

**SIKAP MASYARAKAT TERHADAP PERENCANAAN
DUSUN KALIABU, DESA BANYURADEN, KECAMATAN GAMPING
SEBAGAI KAMPUNG WISATA BERBASIS LINGKUNGAN**

Nurman Noviandi / 2012 022 0017
Dr. Ir. Sriyadi, MP / Ir. Eni Istiyanti, MP
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

INTISARI

This study purpose to determine the perceptions and attitudes of the people of Kaliabu vilage the planning of eco-based tourism vilage. The basic method used in this research is descriptive analysis. The technique of determining the respondents using census method used in eight groups of active society is as many as 59 people and purposive sampling method used in one group of passive society strata that is as many as 15 people. Primary data collection is done through observation and interview with the help of questionnaire while secondary data obtained from related institution about the condition of research area. The results showed that in general the public perception of the planning of the tourist vilage based environment that is based on the tourism potential is owned by the technical aspects suggests that people assume to be a lot of improvement, especially on the river Bedog are still many obstacles. In the economic people assume to be a tourist vilage will be much benefit so as to improve the standard of living, and on social aspects of environment would be better and employment opportunities will be greater. The attitude of society in general in the category of sure. This attitude sure this is based on the attitude of the people most have knowledge (kognitif) the attitude of vilage tourism and planning, (affective) that the confident of its potential could be used as a tourist attraction and communities have active (konatif) that shows the active attitude in any activity, socializing, so it can be driven to make tourist vilage.

Keywords: *Attitude, Perception, Tourist Vilage Environment.*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sumber penghasil devisa negara, oleh karena itu saat ini pemerintah terus meningkatkan pariwisata lokal diberbagai daerah. Sektor pariwisata merupakan sektor pembangun yang diharapkan dapat memberikan kontribusi lebih bagi negara. Hal ini didukung oleh UU RI No. 10 Tahun 2009, bahwa keberadaan objek wisata di suatu daerah sangat menguntungkan antara lain sebagai sumber pendapatan daerah (PAD), meningkatkan taraf hidup masyarakat, dan sebagai penyedia lapangan pekerjaan baru.

Daerah Istimwa Yogyakarta (DIY) sendiri, objek wisatanya sangat beragam tidak heran jika DIY menjadi tujuan wisata nasional ke dua setelah bali, mulai dari wisata alam, candi, desa/kampung wisata, wisata seni dan budaya, dan objek wisata lainnya (Slemankab.go.id). Keberadaan objek wisata di suatu daerah selain memberikan manfaat bagi masyarakat juga memberikan dampak pada lingkungan. Objek wisata perlu di jaga dan di kelola secara

maksimal sebelum memberikan dampak buruk, agar tetap menjadi daya tarik bagi wisatawan terutama pada wisata alam seperti hutan, gunung, agrowisata dan sungai atau aliran sungai.

Pengelolaan sumber daya alam pada sungai atau daerah aliran sungai (DAS) perlu mensinergikan berbagai aspek, yaitu aspek ekonomi, ekologi dan sosial. Hal ini dilakukan guna mengikutsertakan masyarakat di sekitar sungai untuk berpartisipasi agar dapat menjaga ekosistem sungai. Dengan menjadikan sungai/aliran sungai sebagai objek wisata merupakan salah satu cara mengajak masyarakat untuk berpartisipasi, karena dinilai memiliki nilai lebih.

Hal semacam ini dapat dilihat di Dusun Kaliabu. Dusun Kaliabu merupakan salah satu dusun yang dilalui oleh aliran sungai Bedog dan sedang direncanakan sebagai kampung wisata dengan memanfaatkan aliran sungai dan pengelolaan bank sampahnya.

Bank Sampah Karesma merupakan nama bank sampah yang ada di Dusun Kaliabu. Bank sampah tersebut digunakan untuk menampung sampah-sampah yang dihasilkan oleh rumah tangga baik organik dan anorganik agar tidak dibuang langsung kesungai. Sampah-sampah tersebut akan diolah menjadi suatu produk sehingga memiliki nilai ekonomis. Produk yang dihasilkan dari sampah anorganik antara lain tas, dompt, hiasan rumah, bunga dan lain sebagainya. Sedangkan produk dari sampah organik yaitu pupuk organik. Pengelolaan pupuk difokuskan pada rumah tangga dan kelompok. Pupuk yang dihasilkan oleh rumah tangga akan digunakan untuk penghijauan sekitar rumah, sedangkan pupuk yang dihasilkan oleh kelompok akan digunakan untuk apotek hidup dan penghujauan kampung.

Berangkat dari keperihatinan terhadap ekosistem sungai, keunggulan dari pengelolaan bank sampah dan adanya perencanaan Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata maka perlu diketahui bagaimana persepsi masyarakat terkait perencanaan Dusun Kaliabu sebagai kampung wisata?, kemudian perlu diketahui pula bagaimana sikap dan perubahan sikap masyarakat terkait perencanaan Dusun Kaliabu sebagai kampung wisata?.

B. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui persepsi masyarakat Dusun Kaliabu terhadap perencanaan kampung wisata.
2. Mengetahui sikap masyarakat Dusun Kaliabu terhadap perencanaan kampung wisata.

II. METODE PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis yang memusatkan pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang dan aktual. Penelitian ini dilakukan di Dusun Kaliabu, Desa Banyuraden, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman. Penentuan lokasi dilakukan scara *purposive* atau sengaja. Teknik

penentuan responden menggunakan metode sensus yang digunakan pada delapan kelompok strata masyarakat aktif yaitu sebanyak 59 orang dan metode *purposive sampling* yang digunakan pada satu kelompok strata masyarakat pasif yaitu sebanyak 15 orang.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini yaitu data terkait identitas responden, persepsi masyarakat terhadap perencanaan Dusun Kaliabu sebagai Kampung wisata yang didasarkan pada objek wisata yang akan ditawarkan dan dilihat melalui 3 aspek yaitu aspek teknis, aspek ekonomi dan aspek sosial. Kemudian sikap masyarakat terhadap perencanaan Dusun Kaliabu sebagai Kampung wisata akan dilihat melalui 3 komponen sikap, yaitu sikap kognitif, afektif, dan perilaku (konatif). Sedangkan data sekunder ini meliputi keadaan umum, keadaan penduduk, dan keadaan pertanian Desa Banyuraden, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan ditabulasi kemudian dianalisis secara deskriptif. Untuk mengetahui identitas responden dan identitas anggota keluarga akan langsung dianalisis dan dijelaskan secara deskriptif, sedangkan untuk mengetahui persepsi dan sikap masyarakat terhadap perencanaan kampung wisata di Dusun Kaliabu, Desa Banyuraden, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman akan dikategorikan menjadi 4, yaitu sangat baik, baik, buruk dan sangat buruk kemudian dianalisis menggunakan analisis skor dengan rumus interval dan dijelaskan secara deskriptif.

$$\text{Interval (i)} = \frac{\sum \text{skor tertinggi} - \sum \text{skor terendah}}{\sum \text{kelas}}$$

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden dan Anggota Keluarga

1. Umur

Komposisi responden dan anggota keluarga pada kelompok umur digunakan untuk melihat kondisi, karakteristik dan sebaran responden masuk kedalam usai produktif atau non produktif.

Tabel 1. Identitas Responden Dan Anggota Keluarga Responden Berdasarkan Umur

No	Responden			Anggota keluarga		
	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	20-30	15	20,27	< 7	15	5,93
2	31-40	14	18,92	7 – 14	38	15,02
3	41-50	27	36,49	15 – 64	196	77,47
4	51-61	18	24,32	> 64	4	1,58
Jumlah Total		74	100		253	100

Tabel 1 menunjukkan identitas responden terbanyak pada rentan usia 41-50 tahun yaitu sebanyak 27 responden. Namun jika dilihat secara keseluruhan baik pada usia paling muda

hingga usia yang paling tua pada strata masyarakat yang ada di Dusun Kaliabu, memiliki arti bahwa masyarakat yang menjalankan kepengurusan dusun masih masuk kedalam kategori usia produktif. Wajar jika dengan potensi-potensi yang dimiliki, tokoh masyarakat menginginkan Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata, karena biasanya ide-ide kreatif akan muncul dari orang-orang yang masih masuk kedalam kategori produktif.

Sedangkan identitas anggota keluarga terbanyak ditunjukkan pada rentan usia 15-64 tahun yaitu sebanyak 196 orang. Artinya sebagian besar anggota keluarga yang tinggal dengan responden masih kategori produktif. Hal ini dapat dijelaskan bahwa kareakteristik masyarakat yang masuk dalam usia produktif dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan Dusun Kaliabu. Masyarakat yang masuk usia produktif sebagian besar terdiri dari ibu rumah tangga, masyarakat yang sedang menempuh pendidikan dan masyarakat yang sedang mencari pekerjaan.

2. Jenis Kelamin

Identitas responden menurut jenis kelamin digunakan untuk mengetahui perbandingan antara laki-laki dan perempuan pada kelompok strata masyarakat dan anggota keluarga.

Tabel 2. Identitas Responden Dan Anggota Keluarga Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Responden			anggota keluarga	
	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	43	58,11	126	49,80
2	Perempuan	31	41,89	127	50,20
	Jumlah Total	74	100	253	100

Perbandingan responden antara laki-laki dan perempuan pada kelompok strat didominasi oleh laki-laki dengan jumlah responden 43 orang atau 58,11% dari total responden. Artinya, kepengurusan yang ada di Dusun Kaliabu didominasi oleh laki-laki. Namun demikian, data tersebut tidak mempengaruhi kepentingan dari pihak perempuan dalam menentukan keputusan untuk kemajuan kampung. Karena biasanya pendapat atau masukan dari pihak perempuan akan lebih memiliki pengaruh.

Sedangkan perbandingan anggota keluarga didominasi oleh perempuan dengan jumlah 127 orang atau 50,20% dari jumlah keseluruhan. Secara keseluruhan perbandingan laki-laki dan perempuan di Dusun Kaliabu seimbang. Artinya, peran laki-laki dan perempuan dalam penentuan keputusan untuk kemajuan dusun, Salah satunya perencanaan kampung wisata sama-sama memiliki kepentingan.

3. Pendidikan

Tingkat pendidikan responden dan anggota keluarga digunakan untuk mengetahui jenjang pendidikan yang telah diselesaikan dan sedang dijalani.

Tabel 3. Identitas Responden Dan Anggota Keluarga Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Responden			Anggota keluarga		
	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD	9	12,16	Tidak / Belum Sekolah	15	5,93
2	SLTP/SMP	20	27,03	SD	52	20,55
3	SLTA/SMA	32	43,24	SLTP/SMP	58	22,92
4	Perguruan Tinggi	13	17,57	SLTA/SMA	99	39,13
5				Perguruan Tinggi	29	11,46
	Jumlah Total	74	100		253	100

Berdasarkan tabel 3, dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan yang telah dijalani baik responden ataupun anggota keluarga masuk kategori tinggi yaitu pada tingkat SLTA/SMA yaitu sebanyak 32 orang atau 43,24 % pada responden dan sebanyak 99 orang atau 39,13% pada anggota keluarga. Hal ini dapat dijelaskan bahwa masyarakat Dusun Kaliabu memiliki pengetahuan dan pola pikir yang luas serta keinginan yang lebih tinggi untuk belajar dalam mengelola, merencanakan dan mewujudkan Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata. Sedangkan anggota keluarga yang tidak atau belum sekolah terdiri dari keluarga yang masih anak-anak yang belum bersekolah dan anggota keluarga tidak bersekolah.

4. Pekerjaan

Pekerjaan merupakan sumber utama yang menghasilkan pendapatan selama satu bulan dan dinyatakan dalam bentuk rupiah. Pekerjaan responden dan anggota keluarga digunakan untuk mengetahui jenis-jenis pekerjaan yang dilakukan.

Tabel 4. Identitas Responden Dan Anggota Keluarga Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Responden			Anggota keluarga		
	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Buruh	14	18,92	Belum Bekerja	114	45,06
2	Freelance	2	2,70	Tidak Bekerja	33	13,04
3	IRT	10	13,51	Buruh	24	9,49
4	Karyawan Swasta	18	24,32	Freelance	3	1,19
5	Kasir	1	1,35	Karyawan Swasta	33	13,04
6	Pedagang	3	4,05	Kasir	1	0,40
7	Pelajar	2	2,70	Pedagang	4	1,58
8	Pengacara	1	1,35	Pengacara	2	0,79
9	Pensiunan	1	1,35	Pensiunan	7	2,77
10	Petani	3	4,05	Petani	3	1,19
11	PNS	4	5,41	PNS	3	1,19
12	Wirahusaha	15	20,27	Wirahusaha	26	10,28
	Jumlah Total	74	100	Jumlah Total	253	100

Berdasarkan tabel 4 dapat dijelaskan bahwa pekerjaan yang paling banyak dilakukan oleh responden yaitu karyawan swasta dengan jumlah 18 orang atau 24,32% dari total responden yang diambil. Berdasarkan pekerjaan-pekerjaan yang dilakukan oleh masyarakat Dusun Kaliabu erat kaitannya dengan latar belakang pendidikan. Artinya masyarakat sangat mementingkan pendidikan dalam mencari pekerjaan, hal tersebut terbukti pada pekerjaan terbanyak dan pekerjaan-pekerjaan lain yang dilakukan.

Sedangkan anggota keluarga responden sebagian besar belum memiliki pekerjaan dan tidak memiliki pekerjaan yakni sebanyak 147 orang atau 58%. Anggota keluarga yang belum bekerja terdiri dari anggota keluarga yang sedang menempuh pendidikan, sedang mencari pekerjaan dan anak-anak yang memang belum masuk sekolah. Sedangkan anggota keluarga yang tidak bekerja merupakan anggota keluarga yang memang tidak bekerja seperti lansia, dan ibu rumah tangga.

Namun berdasarkan anggota keluarga yang memiliki pekerjaan, pekerjaan yang paling banyak dilakukan yaitu karyawan dan wirausaha yakni sebanyak 59 orang atau 23,32% dari jumlah keseluruhan. Pekerjaan wirausaha ini yang nantinya dapat digunakan untuk pendukung dalam menyusun perencanaan kampung wisata di Dusun Kaliabu.

5. Pendapatan Responden

Pendapatan merupakan hasil yang diperoleh dari pekerjaan setelah bekerja selama satu bulan yang berupa uang yang digunakan untuk keperluan kesehariannya dan dinyatakan dalam bentuk rupiah. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh karakteristik responden dengan berbagai jumlah pendapatan yang berbeda-beda, agar mempermudah dalam melihat dan membahas maka pendapatan dapat dikelompokkan kedalam 4 kriteria, yang dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan (Rp)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	< 1.000.000	12	16,22
2.	1.000.000 - 1.999.000	18	24,32
3.	2.500.000 - 2.999.000	21	28,38
4.	> 3.000.000	23	31,08
Jumlah Total		74	100

Pada tabel 27 dapat dilihat bahwa jumlah pendapatan terbanyak terdapat pada kriteria 4 yaitu > Rp. 3.000.000 dengan jumlah 23 responden atau 31,08% dari total responden yang diambil. Berdasarkan data yang diperoleh, responden dengan pendapatan terendah yaitu sebesar Rp. 600.000 dan pendapatan tertinggi yaitu Rp. 4.000.000. Hal ini dapat dijelaskan bahwa, rata-rata penduduk di Dusun Kaliabu memiliki pendapatan cukup besar dan dapat mencukupi kebutuhan anggota keluarganya. Sedangkan masyarakat dengan pendapatan tinggi ditunjukkan pada pekerjaan PNS dan pengacara.

B. Persepsi Masyarakat

1. Persepsi terhadap Sungai Bedog

a. Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan penilaian masyarakat terhadap kesiapan dalam mengelola dan menjadikan sungai Bedog sebagai objek wisata.

Tabel 6. Persepsi Masyarakat Terhadap Sungai Bedog Pada Aspek Teknis Di Setiap Kelompok Strata Masyarakat.

No.	Tokoh Masyarakat	Jumlah Rerata Skor	Kategori
1	Aparatur Dusun	5,09	Mudah
2	Tokoh Agama	4,60	Sulit
3	Tokoh Pendidik	4,67	Sulit
4	Pokgiat	4,60	Sulit
5	Dasawisma	4,63	Sulit
6	KBL	5,60	Mudah
7	Karang Taruna	4,60	Sulit
8	Masyarakat (Aktif)	4,44	Sulit
9	Masyarakat (Pasif)	4,47	Sulit
Rerata Skor		4,74	Sulit

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 6, dapat dilihat bahwa persepsi masyarakat pada aspek teknis masuk dalam kategori sulit dengan interval 4,74. Persepsi masyarakat pada aspek teknis dipengaruhi oleh dua indikator, yaitu kemudahan akses menuju lokasi masuk dalam kategori sulit dengan interval 2,37 dan indikator kemudahan menjadikan sungai Bedog sebagai objek wisata juga masuk dalam kategori sulit dengan interval 2,38. Kemudian hampir keseluruhan persepsi masyarakat pada setiap kelompok strata masyarakat masuk dalam kategori sulit. Rendahnya tingkat persepsi pada setiap indikator dan kelompok strata tersebut didasarkan pada kondisi dan keadaan yang terdapat di lapangan serta kendala-kendala yang saat ini sedang dihadapi. Mulai dari kondisi jalan menuju lokasi, kebersihan sungai, fasilitas yang belum memadai, biaya dan limbah dari peternak babi.

Kemudian kelompok strata yang memiliki persepsi mudah yakni aparatur dusun dan KBL (Komunitas Bedog Lestari) karena KBL yang bertanggung jawab langsung terhadap sungai Bedog, sedangkan aparatur dusunlah yang memiliki gagasan atas direncanakannya Dusun Kaliabu sebagai objek wisata dan menjadikan sungai Bedog sebagai objek wisata.

b. Aspek Ekonomi

Aspek ekonomi merupakan penilaian masyarakat terhadap manfaat yang diperoleh jika sungai Bedog dijadikan sebagai objek wisata, yang akan dilihat melalui indikator meningkatkan pendapatan masyarakat.

Tabel 7. Distribusi Dan Rerata Skor Persepsi Masyarakat Terhadap Sungai Bedog Yang Dilihat Dari Aspek Ekonomi (Meningkatkan Pendapatan).

No.	Tokoh Masyarakat	Distribusi Skor				Rerata Skor	Kategori
		1	2	3	4		
1.	Aparatur Dusun	0	3	6	2	2,91	Tinggi
2.	Tokoh Agama	1	2	2	0	2,20	Rendah
3.	Tokoh Pendidik	0	2	1	0	2,33	Rendah
4.	Pokgiat	0	2	3	0	2,60	Tinggi
5.	Dasawisma	0	5	11	0	2,69	Tinggi
6.	KBL	0	2	4	0	2,80	Tinggi
7.	Karang Taruna	0	4	1	0	2,20	Rendah
8.	Masyarakat (Aktif)	0	3	5	1	2,78	Tinggi
9.	Masyarakat (Pasif)	2	10	3	0	2,13	Rendah
Jumlah		3	33	36	3	23	
Rerata Skor						2,52	Tinggi

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 7 dapat dilihat bahwa persepsi masyarakat pada aspek ekonomi masuk dalam kategori tinggi dengan interval 2,52. Artinya jika sungai Bedog menjadi objek wisata usaha-usaha baru akan bermunculan serta masyarakat yang belum memiliki pekerjaan dapat membuka usaha atau bekerja pada yang memiliki usaha, sehingga dapat mengurangi pengangguran dan meningkatkan pendapatan.

Berdasarkan keterangan kelompok strata dengan kategori rendah dikarenakan sebagian responden pada kelompok strata tersebut telah memiliki pekerjaan sendiri jadi belum tentu masyarakat akan membuka usaha di sekitar sungai dan merasa pendapatannya sudah cukup. Selain itu, responden juga memiliki pendapat bahwa objek-objek yang ditawarkan akan sedikit melibatkan warga sekitar tentu akibatnya pengaruh ekonomi pada masyarakat sekitar akan rendah. Artinya, hanya orang-orang tertentu dan orang yang terlibat secara langsung yang akan merasakan manfaat secara finansial.

c. Aspek Sosial

Aspek sosial merupakan penilaian masyarakat terhadap manfaat yang diperoleh masyarakat jika sungai Bedog dijadikan sebagai objek wisata.

Berdasarkan hasil tabulasi yang disajikan pada tabel 8, terlihat persepsi masyarakat pada aspek sosial masuk dalam kategori baik (bersih/indah) dengan interval 2,71. Berdasarkan pengamatan dan keterangan yang diberikan untuk saat ini sungai Bedog memang masih terdapat beberapa sampah baik di sekitar bantaran sungai dan di aliran sungai. Hal ini dikarenakan masih terdapat beberapa warga yang masih menjadikan sungai sebagai tempat membuang sampah rumah tangga. Upaya yang telah dilakukan oleh pengurus terutama Komunitas Bedog Lestari yaitu memasang beberapa peringatan di bantaran sungai dan bekerjasama dengan Bank Sampah Karesma untuk menampung sampah-sampah tersebut agar memiliki nilai dan terus dilakukan dilakukan kegiatan mertikali pada seluruh aliran sungai bedog dari hulu hingga hilir.

Tabel 8. Distribusi dan Rerata Skor Persepsi Masyarakat Terhadap Sungai Bedog Yang Dilihat Dari Aspek Sosial (Kebersihan dan Keindahan Sungai).

No.	Tokoh Masyarakat	Distribusi Skor				Rerata Skor	Kategori
		1	2	3	4		
1.	Aparatur Dusun	0	2	9	0	2,82	Bersih / indah
2.	Tokoh Agama	0	2	3	0	2,60	Bersih / indah
3.	Tokoh Pendidik	0	1	2	0	2,67	Bersih / indah
4.	Pokgiat	0	2	3	0	2,60	Bersih / indah
5.	Dasawisma	0	8	8	0	2,50	Bersih / indah
6.	KBL	0	0	2	3	3,60	Sangat bersih / indah
7.	Karang Taruna	0	3	2	0	2,40	Kotor / kurang indah
8.	Masyarakat (Aktif)	0	3	5	1	2,78	Bersih / indah
9.	Masyarakat (Pasif)	2	5	8	0	2,40	Kotor / kurang indah
Jumlah		2	26	42	4	24	
Rerata Skor						2,71	Baik

Penilaian-penilaian yang diberikan pada kelompok strata dengan kategori bersih / indah dan sangat bersih / indah memang sejalan dengan keaktifan mereka pada setiap kegiatan sehingga informasi-informasi berkaitan dengan manfaat jika sungai Bedog menjadi objek wisata diterima dengan baik. Selain itu, berdasarkan keterangan yang diberikan saat ini sungai Bedog jauh lebih bersih dan lebih terawat dibandingkan sebelumnya, walaupun saat musim penghujan air sungai berubah menjadi kecoklatan serta ada beberapa sampah yang terbawa arus sungai. Hal tersebut tidak menjadi masalah karena akan terus dilakukan pemberishan kembali.

Rendahnya tingkat persepsi pada kelompok strata Karang Taruna dikarenakan pada saat penelitian dilakukan baru saja dilakukan pergantian kepengurusan sehingga terlihat belum memiliki pengetahuan mengenai perencanaan dan bahkan belum paham mengenai manfaat yang akan diperoleh. Selain itu berdasarkan penjelasan yang diberikan bahwa sungai Bedog masih banyak sampah yang dibawa arus sungai, airnya kecoklatan, serta masalah limbah babi yang dialirkan kesungai sehingga belum layak dijadikan sebagai objek wisata. Kemudian rendahnya tingkat persepsi pada kelompok strata masyarakat pasif dikarenakan masyarakat pada kelompok tersebut merupakan masyarakat yang kurang aktif dalam bermasyarakat dan acuh terhadap kondisi dan keadaan, sehingga informasi dan pengetahuan terhadap kondisi lingkungan kurang mengerti.

2. Bank Sampah Karesma

a. Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan persepsi masyarakat terhadap kesiapan dalam mengelola dan menjadikan Bank Sampah Karesma sebagai objek wisata.

Tabel 9. Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Sampah Karesma Pada Aspek Teknis Di setiap Kelompok Strata.

No.	Tokoh Masyarakat	Jumlah Rerata Skor	Kategori
1	Aparatur Dusun	5,64	Baik
2	Tokoh Agama	5,20	Baik
3	Tokoh Pendidik	5,33	Baik
4	Pokgiat	5,00	Baik
5	Dasawisma	5,88	Baik
6	KBL	5,80	Baik
7	Karang Taruna	4,60	Buruk
8	Masyarakat aktif	5,89	Baik
9	Masyarakat pasif	5,40	Baik
Rerata Skor		5,41	Baik

Berdasarkan hasil tabulasi pada tabel 9 dapat dilihat bahwa persepsi masyarakat terhadap Bank Sampah Karesma yang dilihat dari aspek teknis masuk dalam kategori baik dengan interval 5,41. Artinya, responden beranggapan bahwa pengelola dan pengurus Bank Sampah Karesma telah siap untuk dijadikan sebagai objek wisata. Hal ini dapat dilihat pada

setiap indikator yaitu kemudahan dalam memilah sampah masuk dalam kategori mudah dengan interval 2,91. Artinya responden beranggapan kegiatan pemilahan sampah tidak merepotkan atau susah. Hal ini ditunjukkan dengan penjelasan yang diberikan responden mengenai jenis-jenis sampah yang perlu dipilah. Adapun jenis-jenis sampah yang perlu dipisah pada Bank Sampah Karesma yaitu sampah plastik, sampah kertas atau kardus, sampah daun atau organik (sisa sayuran / makanan), sampah besi atau kaca, dan sampah kimia atau bahan kimia

Indikator produk yang dihasilkan masuk dalam kategori bagus dengan interval 2,50. Pada indikator ini sebanyak 36 responden merasakan manfaat dari produk yang dihasilkan namun kurang tertarik untuk mempelajarinya. Manfaat yang diperoleh dengan adanya kegiatan pembuatan produk dari barang daur ulang yang dihasilkan yakni sampah-sampah yang semestinya hanya dibuang kini dapat memiliki nilai jual, dapat dijadikan sebagai hisan, dan lain sebagainya.

Jika dilihat tingkat persepsi pada setiap kelompok strata pada tabel 9 menjelaskan bahwa sebagian besar kelompok strata masuk dalam kategori baik. Rerata kelompok strata masyarakat paling tinggi ditunjukkan pada kelompok strata masyarakat aktif dengan interval 5,40 dan dasawisma dengan interval 5,88. Tingginya tingkat persepsi masyarakat pada kelompok strata ini dikarenakan kegiatan Bank Sampah Karesma didominasi oleh ibu-ibu. Kemudian rerata kelompok strata dengan tingkat persepsi paling rendah ditunjukkan pada kelompok strata karang taruna dengan interval 4,60. Rendahnya tingkat persepsi masyarakat pada kelompok strata karang taruna karna memang masyarakat pada kelompok tersebut kurang berpartisipasi pada kegiatan bank sampah.

Sama halnya dengan kelompok strata karang taruna, rendahnya tingkat persepsi pada masyarakat pasif dipengaruhi oleh keterlibatan mereka pada kegiatan, dimana sebagian besar responden pada kelompok strata ini hanya datang meyetorkan sampah tapi tidak melakukan pemilahan sampah. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan pada saat kegiatan penyortiran sampah kelompok strata ini terlihat kurang aktif. Artinya responden pada kelompok strata ini masih sangat mengandalkan petugas untuk memilah sampah-sampah mereka.

b. Aspek Ekonomi

Aspek ekonomi merupakan penilaian masyarakat terhadap manfaat yang diperoleh jika Bank Sampah Karesma dijadikan sebagai objek wisata. Pada aspek ekonomi akan dilihat melalui indikator meningkatkan pendapatan masyarakat

Tabel 10. Distribusi dan Rerata Skor Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Sampah Karesma Yang Dilihat Dari Aspek Ekonomi (Meningkatkan Pendapatan).

No.	Tokoh Masyarakat	Distribusi Skor				Rerata Skor	Kategori
		1	2	3	4		
1.	Aparatur Dusun	0	3	7	1	2,82	Tinggi
2.	Tokoh Agama	0	3	2	0	2,40	Rendah
3.	Tokoh Pendidik	0	0	3	0	3,00	Tinggi
4.	Pokgiat	0	2	3	0	2,60	Tinggi
5.	Dasawisma	0	4	11	1	2,81	Tinggi
6.	KBL	0	2	3	0	2,60	Tinggi
7.	Karang Taruna	0	4	1	0	2,20	Rendah
8.	Masyarakat (Aktif)	0	4	5	0	2,56	Tinggi
9.	Masyarakat (Pasif)	5	7	3	0	1,93	Rendah
Jumlah		5	29	38	2	23	
Rerata Skor						2,55	Tinggi

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada tabel 10 dapat dilihat bahwa indikator pada aspek ekonomi masuk dalam kategori tinggi dengan interval 2,55. Berdasarkan keterangan bahwa pendapatan yang diperoleh dari pengumpulan sampah dan penjualan produk yang dihasilkan akan digunakan untuk mencukupi kebutuhan. Artinya, pendapatan ini hanya akan digunakan untuk membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti, jajan anak dan keperluan dapur.

Persepsi masyarakat jika dilihat dari setiap kelompok strata yang masuk kategori tinggi karena memang kelompok strata inilah yang paling mendominasi dalam setiap kegiatan yang diadakan di Dusun Kaliabu. Selain itu, berdasarkan keterangan yang diberikan bahwa jika dijadikan sebagai objek wisata produk-produk yang dihasilkan akan mudah dipasarkan sehingga keahlian yang telah dipelajari dapat terpakai dan digunakan baik sebagai pembuat kerajinan ataupun penjual makanan.

Kemudian persepsi masyarakat dari kelompok yang masuk kategori rendah beranggapan dengan dijadikannya Bank Sampah Karesma sebagai objek wisata akan memiliki pendapatan dari yang tadinya tidak memiliki pendaptan walupun kecil untuk membantu menambah keuangan keluarga. Selain itu, pendapatan dari pekerjaan yang dimiliki sudah merasa cukup sehingga manfaat dari sisi ekonomi dirasa tidak memberikan pengaruh.

c. Aspek Sosial

Aspek sosial merupakan merupakan penilaian masyarakat terhadap manfaat yang diperoleh jika Bank Sampah Karesma dijadikan sebagai objek wisata. Persepsi masyarakat terhadap Bank Sampah Karesma dari aspek sosial akan dilihat melalui indikator kebersihan dan keindahan lingkungan.

Tabel 11. Distribusi dan Rerata Skor Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Sampah Karesma Yang Dilihat Dari Aspek Sosial (Keindahan dan Kebersihan Lingkungan).

No.	Tokoh Masyarakat	Distribusi Skor				Rerata Skor	Kategori
		1	2	3	4		
1.	Aparatur Dusun	0	3	6	2	2,91	Bersih / indah
2.	Tokoh Agama	0	0	4	1	3,20	Bersih / indah
3.	Tokoh Pendidik	0	1	1	1	3,00	Bersih / indah
4.	Pokglat	0	1	3	1	3,00	Bersih / indah
5.	Dasawisma	0	1	10	5	3,25	Sangat bersih / indah
6.	KBL	0	1	4	0	3,00	Bersih / indah
7.	Karang Taruna	0	2	3	0	2,60	Bersih / indah
8.	Masyarakat (Aktif)	0	0	7	2	3,22	Bersih / indah
9.	Masyarakat (Pasif)	1	6	8	0	2,47	Kotor / kurang indah
Jumlah		1	15	46	12	27	
Rerata Skor						2,96	Baik

Tabel 11 menunjukkan persepsi masyarakat terhadap Bank Sampah Karesma pada aspek sosial masuk dalam kategori baik atau bersih / indah dengan interval 2,96. Kategori ini memiliki arti apabila Bank Sampah Karesma menjadi objek wisata lingkungan Dusun Kaliabu tentunya akan lebih terawat serta terlihat bersih dan indah.

Bila dilihat persepsi masyarakat berdasarkan kelompok strata yang masuk dalam kategori bersih / indah dan sangat bersih/indah karena kelompok strata tersebut merupakan kelompok yang memang aktif dalam setiap kegiatan yang diadakan di Dusun Kaliabu. Hal ini juga sejalan dengan keterangan yang diberikan bahwa responden sangat merasakan manfaat dengan adanya bank sampah yakni lingkungan menjadi lebih tertata dan lebih bersih, walaupun masih ada beberapa warga yang masih belum peduli dengan kebersihan.

Kemudian berdasarkan kelompok strata dengan tingkat persepsi dengan kategori kotor / kurang ini merupakan kelompok yang memang tingkat partisipasi didalam masyarakat dan bank sampah rendah. Sehingga tingkat pemahaman dan penerimaan informasi mengenai manfaat dari dijadikannya Bank Sampah Kresma sebagai objek wisata kurang diterima dengan baik. Selain itu karena rendahnya partisipasi dan keaktifan dalam bermasyarakat sehingga tidak merasakan perubahan yang ada.

3. Industri Roti (Pak Joyo Roti)

a. Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan persepsi masyarakat terhadap kesiapan industri roti (Pak Joyo Roti) sebagai objek wisata.

Tabel 12. Persepsi Masyarakat Terhadap Industri Roti (Pak Joyo Roti) Pada Aspek Teknis Di setiap Kelompok Strata.

No.	Tokoh Masyarakat	Jumlah Rerata Skor	Kategori
1	Aparatur Dusun	9,27	Baik
2	Tokoh Agama	8,60	Baik
3	Tokoh Pendidik	9,00	Baik
4	Pokgiat	8,20	Baik
5	Dasawisma	8,94	Baik
6	KBL	9,20	Baik
7	Karang Taruna	7,60	Baik
8	Masyarakat (Aktif)	7,22	Buruk
9	Masyarakat (Pasif)	8,47	Baik
Rerata Skor		8,50	Baik

Berdasarkan hasil analisis yang ditunjukkan pada tabel 40 dapat dijelaskan bahwa persepsi masyarakat Dusun Kaliabu terhadap industri roti (Pak Joyo Roti) pada aspek teknis masuk dalam kategori baik dengan kategori 8,50. Tingkat persepsi pada aspek teknis dipengaruhi oleh beberapa indikator yaitu indikator kemudahan akses menuju lokasi masuk dalam kategori mudah dengan interval 3,02. Kategori ini memiliki arti bahwa tersedianya petunjuk jalan untuk menuju pada lokasi, kemudian terdapat pula pengerasan jalan yaitu aspal dimana lokasinya berada di pinggir jalan *ringroad* barat. Hal ini sesuai dengan kondisi yang ada di lapangan bahwa pada ketiga industri roti tersebut memiliki papan namanya masing-masing sebagai branding yaitu, Pak Joyo Roti “Mbak Ipah Arjun”, Pak Joyo Roti “Maryono” dan Pak Joyo Roti “Bambang Roti”.

Indikator lokasi penjualan masuk dalam kategori buruk dengan interval 2,40. Indikator tersebut memiliki arti, bahwa lokasi penjualan hanya menyediakan sebagian fasilitas yang berupa parkir, rak kue/roti dan meja kasir. Hal tersebut sesuai dengan keadaan di lapangan dan keterangan yang diberikan responden bahwa ketersediaan yang diberikan memang belum sepenuhnya. Selain itu, lokasi penjualan yang berada dekat dengan jalan membuat ketersediaan parkir kurang memadai.

Indikator rasa produk yang dijual masuk dalam kategori enak dengan interval 3,07. Hal tersebut sesuai dengan keterangan yang diberikan, bahwa setelah mencoba responden merasa puas dan ingin membelinya kembali. Karena pada saat penelitian dilakukan, responden yakni masyarakat Dusun Kaliabu mengaku pernah mencoba produk yang dijual oleh industri roti tersebut, baik membeli secara langsung ataupun pada saat kegiatan.

Jika dilihat persepsi masyarakat pada setiap kelompok strata dari aspek teknis hampir keseluruhan masuk dalam kategori baik. Berdasarkan tingkat persepsi pada setiap kelompok strata maka dapat dijelaskan bahwa responden dalam hal ini masyarakat Dusun Kaliabu telah sepakat bahwa industri roti (Pak Joyo Roti) telah layak untuk dijadikan sebagai objek wisata.

Namun demikian, kesepakatan yang ditunjukkan oleh responden dalam artian industri roti (Pak Joyo Roti) masih perlu perbaikan pada lokasi penjualan.

Kemudian persepsi yang ditunjukkan pada kelompok strata masyarakat pasif yaitu kategori rendah banyak dipengaruhi oleh responden yang banyak memberikan penilaian pada indikator lokasi penjualan yang masuk dalam kategori buruk atau masih perlu perbaikan. Hal tersebut sesuai dengan keterangan yang diberikan bahwa lokasi toko yang berada dipinggir jalan *rengroad* sehingga ketersediaan dari parkir kurang memadai dan kemudian konsumen yang ingin membeli akan kesulitan karena harus memutar karena terdapat pembagian jalur.

b. Aspek Ekonomi

Aspek ekonomi merupakan penilaian masyarakat terhadap manfaat yang diperoleh jika industri roti (Pak Joyo Roti) dijadikan sebagai objek wisata.

Tabel 13. Persepsi Masyarakat Terhadap Industri Roti (Pak Joyo Roti) Pada Aspek Ekonomi Disetiap Kelompok Strata.

No	Tokoh Masyarakat	Jumlah Rerata Skor	Kategori
1	Aparatur Dusun	5,82	Tinggi
2	Tokoh Agama	5,80	Tinggi
3	Tokoh Pendidik	5,00	Tinggi
4	Pokgiat	5,00	Tinggi
5	Dasawisma	5,19	Tinggi
6	KBL	5,00	Tinggi
7	Karang Taruna	4,80	Rendah
8	Masyarakat (Aktif)	5,56	Tinggi
9	Masyarakat (Pasif)	4,93	Rendah
Rerata Skor		5,23	Tinggi

Berdasarkan tabel 13, dapat dilihat bahwa persepsi masyarakat terhadap industri roti (Pak Joyo Roti) pada aspek ekonomi masuk dalam kategori tinggi dengan interval 5,23. Artinya, responden akan banyak memperoleh manfaat dari sisi ekonomi jika industri roti (Pak Joyo Roti) menjadi objek wisata. Tingkat persepsi terhadap industri roti (Pak Joyo Roti) dari aspek ekonomi dipengaruhi oleh dua indikator, yaitu indikator harga produk masuk dalam kategori murah dengan interval 2,41. Hal ini sesuai dengan keterangan yang diberikan responden bila harga yang ditawarkan oleh ketiga industri roti tersebut masih terjangkau. Harga yang ditawarkan yakni kisaran Rp. 12.000 - Rp.14.000 /kotak untuk kue lapis legit, Rp.16.000 – Rp. 24.000 /Loyang untuk roti lapis Surabaya, Rp. 12.000 - Rp. 50.000 / Loyang untuk roti Mandarin, dan Rp. 10.000 – Rp. 16.000 /kotak untuk roti bolu yang.

Indikator kemudahan mendapatkan pendanaan kegiatan masuk dalam kategori mudah dengan interval 2,83. Artinya responden memiliki penilaian setelah industri roti (Pak Joyo Roti) menjadi objek wisata akan memudahkan memperoleh pendanaan untk kegiatan kampung. Berdasarkan keterangan yang diberikan responden, setiap penggalangan dana untuk

kegiatan pemilik dari industri roti (Pak Joyo Roti) mudah untuk dimintai pendanaan dan mudah jika diminatai pertolongan.

Jika dilihat persepsi masyarakat pada setiap kelompok strata dari aspek ekonomi hampir keseluruhan masuk kategor tinggi. Responden pada kelompok strata dengan kategori tersebut merupakan responden yang mengerti dan memahami manfaat-manfaat yang diperoleh dari aspek ekonomi jika Dusun Kaliabu menjadi objek wisata dan industri roti (Pak Joyo Roti) dijadikan sebagai objek wisata.

Kemudian rendahnya tingkat persepsi pada kelompok strata karang taruna karena pada saat dilakukan penelitian kelompok tersebut belum lama dilakukan pergantian kepengurusan dari yang lama ke yang baru. Sehingga tidak mengetahui secara mendalam mengenai manfaat ekonomi jika industri roti menjadi objek wisata. Sedangkan kelompok masyarakat pasif karena tingkat partisipasi yang rendah keaktifan masyarakat pada kegiatan bermasyarakat dan kehadiran pada setiap kegiatan, sehingga informasi yang disampaikan mengenai manfaat pada aspek ekonomi jika Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata tidak dapat diterima dengan baik. Hal ini sejalan dengan keterangan yang diberikan bahwa yang akan banyak merasakan manfaat secara ekonomi adalah pemilik industri tersebut dan beberapa orang saja. Karena industri roti merupakan industri rumahan maka pengaruh terhadap masyarakat sekitar juga akan kecil.

c. Aspek Sosial

Aspek sosial merupakan penilaian masyarakat terhadap manfaat yang diperoleh jika industri roti (Pak Joyo Roti) dijadikan sebagai objek wisata. Persepsi masyarakat terhadap industri roti (Pak Joyo Roti) dari aspek sosial akan dilihat berdasarkan indikator kesempatan kerja

Tabel 14. Distribusi dan Rerata Skor Persepsi Masyarakat Terhadap Industri Roti Yang Dilihat Dari Aspek Sosial (Kesempatan Kerja).

No	Tokoh Masyarakat	Distribusi Skor				Rerata Skor	Kategori
		1	2	3	4		
1	Aparatur Dusun	0	5	5	1	2,64	Besar
2	Tokoh Agama	0	2	3	0	2,60	Besar
3	Tokoh Pendidik	0	1	2	0	2,67	Besar
4	Pokgiat	0	1	2	2	3,00	Besar
5	Dasawisma	0	6	8	2	2,69	Besar
6	KBL	0	1	2	2	3,20	Besar
7	Karang Taruna	0	2	3	0	2,60	Besar
8	Masyarakat (Aktif)	0	4	5	0	2,56	Besar
9	Masyarakat (Pasif)	1	7	7	0	2,40	Kecil
Jumlah		1	29	37	7	24	
Rerata Skor						2,71	Besar

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada tabel 14 dapat dijelaskan bahwa persepsi masyarakat terhadap industri roti (Pak Joyo Roti) yang dilihat dari aspek sosial masuk dalam kategori besar dengan interval 2,71. Artinya, dengan dijadikannya industri roti (Pak Joyo Roti) menjadi objek wisata responden atau masyarakat dapat membuka usaha ataupun menjadi pekerja pada yang membuka usaha terutama bekerja pada industri roti (Pak Joyo Roti). Dengan demikian manfaat tidak hanya didapat oleh pemilik industri roti (Pak Joyo Roti) tetapi juga masyarakat sekitar.

Persepsi masyarakat dari aspek sosial jika dilihat pada setiap kelompok strata hampir semua masuk kategori besar, kecuali masyarakat pasif. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya jika Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata dan industri roti (Pak Joyo Roti) dijadikan objek wisata masyarakat akan dapat membuka usaha sendiri ataupun sebagai pekerja sebagai tenaga pendukung untuk sebuah tempat wisata.

Rendahnya tingkat persepsi pada kelompok strata masyarakat pasif dipengaruhi oleh tingkat partisipasi dan keaktifan dalam bermasyarakat. Berdasarkan keterangan yang diberikan oleh responden pada kelompok strata masyarakat pasif bahwa kesempatan kerja jika industri roti (Pak Joyo Roti) menjadi objek wisata tetap sama tidak akan besar, karena sebagian besar pekerja hanya yang berasal dari keluarga.

C. Sikap Masyarakat

1. Sikap Kognitif (Pengetahuan)

Sikap kognitif dalam hal ini merupakan pengetahuan atau pemahaman masyarakat terkait dengan perencanaan Dusun Kaliabu sebagai kampung wisata

Tabel 15. Sikap Masyarakat Dusun Kaliabu Pada Sikap Kognitif Disetiap Kelompok Strata Masyarakat

No.	Tokoh Masyarakat	Jumlah Rerata Skor	Kategori
1	Aparatur Dusun	8,09	Baik
2	Tokoh Agama	8,40	Baik
3	Tokoh Pendidik	7,67	Baik
4	Pokgiat	7,20	Buruk
5	Dasawisma	7,94	Baik
6	KBL	8,60	Baik
7	Karang Taruna	6,60	Buruk
8	Masyarakat (Aktif)	7,56	Baik
9	Masyarakat (Pasif)	7,00	Buruk
Jumlah		69	
Rerata Skor		7,67	Baik

Hasil analisis pada tabel 15 menunjukkan bahwa sikap kognitif responden masuk dalam kategori baik dengan interval 7,67. Pengetahuan responden berkaitan dengan perencanaan kampung wisata ini dipengaruhi oleh tiga komponen indikator sikap yang diantaranya, pengetahuan masyarakat berkaitan dengan kampung wisata masuk dalam kategori kurang

tahu dengan interval 1,92. Pada indikator ini, pengetahuan yang dimaksud merupakan pengetahuan mengenai apa yang dimaksud dengan kampung wisata, seperti apa kampung wisata dan apa yang seharusnya ada di kampung wisata. Berdasarkan pendapat yang diberikan sebanyak 36 responden yang masuk dalam kategori kurang tahu, kampung wisata adalah kampung yang nyaman dan memiliki nilai jual sehingga menjadi tujuan percontohan.

Indikator pengetahuan masyarakat berkaitan dengan perencanaan Dusun Kaliabu sebagai kampung wisata masuk dalam kategori tahu dengan interval 2,85. Artinya, sebagian besar masyarakat cukup mengetahui dan memahami mengenai capaian program perencanaan kampung wisata. Berdasarkan informasi yang diperoleh, program perencanaan kampung wisata memang belum pernah dibahas secara mendalam. Bahkan hal yang paling penting dari sebuah perencanaan yaitu tim perencanaan itu sendiri pun belum dibentuk. Hal inilah yang membuat program perencanaan kampung wisata di Dusun Kaliabu selalu jalan di tempat.

Indikator pengetahuan masyarakat dengan adanya rembug atau musyawarah berkaitan perencanaan kampung wisata masuk dalam kategori tahu dengan interval 2,95. Kategori ini menjelaskan responden mengetahui apa saja yang telah disampaikan didalam musyawarah yang diadakan terutama mengenai program perencanaan kampung wisata. Berdasarkan informasi yang diperoleh di lapangan, rembug atau musyawarah secara mendetail mengenai program perencanaan kampung wisata memang belum pernah dilakukan. Namun responden mengaku, pada setiap pertemuan bahasan mengenai perencanaan selalu dimunculkan untuk memotivasi, seperti mempersilahkan pada pengurus KBL dan Bank Sampah Karesma untuk menyampaikan keluhan dan masukan untuk dapat disampaikan.

Sikap kognitif yang dilihat dari setiap kelompok strata yang masuk dalam kategori tahu dikarenakan kelompok masyarakat tersebut dianggap lebih mengetahui seluk-beluk terkait potensi yang dimiliki Dusun Kaliabu dan program perencanaan kampung wisata. Selain itu, kelompok strata masyarakat ini juga sering melakukan kunjungan-kunjungan ke tempat yang dianggap cocok untuk dijadikan sebagai percontohan. Pada dasarnya program perencanaan kampung wisata muncul juga berawal dari keinginan tokoh-tokoh yang dianggap penting.

Kemudian sikap kognitif dari kelompok strata dengan kategori tahu yaitu karang taruna, Pokgiat dan masyarakat pasif dikarenakan kelompok ini kurang mengerti dan memahami apa itu kampung wisata, apa yang dibutuhkan dan apa yang harus ada pada sebuah kampung wisata.

2. Sikap Afektif (Keyakinan)

Sikap afektif dalam penelitian ini merupakan perasaan, emosi persetujuan yang kemudian disebut keyakinan yang dimiliki masyarakat terhadap perencanaan Dusun Kaliabu sebagai kampung wisata.

Tabel 16. Sikap Masyarakat Dusun Kaliabu Pada Sikap Afektif Disetiap Kelompok Strata Masyarakat

No.	Tokoh Masyarakat	Jumlah Rerata Skor	Kategori
1	Aparatur Dusun	10,27	Sangat Yakin
2	Tokoh Agama	9,20	Yakin
3	Tokoh Pendidik	9,33	Yakin
4	Pokgiat	9,60	Yakin
5	Dasawisma	9,75	Sangat Yakin
6	KBL	10,40	Sangat Yakin
7	Karang Taruna	9,60	Yakin
8	Masyarakat (Aktif)	8,33	Yakin
9	Masyarakat (Pasif)	8,07	Yakin
Rerata Skor		9,40	Yakin

Berdasarkan analisis yang disajikan pada tabel 16, sikap afektif yang ditunjukkan masyarakat Dusun Kaliabu masuk dalam kategori yakin dengan interval 9,40. Sikap afektif pada penelitian ini dipengaruhi oleh tiga komponen sikap yaitu persetujuan masyarakat berkaitan dengan perencanaan Dusun Kaliabu sebagai kampung wisata yang menunjukkan sikap setuju dengan interval 3,23. Artinya masyarakat setuju jika Dusun Kaliabu dijadikan sebagai kampung wisata. Responden sepakat bahwa jika Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata akan banyak memberikan manfaat, tentu dengan pengelolaan yang baik agar tidak menimbulkan dampak buruk pada lingkungan dan sosial budaya.

Indikator mengenai perasaan senang atau tidak senang jika Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata yang masuk dalam kategori senang dengan interval 3,17. Artinya sebagian besar masyarakat yang dijadikan sebagai responden bersikap setuju jika Dusun Kaliabu dijadikan sebagai kampung wisata. Hal tersebut ditunjukkan dengan penjelasan yang diberikan oleh responden mengenai manfaat yang diperoleh jika Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata, misalnya masyarakat dapat menjual berbagai produk yang dihasilkan dari Bank Sampah Karesma, kerajinan-kerajinan yang dihasilkan oleh masyarakat sekitar dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Selain penjelasan mengenai manfaat responden juga memberikan gambaran beberapa dampak buruk jika menjadi kampung wisata yaitu Semakin banyaknya pengunjung yang berasal dari berbagai daerah tentu akan masuk juga budaya-budaya baru sehingga akan menimbulkan luntarnya budaya-budaya yang telah ada.

Kemudian pada indikator sikap afektif mengenai pendapat warga terkait dukungan atau perlunya Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata masuk dalam kategori perlu dengan interval 3,00. Pada indikator ini masyarakat Dusun Kaliabu sepakat bahwa mendukung atau

perlu dijadikan sebagai kampung wisata. Masyarakat dapat bersikap demikian karena potensi-potensi yang dimiliki oleh Dusun Kaliabu dan manfaat yang akan diperoleh jika menjadi kampung wisata. Misalnya, meningkatkan partisipasi masyarakat, dikenalnya Dusun kaliabu oleh masyarakat luas, meningkatkan taraf hidup masyarakat dan lain sebagainya.

Jika dilihat sikap afektif pada setiap kelompok strata masyarakat keseluruhan kelompok memiliki keyakinan sangat yakin dan yakin. Perbedaan sikap yang ditunjukkan antara kelompok strata masyarakat dengan kategori sangat yakin dan yakin menjelaskan bahwa terjadi perbedaan mengenai gambaran atau konsep dari perencanaan sebuah kampung wisata yang diinginkan. Artinya, informasi yang diberikan terkait perencanaan kampung wisata belum sepenuhnya tersampaikan dengan baik terutama pada kelompok strata masyarakat aktif dan masyarakat pasif yang memiliki skor paling rendah.

3. Sikap konatif (Perilaku)

Sikap konatif (perilaku) merupakan kecenderungan tindakan atau keterlibatan masyarakat pada setiap kegiatan yang sudah atau akan dilakukan berkaitan dengan perencanaan Dusun Kaliabu sebagai kampung wisata.

Tabel 17. Sikap Konatif Yang Dilihat Pada Setiap Kelompok Strata Masyarakat Dusun Kaliabu

No.	Tokoh Masyarakat	Jumlah Rerata Skor	Kategori
1	Aparatur Dusun	12,45	Aktif
2	Tokoh Agama	10,00	Aktif
3	Tokoh Pendidik	10,00	Aktif
4	Pokgiat	11,60	Aktif
5	Dasawisma	12,06	Aktif
6	KBL	11,00	Aktif
7	Karang Taruna	10,40	Aktif
8	Masyarakat (Aktif)	11,33	Aktif
9	Masyarakat (Pasif)	9,93	Kurang Aktif
Rerata Skor		10,98	Aktif

Hasil analisis yang ditunjukkan pada tabel 17 menunjukkan bahwa sikap konatif masyarakat Dusun Kaliabu masuk dalam kategori aktif dengan interval 10,98. Sikap konatif dalam penelitian ini dipengaruhi oleh empat indikator sikap diantaranya, keterlibatan warga dalam setiap kegiatan yang diadakan di Dusun Kaliabu masuk dalam kategori aktif dengan interval 2,69. Pada kategori ini masyarakat selalu hadir namun tidak terlibat secara langsung dalam setiap kegiatan. Artinya masyarakat akan hadir jika jika diminta dan hanya mempersiapkan serta bekerja sesuai dengan tugas yang telah diberikan.

Indikator rencana keterlibatan yang akan dilakukan jika Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata masuk dalam kategori aktif dengan interval 2,78. Kategori ini memiliki arti responden akan selalu hadir dalam setiap kegiatan yang diadakan mulai dari persiapan,

pelaksanaan hingga kegiatan berakhir (terlibat secara penuh). Masyarakat dengan kategori ini merupakan masyarakat yang sebelumnya masuk dalam kategori kurang aktif dan tidak aktif yang diharapkan akan lebih aktif setelah Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata.

Indikator berkaitan dengan pendapat warga mengenai dukungan biaya jika dibutuhkan dalam proses realisasi kampung wisata masuk dalam kategori aktif dengan interval 3,14. Kategori ini menjelaskan responden akan memberikan sebagian dan menyarankan orang lain. Berdasarkan keterangan yang diberikan jika memberikan secara penuh terlalu berat dan program ini juga bukan milik satu orang melainkan milik semua warga Dusun kaliabu.

Indikator berkaitan dengan bentuk keterlibatan yang paling diminati masuk dalam kategori kurang aktif dengan interval 2,37. Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebanyak 26 responden masuk dalam kategori kurang aktif dengan program yang paling diminati yaitu wisata kerajinan dan sejenisnya. Hal ini sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan warga masyarakat di Dusun Kaliabu yaitu wirausaha dibidang kerajinan seperti kerajinan patung dari *gypsum*, *fiber glass* serta perajin gamelan.

Jika dilihat pada setiap kelompok strata masyarakat hampir semuanya masuk dalam kategori aktif. Hal ini jelas sejalan dengan sikap kognitif dan afektif jika kelompok strata tersebut memiliki pengetahuan atau pemahaman yang baik dan keyakinan yang baik atau yakin terhadap perencanaan kampung wisata tentu akan bersikap aktif pada setiap kegiatan yang telah dan akan dilakukan. Sikap yang ditunjukkan oleh kelompok starta masyarakat biasa (pasif) yang masuk dalam kategori kurang aktif juga sangat dipengaruhi oleh pengetahuan dan keyakinan masyarakat berkaitan dengan kampung wisata serta keaktifan dalam bermasyarakat. Keaktifan dalam bermasyarakat sangat berpengaruh terhadap penerimaan informasi yang disampaikan baik berkaitan dengan perencanaan kampung wisata, manfaat yang dapat diperoleh jika menjadi kampung wisata ataupun informasi selain dari perencanaan kampung wisata.

4. Sikap Masyarakat Terhadap Perencanaan Kampung Wisata

Sikap masyarakat terhadap kampung wisata merupakan penjumlahan dari rerata skor pada setiap komponen sikap, yaitu sikap kognitif, afektif dan konatif.

Tabel 18. Sikap Masyarakat Terhadap Perencanaan Kampung Wisata Di Dusun Kaliabu

No	Komponen Sikap	Jumlah Rerata	Kategori
1.	Kognitif (Pengetahuan)	7,67	Baik
2.	Afektif (Keyakinan)	9,40	Yakin
3.	Konatif (Perilaku)	10,98	Aktif
Total Rerata		28,04	Setuju

Tabel 18 menjelaskan bahwa sikap masyarakat terhadap perencanaan kampung wisata di Dusun Kaliabu masuk dalam kategori setuju dengan interval 28,04. Artinya, responden atau masyarakat Dusun Kaliabu setuju dan mendukung jika Dusun Kaliabu dijadikan sebagai kampung wisata. Namun demikian, potensi dan koordinasi dari setiap strata masyarakat perlu ditingkatkan agar tidak terjadi perbedaan pandangan antar strata masyarakat. Terutama pada kelompok strata masyarakat pasif yang selalu memiliki persepsi dan sikap lebih rendah dibanding kelompok strata masyarakat yang lain.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada penelitian sikap masyarakat Dusun Kaliabu Desa Banyuraden Kecamatan Gamping terhadap perencanaan kampung wisata berbasis lingkungan, dapat disimpulkan dalam beberapa hal berikut:

1. Persepsi masyarakat terhadap perencanaan Dusun Kaliabu, Desa Banyuraden, Kecamatan Gamping sebagai kampung wisata berbasis lingkungan didasarkan pada potensi yang dimiliki yakni sungai Bedog, Bank Sampah Karesma dan industri roti (Pak Joyo Roti). Secara umum persepsi masyarakat yang dilihat dari aspek teknis menunjukkan bahwa masyarakat beranggapan perlu banyak perbaikan terutama pada sungai Bedog yang masih banyak kendala. Pada aspek ekonomi masyarakat beranggapan dengan dijadikan kampung wisata akan banyak memberikan manfaat sehingga dapat meningkatkan taraf hidup. Kemudian pada aspek sosial masyarakat beranggapan dengan dijadikan kampung wisata lingkungan akan lebih baik dan kesempatan kerja akan lebih besar.
2. Sikap masyarakat terhadap perencanaan Dusun Kaliabu, Desa Banyuraden, Kecamatan Gamping sebagai kampung wisata berbasis lingkungan masuk dalam kategori **yakin**. Sikap yakin ini didasarkan pada sikap masyarakat yang sebagian besar memiliki pengetahuan (kognitif) yang menunjukkan “tahu” mengenai kampung wisata dan perencanaannya, keyakinan (afektif) yang menunjukkan “yakin” terhadap potensi yang ada dapat dijadikan sebagai objek wisata serta masyarakat memiliki keaktifan (konatif) yang menunjukkan “aktif” dalam setiap kegiatan bermasyarakat sehingga dapat menjadi penggerak untuk mewujudkan kampung wisata.

B. Saran

1. Perlunya koordinasi dari setiap lapisan masyarakat agar program perencanaan kampung wisata di Dusun Kaliabu bukan hanya milik pemuka masyarakat atau orang yang memiliki kepentingan tetapi milik semua warga masyarakat Dusun Kaliabu.

2. Jika dilihat dari persepsi dan sikap masyarakat terhadap program perencanaan kampung wisata berbasis lingkungan di Dusun Kaliabu, Desa Banyuraden, Kecamatan Gamping hampir keseluruhan memiliki pendapat baik. Kecuali pada persepsi masyarakat terhadap sungai Bedog yang dilihat dari aspek teknis masuk dalam kategori sulit. Artinya, perlunya bantuan dan dampingan dari dinas terkait dalam pembentukan tim yang melibatkan pemerintahan dusun, desa hingga kecamatan dalam mengatasi kendala-kendala yang dihadapi dimana nantinya hasil tersebut yakni aturan-aturan atau norma-norma yang disepakati bersama, serta kajian mengenai potensi-potensi yang dimiliki dapat dioptimalkan sehingga program kampung wisata di Dusun Kaliabu segera direalisasikan.
3. Perlunya pembentukan kepengurusan yang melibatkan pemerintahan desa dan dusun yang dapat mengkoordinir kepengurusan dalam setiap potensi yang dimiliki sehingga program kampung wisata lebih terarah.

DAFTAR PUSTAKA

<http://www.slemankab.go.id/profil-kabupaten-sleman/geografi/letak-dan-luas-wilayah>.
(Online). Diakses tanggal 25 Februari 2017

<http://www.yogyalagi.com/2016/07/daftar-tempat-wisata-di-sleman.html>. (Online). Diakses tanggal 25 Februari 2017