

Peran Sumber Daya Sosial Budaya dalam Pengembangan Pariwisata di Kawasan Gunung Merapi Desa Umbulharjo dan Desa Kepuharjo

The Roles of Socio-Cultural Resources in Tourism Development: Case Study of Mount Merapi Areas, Umbulharjo and Kepuharjo Village

Shafira Leliana Putri¹

Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia

Maya Damayanti²

Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia

Abstrak: Masyarakat merupakan salah satu elemen utama pembangunan, sehingga segala bentuk pembangunan akan melibatkan masyarakat baik sebagai subyek maupun obyek. Sumberdaya sosial budaya melekat pada masyarakat, maka ketika masyarakat mengembangkan suatu usaha, secara langsung maupun tidak langsung, disadari atau tidak, masyarakat telah menggunakan sumberdaya sosial budaya. Di kawasan rawan bencana Gunung Merapi, Desa Umbulharjo dan Desa Kepuharjo, Kabupaten Sleman, D.I. Yogyakarta terdapat atraksi wisata yang sudah dikenal oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Pariwisata yang berkembang adalah pariwisata minat khusus terdiri dari desa wisata, taman nasional serta aktivitas di sisa bencana. Meskipun bukan pariwisata budaya, lereng Gunung Merapi dihuni oleh masyarakat yang menjunjung nilai sosial-budaya Jawa yang membentuk persepsi, tingkah laku hingga kebijakan yang diterapkan dalam pengembangan pariwisata. Lalu, apa saja peran sumberdaya social-budaya lokal dalam pengembangan pariwisata ini? Dengan mengetahui peran sumberdaya sosial budaya dalam pengembangan pariwisata, diharapkan sumberdaya sosial budaya dapat dimanfaatkan sekaligus dilestarikan dalam pengembangan ekonomi pariwisata. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dimana peneliti mengumpulkan data dengan observasi dan wawancara mendalam kepada 13 tokoh vokal di dua desa tersebut untuk mengidentifikasi penggunaan sumberdaya sosial budaya dalam masing-masing kegiatan pariwisata. Penelitian ini menemukan 5 peran sumberdaya sosial budaya dalam pengembangan pariwisata di kawasan gunung Merapi yaitu sebagai branding, atraksi, aturan, kelembagaan dan katalisator pembangunan.

Kata kunci: Gunung Merapi; Pariwisata; Pariwisata Rawan Bencana; Sosial Budaya.

Abstract: Community is one of the main elements of development, so that all forms of development will involve community both as subjects and objects. Socio-cultural resources are inherent in society, accordingly when society develops a business, directly or indirectly, consciously or unconsciously, people have been using socio-cultural resources. There are tourist attractions that has long been recognized by domestic and foreign tourists in disaster-prone areas of Mount Merapi, in Umbulharjo and Kepuharjo village, Sleman, D.I.Y. There are special interest tourism such as tourist villages, national park, and post-disaster area. Although not a cultural tourism, the slopes of Mount Merapi inhabited by people who uphold the Javanese socio-cultural values. Perception, behavior, policies applied in tourism activities are influenced by the culture. Hence, what are the roles of socio-cultural resources for tourism development in Merapi Mount area? By knowing roles of socio-cultural resources in tourism development, hopefully stakeholders can make the best use of socio-cultural resources at the same time preserving it. Qualitative method used in this study, data collected by observation and depth interviews with 13 vocal figure in Umbulharjo and Kepuharjo Village. By using thematic descriptive analysis, researchers identified socio-cultural resources in each tourism activities. This research found 5 roles of socio-cultural resources in this tourism development, they are as branding, attractions, rules, institutional and development catalyst.

Keywords: Disaster Prone tourism; Merapi Mount; Socio-cultural Resources; Tourism.

¹ Shafira Leliana Putri: Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia
Email: shafira.leliana16@pwk.undip.ac.id

Pendahuluan

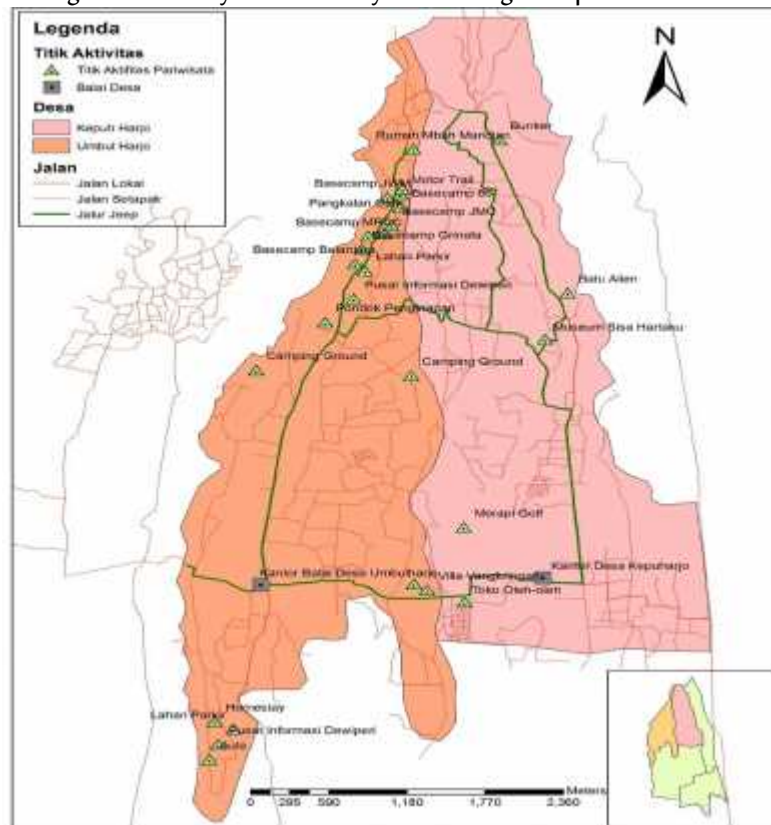
Pariwisata telah menjadi salah satu kegiatan ekonomi utama warga Desa Umbulharjo dan Desa Kepuharjo, terutama setelah erupsi besar Merapi tahun 2010. Terdapat tiga destinasi wisata berskala Nasional yang terletak di dua desa ini, yaitu Desa Wisata Pentingsari yang merupakan desa wisata mandiri, lava tour Merapi yang saat ini menjadi daya tarik unggulan Merapi, dan Taman Nasional Gunung Merapi yang menjadi destinasi favorit para pecinta alam. Kegiatan Pariwisata di Kawasan Rawan Bencana (KRB) Gunung Merapi ini berada di Desa Umbulharjo dan Desa Kepuharjo. Kedua desa tersebut memiliki kesamaan hampir dalam segala aspek baik dalam kondisi fisik dan sosial ekonomi, serta potensi maupun permasalahan. Destinasi pariwisata di Kawasan Merapi seluruhnya merupakan destinasi wisata minat khusus, bukan destinasi pariwisata budaya maupun pariwisata alam. Pariwisata minat khusus adalah pariwisata yang menggunakan alam sekaligus budaya sebagai atraksinya. Dalam pengembangan pariwisata minat khusus, pembangunan objek dan daya tarik wisata dilakukan dengan memperhatikan: kemampuan untuk mendorong peningkatan perkembangan kehidupan ekonomi dan sosial-budaya; nilai-nilai agama, adat-istiadat, serta pandangan dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat; kelestarian budaya dan mutu lingkungan hidup; kelangsungan usaha pariwisata itu sendiri (UU no 9 tahun 1990).

Kerusakan lingkungan dan degradasi budaya telah menjadi masalah serius pada destinasi pariwisata dalam beberapa dekade belakangan (Briassoulis, 2002). Agar pariwisata dapat berkembang dengan baik dan berkelanjutan serta mendatangkan manfaat bagi manusia dan meminimalisasi dampak negatif yang mungkin timbul pada lingkungan, sosial-ekonomi dan budaya masyarakat, maka pengembangan pariwisata perlu didahului dengan penelitian terhadap semua sumber daya pendukungnya (Wardiyanta, 2006), yaitu sumberdaya alam, sumber daya buatan dan sumber daya sosial-budaya (Briassoulis, 2002). Di kawasan rawan bencana, keberlanjutan tidak dapat dipastikan khususnya di kawasan rawan bencana gunung api. Karakteristik fisik daerah tempat tinggal berperan besar dalam menentukan bentuk dan ciri budaya masyarakat pemukim (Anholt, 2009). Kondisi lingkungan yang demikian menuntut masyarakat untuk berusaha dan mencoba berbagai strategi agar dapat beradaptasi, menyesuaikan diri dengan lingkungan tempat tinggalnya agar dapat terus hidup (Geertz, 1973). Paradigma terkini dalam penelitian pariwisata semakin mengakui ruang dan tempat sebagai konstruksi sosial budaya, bukan hanya sebagai lokasi fisik. Maka situs pariwisata, atraksi, *landmark*, dan lanskap dipandang sebagai ruang di mana kekuasaan, identitas, makna dan perilaku yang dibangun, dibentuk sesuai dengan dinamika sosial budaya. Proses ini membentuk hubungan antara budaya, identitas, hingga pemasaran destinasi (Aitchison & Reeves, 1998 dalam Pritchard & Morgan, 2001).

Pengalaman dan proses pariwisata merupakan bagian dari kerangka diskursif yang lebih luas didasarkan pada sosial-budaya dan sistem sejarah yang kompleks dan multi-dimensi (Pritchard & Morgan, 2001). Norberg-Schulz (1980) mengatakan *Genius Loci* sebagai esensi ruang merupakan faktor penting yang mempengaruhi tindakan manusia ketika membangun dunia mikrokosmosnya yang diekspresikan melalui organisasi ruang dengan berpedoman pada suatu artikulasi tertentu. Budaya memiliki peran dalam branding, mengingat bahwa itu adalah perbedaan budaya mereka yang mengilhami sebagian besar kunjungan. Perbedaan budaya menyebabkan adanya *sense of place*. Kearifan lokal adalah elemen penting dalam pengembangan wilayah maupun pariwisata, karena perencanaan atau pengembangan berbasis kearifan lokal lebih mudah diterima oleh masyarakat dan dinilai lebih maksimal pelaksanaannya karena sesuai dengan pemikiran masyarakat. Sebagai contoh adalah Pancasila, dasar negara yang diambil dari kearifan lokal Indonesia. Oleh sebab itu, kearifan lokal adalah elemen yang penting untuk diidentifikasi. Seperti yang terjadi pada masyarakat di kawasan rawan bencana pada umumnya, masyarakat di KRB Gunung Merapi memiliki nilai, pengetahuan dan kepercayaan tentang kawasan rawan bencana dan gunung yang sangat aktif tersebut. Masyarakat juga memiliki beberapa kepercayaan dalam menjaga hubungan yang harmonis dengan gunung, sebagai ungkapan rasa syukur atas berkah yang didapat selama ini. Pada dasarnya, pengembangan pariwisata di daerah rawan bencana harus memiliki sistem mitigasi yang baik. Bahkan, masyarakat di lereng Gunung Merapi memiliki

sistem mitigasi tradisional yang sudah ada sejak lama. Pemahaman masyarakat lereng Gunung Merapi tentang mitigasi tradisional tersebut didapat dari kearifan lokal yang sudah diterapkan sejak zaman dahulu oleh leluhur mereka.

Melihat fenomena ini, sebenarnya terdapat peran dari sumberdaya sosial-budaya dalam kegiatan pariwisata karena pengembangan pariwisata minat khusus harus memperhatikan sumberdaya sosial budaya yang ada pada destinasi, maka bagaimana peran dari sumberdaya sosial budaya itu sendiri bagi kegiatan pariwisata di sekitarnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran sumberdaya sosial-budaya dalam pengembangan pariwisata di kawasan rawan bencana yang berada di Desa Umbulharjo dan Desa Kepuharjo, Slema, DIY. Dari peran tersebut, dapat diketahui potensi dan kendala dalam pengembangan Pariwisata di Kawasan Gunung Merapi, bagaimana sumberdaya-sumberdaya sosial budaya potensial dari Gunung Merapi dapat membawa manfaat dalam pengembangan pariwisata lokal. Digunakan empat sasaran dalam merumuskan hasil. Sasaran tersebut terdiri dari identifikasi terhadap karakteristik kegiatan pariwisata di Kawasan Rawan Bencana Merapi di Desa Umbulharjo dan Desa Kepuharjo, Kabupaten Sleman, D.I. Yogyakarta; identifikasi terhadap sumberdaya sosial-budaya yang ada di masyarakat dan yang digunakan dalam kegiatan pariwisata; identifikasi peran sumberdaya sosial-budaya masyarakat lokal terhadap kegiatan pariwisata; analisis potensi dan kendala pengembangan sumberdaya sosial-budaya dalam kegiatan pariwisata.



Sumber: Analisis Penyusun

Gambar 1. Peta Sebaran Aktivitas Pariwisata di Desa Kepuharjo dan Umbulharjo

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena terkadang angka tidak dapat merepresentasikan data. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mendapatkan hasil yang lebih rinci. Penelitian kualitatif disebut *verstehen* (pemahaman mendalam) karena mempertanyakan makna suatu objek secara mendalam dan tuntas (Sugiyono, 2010) Kemudian metode penulisan dari penelitian ini adalah dengan tematik deskriptif. Penelitian deskriptif adalah sebuah penelitian yang bertujuan untuk memberikan atau menjabarkan suatu keadaan atau fenomena yang terjadi saat ini dengan menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab masalah secara aktual (Sugiyono, 2014).

Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data sekunder terdiri dari data-data terkait sumberdaya sosial budaya, pariwisata, hingga potensi dan permasalahan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman, kantor Desa Umbulharjo dan Kepuharjo, serta dari pengelola destinasi pariwisata. Sedangkan pengumpulan data primer dilakukan dengan observasi dan wawancara dengan sejumlah tokoh masyarakat, pelaku usaha dan dinas. Wawancara dilakukan kepada 13 narasumber yang terdiri dari tokoh masyarakat, pelaku usaha wisata, dan perwakilan pemerintah yang terdiri dari kepala atau perangkat desa, serta dinas kebudayaan dan pariwisata. Tokoh masyarakat dipilih sebagai narasumber untuk dapat mewakili masyarakat secara umum, oleh sebab itu tokoh masyarakat yang diwawancarai terdiri dari Kepala Dusun khususnya dusun-dusun yang didalamnya terdapat objek wisata, tokoh agama dan tokoh masyarakat yang dianggap paling mengerti tentang sosial budaya lokal masyarakat. Data tersebut menjadi input dari penelitian ini, untuk kemudian diolah dengan analisis kualitatif deskriptif berdasarkan tema-tema yang disimpulkan dari hasil rekapitulasi wawancara.

Adapun analisis yang dilakukan adalah dengan menggunakan tinjauan teoritis yang disusun berdasarkan pendapat beberapa ahli, dikaitkan dengan data yang didapat dari hasil pengumpulan data. Tahapan analisis dalam studi ini terbagi ke dalam lima tahap utama, yaitu identifikasi terhadap aktivitas pariwisata, identifikasi sumberdaya sosial budaya, identifikasi peran sumberdaya sosial budaya dalam aktivitas pariwisata, identifikasi potensi dan kendala pengembangan pariwisata di kawasan rawan bencana kemudian yang terakhir adalah perumusan rekomendasi penggunaan sumberdaya sosial budaya dalam pengembangan pariwisata di KRB Gunung Merapi. Peran Sumberdaya Sosial budaya ditentukan berdasarkan kajian teori yang telah dilakukan dan dianalisis realitas bentuknya di lapangan. Berdasarkan potensi dan kendala, peran dari sumberdaya sosial budaya tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan potensi dan mengatasi kendala. Kemudian hasil dapat digunakan untuk merumuskan rekomendasi.

Hasil dan Pembahasan Peran Sumber Daya Sosial Budaya dalam Pengembangan Pariwisata di Kawasan Gunung Merapi, Desa Umbulharjo dan Desa Kepuharjo

Gunung Merapi memang tidak dapat dipisahkan dengan Yogyakarta dan Keraton. Gunung Merapi dikenal sebagai Gunung yang sangat dihormati hingga Keraton mengutus satu orang Abdi Dalem yang ditugaskan khusus untuk menjaga merapi. kebudayaan jawa yang kuat di lereng Gunung Merapi menjadikan pengembangan pariwisata di kawasan ini tidak dapat dilepaskan dari kondisi sosial budaya masyarakat. Bagaimanapun, sosial-budaya masyarakat sangat menarik untuk ditawarkan dalam kegiatan pariwisata. Terlebih dalam penelitian ini, mengingat bencana alam sering memiliki hubungan dengan perilaku dan budaya masyarakatnya. Yang membedakan dengan pariwisata kebudayaan lain, masyarakat di gunung merapi memiliki ciri khas.

Sumber daya sosial budaya yang ada di Desa Umbulharjo dan Desa Kepuharjo

Sumberdaya sosial budaya dilebur kembali menjadi sumberdaya sosial dan sumberdaya budaya. Sumberdaya sosial terdiri dari genius loci dan kearifan lokal, kemudian sumberdaya budaya terdiri dari budaya lokal dan tradisi. Kearifan lokal (*local wisdom*) sendiri terdiri dari kecerdasan lokal, nilai lokal, sumberdaya lokal, mekanisme pengambilan keputusan lokal, serta kekerabatan dan organisasi masyarakat (Antar, 2010; Geertz, 1973; Ife, 2005; Munawaroh, Murtolo, Budi, Triwahyono, & Adrianto, 1999; Saraswati, 2006; Wikantiyoso & Tutuko, 2009; Yoeti, 2002; Yunus, 2014). Sumberdaya budaya terdiri dari 12 unsur kebudayaan yang disintesakan dari Briassoulis (2015), Yoeti (1996) dan Kluckholm (1953 dalam Geertz, 1973). Ciri khas sumberdaya sosial budaya yang ada di Desa Umbulharjo dan Kepuharjo antara lain:

1. Genius Loci

Genius Loci terkait erat dengan karakter sakral suatu tempat (Holt, 2009). Menurut Barnes (2004), Genius loci adalah keyakinan abstrak yang dimiliki oleh tempat, yang secara material mempengaruhi individu yang melewatinya. Genius Loci di wilayah penelitian adalah perasaan ketika berada di sisa bencana erupsi memberikan pengalaman yang unik, dilihat dari sisi edukasi, pengetahuan tentang vulkanologi hingga dampaknya, dari sisi mistis, banyak kesan non-humanis yang ada

di kawasan Gunung Merapi. Berada pada kawasan Keraton Yogyakarta, dengan berbagai kebudayaan masyarakatnya memberikan kesan istimewa dari daerah ini.

2. Kearifan Lokal

Kearifan lokal merupakan norma yang berlaku dalam suatu masyarakat dan menjadi acuan yang mengatur perilaku sehari-hari masyarakat setempat sehingga dapat pula menjadi faktor yang menentukan status sosial seseorang dalam konteks hidup bermasyarakat (Geertz, 1973). Komponen kearifan lokal dalam penelitian ini antara lain kecerdasan lokal, nilai lokal, sumber daya lokal, sistem pengambilan keputusan dan kekerabatan atau organisasi lokal (Ife, 2008).

* Kecerdasan Lokal

Gagasan atau pengetahuan-pengetahuan yang dimiliki suatu kelompok masyarakat yang menjadi dasar berpikir dan berperilaku (Ife, 2008). Kearifan lokal tersebut berupa ilmu titen yang diterapkan dalam setiap segi kehidupan.

* Nilai Lokal

Nilai lokal dijelaskan sebagai kebaikan-kebaikan yang dijunjung tinggi yang dipercaya suatu kesatuan masyarakat dapat menuntun pada kesejahteraan hidup (Ife, 2008). Nilai-nilai di kawasan ini kebanyakan berasal dari peribahasa bahasa Jawa yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, seperti menghargai alam selayaknya menghargai sesama manusia, menerima segala yang telah diberikan sang pencipta, dan lainnya.

* Sumberdaya lokal

Masyarakat ini sangat menjaga kelestarian air. Oleh sebab itu, setiap tahun selalu diadakan beberapa kegiatan yang berkaitan dengan air, diantaranya adalah dandan kali, padusan, melindungi punden-punden yang ada sebagai sumber mata air, hingga banyak yang mencari kekuatan di sumber-sumber mata air.

* Sistem pengambilan Keputusan

Pengambilan Keputusan adalah tindakan melakukan penilaian untuk menjatuhkan pilihan. Musyawarah mufakat adalah mekanisme pengambilan keputusan yang paling banyak digunakan di Indonesia. Musyawarah mufakat juga merupakan salah satu dari 5 dasar negara Indonesia, yaitu terdapat dalam sila ke-5 dalam Pancasila.

* Kekerabatan dan organisasi lokal

Sistem kekerabatan suatu masyarakat dapat dipergunakan untuk menggambarkan struktur sosial dari masyarakat yang bersangkutan. Sebagai makhluk yang selalu hidup bersama-sama, manusia membentuk organisasi sosial untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang tidak dapat mereka capai sendiri. Pasca erupsi, beberapa organisasi kemasyarakatan muncul berkat adanya rasa senasib sepenanggungan diantaranya komunitas tanggap bencana, hingga komunitas *lava tour*.

3. Kebudayaan lokal

Menurut Tylor (1974), kebudayaan merupakan suatu keseluruhan kompleks yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, seni, kesusilaan, hukum, adat istiadat, serta kesanggupan dan kebiasaan lainnya yang dipelajari manusia sebagai anggota masyarakat.

* Tradisi dan *Event*

Tradisi adalah adat kebiasaan turun-temurun (dari nenek moyang) yang masih dijalankan dalam masyarakat (Sztompka, 2010). *Event* adalah kegiatan/upaya mendatangkan pengunjung/ wisatawan baik domestik maupun mancanegara dikemas dalam sebuah acara (Getz, 2007). Tradisi dan *event* merupakan dua unsur kebudayaan yang berbeda, namun dalam penelitian ini, dalam kegiatan pariwisata di Desa Umbulharjo dan Desa Kepuharjo, tradisi yang ada sudah dikemas dalam *event-event* yang menarik. Tradisi dan *event* di wilayah studi antara lain merti dusun, dandan kali, padusan, sadranan, wiwitan, kenduri dan labuhan Merapi.

* Legenda dan Cerita Rakyat

Cerita Rakyat adalah kisah yang berasal dari masyarakat dan berkembang dalam masyarakat pada masa lampau yang menjadi ciri khas suatu bangsa. Legenda adalah cerita rakyat yang dianggap pernah terjadi di masa lalu, umumnya menceritakan asal usul suatu fenomena. Di Gunung Merapi, terdapat beberapa versi legenda tentang asal usul Gunung Merapi. Yang paling terkenal adalah tentang seorang ajudan Sultan yang dikutuk menjadi raksasa oleh Ratu Pantai Selatan. Karena tidak mungkin lagi untuk tinggal di keraton, Sultan mengutus ajudannya tersebut untuk menjaga

Gunung Merapi dan melaporkan segala aktivitas Gunung Merapi kepada Keraton. Hingga kini, keberadaannya masih dipercaya oleh warga, hanya saja sosok raksasa tersebut tidak dapat dilihat oleh orang biasa.

* Mitos

Mitos adalah cerita atau dongeng dari masa lampau yang salah, namun sudah terlanjur dipercaya oleh masyarakat. Perbedaan mitos dengan legenda adalah mitos dianggap suci dan disakralkan, sedangkan legenda hanya sekedar cerita rakyat yang dipercaya sebagai sejarah masa lalu. Mitos hadir dalam masyarakat lantaran ketidakmampuan akal manusia dalam merasionalkan sebuah realitas yang ada. Mitos tentang penjaga Gunung Merapi yang selalu meminta sesajen hingga kini masih dipercaya dan dikerjakan oleh masyarakat.

* Kepercayaan

Kepercayaan dalam konteks sosial budaya menurut Kluckhohn (1953 dalam Geertz 1973) adalah terkait spiritualitas manusia terhadap kekuatan yang lebih tinggi dari yang dapat diolah oleh nalar manusia. Masyarakat Gunung Merapi sebagian besar menganut agama Islam, sebagian lagi menganut kepercayaan Kejawaen dan animisme.

* Bahasa

Bahasa adalah alat atau perwujudan budaya yang digunakan manusia untuk saling berkomunikasi atau berhubungan, baik lewat tulisan, lisan, ataupun gerakan (bahasa isyarat), dengan tujuan menyampaikan maksud hati atau kemauan kepada lawan bicaranya atau orang lain (Kluckhohn 1953 dalam Geertz, 1973),

* Kesenian

Kesenian adalah ekspresi hasrat manusia akan keindahan yang dinikmati dengan mata ataupun telinga. Kesenian di Desa Umbulharjo dan Desa Kepuharjo sangat beragam, dan terkenal memiliki kualitas yang baik di Kabupaten Sleman. Kesenian yang ada diantaranya adalah ketoprak, punokawan, sindenan, jathilan, dan karawitan.

* Kerajinan Tangan

Kerajinan tangan adalah sebuah produk hasil karya tangan manusia yang memiliki fungsi guna ataupun nilai estetika. Kerajinan tangan di wilayah studi adalah batik dan anyaman serta kerajinan batu.

* Makanan Tradisional

Makanan tradisional adalah makanan dan minuman yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat tertentu. Makanan tradisional suatu daerah biasanya terbuat dari bahan yang banyak terdapat di daerah tersebut. Jadah Tempe, Wedang Jahe dan Bakpia Telo menjadi makanan tradisional di kawasan Gunung Merapi.

* Pakaian Adat

Tata cara dan norma berpakaian masyarakat Desa Umbulharjo dan Kepuharjo banyak dipengaruhi oleh Keraton Yogyakarta dan kebudayaan Jawa. Masyarakat banyak menggunakan kain batik atau jarik sebagai pengganti celana ketika berada di rumah. Masyarakat juga memiliki standar kesopanan yaitu dengan menggunakan pakaian tertutup yang menutupi bahu hingga lutut.

* Bangunan Tradisional

Bentuk dan karakteristik arsitektur di masing-masing daerah terbentuk dari kebudayaan itu sendiri (Yoeti, 1996). Bangunan khas di daerah ini adalah bangunan Joglo. Pembagian ruang, pemilihan bahan baku bangunan, hingga jumlah tiang dan atap memiliki nilai filosofisnya. Rumah Joglo dianggap sebagai rumah yang melambangkan kesejahteraan pemiliknya karena biaya untuk membangun rumah Joglo sangat tidak sedikit.

* Sistem Mata Pencaharian

Dalam suatu budaya tertentu, sistem mata pencaharian menjadi salah satu kegiatan yang dilestarikan. Di Desa Umbulharjo dan Kepuharjo, bertani dianggap masyarakat sebagai mata pencaharian turun temurun yang harus dilestarikan. Hal ini baik sekali mengingat banyaknya lahan pertanian yang beralihfungsi menjadi bangunan, namun di Gunung Merapi, keberadaan lahan pertanian justru dilestarikan.

* Sejarah suatu tempat, benda-benda budaya dan peninggalan bersejarah

Jika legenda dipercaya sebagai asal usul suatu tempat namun tidak dapat dipastikan kebenarannya, sejarah dan peninggalan budaya adalah kisah nyata yang terjadi pada masa lampau. (Geertz, 1973; Getz, 2007; Koentjaraningrat, 1986; Saraswati, 2006; Tylor, 1974).

Peran sumber daya sosial budaya dalam pengembangan pariwisata Desa Umbulharjo dan Desa Kepuharjo

Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan dari observasi dan wawancara terkait hubungan antara sumberdaya sosial budaya dengan kegiatan pariwisata dan dikaitkan ke dalam beberapa penelitian sebelumnya dari para ahli, maka dapat disimpulkan lima peran utama sumberdaya sosial budaya dalam pengembangan pariwisata di KRB Gunung Merapi ini, diantaranya adalah sebagai *branding*, sebagai atraksi, sebagai aturan, sebagai katalisator pembangunan dan sebagai sumberdaya pengelolaan.

Sebagai *Branding*

Branding dalam pariwisata adalah proses yang digunakan untuk mengembangkan identitas dan karakteristik yang unik yang berbeda dari semua pesaingnya (Morrison & Anderson 2002, dalam Trošt dkk., 2012). *Branding* dapat diciptakan oleh sejarah. Seperti contohnya Perancis, roman tentang kaum tani di Perancis merupakan sesuatu yang penting dalam identitas nasional dan *branding* nasional (Morgan, dkk., 2004). Mereka juga melestarikan mitos untuk membangun identitas. Teknik *branding* dirancang sedemikian rupa menggunakan identitas yang ada untuk menciptakan tempat (Anholt, 2005). *Branding* adalah janji yang ditawarkan perusahaan untuk pengguna (Morgan dkk., 2004).

Branding dalam pengembangan pariwisata adalah proses yang digunakan untuk mengembangkan identitas unik dan kepribadian yang berbeda dari semua tujuan kompetitif. Dalam pengembangan pariwisata, selain mem-*branding* produk pariwisata yang di tawarkan, *City branding* juga penting untuk membentuk sebuah pemasaran yang lebih luas. Identitas yang kuat dapat mempermudah proses branding. Citra dari suatu kota tergantung pada merek (*branding*) dari kota tersebut, dan *branding* tersebut bergantung pada identitas. *City branding* yang berdasar pada identitas terasa lebih realistis dan lebih mudah diingat oleh pasar karena identitas berkembang dari sumberdaya yang ada.

Budaya adalah identitas. Identitas berkembang dari sumberdaya yang ada. Identitas melambangkan realitas kawasan. Merapi merupakan sebuah *brand* yang sudah melekat di benak orang-orang secara luas. Branding Merapi sebagai salah satu Gunung Berapi paling aktif di dunia membuat Merapi mendunia. Tidak hanya di dalam negeri, Merapi juga menarik di mancanegara. Dapat diketahui dari banyaknya penelitian internasional yang mengambil tema Merapi, baik penelitian terkait vulkanologi, kerawanan bencana, maupun *socio-cultural*.

Salah satu bentuk *branding* yang dapat dilakukan oleh suatu destinasi wisata adalah dengan mengadakan sebuah *event*. Di wilayah studi diadakan *event* tahunan yang menjadi ciri khas dari wilayah ini, salah satunya adalah Upacara Labuhan Merapi. Upacara labuhan Merapi semakin dikenal pada tahun 2006, pada saat Merapi Sedang mengalami peningkatan aktivitas, Almarhum Mbah Maridjan dikabarkan melakukan Upacara Labuhan Merapi seorang diri yang kemudian berdampak pada penurunan aktivitas vulkanis Gunung Merapi secara signifikan Event juga merupakan destination branding.

Moto pariwisata Kabupaten Sleman yang berbunyi "*The Amazing Living Culture*" menandakan bahwa produk utama yang dijual oleh Kabupaten Sleman adalah *living culture*, atau budaya yang ada dan masih berlangsung di Kabupaten Sleman, termasuk di kawasan Gunung Merapi. Pernyataan tersebut mendukung bahwa sumberdaya sosial budaya memiliki andil yang cukup besar dalam pengembangan pariwisata ini hingga digunakan sebagai branding. Adat dan mitologi jawa menjadi *brand* dari kawasan Merapi. Di Desa Wisata Pentingsari, adat dan kearifan lokal masih terasa sangat kental, namun kondisi seperti ini tidak terjadi pada *lava tour*. *Lava tour* lebih menjual cerita dan sejarah, dibandingkan dengan kearifan lokal.

Sebagai Atraksi

Kebudayaan dan kesenian di kawasan pariwisata Gunung Merapi sudah dikemas dalam bentuk atraksi, khususnya di Desa Wisata Pentingsari. Upacara adat Labuan Merapi yang diadakan satu tahun sekali sudah dikemas dengan baik untuk dapat menarik wisatawan. Upacara adat Merapi tidak lagi menjadi sekedar tradisi

dan kepercayaan, kini menjadi sebuah *event* yang sudah masuk ke dalam kalender *event* tahunan pariwisata Kabupaten Sleman.

Beberapa situs bersejarah juga menjadi atraksi bagian dari Lava Tour maupun Desa Wisata Pentingsari. Kemudian makanan tradisional juga menjadi sebuah atraksi pendukung pariwisata. Meskipun bukan sebagai tujuan utama, kuliner tradisional juga menjadi daya tarik. Umumnya pengunjung sengaja mencari panganan yang khas dari suatu objek wisata, sehingga keberadaan rumah makan yang menyediakan kuliner tradisional sangat penting untuk melengkapi atraksi pariwisata.

Produk dalam pariwisata tidak semuanya berwujud dan dapat dilihat, sebagian diantaranya tidak berwujud (*intangible*). Sebagai contoh adalah atmosfer ramah tamah penduduk, suasana pedesaan dan sebagainya. Merupakan produk pendukung yang memberikan nilai tambah dalam kepuasan pengunjung. Produk dalam pariwisata tidak semuanya berwujud dan dapat dilihat, sebagian diantaranya tidak berwujud (*intangible*). Sebagai contoh adalah atmosfer ramah tamah penduduk, suasana pedesaan dan sebagainya merupakan produk pendukung yang memberikan nilai tambah dalam kepuasan pengunjung.

Sebagai Aturan

Geertz (1973) menjelaskan bahwa kearifan lokal merupakan norma yang berlaku dalam suatu masyarakat dan menjadi acuan yang mengatur perilaku sehari-hari masyarakat setempat sehingga dapat pula menjadi faktor yang menentukan status sosial seseorang dalam konteks hidup bermasyarakat. Aturan-aturan tersebut muncul sebagai reaksi masyarakat terhadap bencana alam yang terjadi. Ini juga merupakan sistem mitigasi tradisional warga. Mengingatkan warga Merapi bahwa gunungapi Merapi senantiasa aktif sehingga potensi ancaman yang mungkin saja terjadi harus diantisipasi oleh warga. Menjaga kelestarian lingkungan Merapi termasuk elemen alamiah sungai dan hutan dari pengrusakan dan pencemaran. Berdasar pada ilmu titen, orang Jawa membuat aturan-aturan yang dianggap baik bagi kehidupan. Aturan tersebut dapat menjadi batasan dalam pengembangan. Juga sebagai alat konservasi dan perlindungan alam. Salah satunya adalah nilai yang dalam Bahasa Jawa tertulis sebagai "hamerti kaendahaning bawana kang wus dumadi lan wus cinepto dining gusti kang murbeng dumadi" yang berarti manusia harus memelihara keindahan dunia yang sudah ada dan sudah tercipta oleh Tuhan Yang Maha Kuasa. Sehingga alam dan budaya tetap terjaga, yang pada akhirnya akan mampu menjaga kelestarian dan keindahan kawasan wisata yang ada di Merapi ini.

Masyarakat di kawasan rawan bencana memiliki aturan-aturan tidak tertulis dari leluhur untuk menjaga keselamatan dan kesejahteraan masyarakat. Beberapa dari masyarakat masih mengikuti aturan tersebut dengan baik. Aturan-aturan ini juga menjadi *counter culture* atau budaya tandingan untuk mengurangi dampak negatif modernisasi terhadap kehidupan masyarakat Desa. Karena masyarakat sudah memiliki standar yang dijadikan sebagai tolak ukur dalam menilai sikap dan tingkah laku yang baik menurut nilai-nilai yang dianutnya. Pernyataan beberapa tokoh masyarakat berikut ini mendukung pernyataan bahwa Sumberdaya Sosial Budaya dapat menjadi hukum dan aturan.

Sebagai Katalisator Pembangunan

Sumberdaya sosial budaya juga berperan sebagai alasan diadakannya pembangunan. Karena harus ada dan dilaksanakannya Labuan Merapi sebagai *event* tahunan di Desa Umbulharjo, sehingga perbaikan infrastruktur merupakan sesuatu yang mendesak untuk dilakukan. Beberapa alasan tersebut dapat menjadi bukti bahwa sumberdaya sosial budaya dapat menjadi sebuah katalisator pembangunan di wilayah ini.

Sebagai Sumberdaya dalam Pengelolaan

Desa Wisata Pentingsari dikelola sepenuhnya oleh masyarakat. Desa Wisata Pentingsari berkembang karena kearifan lokal masyarakat. Kerukunan warga menjadi potensi pengelolaan berbasis masyarakat yang dapat digalakkan untuk menjadi pengelola profesional dari sebuah destinasi. Hal ini juga meminimalisir potensi konflik horizontal yang mungkin terjadi bila kawasan wisata mengalami kesuksesan. Beruntungnya, Dusun Pentingsari dihuni oleh sekelompok masyarakat yang rukun dan menjunjung tinggi nilai. Sistem kemasyarakatan di Desa Wisata Pentingsari menjadi salah satu modal terbesar yang membawa Desa Wisata Pentingsari menjadi

Desa Wisata Mandiri. Adanya nilai kebersamaan dan gotong royong dalam mencapai tujuan menjadikan pengelolaan oleh masyarakat berjalan rukun dan beriringan. Desa Wisata Pentingsari berhasil memenangkan penghargaan Desa Wisata dengan kelembagaan terbaik se-DIY, salah satunya karena adanya kearifan masyarakat yang selalu hidup seimbang antara alam, budaya dan ekonomi, sehingga mengembangkan desa wisata berbasis ekologi dan budaya tidak sulit bagi masyarakat. Kerukunan masyarakat dan pengertian dari Masyarakat Desa Wisata Pentingsari juga menjaga kestabilan baik dari ekonomi, keamanan dan lingkungan. Hubungan kemasyarakatan yang saling menghormati dan menghargai dalam kelompok-kelompok sosial, hal ini dijadikan sebagai instrument sosial dalam rangka pelaksanaan tugas dan kegiatan-kegiatan sosial

Kesimpulan

Di Desa Wisata Pentingsari, peran sumberdaya sosial budaya sangat penting mengingat beberapa komponen sosial budaya merupakan atraksi utama yang ditawarkan kepada pengunjung disamping alam yang asri dan subur. Pengelola Desa Wisata Pentingsari menjaga keberlanjutan sumberdaya sosial budaya di Dusun Pentingsari dengan mengadakan *brainstorming* rutin bagi pelaku usaha wisata yang terdiri dari pemilik *homestay*, pemilik sanggar seni dan seluruh komponen yang ada di dalam Desa Wisata Pentingsari, dibantu dengan dinas sebagai *quality control* yang melakukan evaluasi rutin. Dinas juga memfasilitasi pelatihan-pelatihan kesenian, tata kelola desa wisata dan lainnya. Pada pariwisata *Lava Tour* sumberdaya sosial budaya yang digunakan lebih banyak berupa heritage, cerita rakyat, dan pengelolaan berbasis masyarakat. Berdasarkan tabel 4.3, dapat diketahui bahwa hampir seluruh kegiatan pada destinasi wisata memiliki hubungan dengan sumberdaya sosial budaya yang ada.

Sumberdaya sosial budaya memiliki 5 peran yaitu sebagai identitas (yang digunakan untuk branding), atraksi, aturan, katalisator pembangunan dan pengelolaan. Penggunaan sumberdaya sosial budaya dalam pengembangan pariwisata dapat menjadi sarana dimana masyarakat dapat memanfaatkan sekaligus melestarikan sumberdaya sosial budaya. Strategi *branding* yang digunakan dalam pemasaran pariwisata dipengaruhi oleh wacana sejarah, politik dan budaya. Kemudian nilai-nilai kearifan lokal dapat menjadi aturan, kemudian aturan tersebut menjadi pedoman warga untuk tetap hidup selaras dengan alam dalam damai, menjaga kelestarian gunung dan tidak mengeksploitasi gunung secara berlebihan. Walaupun berada di kawasan rawan bencana, namun tidak ada edukasi kepada wisatawan terkait aturan dan bahaya yang mungkin terjadi, hal tersebut dapat ditingkatkan di masa yang akan datang.

Daftar Pustaka

- Anholt, S. (2005). *Brand New Justice: How Branding Places and Products Can Help The Developing World*. Oxford: Palgrave Macmillan.
- Anholt, S. (2009). *Places: Identity, Image and Reputation*. London: Palgrave Macmillan.
- Antar, Y. (2010). *Pesan dari Wae Rebo*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Barnes, T. J. (2004). Placing ideas : Genius Loci, Heterotopia and Geography's Quantitative Revolution. *The Progress in Human Geography*, 5, 565–595.
- Briassoulis, H. (2002). Sustainable Tourism and The Question of The Commons. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 1065–1085. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00021-X](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00021-X)
- Briassoulis, H. (2015). Tourism and Common Pool Resources. In C. M. Hall, S. Gössling, & D. Scott (Eds.), *The Routledge Handbook of tourism and Sustainability* (pp. 92–104). New York: Routledge.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. New York: Basic Books.
- Getz, D. (2007). *Event Studies: Theory, research and policy for planned events* (1st ed.). Oxford: Elsevier Ltd.
- Ife, J. (2005). *Social Work Theories in Action*. (M. Nash, R. Munford, & K. O'donoghue, Eds.). London: Jessica Kingsley Publisher.
- Ife, J. (2008). *Human Rights and Social Work Towards Right-based Practice*. New York: Cambridge University Press.
- Koentjaraningrat. (1986). *Pengantar Antropologi*. Jakarta: Aksara Baru.
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2004). *Destination Branding: Creating The Unique Destination Proposition* (2nd ed.). Oxford: Elsevier Ltd. <http://doi.org/10.1016/j.cities.2007.01.003>

- Munawaroh, S., Murtolo, S. A., Budi, N. S., Triwahyono, T., & Adrianto, A. (1999). *Peranan Kebudayaan Daerah Dalam Perwujudan Masyarakat Industri Pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jakarta: Depdikbud RI.
- Norberg-Schulz, C. (1980). *Genius Loci. Genius loci: Towards a phenomenology of architecture*. New York: Rizzoli. <http://doi.org/10.1038/35051162>
- Pritchard, A., & Morgan, N. J. (2001). Culture, Identity and Tourism Representation: Marketing Cymru or Wales? *Tourism Management*, 22, 167–179.
- Saraswati. (2006). *Peranan Pertimbangan Kearifan Budaya Lokal dalam Perencanaan Wilayah*. Bandung.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (21st ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sztompka, P. (2010). *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Prenada Media.
- Trošt, K., Klarić, S., & Ružić, M. D. (2012). Events as a Framework for Tourist Destination Branding – Case Studies of Two Cultural Events in Croatia. *Turizam*, 16(2), 65–77.
- Tylor, E. B. (1974). *Primitive Culture* (3rd ed.). New York: Gordon Press.
- UNWTO. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook*. Madrid.
- Wardiyanta. (2006). *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wikantiyoso, R., & Tutuko, P. (2009). *Kearifan Lokal Dalam Perencanaan dan Perancangan Kota: Untuk Mewujudkan Arsitektur Kota yang Berkelanjutan*. Malang: Grup Konservasi Arsitektur dan Kota.
- Yoeti, O. A. (1996). *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Yoeti, O. A. (2002). *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: PT. Perca.
- Yunus, R. (2014). *Nilai Nilai Kearifan Lokal (Local Genius) Sebagai Penguat Karakter Bangsa: Studi Empiris Tentang Huyula* (1st ed.). Yogyakarta: Deepublish.