melakukan program studi banding secara terus menerus untuk menambah pengetahuan baru dan membuka wawasan. Peran serta pemerintah sangat diharapkan turut berpartisipasi mendukung dan memfasilitasi kerjasama antar daerah dan wilayah desa wisata. Penambahan jumlah penyuluh dan pengembangan kapasitas penyuluh sangat penting untuk diperhatikan, sehingga selain jumlah yang lebih memadai juga memiliki pengetahuan yang terus berkembang.

Pemerintah daerah perlu mempertimbangkan untuk merekrut pendamping tersendiri untuk desa wisata, atau dapat juga menyediakan pendidikan keterampilan teknis setara Diploma bagi keluarga pengelola desa wisata. Kajian-kajian pengembangan sumber daya manusia perlu secara terus menerus dilakukan penelitian, sehingga dari waktu ke waktu kualitas sumber daya manusia desa wisata, pedagang, pemilik homestay, guide tour, pengelola atraksi wisata dan warga desa lainnya semakin berkembang dan meningkat lebih baik dalam mewujudkan kesejahteraan keluarga dan masyarakat di desa wisata.

Salah satu upaya percepatan transfer pengetahuan dan teknologi adalah melalui pendidikan kepada generasi muda. Pemerintah daerah perlu mempertimbangkan sebuah level pendidikan teknis keterampilan bagi generasi muda di daerah tersebut dalam kaitannya dengan pariwisata, mulai dari pengetahuan sapa pesona, pelayanan, bahasa Inggris. Pendidikan setara Diploma mungkin dapat jadi alternatif yang dapat terserap langsung baik kepada unit penyedia tenaga kerja ataupun mengembangkan usaha sendiri (wirausaha).

Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Desa Wisata

Strategi pengembangan sumber daya manusia desa wisata bukanlah pekerjaan musiman dan temporal, melainkan aktifitas berkesinambungan yang tentunya diharapkan dari waktu ke waktu semakin berkembang dan menjadi lebih baik. Sebuah desain formulasi strategi perlu dirumuskan dan diimplementasikan secara menyeluruh, termasuk evaluasi dan pengawasan sepanjang waktu pelaksanaannya. Formulasi strategi akan memberikan sebuah peta jalan kemana arah yang akan dituju dan melalui jalan apa yang dipilih dengan segala dinamika yang mungkin akan terus berkembang setiap saat. Dalam strategi pengembangan sumber daya manusia desa wisata, terdapat tiga elemen penting dalam mendorong proses pengembangan kapasitas sumber daya manusia yang dapat diturunkan dalam berbagai program.

Strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan sumber daya manusia desa wisata adalah; Pertama, kebijakan pengembangan sumber daya manusia terutama dengan program-program pemerintah daerah melalui dinas terkait. Kedua, dengan sistem sertifikasi profesi pariwisata. Sistem sertifikasi ini dengan sendirinya melibatkan lembaga badan sertifikasi nasional khususnya Pariwisata.

Peningkatan pemahaman tentang pentingnya kedatangan wisatawan untuk perekonomian desa dan daerah. Rekomendasi untuk perubahan merupakan sebuah kebijakan yang tidak mudah, apalagi merubah kebiasaan yang sudah bergenerasi dan terkesan nyaman, namun perubahan memang harus selalu dimaknai sebagai sebuah cara untuk menjadikan sesuatu lebih baik dari keadaan sebelumnya yang kurang baik atau kurang optimal. Hal ini penting untuk menghargai bahwa setelah perubahan ini dilaksanakan, situasi masalah akan dimodifikasi dan pada akhirnya proses tersebut tidak pernah berhenti pada satu titik akhir. Dengan kata lain proses adalah siklus yang dilakukan dengan perbaikan secara terus menerus.

Peran pemangku kepentingan (*stakeholder*) sangat strategis untuk mendorong pengembangan sumber daya manusia. Untuk memastikan sinergisitas dan harmonisasi hubungan antar para pihak sebagai pelaku di desa wisata tersebut, selanjutnya perlu dikaji sistem kelembagaan seperti apa yang cukup efektif untuk dikembangkan. Termasuk hal yang terpenting pula adalah bagaimana melakukan penilaian tingkat kematangan kelembagaan yang sudah terbentuk selama ini, sehingga nantinya dapat diketahui lebih lanjut bentuk intervensi apa yang akan dilakukan terhadap kelembagaan tersebut terkait hubungannya dengan pengembangan sumber daya manusia kedepan.

BAB 8

ORGANISASI DESA WISATA

Organisasi Desa Wisata sesuai dengan kebutuhan dan bisnis yang dimiliki desa wisata. Suatu organisasi memerlukan suatu kejelasan dalam pembagian fungsi dan tanggung jawab dari masing-masing karyawan dalam suatu bagian, dan organisasi harus memperhatikan dengan struktur organisasinya. Pembuatan struktur organisasi harus memperhatikan juga bagaimana kualitas sumber daya manusia yang mengisi posisi dalam struktur organisasi.

ORGANISASI DESA WISATA

Organisasi Desa Wisata bermacam-macam sesuai dengan kebutuhan dan unit bisnis yang dimiliki. Laporan keuangan digunakan oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi. Suatu organisasi memerlukan suatu kejelasan dalam pembagian fungsi dan tanggung jawab dari masing-masing karyawan dalam suatu bagian, dan organisasi harus memperhatikan dengan struktur organisasinya. Pada beberapa organisasi hanya membuat struktur organisasi yang tidak melihat dari visi misi organisasi dan sasaran dari organisasinya. Pembuatan struktur organisasi harus memperhatikan juga bagaimana kualitas sumber daya manusia yang mengisi posisi dalam struktur organisasi.

Organisasi yang Efektif

Struktur Organisasi merupakan sebuah mekanisme dan alur formal bagaimana organisasi dikelola, menunjukkan kerangka dan susunan diantara fungsi-fungsi, bagian-bagian maupun orang-orang yang menduduki posisi, tugas dan wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi. Beberapa faktor pembentuk suatu struktur organisasi yang efektif dengan strategi organisasi untuk mencapai tujuan, penggunaan teknologi, jumlah sumber daya manusia yang terlibat dan ukuran dari organisasi.

Adapun unsur-unsur dalam Struktur Organisasi adalah spesialisasi kegiatan, standarisasi kegiatan, koordinasi kegiatan, sentralisasi dan desentralisasi, ukuran satuan kerja. Berdasarkan unsur-unsur tersebut dapat dikatakan bahwa organisasi bertujuan untuk mencapai suatu tujuan, maka setiap individu yang ada dalam organisasi tersebut harus berkolaborasi dan saling dukung dalam pelaksanaan tugas dan fungsinya. Pembentukan struktur organisasi sendiri bertujuan untuk memperlihatkan susunan fungsi-fungsi, departemen-departemen, atau posisi-posisi organisasi dan menunjukkan bagaimana hubungan antar organisasi.

Struktur organisasi menjelaskan tentang beberapa aspek seperti aspek pembagian kerja, aspek hubungan manajer dan bawahan, aspek garis koordinasi, pengelompokan segmen-segmen pekerjaan dan tingkat manajemen. Sebenarnya ada empat bentuk bagan organisasi yaitu bentuk piramid, vertikal, horizontal, dan

lingkaran. Dari keempat bentuk struktur organisasi tersebut banyak organisasi menggunakan bentuk piramid karena lebih menjelaskan bentuk hirarki dalam organisasi. Peranan struktur organisasi menunjukkan fungsi-fungsi, departemen-departemen, atau posisi-posisi dalam organisasi, dan bagaimana mereka saling berhubungan. Manfaat utama dari adanya bagan organisasi tersebut adalah bagan tersebut memungkinkan kita mengetahui bagaimana organisasi itu terbentuk. Dengan adanya bagan organisasi maka pimpinan dan bawahan dapat mengetahui tugas-tugas apa yang harus dilakukan, dan apabila terdapat sesuatu masalah maka akan dapat mengetahui ke bagian mana harus menghubungi. Berikut ini beberapa langkah-langkah dalam membuat struktur organisasi yang efektif.

Pertama, identifikasi *business process*. mempelajari bisnis operasional organisasi secara tepat dan efektif. Pemetaan proses secara tepat yang kemudian berguna untuk memastikan bahwa penetapan proses operasional organisasi dikelompokkan dalam satuan fungsi yang menjelaskan bisnis proses. Pengelompokan ini dibagi menjadi beberapa *levelling* penetapan dalam organisasi yang kemudian disebut sebagai struktur organisasi.

Kedua, melakukan penetapan struktur organisasi desa wisata sesuai dengan strategi organisasi desa wisata. Penetapan framework yang kuat terkait dengan proses pengembangan dan operasional dari strategi tersebut. Misalnya, desa wisata memiliki karakteristik tertentu seperti lebih menjadikan budaya sebagai daya tarik, tentunya desa wisata menetapkan alokasi jumlah sumber daya manusia terbesar di unit kerja atraksi budaya dibandingkan dengan desa wisata yang lebih menonjolkan kuliner menjadi daya tarik.

Ketiga, membuat struktur organisasi tidak berdasarkan kondisi saat ini namun struktur organisasi dibuat berdasarkan yang seharusnya. Banyak organisasi takut untuk menyusun struktur organisasi yang ideal karena pertimbangan kondisi kompetensi sumber daya manusia organisasi yang ada saat ini. Dalam pembentukan struktur organisasi harus menempatkan orang-orang yang tepat untuk mengisi di tiap posisinya. Hal itu dapat diperhatikan dari awal perekrutan yang disesuaikan dengan kebutuhan organisasi.

Keempat, Struktur yang tepat dapat memisahkan posisi dengan fungsi perencanaan dan fungsi eksekutor, fungsi pengawasan dengan pelaksana, sehingga secara otomatis fungsi ini dapat berperan secara maksimal dalam mengoptimalkan output kinerja organisasi yang ada. Bagaimana proses dan konsep pengembangan fungsi operasional menjadi suatu bentuk pengembangan kinerja perusahaan yang tepat. Fungsi perencana harus ditetapkan untuk memastikan proses yang dijalankan oleh eksekutor masih berada pada batasan operasional yang ditetapkan dalam *Standard operating procedure*.

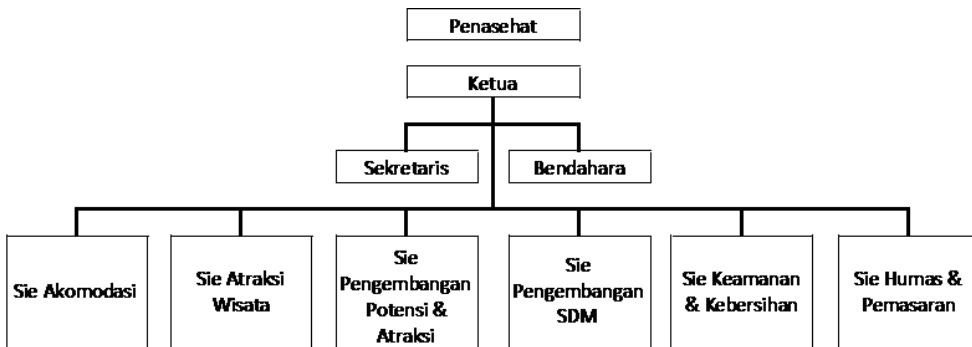
Simpulan dalam membuat struktur organisasi yang efektif maka suatu organisasi perlu memperhatikan bisnis proses organisasi tersebut, menyesuaikan dengan strategi perusahaan, selain itu organisasi juga perlu memperhatikan mengenai sumber daya manusia yang akan mengisi posisi dalam struktur organisasi tersebut. Untuk penentuan orang yang tepat dalam penempatan karyawan tersebut maka dari awal perekrutan harus memilih orang yang memiliki kompetensi yang sesuai dengan jabatannya atau dengan sumber daya manusia yang sudah ada perlu adanya pelatihan dan pengembangan untuk meningkatkan kompetensi yang dimiliki.

Struktur Organisasi Desa Wisata

Sebelum membicarakan struktur organisasi desa wisata, maka terlebih dahulu haruslah dipahami posisi desa wisata dalam desa tersebut. Sedangkan organisasi adalah alat manajemen organisasi untuk mencapai kerjasama yang efektif dan efisien. Struktur organisasi merupakan suatu bentuk diagram yang menunjukkan aspek-aspek penting dari sebuah organisasi yang mencakup tanggungjawab, koordinasi, fungsi pokok hubungan-hubungan mereka, saluran-saluran pengawasan serta otoritas masing-masing, yang menduduki masing-masing jabatan. Agar struktur organisasi dapat efektif, maka harus disusun sesuai dengan keadaan organisasi yang akan diterapkan. Dengan demikian sistem pelaporan harus disesuaikan dan mengikuti alur dengan struktur organisasi yang ada. Seorang pimpinan organisasi yang efektif dan inovatif akan merubah organisasinya dari waktu ke waktu, untuk menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi.

Kelompok dalam struktur organisasi desa wisata dapat dibedakan dalam dua kelompok berdasarkan aktivitas operasionalnya yaitu :

1. Kelompok yang secara langsung menghasilkan pendapatan, seperti akomodasi, kuliner dan atraksi wisata, dan lainnya.
2. Kelompok yang berfungsi untuk menunjang kelancaran operasi desa wisata, yang dikenal juga sebagai departemen penunjang (seperti seksipengembangan Sumber daya manusia, seksi Humas dan pemasaran, seksi keamanan dan kebersihan).



Setiap seksi yang berada dalam struktur organisasi memiliki tugas dan fungsi masing-masing:

Penasehat memiliki tugas dan tanggungjawan memberikan pengawasan, arahan dan masukan-masukan bagi seluruh anggota organisasi, agar organisasi desa wisata berjalan dengan baik sesuai tujuan organisasi desa wisata. Penasehat juga memiliki peran dalam memberikan saran untuk pengembangan desa wisata ke depan sesuai dengan kenijakan pemerintah, karena anggota dari penasehat biasanya terdiri dari sesepuh desa, tokoh desa, pejabat pemerintah dari tingkat desa sampai kabupaten yang membidangi pariwisata.

Ketua, bertanggungjawab penuh terhadap jalannya operasional desa wisata dan mengkoordinir semua operasional desa wisata, agar desa wisata dapat beroperasi dengan baik dan mampu menghaislkan keuntungan dan kesejahteraan bagia seluruh anggota organisasi desa wisata. Termasuk menyusun rencana jangka pendek, jangka menengah maupun jangka panjang untuk perkembangan dan keberlanjutan desa wisata.

Sekretaris, bertanggungjawab kepada Ketua dengan tugas melakukan pekerjaan membuat surat menyurat dan menfile surat masuk maupun keluar, menyusun risalah rapat serta mengkomunikasikan program-program kerja ketua ke semua seksi yang ada dalam organisasi desa wisata.

Seksi Akomodasi bertugas untuk menangani produk akomodasi seperti *homestay*, pusat kuliner dan pusat souvenir baik dari segi standar mutu dan standar pelayanan, serta mampu menyebarkan konsumen secara adil ke semua anggota organisasi desa wisata.

Seksi Atraksi Wisata bertanggungjawab kepada ketua dengan tugas mengkoordinir semua aktivitas atraksi wisata seperti atraksi alam, atraksi air, atraksi minat khusus, atraksi budaya dan paket tour agar terjalin komunikasi yang baik dan mampu saling mendukung untuk kemajuan desa wisata. Serta menjamin standar mutu dan standar pelayanan dari semua atraksi wisata yang dimiliki organisasi desa wisata.

Seksi Pengembangan Potensi dan Atraksi bertanggungjawab kepada Ketua dengan tugas melakukan kajian terkait evaluasi dan monitoring produk desa wisata agar tetap memenuhi standar mutu dan standar pelayanan. Seksi ini juga bertugas membuat kajian untuk pembukaan akomodasi baru dan atraksi baru yang potensi untuk menarik wisatawan.

Seksi Pengembangan Sumber Daya Manusia memiliki tugas tugas terkait dengan pemenuhan kebutuhan sumber daya manusia seluruh organisasi desa wisata, dari perekrutan, pengembangan dan mutasi sumber daya manusia desa wisata. Termasuk juga mengevaluasi dan memonitoring sumber daya manusia serta mengkaji kebutuhan pengembangan sumber daya manusia dan kompensasi yang diperoleh oleh seluruh sumber daya manusia dalam organisasi desa wisata.

Sie Keamanan dan kebersihan bertugas melakukan terkait keamanan seluruh wilayah desa wisata sehingga wisatawan yang berkunjung dan menikmati aktivitas desa wisata merasa aman dan nyaman. Seksi ini juga bertugas untuk menjaga kebersihan desa wisata dari sampah terutama sampah plastik serta memiliki proses pengolahan sampah yang ramah lingkungan. Agar desa wisata terlihat asri salah satu tugas seksi ini adalah membuat taman-taman yang sesuai dengan karakter desa wisata.

Seksi Humas dan Pemasaran yang bertugas untuk menjalin hubungan dengan masyarakat dan pemangku kepentingan desa wisata agar terjalin hubungan yang harmonis untuk kemajuan desa wisata. Seksi ini juga bertugas melakukan pemasaran produk-produk desa wisata baik secara offline maupun online agar konsumen dan calon konsumen mengetahui produk dan keunggulan desa wisata.

BAB 9

SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DESA WISATA

Sistem informasi akuntansi adalah sekumpulan elemen-elemen, prosedur-prosedur, dan catatan-catatan yang digunakan dalam memproses bukti transaksi keuangan untuk menghasilkan informasi keuangan yang berguna bagi berbagai pihak yang berkepentingan, selain itu sistem informasi akuntansi juga menghasilkan informasi non keuangan yang berguna bagi pengambilan keputusan internal oleh manajemen organisasi desa wisata.

SISTEM INFORMASI AKUNTASI DESA WISATA

Akuntansi memiliki alur atau siklus setiap satu periode akuntansi, dan hasil akhir dari siklus ini adalah berupa Laporan keuangan, dimana satu siklus akuntansi memiliki jangka waktu yang berbeda-beda tergantung kebutuhan organisasi terhadap informasi keuangan.

Sistem Informasi Akuntansi

Sistem adalah sekumpulan elemen-elemen atau fungsi-fungsi tertentu yang bekerja dalam suatu proses untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Sedangkan sistem informasi adalah kumpulan elemen-elemen atau fungsi-fungsi yang membentuk sistem dan memberikan output berupa laporan yang berguna bagi pemakai sistem informasi tersebut dalam mengambil keputusan. Pada dasarnya sistem merupakan sekelompok elemen dan prosedur yang erat dan berhubungan satu dengan lainnya, yang memiliki fungsi untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Jogiyanto (2014), sistem adalah suatu jaringan kerja dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan, berkumpul bersama-sama untuk melakukan suatu kegiatan atau untuk menyelesaikan suatu sasaran yang tertentu. Sedangkan sistem informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi, dan menyediakan laporan keuangan untuk pihak luar tertentu dengan laporan - laporan yang diperlukan untuk pengambilan keputusan.

Sistem informasi akuntansi adalah sekumpulan elemen-elemen, prosedur-prosedur, dan catatan-catatan yang digunakan dalam memproses suatu data keuangan yang kemudian menghasilkan informasi berupa laporan keuangan yang berguna bagi berbagai pihak yang berkepentingan, selain itu sistem informasi akuntansi juga menghasilkan informasi non keuangan yang berguna bagi pengambilan keputusan internal seperti laporan kinerja, laporan piutang pelanggan, laporan perpindahan persediaan, dll. Pemakai laporan Laporan Keuangan tersebut antara lain adalah pihak internal (manajerial) dan juga pihak eskternal (kreditur, pemerintah dan yang lainnya).

Sistem Informasi Akuntansi Penerimaan Kas

Kas adalah segala sesuatu baik berbentuk uang atau setara kas yang tersedia dengan segera dan diterima sebagai alat pelunasan kewajiban pada nilai nominalnya. Kas sangat penting karena sifatnya yang liquid, mudah sebagai alat pertukaran secara umum. Kas merupakan uang tunai maupun uang kas desa wisata yang disimpan di bank. Kas di bank merupakan uang kas yang dimiliki perusahaan yang tersimpan di bank dalam bentuk giro maupun tabungan dan kas ini dipakai untuk pembayaran yang jumlahnya cukup besar.

Sumber penerimaan kas terbesar desa wisata berasal dari transaksi penjualan tunai. Penerimaan kas bisa berasal dari berbagai macam sumber yaitu dari: penjualan tunai, penjualan aktiva tetap, pinjaman baik dari bank, penagihan piutang, tetapi penerimaan kas desa wisata biasanya berasal dari 2 sumber utama yaitu: penerimaan kas dari penjualan tunai dan penerimaan kas dari penagihan piutang.

Prosedur penerimaan kas yang baik harus akurat dan aman, untuk menjaga keakuratan dan keamanan penerimaan kas, maka sistem penerimaan kas mengharuskan :

- a. Penerimaan kas dalam bentuk tunai harus segera disetor ke bank dalam jumlah penuh dengan cara melibatkan pihak lain selain bendahara untuk melakukan pengendalian internal (*internal check*).
- b. Penerimaan kas dari penjualan tunai dilakukan melalui transaksi kartu debit, kartu kredit atau uang elektronik dan melibatkan pihak bank penerbit kartu atau perusahaan penerbit uang elektronik dalam pencatatan penerimaan kas.
- c. Adanya prosedur untuk menangani secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang
- d. Adanya penggunaan formulir untuk merekam terjadinya transaksi.

Penerimaan kas adalah kas yang diterima oleh desa wisata yang berasal dari penjualan tunai atraksi wisata yang ditawarkan, penagihan piutang dan penerimaan uang muka. Kas yang diterima dapat berupa uang tunai, dan transfer ke rekening desa wisata di bank atau Lembaga keuangan lainnya. Sistem pencatatan penerimaan ini berdasarkan *accrual* yaitu, suatu metode pencatatan dalam akuntansi, dimana dalam hal ini setiap transaksi yang terjadi dicatat

berdasarkan konsep pengakuan yang sesungguhnya. Pendapatan yang dimiliki oleh desa wisata antara lain: Pendapatan dari penjualan produk desa wisata seperti homestay, pusat kuliner, pusat souvenir, tiket masuk atraksi wisata, penjualan atraksi wisata alam, wisata air, penjualan paket wisata minat khusus, dan penjualan paket tour. Prosedur penerimaan kas di desa wisata yang baik, akurat, dan aman maka sistem penerimaan kas harus dapat memisahkan arus uang masuk dan arus uang keluar.

Berikut ini adalah jenis penerimaan kas yang terjadi di desa wisata:

1. Jenis Penerimaan Kas

Pendapatan desa wisata antara lain: Pendapatan atraksi wisata, penjualan paket tour, pendapatan penjualan paket wisata minat khusus, pendapatan wisata belajar, pendapatan homestay, dan pendapatan makanan dan minuman. Jenis penerimaan kas di desa wisata berasal dari empat jenis yaitu:

a. Penerimaan kas dari penjualan tunai (*cash sale*)

Penerimaan kas yang berasal dari penjualan tunai, konsumen datang ke desa wisata melakukan transaksi atau membeli produk dan jasa, melakukan pembayaran ke kasir dan kemudian menerima barang dan jasa. Penerimaan kas dari penjualan tunai (*Cash Sales*), yaitu uang yang dibayarkan tamu untuk membayar penggunaan fasilitas selain kamar, misalnya tagihan makanan dan minuman di restoran, tagihan biaya binatu, tagihan sewa alat transportasi, tagihan pembelian paket tur, tagihan pembelian paket *cooking class* dan lainnya. Posisi tamu masih menginap di Desa Wisata. Dalam penjualan tunai ini, desa wisata menerima uang tunai atau pembayaran langsung dari pembeli dengan uang elektronik (*credit card/debit card, e wallet, Qrish dll*). Merupakan salah satu cara pembayaran bagi pembeli dan sarana penagihan bagi penjual, yang memberikan kemudahan baik bagi pembeli maupun bagi penjual.

b. Penerimaan kas dari uang muka (*Advance Reservation Deposit*)

Penerimaan kas dapat pula berasal dari uang muka pemesanan *homestay* maupun atraksi wisata lainnya. Uang muka sebagai dasar untuk bukti bahwa tamu akan mempergunakan jasa desa wisata. Penerimaan kas dari uang muka pemesanan kamar maupun paket (deposit), yaitu uang yang dibayarkan oleh tamu atau travel agent sebelum periode menginap tamu, yang dibayarkan sebagai tanda kepastian menginap atau menggunakan paket yang tersedia.

c. Penerimaan kas dari pelunasan bill tamu (*Guest Bill Payment*)

Tamu yang menggunakan akomodasi desa wisata seperti homestay akan melakukan pembayaran saat tamu tersebut *cek out*, sehingga penerimaan kas dilakukan setelah tamu tersebut cek out. Penerimaan kas dari pelunasan bill tamu (*Bill Payment*), yaitu uang yang dibayarkan tamu untuk melunasi tagihan-tagihannya selama berada di Desa Wisata, yang biasanya dibayarkan saat tamu meninggalkan desa wisata.

d. Penerimaan kas dari penagihan piutang (*City Ledger Payment*)

Pengguna jasa desa wisata dari travel agen biasanya melakukan transaksi secara kredit dimana pembayaran dilakukan sesuai dengan kontrak perjanjian. Penerimaan kas dari pembayaran pihak ketiga (*City Ledger Payment*), yaitu uang yang dibayarkan tamu/travel agent untuk melunasi tagihan piutang dari tamu yang sudah tidak menginap (sudah check-out). Penerimaan kas dari piutang melalui penagihan perusahaan dilaksanakan dengan prosedur berikut ini :

- (1). Bendahara menyerahkan daftar piutang kepada kasir, selanjutnya kasir melakukan penagihan kepada debitur.
- (2). Kasir menerima pelunasan piutang dari debitur.
- (3). Kasir menyetorkan uang penagihan kepada bendahara untuk kemudian bendahara menyetor uang ke bank dan memposting ke dalam kartu piutang.

2. Fungsi yang terlibat dalam Penerimaan Kas

Fungsi yang terkait dalam sistem penerimaan kas di Desa Wisata bisa dari pihak internal maupun eksternal, fungsi-fungsi yang terlibat dalam penerimaan kas di Desa Wisata adalah :

a. Internal Desa wisata

Fungsi yang terkait dalam sistem penerimaan kas dari penjualan tunai di desa wisata adalah :

Fungsi Penjualan

Fungsi penjualan bertanggung jawab menerima order dari pembeli, mengisi faktur penjualan tunai dan menyerahkannya kepada pembeli untuk kepentingan pembayaran harga ke fungsi kas.

Fungsi Kasir

Fungsi kasir bertanggung jawab sebagai penerima kas dari pengguna jasa. Fungsi ini berada di tangan bagian kasir.

Fungsi Akuntansi yaitu Bendahara

Fungsi akuntansi bertanggung jawab dalam pencatatan transaksi penjualan, penerimaan kas, dan pembuatan laporan penjualan. Bendahara adalah bagian dari tim pengelola desa wisata yang bertugas mencatat semua penjualan fasilitas desa wisata yang digunakan tamu, menyiapkan form-form penerimaan kas dan menerima pembayaran dari tamu pada saat terjadinya transaksi pembayaran. Selain itu tugas bendahara juga meliputi pembuatan catatan keuangan, seperti membuat Laporan Penerimaan Kas Harian, menyetor kas ke rekening di bank, dan kemudian pada akhir bulan merekapnya dalam laporan yang sesuai.

b. Eksternal Desa Wisata

Travel agent

Travel agent merupakan pihak ketiga yang bertugas melengkapi bermacam-macam informasi bagi tamu mengenai pengurusan dokumen perjalanan dan fasilitas akomodasi, dalam hal ini travel agent bekerjasama atau sebagai perantara desa wisata dengan tamu. Pada umumnya Desa Wisata bekerjasama dengan online travel agent dan lokal travel agent. Pembagian komisi dari desa wisata kepada travel agent tergantung pada perjanjian yang telah disepakati oleh desa wisata dengan travel agent.

Bank

Bank merupakan pihak yang bekerjasama dengan desa wisata yang berhubungan pembayaran melalui transfer bank. Lembaga perbankan lainnya merupakan wadah tempat desa wisata menyimpan hasil usahanya.

Agen Rental (*Supplier*)

Agen rental (*supplier*) merupakan pihak – pihak yang bekerjasama dengan desa wisata dalam penyediaan fasilitas yang disewakan seperti sepeda gayung, sepeda motor, binatang, spa, jasa guide, jasa atraksi dan lain sebagainya.

3. Dokumen Penerimaan Kas

Dokumen yang digunakan dalam melaksanakan sistem penerimaan kas dari penjualan tunai merupakan buku atau form yang digunakan untuk mengisi data tamu yang datang ke desa wisata maupun akan menginap di desa wisata. Dokumen yang digunakan dalam melaksanakan sistem penerimaan kas dari penjualan fasilitas di Desa Wisata adalah :

a. Dokumen Internal, yaitu dokumen yang dihasilkan oleh Desa Wisata, diantaranya adalah :

1. Buku Registrasi Tamu (*Guest Registration*)

Buku registrasi tamu adalah form yang dibuat oleh Desa Wisata untuk mengisi data tentang tamu yang datang ke desa wisata dan menggunakan atraksi yang ada di desa wisata. Buku registrasi tamu ini juga digunakan untuk membagi secara adil semua pesanan (reservasi) tamu yang akan menggunakan atraksi di Desa Wisata pada suatu bulan. Dengan demikian diharapkan akan tercapai keadilan dan pemerataan dalam pendistribusian tamu yang menggunakan atraksi dan menginap di Desa Wisata. Buku Registrasi atau *Registration Form* adalah dokumen yang digunakan untuk pengisian data – data tamu yang berkunjung ke Desa wisata, seperti identitas tamu (nama, nomor identitas, kebangsaan, alamat), lama menginap (tanggal check-in dan tanggal check-out), dan lainnya.

Berikut adalah contoh form Buku registrasi tamu. Cara mengisi form adalah sebagai berikut:

- Kolom No diisi nomor urut tamu yang datang ke Desa Wisata dalam satu bulan.
- Kolom Nama tamu diisi nama tamu yang datang ke desa wisata untuk menggunakan fasilitas Desa Wisata baik homestay, makan dan minum maupun atraksi yang dimiliki desa wisata.
- Kolom Masuk diisi tanggal, bulan dan tahun tamu yang masuk atau datang ke desa wisata.
- Kolom Keluar diisi tanggal bulan dan tahun tamu yang keluar dari desa wisata.
- Nomor Identitas diisi nomor Kartu Tanda Penduduk atau nomor pasport tamu yang datang ke desa wisata.
- Kolom Kebangsaan diisi kebangsaan atau warga negara dari tamu yang datang ke Desa wisata

- Kolom Keterangan diisi oleh petugas desa wisata sesuai dengan atraksi yang dipilih oleh tamu.



BUKU REGISTRASI TAMU
GUEST REGISTRATION

<u>NO</u>	<u>NAMA TAMU</u> <u>GUEST NAME</u>	<u>MASUK</u> <u>CHECK-IN</u>	<u>KELUAR</u> <u>CHECK-OUT</u>	<u>NOMOR IDENTITAS</u> <u>ID NUMBER</u>	<u>KEBANGSAAN</u> <u>NATIONALITY</u>	<u>EMAR</u>	<u>TAMDATANGAN</u> <u>SIGNATURE</u>	<u>KETERANGAN</u> <u>REMARK</u>


Gambar 9.1 Buku Registrasi Tamu

2. *Guest Bill* (Bukti Penjualan)

Dokumen ini digunakan untuk merekam berbagai informasi yang diperlukan oleh manajemen mengenai transaksi penjualan tunai. Informasi tersebut antara lain data pengguna jasa, jumlah harga, dan otorisasi terjadinya berbagai tahap transaksi. Faktur penjualan diisi oleh fungsi penjualan yang berfungsi sebagai pengantar pembayaran oleh pembeli ke fungsi kas dan sebagai dokumen sumber untuk pencatatan transaksi penjualan ke jurnal penjualan.

Guest Bill adalah form tagihan tamu yang berisi ringkasan seluruh transaksi yang dilakukan oleh tamu selama berada di Desa Wisata yang dibebankan kepada tamu/travel agent. Contoh biaya yang dibebankan pada tamu/travel agent diantaranya tagihan akomodasi di *homestay* yang ada di Desa Wisata, tagihan paket tour, tagihan paket cooking class, tagihan sewa alat transportasi kendaraan bermotor roda dua, dan lainnya.

Gambar berikut adalah contoh form Bill:

 GUEST BILL				
No :				
Guest Name	:		Check - out	:
Ataction	:		Check - in	:
Homestay	:		Rate	:
Date	Remarks	Debet	Credit	Balance
AMOUNT				
Note :		Cashier	Guest	
		_____	_____	


Gambar 9.2 Bill

Cara mengisi guest bill adalah sebagai berikut:

- No. diisi nomor guest bill sesuai nomor urut Guest Bill, dimana lebih baik dicetak secara berurutan sehingga lebih baik untuk pengendalian internal.
- Guest name diisi nama tamu yang menggunakan fasilitas desa wisata, baik untuk tamu homestay, atraksi wisata, maupun kegiatan lain.
- Atraction diisi pilihan atraksi wisata yang diminati oleh tamu apakah menggunakan homestay, maupun atraksi wisata yang lain.
- Homestay diisi nomor homestay atau nama homestay yang ditempati oleh tamu.
- Check-out diisi tanggal, bulan, dan tahun tamu pergi.
- Check-in diisi tanggal, bulan, dan tahun tamu datang.
- Rate diisi harga atraksi wisata yang minati oleh tamu.

3. Kwitansi (*Receipt*)

Form kwitansi (*receipt*) digunakan untuk mencatat penerimaan kas seperti penerimaan Deposit yaitu uang muka pemesanan kamar/paket, penerimaan pembayaran oleh tamu selama tamu masih menginap di Desa Wisata (*prepayment*). Pada intinya, kwitansi digunakan untuk mencatat pembayaran yang diterima Desa Wisata dari tamu sebelum tamu tersebut tiba dan sebelum meninggalkan Desa Wisata. Kwitansi juga digunakan untuk mencatat semua pengeluaran kas yang dilakukan pengelola Desa Wisata kepada pihak lain, misalnya pembayaran honor guide, pembayaran pendapatan kamar untuk homestay, dan lainnya. Berikut adalah contoh form Kwitansi (*Receipt*) :

	No : _____
KWITANSI CASH RECEIPT/CASH DISBURSEMENT	
Diterima dari / Dibayar kepada <i>Received from / Paid to</i>	: _____
Untuk Pembayaran <i>Payment of</i>	: _____
Sejumlah <i>Amount of</i>	: _____
Jumlah <i>Total Amount</i>	: <input type="text"/>
	Ubud, Penerima (<i>Received by</i>) _____

Gambar 9.3 Kwitansi

Cara membuat kwitansi:

- Kolom diterima dari/dibayar kepada diisi nama orang yang menyerahkan uang, atau orang yang menerima uang, karena kwitansi dapat digunakan sebagai bukti penerimaan uang maupun menyerahkan uang.
- Untuk pembayaran diisi tujuan pembayaran.
- Sejumlah diisi sejumlah uang yang diserahkan atau diterima.
- Jumlah diisi jumlah uang yang diterima dan dibayarkan dalam angka.
- Selanjutnya diisi tanggal dan ditandatangani oleh penerima uang.

b. Dokumen Eksternal, yaitu dokumen yang dihasilkan oleh pihak ketiga, diantaranya :

1. *Voucher Payment* Travel Agent

Voucher Payment Travel Agent adalah kupon voucher yang dibawa oleh tamu dari travel agent sebagai bukti telah melakukan reservasi dan juga sebagai metode pembayaran atau pengganti uang tunai. Hal ini tergantung dari tipe travel agent yang diajak bekerjasama oleh desa wisata.

2. Pembayaran dari Bank

Dokumen pembayaran bank adalah dokumen berupa catatan rekening uang masuk Desa Wisata yang diterima berdasarkan transaksi transfer bank yang terjadi.

4. Flowchart Penerimaan Kas

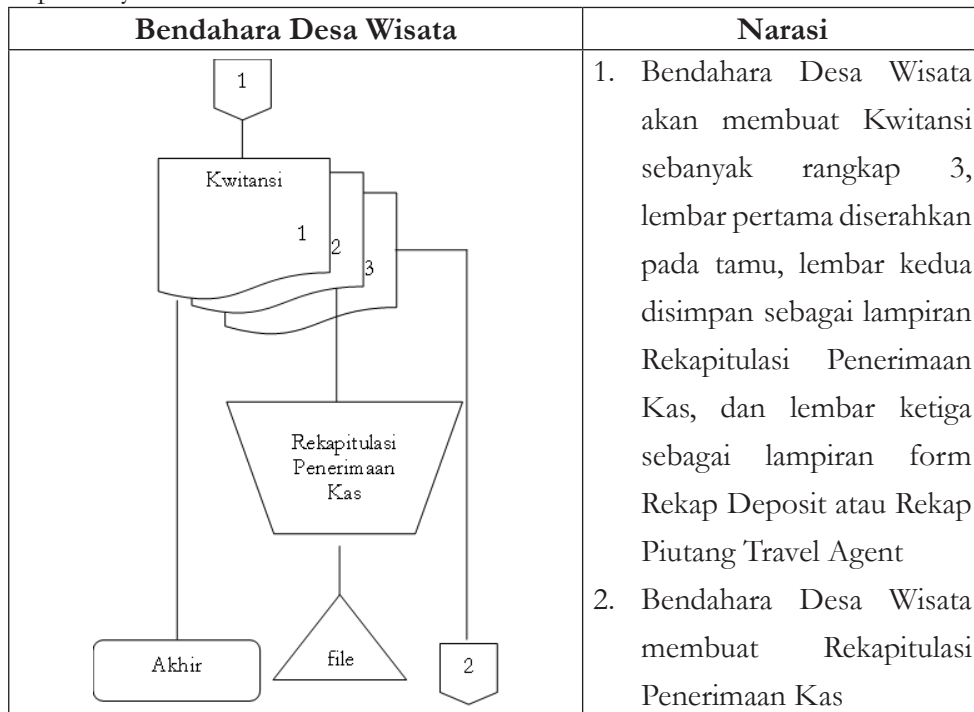
Berikut adalah flowchart siklus penerimaan kas dari penjualan kamar pada Desa wisata :

1. Tamu Check-in

Petugas Desa Wisata	Narasi
<pre> graph TD Start([Mulai]) --> Input1[/Tamu Check-in/] Input1 --> Input2[/Mengisi Registration Form/] Input2 --> Process[Registration Form] Process --> End{{1}} </pre>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tamu datang untuk check-in, pihak desa wisata akan meminta identitas tamu dan voucher dari travel agent 2. Petugas desa wisata akan memasukkan data identitas tamu ke Registration form sebagai back-up dalam pembuatan <i>Guest Bill</i>

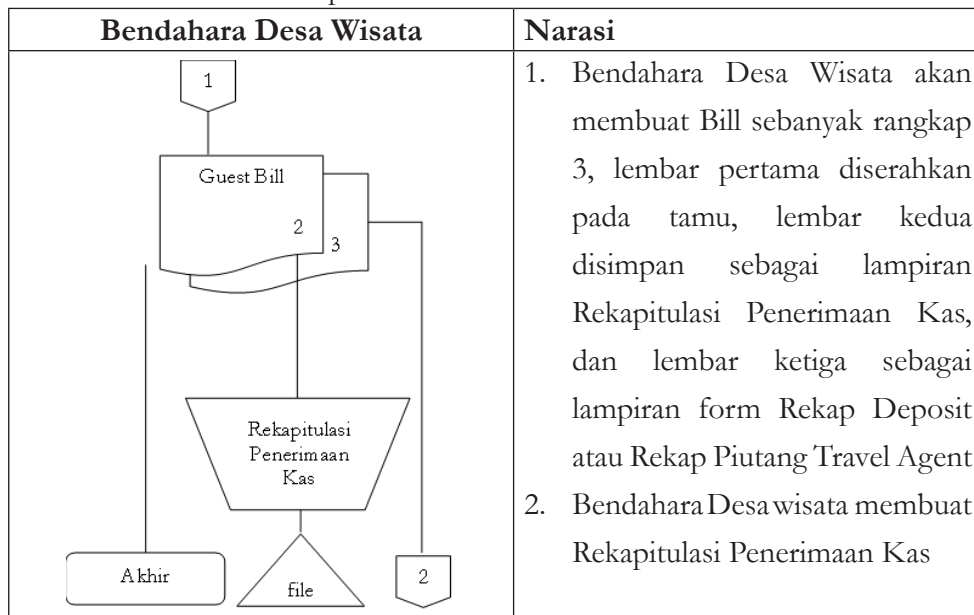
Gambar 9.4 Flowchart Prosedur Tamu Check In

2. Penerimaan Kas untuk penagihan Piutang, penerimaan Deposit, penerimaan pembayaran saat tamu masih di desa wisata.



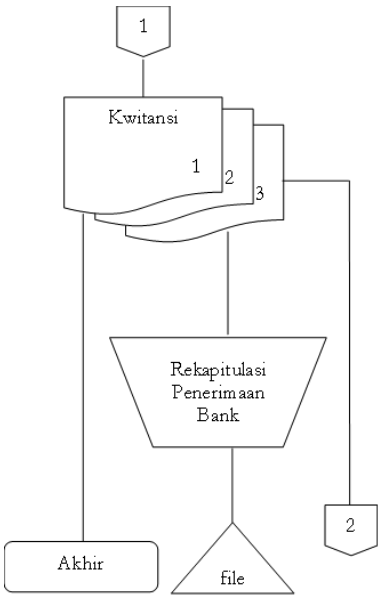
Gambar 9.5 Flowchart Prosedur Penerimaan Kas

3. Penerimaan Kas untuk pelunasan Bill



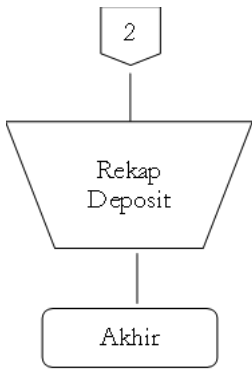
Gambar 9.6 Flowchart Prosedur Pelunasan Bill

4. Penerimaan Bank (transfer bank) untuk pelunasan Guest Bill, pelunasan Piutang, penerimaan Deposit

Bendahara Desa Wisata	Narasi
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bendahara akan membuat Kwitansi sebanyak rangkap 3, lembar pertama diserahkan pada tamu, lembar kedua disimpan sebagai lampiran Rekapitulasi Penerimaan Bank, dan lembar ketiga sebagai lampiran form Rekap Deposit atau Rekap Piutang Travel Agent 2. Bendahara membuat Rekapitulasi Penerimaan Bank

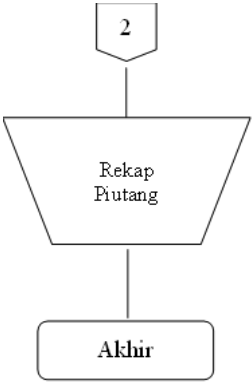
Gambar 9.7 Flowchart Prosedur Penerimaan Bank.

5. Pencatatan penerimaan deposit pada Rekap Deposit

Bendahara	Narasi
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bendahara membuat Rekap Deposit sebagai buku pembantu form Rekap Penerimaan Kas khususnya menyangkut penerimaan deposit, dan melampirkan Guest Bill rangkap ketiga

Gambar 9.8 Flowchart Prosedur Pencatatan deposit ke Rekap Deposit

6. Pencatatan penerimaan pelunasan piutang pada Rekap Piutang Travel Agent

Bendahara	Narasi
 <pre>graph TD; A[2] --> B[Rekap Piutang]; B --> C[Akhir];</pre>	1. Bendahara membuat Rekap Piutang Travel Agent sebagai buku pembantu form Rekap Penerimaan Kas khususnya menyangkut penerimaan pelunasan piutang dan melampirkan Guest Bill rangkap ketiga

Gambar 9.9 Flowchart Pencatatan penerimaan pelunasan piutang pada Rekap Piutang Travel Agent

Sistem Informasi Akuntansi Pengeluaran Kas

Pengeluaran kas adalah suatu catatan yang dibuat untuk melaksanakan kegiatan pengeluaran baik dengan uang tunai maupun dengan cek yang digunakan untuk kegiatan umum desa wisata. Sistem akuntansi pokok yang digunakan untuk melaksanakan pengeluaran kas yaitu sistem akuntansi pengeluaran kas dengan cek dan sistem akuntansi pengeluaran kas dengan dana kas kecil.

1. Jenis Pengeluaran Kas

Pengeluaran kas adalah kegiatan pengeluaran uang tunai melalui dana kas kecil ataupun pengeluaran uang dari bank melalui transfer bank yang digunakan untuk kegiatan operasional desa wisata. Pengeluaran kas yang dilakukan untuk menunjang kegiatan operasional desa wisata seperti pembayaran komisi travel agent, pembelian bahan makanan untuk penjualan makanan dan minuman khas desa, pembelian bahan makanan untuk *cooking class*, pembayaran honor guide yang menangani paket tur, pembayaran honor untuk penyedia atraksi, pembayaran biaya kamar untuk *homestay*, pembayaran listrik dan air, internet dan iuran.

Pengeluaran kas sebagai tanda pelunasan tagihan dari supplier atau dari pemerintah dapat dilakukan dengan beberapa media pembayaran, yaitu menggunakan uang kas kecil (*petty cash*) dan menggunakan transfer bank.

Jenis pengeluaran kas yang terjadi di desa wisata meliputi:

1. Pengeluaran Biaya
2. Pembayaran utang kepada supplier.
3. Pembelian barang atau bahan makanan secara tunai
4. Pembayaran gaji karyawan.

Pada perusahaan, pengeluaran kas merupakan suatu transaksi yang sering terjadi. Dana-dana yang dikeluarkan oleh perusahaan misalnya digunakan untuk biaya pemeliharaan, biaya gaji / upah pegawai dan pengeluaran lainnya. Pengeluaran kas adalah suatu transaksi keuangan yang mengakibatkan berkurangnya saldo kas dan bank milik perusahaan akibat adanya pembelian tunai, pembayaran utang maupun hasil transaksi yang menyebabkan berkurangnya kas. Sehingga pengeluaran kas adalah transaksi-transaksi yang mengakibatkan berkurangnya saldo-saldo kas tunai, atau rekening bank milik perusahaan baik yang berasal dari pembelian tunai, pembayaran utang, pengeluaran transfer maupun pengeluaran-pengeluaran lainnya. Pengeluaran kas dapat berupa uang logam, cek atau uang yang dikeluarkan melalui bank atau langsung dari piutang.

Seperti halnya penerimaan kas, sistem pengeluaran kas juga memiliki prosedur yang dirancang sedemikian rupa sehingga terhindar dari pencurian, kehilangan kas ataupun pengeluaran-pengeluaran yang tidak tepat pengalokasiannya, sehingga hanya pengeluaran-pengeluaran yang telah disetujui dan betul-betul untuk kegiatan perusahaan saja yang dicatat dalam pembukuan perusahaan.

Prosedur pengeluaran kas adalah prosedur pengeluaran cek untuk melunasi utang yang sudah disetujui dan mencatat pengeluaran kas, serta pengeluaran-pengeluaran lain yang berhubungan dengan kegiatan operasional perusahaan, untuk dapat menghasilkan sistem pengawasan yang baik, prosedur pengeluaran uang harus memperhatikan hal sebagai berikut:

1. Semua pengeluaran dilakukan dengan cek. Pengeluaran-pengeluaran dalam jumlah kecil dilakukan melalui dana kas kecil.
2. Semua pengeluaran kas harus memperoleh persetujuan dari yang berwenang terlebih dahulu.

3. Terdapat pemisahan tugas antara yang berhak menyetujui pengeluaran kas, yang menyimpan uang kas dan melakukan pengeluyaran serta yang mencatat pengeluaran kas.

Beberapa transaksi yang menimbulkan pengeluaran kas yang umumnya rutin terjadi di desa wisata antara lain adalah :

1. Pembayaran komisi travel agent
2. Pembelian, baik pembelian barang atau bahan makanan/minuman/material secara tunai (*cash*) atau transfer bank jika dalam jumlah banyak
3. Pembayaran honor untuk penyedia jasa, seperti guide tur, penyedia atraksi, dan lainnya.
4. Pembayaran biaya kamar *homestay*
5. Pembayaran gaji karyawan
6. Pembayaran biaya-biaya rutin bulanan, seperti biaya listrik, telpon internet, dan lainnya
7. Pembayaran iuran wajib desa

2. Fungsi yang terkait dengan Pengeluaran Kas di Desa Wisata

Bagian yang terkait dalam pengeluaran kas:

1. Bendahara

Bendahara adalah petugas desa wisata yang bertugas menangani keuangan desa wisata dengan mencatat semua fasilitas yang digunakan oleh tamu dan menerima pembayaran tamu pada saat *cek out*. Fungsi *cashier* pada sistem pengeluaran kas adalah mencatat kas keluar berupa *petty cash*. Bendahara adalah staf yang bertugas mengelola keuangan Desa Wisata dengan mencatat semua transaksi baik dari segi penerimaan kas, pengeluaran kas hingga membuat laporan keuangan Desa Wisata. Bendahara bertugas melakukan pembayaran gaji karyawan, pembelian barang yang dibutuhkan oleh desa wisata, pembayaran honor, serta langsung merangkum seluruh data mengenai transaksi pengeluaran kas hingga menyajikannya dalam bentuk konkret berupa laporan keuangan. Tugas dan tanggung jawab Bendahara adalah : melakukan pembelian barang untuk kegiatan operasional desa wisata, melakukan pembayaran honor secara tunai,

melakukan pemesanan barang kepada *supplier*, menerima barang yang datang dari *supplier*, melakukan pengecekan barang dari segi kualitas dan kuantitas, melakukan pembayaran iuran wajib ke desa, melakukan pembayaran gaji karyawan, membuat *inventory* persediaan, dan membuat rekapitulasi biaya.

2. Bagian Pengguna

Bagian Pengguna adalah departemen pemakai atau pengguna barang yang dibutuhkan oleh operasional desa wisata.

3. Pembelian (Staf Operasional)

Pembelian atau staf operasional adalah staf yang melakukan pembelian barang kebutuhan desa wisata *atau* adalah petugas desa wisata yang bertugas mengadakan barang dari *supplier* dan pembelian untuk memenuhi kebutuhan desa wisata, contohnya pembelian *food, beverage, dan material supplies*.

4. Supplier

Supplier adalah pihak ketiga yang memenuhi kebutuhan operasional desa wisata. Dan Penyedia jasa adalah orang-orang yang memberikan jasanya dalam penjualan paket di desa wisata misalnya jasa guide, jasa para penari, jasa atraksi memanjat pohon kelapa, jasa demo *cooking class*, dan lainnya.

3. Dokumen Pengeluaran Kas

Dokumen yang digunakan dalam pengeluaran kas

1. *Market List*

Merupakan daftar belanja yang dibuat oleh departemen *user* dan diserahkan kepada *Purchasing* sebagai dasar pembuatan *Purchase Order*.

2. *Invoice*

Merupakan surat tagihan yang dibawa oleh *Supplier* pada saat mengirim barang atau jasa berdasarkan pemesanan.

3. Bukti Kas Keluar

Merupakan formulir pembayaran yang disiapkan oleh bagian Bendahara untuk pembayaran tagihan.

4. *Cheque*

Merupakan dokumen yang dikeluarkan oleh bank untuk pembayaran *Supplier* yang diproses oleh Bendahara.

5. *Petty Cash*

Merupakan kas kecil yang digunakan untuk pembayaran dengan nominal kecil pada saat sewaktu-waktu. Contohnya, pembayaran dibawah Rp.1.000.000.

6. Bukti Kas Keluar

Merupakan formulir pengeluaran kas yang digunakan oleh Bendahara sebagai data pendukung dalam pembuatan *Petty Cash Control*.

Form atau dokumen yang digunakan dalam melaksanakan sistem pengeluaran kas adalah :

1. Nota Pembelian.

Merupakan surat tagihan/nota yang didapat saat melakukan pembelian barang atau jasa dari *supplier*.

2. Biaya Bulanan.

Merupakan rincian biaya bulanan serta rincian jumlah biaya depresiasi yang harus dibayarkan oleh desa wisata setiap bulannya. Biaya bulanan dibagi menjadi tiga macam yaitu: biaya tetap, biaya variabel dan biaya bulanan. Biaya tetap terdiri dari biaya gaji, biaya pemasaran, biaya IT, iuran/sumbangan dan tunjangan staff. Biaya variabel terdiri dari bonus staff dan biaya administrasi bank. Sedangkan biaya bulanan terdiri dari biaya komisi kartu kredit, biaya komisi travel agen, biaya komisi lain-lain, telepon dan internet, dan biaya energi (air, listrik, LPG). Biaya penyusutan dibagi tiga bagian, yaitu: biaya penyusutan gedung (berisi biaya penyusutan gedung), biaya penyusutan peralatan (berisi biaya penyusutan peralatan), dan biaya penyusutan kendaraan (berisi biaya penyusutan kendaraan).

3. Rekapitulasi Nota Pembelian

Rekapitulasi nota pembelian merupakan catatan atau penjumlahan dari total keseluruhan nota-nota pembelian yang dikelompokkan berdasarkan transaksi. Misalkan pembelian daging yang dikelompokkan kedalam biaya makanan dan minuman.

4. *Cardex*

Cardex merupakan form yang digunakan untuk mencatat persediaan barang masuk dan barang keluar untuk kegiatan operasional Desa Wisata. Fungsi dari form *Cardex* ini yaitu untuk mengetahui sisa barang yang dimiliki Desa Wisata pada akhir bulan. Contohnya seperti tissue, air mineral, alat pembersih lantai. Berikut merupakan contoh *Cardex*:



CARDEX

NAMA BARANG

DATE	IN			OUT			BALANCE		
	QTY	HARGA	TOTAL	QTY	HARGA	TOTAL	QTY	HARGA	TOTAL
KETERANGAN									

Gambar 9.10 *Cardex*

4. Kas Kecil

Menurut pengertian sistem informasi akuntansi dan kas diatas dapat disimpulkan bahwa sistem informasi akuntansi pengeluaran kas adalah suatu sistem pengolahan data akuntansi yang digunakan untuk mengelola kas, yang merupakan koordinasi dari manusia, alat dan metode yang berinteraksi secara harmonis untuk menghasilkan informasi akuntansi pengeluaran kas, sehingga dapat mengatur likuiditas kas-nya. Penyusunan sistem informasi akuntansi kas

bertujuan agar terjaganya uang kas dan simpanan di bank yang merupakan aset yang sangat likuid yang mudah diselewengkan, maka perlu disusun sistem akuntansi yang dapat menghasilkan informasi dan sistem pengendalian intern yang memadai terutama terhadap:

- a. Penyedia dana kas/bank
- b. Pengamanan atas uang kas/bank
- c. Pengaturan atas penerimaan, penyimpanan, dan pengeluaran kas/bank.

Sistem informasi akuntansi pengeluaran kas terbagi menjadi dua bagian yaitu sistem informasi akuntansi pengeluaran kas dengan cek dan sistem dana kas kecil. Sistem informasi akuntansi pengeluaran kas dengan cek adalah pengeluaran kas dalam perusahaan yang dilakukan dengan menggunakan cek. Pengeluaran kas yang dilakukan dengan cek biasanya karena jumlahnya relatif besar.

Pengeluaran kas dengan cek memiliki kebaikan ditinjau dari pengendalian intern berikut ini :

1. Dengan digunakannya cek atas nama, pengeluaran cek akan dapat diterima oleh pihak yang namanya sesuai dengan yang ditulis pada formulir cek. Dengan demikian pengeluaran kas dengan cek menjamin diterimanya cek tersebut oleh pihak yang dimaksud oleh pihak pembayar.
2. Dilibatkannya pihak luar, dalam hal ini bank, dalam pencatatan transaksi pengeluaran kas perusahaan. Dengan diadakannya cek dalam setiap pengeluaran kas perusahaan, transaksi pengeluaran kas direkam juga oleh bank, yang secara periodik mengirimkan rekening koran bank (*bank statement*) kepada perusahaan nasabahnya. Rekening koran bank inilah yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengecek ketelitian catatan transaksi kas perusahaan yang direkam di dalam jurnal penerimaan dan pengeluaran kas.
3. Jika sistem perbankan mengembalikan *cancelled check* kepada *check issuer*, pengeluaran kas dengan cek memberikan manfaat tambahan bagi perusahaan yang mengeluarkan cek dengan dapat digunakannya *cancelled check* sebagai tanda terima kas dari pihak yang menerima pembayaran. Dengan digunakannya cek dalam pengeluaran kas, *check issuer* akan secara

otomatis menerima tanda penerimaan kas dari pihak yang menerima pembayaran. *Cancelled check* sebagai tanda terima pembayaran lebih andal karena di dalam *endorsement* terkait pihak bank yang merupakan pihak yang independen bagi pembayar maupun bagi penerima pembayaran.

Sistem dana kas kecil adalah pengelolaan kas kecil perusahaan yang dikeluarkan secara rutin untuk memenuhi kebutuhan operasional perusahaan. Kas kecil adalah suatu dana kas khusus yang disisihkan oleh perusahaan untuk membayar pengeluaran-pengeluaran yang relatif kecil jumlahnya, sedangkan tujuan dari dana kas kecil adalah membantu kasir (petugas kas kecil) dalam pengelolaan pengeluaran keuangan untuk keperluan rutin perusahaan.

Sistem pengeluaran dana kas kecil dapat dilakukan dengan dua cara yakni sistem saldo berfluktuasi (*Fluctuating-fund balance sistem*) dan sistem saldo tetap (*Imprest fund sistem*). Sedangkan dalam *Imprest fund sistem*, penyelenggaraan dana kas kecil dilakukan sebagai berikut:

1. Pembentukan dana kas kecil dilakukan dengan cek dan dicatat dengan mendebit rekening dana kas kecil. Saldo rekening kas kecil ini tidak boleh berubah dari yang telah ditetapkan sebelumnya, kecuali jika saldo yang telah ditetapkan tersebut dinaikkan atau dikurangi.
2. Pengeluaran dana kas kecil tidak dicatat dalam jurnal (sehingga tidak mengkredit rekening dana kas kecil). Bukti-bukti pengeluaran dana kas kecil dikumpulkan saja dalam arsip sementara yang diselenggarakan oleh pemegang dana kas kecil.
3. Pengisian kembali dana kas kecil dilakukan sejumlah rupiah yang tercantum dalam kumpulan bukti pengeluaran kas kecil. Pengisian kembali dana kas kecil ini dilakukan dengan cek dan dicatat dengan mendebit rekening biaya dan mengkredit rekening kas. Rekening dana kas kecil tidak terpengaruh dengan pengeluaran kas kecil. Dengan demikian pengawasan terhadap dana kas kecil mudah dilakukan, yaitu dengan cara periodik atau secara mendadak menghitung dana kas kecil. Jumlah uang yang ada ditambah dengan permintaan pengeluaran kas kecil yang belum dipertanggungjawabkan dan bukti pengeluaran dana kas kecil, harus sama dengan saldo rekening dana kas kecil yang tercantum dalam buku besar.

Baik dengan *imprest fund system* ataupun *fluctuating fund balance system*, penyelenggaraan dana kas kecil dilaksanakan melalui tiga prosedur, yaitu prosedur pembentukan dana kas kecil, prosedur pengelolaan dan pertanggungjawaban dana kas kecil dan prosedur pengisian kembali dana kas kecil. Pembentukan dana kas kecil harus dengan adanya kesepakatan di dalam perusahaan, dengan mempertimbangkan biaya-biaya yang rutin akan dikeluarkan oleh perusahaan. Pertanggungjawaban dana kas kecil merupakan proses pengumpulan bukti-bukti pendukung transaksi dan pencocokan dengan pencatatan yang dilakukan oleh bagian kas. Dan pengisian kembali dana kas kecil adalah jika dana kas kecil ditangan sudah hampir habis, maka pemegang kas berhak untuk mengisi formulir pengisian kas kecil kembali.

Terkait dengan kebutuhan operasional Desa wisata, Pengelola Desa Wisata menyediakan *Petty Cash*. Pembelian barang dilakukan dengan memesan ke supplier kemudian supplier menyiapkan barang dan dikirim ke Desa Wisata, Barang akan diterima oleh staf operasional bersama Bendahara dengan melakukan pengecekan kuantitas barang dan harga sesuai dengan pemesanan dan Nota Pembelian/faktur. Berdasarkan pemesanan dan Nota Pembelian/faktur, Bendahara akan melakukan pembayaran dan membuat form Bukti Kas Keluar. Kemudian Bendahara mencatat Bukti Kas Keluar pada *Petty Cash Control*. Selanjutnya Bendahara mencatat barang yang dibeli ke dalam Cardex sesuai jenis barang.

5. Flowchart Pengeluaran Kas

Berikut adalah prosedur yang dilakukan untuk setiap transaksi pengeluaran kas di Desa Wisata :

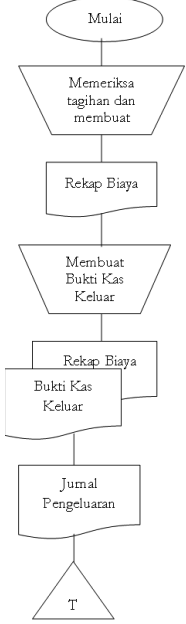
1. Prosedur pengeluaran kas, prosedur pengeluaran kas terjadi ketika staf operasional/Pengelola melakukan pembelian barang kebutuhan desa wisata dan melakukan pembayaran
2. Prosedur pencatatan transaksi, setelah transaksi pembelian barang dan pembayaran kas selesai dilaksanakan maka Bendahara Desa Wisata akan melaksanakan fungsi administrasi yaitu mencatat setiap transaksi ke dalam laporan yang sesuai.

Flowchart Pengeluaran Petty Cash – Pembayaran Biaya

Bendahara	Narasi
<pre> graph TD Start([Mulai]) --> Purchase[/Melakukan Pembelian/] Purchase --> Nota1[Nota 1 2] Nota1 --> CreateBKK[/Membuat Bukti Kas Keluar/] CreateBKK --> BKK1[BKK 2 1] BKK1 --- Supplier[Suplier] BKK1 --> TakeCash[/Mengambil Petty Cash/] TakeCash --> Nota2[Nota 1 2] Nota2 --> BKK2[BKK 2 1] BKK2 --> Journal[Jurnal Pengeluaran] Journal --> End([T]) </pre>	<p>1. Bendahara Untuk pengeluaran biaya operasional desa wisata, pengelola desa wisata menyediakan <i>Petty Cash</i>. Pengeluaran biaya dilakukan sesuai tagihan yang diterima, kemudian dilakukan pembayaran dengan membuat Bukti Kas Keluar. Kemudian Bendahara mencatat Bukti Kas Keluar pada <i>Petty Cash Control</i>. Bendahara mencatat semua pengeluaran kedalam Rekap Biaya.</p>

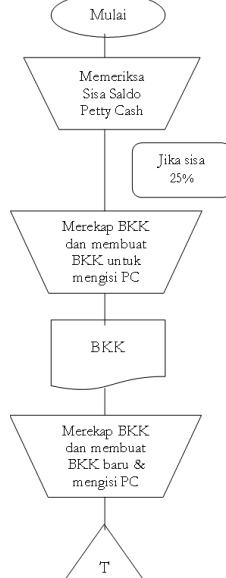
Gambar 9.11 *Flowchart* Pengeluaran *Petty Cash*

Flowchart Pengeluaran *Petty Cash* – Pembayaran Biaya

Bendahara	Narasi
 <pre> graph TD Start([Mulai]) --> Step1[/Memeriksa tagihan dan membuat/] Step1 --> Step2[Rekap Biaya] Step2 --> Step3[/Membuat Bukti Kas Keluar/] Step3 --> Step4[Rekap Biaya] Step4 --> Step5[/Bukti Kas Keluar/] Step5 --> Step6[Jurnal Pengeluaran] Step6 --> End([T]) </pre>	<p>1. Bendahara Untuk pengeluaran biaya operasional desa wisata, pengelola desa wisata menyediakan <i>Petty Cash</i>. Pengeluaran biaya dilakukan sesuai tagihan yang diterima, kemudian dilakukan pembayaran dengan membuat Bukti Kas Keluar. Kemudian Bendahara mencatat Bukti Kas Keluar pada <i>Petty Cash Control</i>. Bendahara mencatat semua pengeluaran kedalam Rekap Biaya.</p>

Gambar 9.12 Flowchart Pengeluaran *Petty Cash* – Pembayaran Biaya

Flowchart Pengisian *Petty Cash*

Bendahara	Narasi
 <pre> graph TD Start([Mulai]) --> Step1[/Memeriksa Sisa Saldo Petty Cash/] Step1 --> Decision{Jika sisa 25%} Decision --> Step2[/Merekap BKK dan membuat BKK untuk mengisi PC/] Step2 --> Step3[BKK] Step3 --> Step4[/Merekap BKK dan membuat BKK baru & mengisi PC/] Step4 --> End([T]) </pre>	<p>1. Bendahara Pengisian <i>Petty Cash</i> dilakukan apabila pengeluaran <i>Petty Cash</i> telah mencapai 75% (atau sisa 25%) dari total saldo awal <i>Petty Cash</i>. Jumlah pengeluaran di <i>Petty Cash Control</i> dan Bukti Kas Keluar dijumlahkan kemudian dibuatkan Bukti Bank Keluar untuk mengisi kembali <i>Petty Cash</i> sehingga <i>Petty Cash</i> jumlahnya kembali ke saldo awal</p>

Gambar 9.13 Flowchart Pengisian *Petty Cash*

BAB 10

LAPORAN KEUANGAN DESA WISATA

Laporan keuangan adalah suatu laporan yang berisikan informasi keuangan desa wisata. Laporan keuangan dibuat atau diterbitkan oleh desa wisata dari hasil proses pencatatan transaksi keuangan untuk menginformasikan keuangan pada pihak dalam maupun pihak luar. Secara umum laporan keuangan berfungsi menggambarkan pengaruh keuangan dan kejadian di masa lalu, laporan tidak diwajibkan untuk menyediakan informasi non-keuangan.

LAPORAN KEUANGAN DESA WISATA

Laporan keuangan adalah suatu laporan yang berisikan informasi seputar keuangan dari sebuah organisasi termasuk organisasi desa wisata. Laporan keuangan dibuat atau diterbitkan oleh desa wisata dari hasil proses akuntansi agar bisa menginformasikan keuangan dengan pihak dalam maupun pihak luar. Secara umum laporan keuangan berfungsi menggambarkan pengaruh keuangan dan kejadian di masa lalu, laporan tidak diwajibkan untuk menyediakan informasi nonkeuangan. Laporan keuangan menunjukkan pertanggungjawaban manajemen atas sumber daya yang dipercayakan padanya. Pertanggungjawaban ini digunakan oleh pihak manajemen sebagai dasar pembuatan keputusan ekonomi. Keputusan ekonomi yang dimaksud seperti keputusan untuk menahan atau menjual investasi mereka dalam perusahaan, keputusan untuk mengangkat kembali atau mengganti manajemen desa wisata, dan lain lain.

Definisi laporan keuangan menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (2019) dinyatakan dalam Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan paragraf 7 adalah sebagai berikut : Laporan keuangan merupakan bagian dari proses pelaporan. Laporan keuangan yang lengkap, biasanya meliputi neraca, laporan laba-rugi, laporan perubahan posisi keuangan (yang disajikan dengan berbagai cara seperti laporan arus kas atau laporan arus dana), catatan atau laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dari laporan keuangan. Di samping itu juga termasuk skedul dan informasi tambahan yang berkaitan dengan laporan tersebut, misalnya informasi keuangan, segmen industri dan geografis serta pengungkapan pengaruh perubahan harga.

Laporan keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas suatu perusahaan. Laporan keuangan merupakan hasil akhir dari suatu proses akuntansi yang mempunyai fungsi sebagai media informasi dan komunikasi antara pihak *intern* (perusahaan) dengan pihak *ekstern* atau pihak lain yang mempunyai kepentingan.

Laporan keuangan adalah suatu laporan yang berisikan informasi seputar keuangan dari sebuah organisasi. Laporan keuangan dibuat atau diterbitkan oleh

perusahaan dari hasil proses akuntansi agar bisa menginformasikan keuangan dengan pihak dalam maupun pihak luar yang terkait. Secara umum laporan keuangan berfungsi menggambarkan pengaruh keuangan dan kejadian di masa lalu, laporan tidak diwajibkan untuk menyediakan informasi nonkeuangan.

Karakteristik Kualitatif Informasi Keuangan

Karakteristik kualitatif merupakan ciri khas yang membuat informasi dalam laporan keuangan berguna bagi pengguna. Terdapat empat karakteristik kualitatif pokok menurut Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan (IAI, 2012) yaitu: dapat dipahami, relevan, keandalan, dan dapat diperbandingkan.

1. Dapat Dipahami

Kualitas penting informasi yang ditampung dalam laporan keuangan adalah kemudahannya untuk segera dapat dipahami oleh pengguna. Untuk maksud ini, pengguna diasumsikan memiliki pengetahuan yang memadai tentang aktivitas ekonomi dan bisnis, akuntansi, serta kemauan untuk mempelajari informasi dengan ketekunan yang wajar. Namun demikian, informasi kompleks yang seharusnya dimasukkan dalam laporan keuangan tidak dapat dikeluarkan hanya atas dasar pertimbangan bahwa informasi tersebut terlalu sulit untuk dapat dipahami oleh pengguna tertentu.

2. Relevan

Agar bermanfaat, informasi harus relevan untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam proses pengambilan keputusan. Informasi memiliki kualitas relevan kalau dapat mempengaruhi keputusan ekonomi pengguna dengan membantu mereka mengevaluasi peristiwa masa lalu, masa kini, atau masa depan, menegaskan, atau mengoreksi, hasil evaluasi pengguna di masa lalu. Relevansi informasi dipengaruhi oleh hakikat dan materialitasnya.

3. Keandalan

Agar bermanfaat, informasi juga harus andal (*reliable*). Informasi memiliki kualitas andal jika bebas dari pengertian yang menyesatkan, kesalahan material, dan dapat diandalkan pengguna sebagai penyajian yang tulus atau jujur

(*faithful representation*) dan yang seharusnya atau yang secara wajar diharapkan dapat disajikan. Informasi yang mungkin relevan tetapi jika hakikat atau penyajiannya tidak dapat diandalkan maka pengguna informasi tersebut secara potensial dapat menyesatkan.

4. Dapat Dibandingkan

Pengguna harus dapat memperbandingkan laporan keuangan perusahaan antar periode untuk mengidentifikasi kecenderungan (*trend*) posisi dan kinerja keuangan. Pengguna juga harus dapat memperbandingkan laporan keuangan antar perusahaan untuk mengevaluasi posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan secara relatif. Oleh karena itu, pengukuran dan penyajian dampak keuangan dari transaksi dan peristiwa lain yang serupa harus dilakukan secara konsisten untuk perusahaan tersebut, antar periode perusahaan yang sama dan untuk perusahaan yang berbeda.

Penyusunan Laporan Keuangan

Bagian yang terkait dalam pencatatan dan pelaporan keuangan yaitu:

1. Bendahara akan membuat *Cash Receipt Recapitulation* agar dapat mengetahui jumlah kas masuk dan kas keluar untuk kemudian dilakukan penjurnalan.
2. Staff membuat *Payment Register* untuk melakukan pembayaran sesuai dengan *Daily Receiving Report* yang kemudian menjadi dasar pembuatan *Journal Voucher*. Selain itu, staf juga memproses *Daily Revenue Journal* yang kemudian akan digunakan sebagai dasar pembuatan Laporan Laba Rugi.

Laporan yang dihasilkan dalam pencatatan dan pelaporan keuangan:

a. Laporan Neraca

Neraca adalah laporan yang sistematis tentang aktiva, hutang serta modal dari suatu perusahaan pada waktu tertentu. Tujuan neraca adalah untuk menunjukkan posisi keuangan suatu perusahaan, biasanya pada waktu dimana buku ditutup dan ditentukan sisanya pada suatu akhir tahun fiskal atau tahun kalender, sehingga neraca sering disebut sebagai *balance sheet*.

b. Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi merupakan suatu laporan yang sistematis tentang

penghasilan dan biaya serta laba atau rugi yang diperoleh oleh suatu perusahaan selama periode waktu tertentu.

c. Laporan Perubahan Modal

Laporan perubahan modal merupakan suatu laporan yang menggambarkan jumlah modal yang dimiliki perusahaan saat ini dan menunjukkan perubahan modal serta sebab-sebab berubahnya modal.

d. Laporan Arus Kas

Laporan arus kas merupakan suatu laporan yang menunjukkan arus kas masuk dan arus kas keluar perusahaan.

e. Catatan atas Laporan Keuangan

Catatan atas laporan keuangan merupakan suatu laporan yang dibuat berkaitan dengan laporan keuangan yang disajikan. Laporan ini memberikan informasi tentang penjelasan yang dianggap perlu atas laporan keuangan yang ada sehingga menjadi jelas sebab penyebabnya.

Tujuan laporan keuangan adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah aktiva (harta) yang dimiliki perusahaan saat ini.
2. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah kewajiban dan modal yang dimiliki perusahaan pada saat ini.
3. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah pendapatan yang diperoleh pada suatu periode tertentu.
4. Memberikan informasi tentang jumlah biaya dan jenis biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam suatu periode tertentu.
5. Memberikan informasi tentang perubahan-perubahan yang terjadi terhadap aktiva, pasiva, dan modal perusahaan.
6. Memberikan informasi tentang kinerja manajemen perusahaan dalam suatu periode.
7. Informasi keuangan lainnya.

Daftar Nomor Akun

Proses dalam hal penyusunan laporan keuangan yang akuntabel dan andal, dalam hal ini disarankan agar Desa Wisata Jasri agar membuat Daftar

Akun (*Chart of Account*). Chart of Account (COA) yaitu daftar akun-akun yang ada di desa wisata sebagai dasar dalam membuat siklus akuntansi dan laporan keuangan. Contoh COA yang dapat digunakan untuk desa wisata

Nomor Akun merupakan angka yang digunakan penomoran dari akun dalam akuntansi. Nomor akun digunakan untuk mempermudah proses pencatatan dalam sistem akuntansi. Nomor akun sangat penting, karena nomor akun merupakan tulang punggung dalam pencatatan dokumen-dokumen seperti: jurnal-jurnal, buku besar, laporan-laporan maupun keseluruhan prosedur yang digunakan pada sistem akuntansi. Pada organisasi desa wisata perlu menyusun akun secara teratur, sehingga mudah untuk menemukan bila diperlukan. Agar memudahkan mengenal dan mencarinya, maka disamping nama perlu disusun nomor untuk semua akun.

Akun pada dasarnya dapat digolongkan kedalam :

- Akun riil (*real accounts*), yaitu akun yang merupakan unsur-unsur dalam penyusunan sebuah neraca yang terdiri dari :
 - a. Akun Aktiva
 - b. Akun Utang
 - c. Akun Modal
- Akun utang dan modal dikenal juga sebagai akun Pasiva. Sisa dari akun riil ini pada akhir periode pembukuan, akan digunakan sebagai sisa awal untuk periode akuntansi berikutnya.
- Akun nominal/akun sementara (*nominal/temporary accounts*), yaitu akun-akun yang merupakan unsur-unsur dalam penyusunan Laporan Laba Rugi. Akun ini terdiri atas :
 - a. Akun Penjualan / Pendapatan.
 - b. Akun Biaya.

Pada akhir tahun buku kedua akun ini akan dipindahkan ke Laba-Rugi dan pada akhirnya akan dipindahkan lagi ke akun modal.

Nomor akun untuk Desa Wisata

NOMOR AKUN	NAMA AKUN
	AKTIVA
111	Kas
112	Bank/LPD
121	Piutang Travel Agent
124	Penyisihan Piutang Ragu-ragu
131	Persediaan Makanan
132	Persediaan Minuman
133	Persediaan Material dan Bahan
161	Tanah
162	Bangunan
163	Mesin dan Peralatan
164	Kendaraan
165	Mebel
166	Tembikar, Gelas, Lena
170	Akumulasi Penyusutan Aktiva Tetap
	KEWAJIBAN (UTANG)
211	Utang Usaha
212	Utang Jasa Layanan
213	Utang Pajak
214	Utang Lain
221	Uang Muka (Deposit)
251	Utang Jangka Panjang
	MODAL
311	Modal
333	Laba Ditahan
	PENDAPATAN
410	Pendapatan Kamar
420	Pendapatan Makanan
430	Pendapatan Minuman
440	Pendapatan Paket Tur
450	Pendapatan Atraksi Wisata
460	Pendapatan Pendidikan (Cooking Class)
470	Pendapatan Lainnya
499	Potongan Penjualan (Discount)

	BEBAN OPERASIONAL
510	Biaya Kamar
520	Biaya Makanan
530	Biaya Minuman
540	Biaya Paket Tur
550	Biaya Atraksi Wisata
560	Biaya Paket Pendidikan
600	Biaya Lainnya
	BIAYA YANG TIDAK DIDISTRIBUSIKAN
612	Adm & Umum – Biaya Gaji
620	Adm & Umum – Biaya Operasional
630	Biaya Transportasi
640	Biaya Pemasaran
650	Biaya Energi
700	Biaya Pemeliharaan
	BIAYA TETAP
720	Biaya Sewa
730	PBB dan Pajak Lain
740	Bunga Utang Jangka Panjang
800	Penyusutan
	PENDAPATAN (BIAYA) LAIN
820	Laba (Rugi) Penjualan Aktiva Tetap
830	Pendapatan Bunga (Biaya Administrasi) Bank

Laporan Penerimaan Kas

Catatan akuntansi yang digunakan dalam sistem penerimaan kas dari penjualan tunai adalah :

1. Jurnal Penerimaan Kas

Jurnal ini digunakan oleh bendahara untuk mencatat penerimaan kas dari berbagai sumber, misalnya dari penjualan tunai.

2. Jurnal Umum

Jurnal ini digunakan oleh fungsi akuntansi untuk mencatat harga pokok produk atau tarif dasar jasa yang dijual.

Jenis penerimaan di desa wisata dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu:

1. Menggunakan uang tunai (*cash*).
2. Transfer ke rekening hotel di bank.

Tamu desa wisata dapat menggunakan beberapa media pembayaran untuk membayar tagihannya, yaitu diantaranya :

1. Menggunakan uang tunai (cash)
2. Transfer bank
3. Pembayaran melalui voucher travel agent (*city ledger*)

Bagian yang terkait dalam pencatatan dan pelaporan keuangan yaitu:

1. Bendahara akan membuat *Cash Receipt Recapitulation* agar dapat mengetahui jumlah kas masuk dan kas keluar untuk kemudian dilakukan penjurnalan.
2. Staff membuat *Payment Register* untuk melakukan pembayaran sesuai dengan *Daily Receiving Report* yang kemudian menjadi dasar pembuatan *Journal Voucher*. Selain itu, staf 2 juga memproses *Daily Revenue Journal* yang kemudian akan digunakan sebagai dasar pembuatan Laporan Laba Rugi.

a. Laporan Penerimaan Kas


Dokumen yang digunakan untuk mencatat seluruh transaksi penerimaan kas yang diterima oleh desa wisata. Dalam penelitian ini dikhususkan pada penerimaan kas dari penjualan kamar dan dari penjualan paket tur. Berikut adalah contoh form Laporan Penerimaan Kas :

No Bukti		Nomor Kamar	Nama Tamu	Penerimaan Kas				Total
				Deposit	Guest Bill	Piutang	Jual Tunai	

Gambar 10.1 Form Rekapitulasi Penerimaan Kas

b. Rekap Transaksi Bank (transfer bank)

Rekap transaksi bank merupakan pencatatan pendapatan desa wisata yang berasal dari transfer bank. Rekapitulasi ini memuat berbagai informasi seperti jumlah transaksi, biaya bank, dan total pendapatan yang diterima melalui transfer bank. Berikut adalah contoh form Rekapitulasi Penerimaan Bank :

 REKAPTULASI PENERIMAAN BANK														
Periode :														
Tgl	Nomor Bukti	Nama Tamu / Travel	Nomor Kamar	Tanggal		Pendapatan			Deposit	Piutang	Nomor Kartu	Bank Charge	Jumlah Diterima	Status
				Check-in	Check-out	Kamar	Restoran	Lain						

Gambar 10.2 Form Rekapitulasi Penerimaan Bank

c. Rekap Piutang Travel Agent


Piutang travel agent merupakan rekapitulasi penerimaan desa wisata yang berasal dari travel agent. Rekapitulasi ini memuat informasi seperti tanggal dan nomor invoice penagihan kepada travel agent, nama tamu, nama travel agent, jumlah yang dibayarkan oleh travel agent, komisi yang diperoleh oleh travel agent, dan pendapatan yang diperoleh oleh desa wisata setelah dipotong komisi. Dari rekapitulasi ini pihak Desa Wisata bisa mengetahui piutang travel agent tersebut belum tertagih atau sudah lunas, tanggal diterimanya pelunasan, dan status pelunasan apakah jumlahnya sudah sesuai dengan tagihan atau ada perbedaan (lebih atau kurang). Berikut merupakan tampilan rekapitulasi piutang travel agent:

 REKAP PIUTANG TRAVEL AGENT										
Periode :										
Tanggal	No Invoice	No Kamar	Nama Tamu	Travel Agent	Jumlah	Komisi	Pendapatan Bersih	Pelunasan Piutang	Tgl Diterima	Status

Gambar 10.3 Form Rekapitulasi Piutang Travel Agent


d. Rekap Deposit

Dokumen yang digunakan untuk mencatat uang muka pemesanan kamar dari travel agent dan tamu kepada pihak desa wisata. Berikut adalah form Rekapitulasi Deposit :

 REKAP DEPOSIT					
Periode :					
Tanggal	No Bukti	Travel Agent	Nama Tamu	Keterangan	Jumlah

Gambar 10.4 Form Rekapitulasi Deposit

Dari sisi penerimaan kas, disarankan agar Desa Wisata membuat Jurnal Penerimaan, yaitu jurnal yang memuat akun-akun yang bersangkutan dengan penerimaan diantaranya akun kas, bank, piutang, uang muka pemesanan kamar, pendapatan kamar, pendapatan paket tur, pendapatan lain-lain, biaya komisi travel agent, dan biaya lain-lain. Angka yang ada di jurnal penerimaan didapat dari form Rekapitulasi Penerimaan Kas, Rekapitulasi Penerimaan Bank, Rekap Piutang Travel Agent dan Rekap Penerimaan Deposit. Maka dari seluruh transaksi tersebut didapatkan format penjurnalan seperti berikut:

 JURNAL PENERIMAAN					
Periode:					
No Akun	Nama Akun	Balance	Debet	Kredit	
100	Kas				
111	Bank				
120	Piutang Tamu				
121	Piutang Travel				
210	Deposit				
410	Pendapatan Kamar				
420	Pendapatan Makanan				
430	Pendapatan Minuman				
440	Pendapatan Paket Tur				
450	Pendapatan Paket Cooking Class				
460	Pendapatan Lain				
Dibuat Oleh					
Bendahara					

Gambar 10.5 Jurnal Penerimaan

Laporan Pengeluaran Kas

Laporan yang Dihasilkan dalam Pengeluaran Kas

1. Rekap Biaya

Rekap biaya merupakan laporan rekapitulasi biaya-biaya dari keseluruhan transaksi pengeluaran yang dilakukan oleh pihak Desa Wisata dan laporan seluruh biaya depresiasi Desa Wisata. Berikut merupakan format rekap biaya:

 REKAP BIAYA		
Periode:		
TANGGAL	KETERANGAN	JUMLAH
	Biaya Travel	
	Biaya honestay	
	Biaya Pemeliharaan	
	Biaya pemasaran	
Dibuat Oleh		
Bendahara		

Gambar 10.6 Form Rekap Biaya

2. Bukti Kas Keluar

Bukti kas keluar merupakan laporan dari total uang kas yang dikeluarkan oleh pihak Desa Wisata Jasri untuk kegiatan operasional desa wisata selama satu bulan. Berikut merupakan format bukti kas keluar:

 BUKTI KAS KELUAR		
Periode:		
TANGGAL	KETERANGAN	JUMLAH
Dibuat Oleh		Disetujui Oleh
Bendahara		Ketua Desa Wisata

Gambar 10.7 Form Bukti Kas Keluar

3. Bukti Bank Keluar


Bukti bank keluar merupakan laporan transaksi pembayaran yang dikeluarkan dari akun bank milik pihak Desa Wisata untuk kegiatan operasional Desa Wisata selama satu bulan. Berikut merupakan format bukti bank keluar:

 BUKTI KAS KELUAR		
Periode:		
TANGGAL	KETERANGAN	JUMLAH
Dibuat Oleh		Disetujui Oleh
Bendahara		Ketua Desa Wisata

Gambar 10.8 Form Bukti Bank Keluar

4. Rekap Utang


Rekap utang merupakan rekapitulasi utang Desa Wisata yang belum dibayarkan selama satu bulan. Contohnya pembayaran komisi travel agen. Berikut merupakan format rekap utang:

 REKAP UTANG		
Periode:		
NAMA	JUMLAH	KETERANGAN
Dibuat Oleh		Disetujui Oleh

Gambar 10.9 Form Rekap Utang


5. Food and Beverage Cost

Food and beverage cost merupakan laporan yang menggambarkan seberapa besar persentase *Food and Beverage cost* yang terjadi dalam operasional desa wisata selama satu bulan. Total pendapatan *Food & Beverage* didapat dari *Daily Revenue Report* di sistem penerimaan. Berikut merupakan format *F&B Cost*:

 LAPORAN HARGA POKOK BULANAN	
Periode:	
HARGA POKOK MAKANAN DAN MINUMAN	JUMLAH
Biaya Makanan dan Minuman	
Pendapatan Makanan dan Minuman	
Persentase Biaya Makanan dan Minuman	
Dibuat Oleh	Ditetapkan Oleh
Bendahara	Ketua Desa Wisata

Gambar 10.10 Form Harga Pokok Makanan dan Minuman

Sedangkan dari sisi pengeluaran kas, fungsi akuntansi dilakukan oleh Bendahara, dalam hal ini tugasnya adalah meringkas laporan-laporan yang telah dihasilkan sebelumnya ke dalam Jurnal Pengeluaran. Jurnal adalah catatan yang memuat deskripsi, nilai dari transaksi pengeluaran kas yang terjadi sesuai dengan *Chart of Account* Desa wisata. Berikut merupakan format jurnal pengeluaran:

 JURNAL PENGELUARAN				
Periode:				
No Akun	Nama Akun	Buku Besar	Debet	Kredit
100	Kas			
111	Bank			
131	Persediaan Makanan			
132	Persediaan Minuman			
133	Persediaan Material			
135	Persediaan Lian-lain			
150	Tanah			
151	Gedung			
152	Peralatan			
153	Kendaraan			
161	Akumulasi Penyusutan Gedung			
162	Akumulasi Penyusutan Peralatan			
163	Akumulasi Penyusutan Kendaraan			
200	Utang Usaha			
220	Utang Jangka Panjang			
Dibuat Oleh			Ditetapkan oleh	
Bendahara			Ketua Desa Wisata	

Gambar 10.11 Jurnal Pengeluaran

Selanjutnya Bendahara pada akhir periode akuntansi membuat jurnal umum mengenai penyusutan dan biaya yang dikeluarkan sebulan sekali. Unsur yang berkaitan secara langsung dengan pengukuran posisi keuangan adalah aktiva, kewajiban, dan ekuitas. Sedangkan unsur yang berkaitan dengan pengukuran kinerja dalam laporan laba rugi adalah pendapatan dan beban. Laporan posisi keuangan biasanya mencerminkan berbagai unsur laporan laba rugi dan perubahan dalam berbagai unsur neraca

Unsur yang berkaitan secara langsung dengan pengukuran posisi keuangan adalah aktiva, kewajiban, dan ekuitas. Sedangkan unsur yang berkaitan dengan pengukuran kinerja dalam laporan laba rugi adalah pendapatan dan beban. Laporan posisi keuangan biasanya mencerminkan berbagai unsur laporan laba rugi dan perubahan dalam berbagai unsur neraca.

Bagian yang terkait dalam pencatatan dan pelaporan keuangan yaitu:

1. Bendahara akan membuat *Cash Receipt Recapitulation* agar dapat mengetahui jumlah kas masuk dan kas keluar untuk kemudian dilakukan penjurnalan.
2. Staff membuat *Payment Register* untuk melakukan pembayaran sesuai dengan *Daily Receiving Report* yang kemudian menjadi dasar pembuatan *Journal Voucher*. Selain itu, staf 2 juga memproses *Daily Revenue Journal* yang kemudian akan digunakan sebagai dasar pembuatan Laporan Laba Rugi.

Laporan yang dihasilkan dalam pencatatan dan pelaporan keuangan:

1. Laporan Laba Rugi Laporan laba rugi (*Income Statement*) merupakan ikhtisar dari seluruh pendapatan dan beban dari satu kesatuan usaha untuk satu periode tertentu.
2. Neraca (*Balance Sheet*) Neraca menggambarkan posisi keuangan dari satu kesatuan usaha yang merupakan keseimbangan antara aktiva (*assets*), utang (*liabilities*), dan modal (*equity*) pada suatu tanggal tertentu.
3. Laporan Arus Kas (*Cash Flow*) Laporan arus kas (*cash flow*) berisikan pengaruh kas dari kegiatan operasi, kegiatan transaksi investasi, dan kegiatan transaksi pembiayaan/pendanaan serta kenaikan atau penurunan bersih dalam kas suatu perusahaan.



LAPORAN LABA RUGI

PERIODE:

Akomodasi		
Pendapatan Akomodasi	Rp.	(+)
Biaya Akomodasi	Rp.	(-)
Laba Akomodasi	Rp.	(+/-)
Makanan dan Minuman		
Pendapatan Atraksi wisata	Rp.	(+)
Harga Pokok Makanan dan Minuman	Rp.	(-)
Biaya Makanan dan Minuman	Rp.	(-)
Laba Atraksi Wisata	Rp.	(+/-)
Atraksi Wisata		
Pendapatan Atraksi wisata	Rp.	(+)
Biaya Atraksi Wisata	Rp.	(-)
Laba Atraksi Wisata	Rp.	(+/-)
Laba Operasional	Rp.	(+/-)
Biaya Operasional		
Biaya gaji	Rp.	(+)
Biaya Administrasi dan Umum	Rp.	(+)
Biaya Sumber Daya Manusia	Rp.	(+)
Biaya Energy dan Pemeliharaan	Rp.	(+)
Biaya Pemasaran	Rp.	(+)
Biaya Operasional	Rp.	(-)
Laba Sebelum Biaya Tetap	Rp.	(+/-)
Biaya Tetap		
Biaya Penyusutan	Rp.	(+)
Biaya tetap	Rp.	(-)
Laba Bersih	Rp.	(+/-)
Dibuat Oleh	Disetujui Oleh	
Bendahara	Ketua Desa Wisata	

Gambar 10.12 Laba Rugi



NERACA

Per

AKTIVA		KEWAJIBAN DAN MODAL	
Aktiva Lancar		Utang Lancar	
- Kas	Rp.	- Utang Usaha	Rp.
- Bank	Rp.	Utang Jangka Panjang	
- Piutang	Rp.	- Utang Bank	Rp.
- Persediaan	Rp.	Total Kewajiban	Rp.
Total Aktiva Lancar	Rp.		
Aktiva tetap		MODAL	
- Tanah		- Modal Pemilik	Rp.
- Bangunan	Rp.	- Prive	(Rp.)
- Mesin dan Peralatan	Rp.	- Laba Ditahan	Rp.
- Kendaraan	Rp.	Total Modal	Rp.
- Akumulasi Penyusutan	(Rp.)		
- Beban Ditungguhkan	Rp.		
Total Aktiva Tetap	Rp.		
TOTAL AKTIVA	Rp.	TOTAL KEWAJIBAN DAN MODAL	Rp.
Dibuat Oleh		Disetujui oleh	
Bendahara		Ketua Desa Wisata	

Gambar 10.13 Neraca

BAB 11

KINERJA KEUANGAN DESA WISATA

Menilai kinerja dari manajemen suatu desa wisata sangat dibutuhkan dalam mengambil keputusan terkait dengan perkembangan dan kemajuan desa wisata. Kinerja keuangan suatu desa wisata dilihat dari Laporan keuangan dengan menggunakan rasio. Tujuan analisa adalah untuk mengetahui gambaran atau perkembangan perusahaan. Untuk mendapat gambaran tentang perkembangan keuangan suatu desa wisata.

KINERJA KEUANGAN DESA WISATA

Setiap organisasi akan selalu menilai kinerja manajemen yang menjalankan operasi organisasi tersebut, termasuk desa wisata. Pengukuran kinerja ini sangat dibutuhkan untuk menilai kinerja manajemen dan mengambil keputusan terkait dengan perkembangan dan kemajuan desa wisata.

Kinerja

Kinerja keuangan suatu desa wisata dilihat dari Laporan keuangan dengan menggunakan beberapa rasio. Tujuan analisa adalah untuk mengetahui gambaran atau perkembangan perusahaan. Sedangkan Rasio merupakan perbandingan dua angka atau jumlah yang mengungkapkan hubungan matematis antara suatu jumlah dengan jumlah lainnya dan memiliki makna. Untuk mendapat gambaran tentang perkembangan keuangan suatu desa wisata, biasanya kita melihat laporan keuangan desa wisata tersebut yang berbentuk: Laporan Laba Rugi (Income Statement), Neraca (Balance Sheet), Laporan Arus Kas (Cashflow Statement) dan Catatan atas Laporan Keuangan.

Agar lebih mudah bagi kita melakukan interpretasi atau analisa, angka-angka yang tercantum di dalam laporan keuangan dirubah dalam bentuk pembagian atau ratio: desimal, persentase, atau pecahan. Dengan menggunakan rasio pembaca laporan keuangan akan lebih mudah menentukan apakah telah terjadi perubahan situasi keuangan dari satu periode ke periode lainnya. Juga perbandingan dengan perusahaan sejenis atau dengan rata-rata industri menjadi lebih mudah dilakukan.

Penggunaan Rasio

Data Laporan keuangan desa wisata, bermacam-macam rasio dapat dibuat, misalnya *current ratio* yang menggambarkan perbandingan antara aktiva lancar dengan utang lancar, atau *Return on Investment* yang menggambarkan perbandingan antara keuangan perusahaan setelah pajak dengan besarnya seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan.

Walaupun rasio yang dapat dibuat banyak macamnya, tidaklah tepat untuk menggunakan semuanya sekaligus. Penggunaan rasio biasanya tergantung

kepada siapa yang akan melakukan analisa dan kebutuhan analisa yang dibutuhkan. Selain itu patut juga diketahui bahwa tidak ada satu rasio yang secara sendirian dapat memberi informasi yang memadai bagi pengambilan keputusan yang rasional. Menganalisa harus menggunakan kombinasi dari beberapa rasio hingga menemukan dasar yang kuat bagi pengambilan keputusan.

Secara umum terdapat tiga kelompok yang berkepentingan dengan rasio keuangan, yaitu: para pemilik dan calon pemilik, kreditur dan calon kreditur, serta manajemen desa wisata itu sendiri. Hal yang menjadi perhatian para pemilik dan calon pemilik antara lain tingkat keuntungan baik yang dicapai desa wisata saat ini maupun kemungkinannya di masa yang akan datang. Hal ini penting bagi para pemilik dan calon pemilik, karena tingkat keuntungan yang dicapai desa wisata akan mempengaruhi nilai investasi yang mereka miliki.

Para kreditur pada umumnya sangat berkepentingan dengan kemampuan desa wisata untuk memenuhi kewajiban-kewajibannya baik jangka pendek maupun jangka panjang. Setiap kreditur akan mengharapkan bahwa uang yang dipinjamkan kepada suatu desa wisata, akan dapat dibayar kembali oleh desa wisata tersebut tepat pada waktunya baik pinjaman pokoknya maupun bunganya. Sedangkan manajemen desa wisata berkepentingan dengan seluruh keadaan keuangan desa wisata, karena hal ini merupakan bahan informasi bagi kreditur dan pemegang saham yang ingin menilai kemampuan manajemen desa wisata tersebut.

Penggunaan rasio sebagai alat analisa keuangan desa wisata harus memperhatikan beberapa hal:

1. Perhitungan rasio keuangan sebaiknya menggunakan laporan keuangan yang sudah disahkan sehingga kebenaran laporan keuangan tersebut terjamin.
2. Bila hendak membandingkan dengan bisnis lain, hendaknya dengan bisnis yang sejenis dan pada saat yang sama.
3. Sistem akuntansi yang digunakan hendaklah sama, baik jika ingin melihat perkembangan desa wisata dari tahun ke tahun maupun membandingkannya dengan perusahaan lain.
4. Rasio hanyalah alat untuk mendeteksi adanya masalah keuangan. Pemecahan masalahnya tergantung kemampuan manajemen untuk melakukan interpretasi dan mengambil tindakan yang tepat.

5. Sekali lagi, sebuah rasio saja tidak dapat digunakan untuk menilai seluruh operasi perusahaan. Karenanya pemilihan rasio-rasio yang dapat digunakan jadi penting, karena tidak semua rasio sesuai dengan tujuan penganalisa yang berbeda-beda.

Jenis Ratio

Agar pemahaman tentang perhitungan rasio lebih baik, berikut ini diberikan contoh laporan keuangan yang terdiri dari Neraca (*Balance Sheet*), Laporan Laba Rugi (*Income Statement*), dan Laporan Perubahan Modal (*Statement of Retained Earning*), dan analisis rasionya.

Secara umum rasio dapat dibedakan menjadi:

1. Liquidity ratio
2. Solvency ratio
3. Activity ratio
4. Profitability ratio
5. Operating ratio

Liquidity Ratio

Rasio ini memperlihatkan perbandingan antara utang lancar dengan aktiva lancar keuangan hotel, yang menunjukkan kemampuan hotel membayar utang –utang lancarnya.

Current ratio

Current liquidity ratio menunjukkan kemampuan desa wisata untuk memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendeknya, atau rasio yang menunjukkan tingkat likuiditas perusahaan. Rasio ini sering dipergunakan yang menunjukkan kemampuan desa wisata untuk membayar utang-utang jangka pendek.

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Current Assets}}{\text{Current Liabilities}}$$

$$\begin{aligned} \text{Tahun 20x2} &= \frac{\text{Rp. 223.184.000,-}}{\text{Rp.116.000.000,-}} \\ &= 1,92 \end{aligned}$$

Hasil ini menunjukkan bahwa setiap Rp. 1 dari Utang lancar ditanggung oleh 1,92 Aktiva Lancar.

Acid Test Ratio (Quick Ratio)

Rasio ini membandingkan Utang lancar dengan setara kas atau aktiva yang cepat dijadikan kas. Rasio ini tidak memperhitungkan persediaan, karena persediaan memerlukan waktu yang relatif lebih lama untuk direalisasikan menjadi uang kas, walaupun kenyataannya persediaan mungkin lebih *liquid* dari pada piutang. Formula rasio ini adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Acid Test ratio} &= \frac{\text{Cash + AR + Marketable securities}}{\text{Current Liabilities}} \\ &= \frac{173.184.000}{116.000.000} \\ &= 1.49 \end{aligned}$$

Artinya, setiap Rp. 1,- hutang lancar dijamin oleh Rp. 1,49 *quick asset* (Kas, Piutang, dan Investasi jangka pendek dalam surat berharga).

Operating Cash Flows to Current Liabilities Ratio

Rasio ini membandingkan antara Aliran Cash flow oprasional dengan Utang Lancar.

$$\text{Operating Cash Flows to Current Liabilities} = \frac{\text{Operating Cash flows}}{\text{Average Current Liabilities}}$$

$$= \frac{179.200.000}{(132.200.000 + 116.000.000) : 2}$$

$$= \frac{179.200.000}{124.100.000}$$

$$= 1,44$$

Artinya hanya Rp. 1,44 yang ada untuk membayar Rp.1 utang lancar.

Account Receivable Ratios

Account Receivable Turnover

Rasio ini menghitung perputaran Piutang, hasil perhitungan ini menunjukkan jumlah dari total revenue yang belum terbayar dalam periode sekarang.

$$\text{Account Receivable Turnover} = \frac{\text{Credit Sale}}{\text{Average Account Receivable}}$$

Jika data tersedia, akan lebih baik kalau menggunakan penjualan kredit (*annual charge revenue*). Dalam contoh kita data ini tidak tersedia, jadi dipergunakan total *revenue*.

$$\text{Account Receivable Turnover} = \frac{\text{Total Revenue}}{\text{Average Account Receivable}}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{1.167.000.000}{(90.000.000 + 100.000.000) : 2} \\
 &= \frac{1.167.000.000}{95.000.000} \\
 &= 12,28
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan kita menunjukkan bahwa rata-rata 12,28 dari total penjualan tahunan masih dalam bentuk piutang.

Juga dalam rasio ini, Total *Revenue* dipergunakan karena tidak ada data penjualan kredit. Semakin tinggi tingkat perputaran menunjukkan modal kerja yang ditanamkan dalam piutang semakin rendah, sebaiknya kalau ratio semakin rendah berarti ada kelebihan investasi dalam piutang yang memerlukan analisa lebih lanjut.

Accounts Receivable Average Collection Period

$$\text{Average collection period} = \frac{365}{\text{Turnover rate}}$$

$$= \frac{356}{12,28}$$

$$= 28,99 \text{ dibulatkan menjadi } 30 \text{ hari}$$

Hasil ini menunjukkan masa pengumpulan piutang selama 30 hari. Makin cepat pengumpulan piutang, semakin efisien prosedur pengumpulan piutang. Sebaliknya, periode pengumpulan piutang semakin lama memberi kemungkinan yang makin besar untuk tidak tertagihnya piutang.

Working Capital Turnover

$$\text{Working capital turnover} = \frac{\text{Revenue}}{\text{Average working capital}}$$

$$\text{Working capital} = \text{Current Assets} - \text{Current Liabilities}$$

$$= \frac{1.167.000.000}{(78.330.000 + 107.184.000) : 2}$$

$$= \frac{1.167.000.000}{92.757.000}$$

$$= 12,58 \text{ kali}$$

Ini menunjukkan working capital sebanyak Rp.92.757.000 digunakan 12,58 kali.

Solvency Ratios

Solvency Ratio

Aktiva (*Total Assets*) di dalam perusahaan dapat dibelanjai degan utang maupun modal sendiri (saham dan laba ditahan). Rasio solvabilitas menunjukan perbandingan antara kedua cara membelanjai perusahaan tersebut.

$$\text{Solvency ratio} = \frac{\text{Total assets}}{\text{Total liabilities}}$$

$$= \frac{1.278.484.000,-}{451.000.000,-}$$

$$= 2,83$$

Rasio ini menunjukkan bahwa setiap Rp.1 Total Utang ditanggung oleh 2,83 total aktiva

Debt- Equity ratio

$$\text{Debt- Equity ratio} = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Owner Equity}}$$

$$= \frac{451.000.000,-}{827.484.000,-}$$

$$= 0,54 \text{ to } 1,-$$

Long Term Debt to Total Capitalization Ratio

Yang dimaksud dengan total capitalization adalah Long-Term Debt ditambah stock holder's equity. Dalam ratio ini Current Liabilities dikeluarkan dari perhitungan karena tidak betul-betul relevan dengan Long-Term solvenery.

$$\text{Long -Term Debt to Total Capitalization Ratio} = \frac{\text{Long-term Debt}}{\text{Total Capitalization}}$$

Total Capitalization = Long term Debt and Owners Equity

$$= \frac{335.000.000}{1.162.484.000}$$

$$= 28,82\%$$

Activity Ratio

Activity Ratio menjelaskan efektivitas manajemen dalam menggunakan sumber daya yang dimiliki oleh desa wisata.

Inventory Turnover

Inventory turnover memperlihatkan kecepatan perputaran penggunaan persediaan, makin cepat perputaran pada persediaan makin baik.

$$\text{Food Inventory Turnover} = \frac{\text{Cost of Food Used}}{\text{Average Food Inventory}}$$

$$\text{Beverage Inventory Turnover} = \frac{\text{Cost of Beverage Used}}{\text{Average Beverage Inventory}}$$

Asset Turnover

Ratio ini menunjukkan efisiensi manajemen dalam menggunakan aktiva tetap dalam menghasilkan pendapatan.

$$\text{Property and Equipment Turnover} = \frac{\text{Total Revenue}}{\text{Average Property and Equipment}}$$

Paid Occupancy Percentage

Ratio ini menunjukkan kemampuan manajemen dalam menjual produk perusahaan.

$$\text{Paid Occupancy} = \frac{\text{Paid Rooms Occupied}}{\text{Rooms Available}}$$

Complimentary Occupancy

$$\text{Complimentary Occupancy} = \frac{\text{Complimentary Occupied}}{\text{Rooms Available}}$$

Average Occupancy per Room

$$\text{Average Occupancy per room} = \frac{\text{Number of Guest}}{\text{Number of Rooms Occupied by Guest}}$$

Seat Turnover

Ratio ini menunjukkan perputaran tamu yang makan di restoran.

$$\text{Seat Turnover} = \frac{\text{Cover Served}}{\text{Number of Seats X Number of Days Open}}$$

Profitability Ratio

Profit Margin

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Revenue (masukan semua pendapatan)}}$$

$$= \frac{98.484.000}{1.167.000.000}$$

$$= 8,44\%$$

Setiap Rp. 1,- penjualan menghasilkan Rp. 0,0844 keuntungan. Angka ini berguna untuk membuat perbandingan dengan periode sebelumnya, periode yang direncanakan atau dengan unit lain dalam sebuah kelompok perusahaan. Namun angka ini sendiri mungkin tidak memberikan gambaran yang benar atas profitabilitas perusahaan.

Operating Efficiency Ratio

Operating Efficiency ratio yang dikenal dengan Gross operating profit ratio adalah menjelaskan kinerja manajemen dari profit margin.

$$\begin{aligned} \text{Operating Efficiency Ratio} &= \frac{\text{Income After Undistributed Operating Expenses}}{\text{Total Revenue}} \\ &= \frac{285.500.000}{1.167.000.000} \\ &= 24,46\% \end{aligned}$$

Return on Assets (ROA)

Return on Assets (ROA) adalah indikator profitabilitas dari asects yang dimiliki oleh perusahaan.

$$\begin{aligned} \text{Return on Assets (ROA)} &= \frac{\text{Net Income}}{\text{Average Total Assets}} \\ &= \frac{98.484.000}{1.266.507.000} \\ &= 7,77\% \end{aligned}$$

Average Total Assets adalah Total assets awal ditambah Total Assets akhir dibagi dua.

Gross Return on Assets Ratio

Ratio ini untuk mengukur efektivitas manajemen dalam penggunaan aktiva, lebih-lebih amat berguna untuk menilai kemungkinan penambahan modal asing guna ekspansi perusahaan.

$$\begin{aligned} \text{Gross return on Assets} &= \frac{\text{EBIT}}{\text{Average Total Assets}} \\ &= \frac{114.500.000}{1.266.507.000} \\ &= 9,04\% \end{aligned}$$

EBIT=Earning before Income Tax

Operation Ratios

Operating ratios berhubungan dengan hasil pengelolaan sehari-hari perusahaan perhotelan dan restoran, ratio ini menunjukkan kinerja dari manajemen dalam efisiensi dan efektivitas operasionalnya.

Food and Beverage

Food Cost Percentage

$$\text{Food Cost Percentage} = \frac{\text{Total Food Cost of Sale}}{\text{Total Food Sale}}$$

Bevergae Cost Percentage

$$\text{Food Cost Percentage} = \frac{\text{Total Beverage Revenue}}{\text{Total Beverage Sale}}$$

Labor cost percentage

$$\text{Labor Cost Percentage} = \frac{\text{Labor Cost by Departments}}{\text{Department Revenue}}$$

Rooms

Average Room Rate atau Average Daily Rate (ADR)

$$\text{ADR} = \frac{\text{Rooms Revenue}}{\text{Number of Room Sold}}$$

Revenue per Available Room (RevPAR)

$$\text{RevPAR} = \frac{\text{Rooms Revenue}}{\text{Available Rooms}}$$

Manager desa wisata umumnya menggunakan beberapa ratio untuk mengukur kinerja perusahaan dan departmen yaitu: Profit margin, Occupancy percentage, Cost of labor percentage, Daily occupancy percentage, ADR, Total Revenue percentage change from budget, Cost of food sold percentage, Room sales to total sale, dan Operating efficiency ratio.

Kelemahan Analisis Rasio

Statis, hanya menunjukkan keadaan pada suatu waktu yang tertentu, dan mengabaikan proses pembentukan keadaan tersebut. Deterministis, tidak memiliki pertimbangan tentang ketidakpastian, tapi hanya sekadar point

estimate. Kesulitan menggunakan standar, Ratio tidak mempunyai arti, bila tidak dibandingkan dengan standar atau tolok ukur. Standar yang mana yang harus dipergunakan, karena sulitnya menentukan standar.

Perlu hati-hati dan terlalu yakin terhadap rasio yang telah dihitung dan dibandingkan. Beberapa situasi yang perlu diperhatikan oleh para analisis antara lain sebagai berikut:

1. Formulasi rasio adalah perbedaan diantara berbagai sumber, sementara tidak tersedia informasi tentang bagaimana rasio usaha tersebut dihitung.
2. Perusahaan yang sama dapat menggunakan metode penilaian atau pengakuan persediaan atau pendapatan berbeda yang dapat mengganggu pemenuhan prinsip daya banding.
3. Perbedaan periode laporan keuangan yang digunakan oleh perusahaan yang dikelompokkan dalam satu kelompok usaha.
4. Perusahaan dengan kenijakan keuangan yang berbeda dimasukkan dalam satu kelompok usaha yang sama, misalnya perusahaan yang *capital-intensive* dimasukkan dalam kelompok usaha perusahaan yang *labor-intensive*.
5. Beberapa data rata-rata industri dittemukan atas dasar sampel perusahaan yang jumlahnya sedikit sehingga tidak dapat mewakili kondisi usaha yang sesungguhnya.

KOMENTAR

Perkembangan Desa Wisata saat ini, tentunya akan disertai juga dengan terjadinya perubahan pada aspek ekonomi, budaya, sosiologi dan kehidupan masyarakat. Desa wisata merupakan suatu bentuk perkembangan pariwisata yang menitik beratkan pada kontribusi masyarakat sekitar pedesaan dan pelestarian lingkungan area pedesaan. Misi pemerintah yang utama dalam menggerakkan desa wisata yakni untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, melalui pengembangan usaha produktif di bidang pariwisata, sesuai dengan potensi dan sumber daya lokal. Keberadaan desa-desa di Indonesia yang sampai saat ini sebanyak 1073 desa tentunya sangat potensial untuk dapat dikembangkan menjadi desa wisata.

Desa wisata merupakan bagian dari pengembangan pariwisata berkelanjutan dan menjadi salah satu program Pemerintah Republik Indonesia yang diharapkan dapat mempercepat kebangkitan pariwisata dan memicu pertumbuhan ekonomi. Namun tidak setiap desa dapat dijadikan desa wisata, karena sekurangnya diperlukan tiga komponen untuk membangunnya. Komponen pertama adalah dengan melihat potensi wisata yang tersedia. Di sini perangkat desa harus memiliki basis data yang jelas mengenai lahan, lokasi, daerah serta bagaimana ekosistem yang dapat membantu pengembangan destinasi wisata nantinya. Komponen berikutnya adalah dengan melihat minat dan kesiapan masyarakat terhadap pengembangan destinasi wisata setempat. Desa wisata akan sangat berkembang jika dikelola oleh desa itu sendiri, kebutuhan akan organisasi yang khusus mengurus desa wisata dibutuhkan agar berkelanjutan serta melibatkan pihak yang menentukan arah desa wisata. Komponen terakhir adalah konsep desa wisata yang harus unik. Dengan konsep atau ide desa wisata yang berbeda akan menjadi nilai jual yang menonjol di antara destinasi wisata di daerah lainnya.

Salah satu solusi yang bisa dilakukan untuk menjaga eksistensi desa wisata tersebut yakni dengan menerapkan sistem informasi akuntansi dalam pengelolaan desa wisata. Ini menjadi jawaban, atas kendala yang dihadapi

masyarakat desa dalam mencatat pemasukan dan pengeluaran kas (cashflow), sehingga mampu menghasilkan laporan keuangan yang baik dan terstruktur. Buku yang berjudul "Desa Wisata, Pengelolaan Berbasis Budaya dan Kinerja Keuangan", karya dari I G N Agung Wiryanata ini sangat bermanfaat bagi para praktisi pariwisata, khususnya pengelola desa wisata dan juga bagi para akademisi, sebagai wujud dari dukungan terhadap program pemerintah yakni prioritas Kemenparekraf untuk menghadirkan pariwisata yang berkualitas, berkelas dunia, dan berkelanjutan.

Denpasar, 26 Oktober 2022
Rektor Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional

Dr. I Made Sudjana, SE., MM., CHT., CHA.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Wiryanata, IGN. 2021. Pengantar Akuntansi Hotel, Denpasar: Udayana University Press.
- AHMA. 2001. Accounting for Hospitality Manager, the Educational Institute of American Hotel and Motel Association.
- Baridwan, Zaki. 1991. Sistem Informasi Akuntansi, Yogyakarta : YKPN
- Bodnar, H.George, William S. Hopwood. 2000. Sistem Informasi Akuntansi. Edisi Ke -6. Buku I. Jakarta : Salemba Empat.
- Carter, Wiliam K dan Milton F. Usry, 2006. Akuntansi Biaya, Edisi Ketigabelas, Buku I, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Geriya, I Wayan, 1996. Pariwisata dan Dinamika Kebudayaan Lokal, Nasional, Global Bunga Rampai Antropologi Pariwisata. Denpasar: Penerbit Upada Sastra.
- Hansen, R. Don, and Marryanne M. Mowen. 2005. Management Accounting. Second Edition. Cincinnati, Ohio: South-Western Publishing Co.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2019. Standar Akuntansi Keuangan. Jakarta : IAI
- Jogiyanto. 2014. Analisis dan Desain Sistem Informasi, Sistem Informasi : Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis. Yogyakarta: Andi Offset.
- McKercher, B., & du Cross, H. 2002. Cultural Tourism : The Partnership Beetween Tourist and Cultural Herritage Management. New York: Haworth Press.
- Mulyadi. 2008. Sistem Akuntansi, Edisi Ketiga, Cetakan Ketiga, Penerbit Salemba. Empat, Jakarta.
- Pendit, S. Nyomant. 2002. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Pitana, I Gde. dan Surya Diarta, I Ketut. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Pitana, I. Gede dan Gayatri, Putu G. 2005. Sosiologi Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- Priasukmana, Soetarso & R. Mohamad Mulyadin. 2001. *Pembangunan Desa Wisata : Pelaksanaan Undang-Undang Otonomi Daerah*. Info Sosial Ekonomi Vol. 2 No.1
- Rangkuti, Freddy. 2013. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Raymond S. Schmidgall. 2002. Hospitality Industry Managerial Accounting. Education American Hotel & Lodging Assosiation: Michigan.
- Siagian, Sondang P. 2004. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara
- Soemarso S.R. 2004. Akuntansi Suatu Pengantar, Edisi Lima. Jakarta : Salemba Empat
- Sumarsan, Thomas. 2013. Sistem Pengendalian Manajemen, Edisi 1. Jakarta : PT. Indeks
- The Education Institute of the American Hotel & Motel Association. 2002. Uniform System of Accounts and Expenses Dictionary for Small Hotels, Motels, and Motor Hotels. Eleven edition. New york: Hotel Association of Newyork City Inc

TENTANG PENULIS



Agung Wiryanata atau nama lengkap I Gusti Ngurah Agung Wiryanata, SE., Ak., MSi., CA. Lahir di Gianyar bulan Pebruari 1972, dan mengikuti pendidikan SD, SMP dan SMA di Kabupaten Gianyar. Tahun 1996 menamatkan pendidikan di Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi di Universitas Udayana dan memperoleh gelar Akuntan. Tahun 2012 menamatkan S2 Magister Akuntansi di Universitas Udayana. Tahun 2015 mendapatkan Certified Accountant dari Ikatan Akuntan Indonesia. Pernah juga mengikuti Short Course di William Angglish Institute Mekboure Australia tahun 2013, dan di Republic Polytechnic Singapura tahun 2017.

Mulai bekerja tahun 1997 sebagai Administrasi Keuangan Proyek PT Teknik Umum Pulau Bintan. Kemudian bekerja di Hotel Dharmarie Senggigi dari tahun 1998 sampai dengan tahun 2002. Tahun 2002 sampai sekarang menjadi Dosen di Politeknik Pariwisata Bali juga. Selain sebagai Dosen juga bekerja sebagai Internal Audit dan menjadi pemateri terkait Akuntansi dan Keuangan.

Penelitian yang dilakukan tentang Anggaran di Hotel, Room included Breakfast, Akuntansi Assets Biologik, Sistem Informasi Akuntansi Desa Wisata dan Akuntansi Homestay. Sedangkan buku yang diterbitkan Manajemen Keuangan Hospitaliti, Homestay dan Pengantar Akuntansi Hotel