

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden

Identitas responden digunakan untuk menggambarkan karakteristik masyarakat yang menjadi responden dalam penelitian ini, meliputi kelompok umur, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Identitas responden dibutuhkan untuk mengetahui latar belakang dan kondisi masyarakat Dusun Kaliabu, karena kemajuan suatu daerah sangat dipengaruhi oleh masyarakat itu sendiri. Apalagi saat ini Dusun Kaliabu sedang direncanakan menjadi kampung wisata. Responden dalam penelitian ini sebanyak 74 orang yang terbagi kedalam 3 RT, yaitu: RT 03, RT 04, dan RT 05. Metode dasar yang digunakan dalam menentukan responden yaitu sensus dan *purposive sampling* yang berdasarkan pada kelompok strata masyarakat aktif dan masyarakat pasif.

1. Umur

Komposisi responden pada kelompok umur digunakan untuk melihat kondisi, karakteristik dan sebaran responden masuk kedalam usai produktif atau non produktif. Menurut Undang-Undang Tenaga Kerja No. 13 tahun 2003, ukuran usia produktif adalah 15 sampai 64 tahun, usia non produktif antara 0 sampai 14 tahun dan usia diatas 64 tahun. Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Dusun Kaliabu diperoleh karakteristik responden yang dapat diuraikan pada Tabel 24 berikut.

Tabel 24 Identitas Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	20-30	15	20,27
2.	31-40	14	18,92
3.	41-50	27	36,49
4.	51-61	18	24,32
Jumlah Total		74	100

Tabel 24 menjelaskan bahwa rata-rata terbanyak terdapat pada kelompok usia antara 41-50 dengan jumlah 27 orang atau 36,49%. 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.

2. Jenis Kelamin

Responden menurut jenis kelamin digunakan untuk mengetahui perbandingan kelompok strata masyarakat yang ada di Dusun Kaliabu antara jumlah laki-laki dan perempuan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh data yang dapat dilihat pada Tabel 25 berikut.

Tabel 25 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	43	58,11
2.	Perempuan	31	41,89
Jumlah Total		74	100

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 25, dapat dilihat bahwa perbandingan antara laki-laki dan perempuan pada setiap kelompok strata atau kepengurusan di Dusun Kaliabu didominasi oleh laki-laki dengan jumlah

responden 43 orang atau 58,11% dari total responden yang diambil. Data tersebut tidak mempengaruhi kepentingan dari pihak perempuan dalam menentukan keputusan untuk kemajuan kampung. Pada umumnya pendapat atau masukan dari pihak perempuan akan lebih memiliki pengaruh. Namun sebaliknya pada kelompok strata masyarakat pasif perbandingan antara laki-laki dan perempuan didominasi oleh perempuan dengan jumlah 10 orang dan laki-laki 5 orang dari total responden 15 orang. Hal ini menjelaskan bahwa pada masyarakat pasif masih ada keinginan untuk menghadiri kegiatan, namun karena alasan kesibukan mereka tidak dapat hadir terutama laki-laki.

3. Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan jenjang pendidikan yang telah diselesaikan responden pada saat penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini karakteristik pendidikan digunakan untuk mengetahui pendidikan yang telah diselesaikan responden. Adapun karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 26 berikut.

Tabel 26 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SD	9	12,16
2.	SLTP/SMP	20	27,03
3.	SLTA/SMA	32	43,24
4.	Perguruan Tinggi	13	17,57
Jumlah Total		74	100

Berdasarkan pada Tabel 26, dapat dijelaskan bahwa jumlah responden terbanyak terdapat pada tingkat pendidikan SLTA/SMA dengan jumlah responden sebanyak 32 orang atau 43,24% dari total responden yang diambil. Tingkat pendidikan berikutnya diikuti oleh tingkat pendidikan SLTP/ SMP sebanyak 20 orang atau 27,03%, Perguruan Tinggi sebanyak 13 orang atau 17,57% dan yang

terakhir pada tingkat pendidikan SD sebanyak 9 orang atau 12,16% dari total responden yang diambil.

Berdasarkan data yang telah diambil, dapat diartikan bahwa rata-rata responden yang ada di Dusun Kaliabu berpendidikan tinggi, hal ini menjelaskan masyarakat Dusun Kaliabu memiliki pola pikir yang luas dan cenderung memiliki keinginan yang lebih tinggi untuk belajar dalam mengelola, merencanakan dan mewujudkan Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata.

4. Pekerjaan

Pekerjaan merupakan sumber utama yang menghasilkan pendapatan kepada setiap orang dimana pendapatan tersebut biasanya dilakukan setelah bekerja selama satu bulan. Karakteristik pekerjaan responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 27 berikut.

Tabel 27 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Buruh	14	18,92
2.	Freelance	2	2,70
3.	IRT	10	13,51
4.	Karyawan Swasta	18	24,32
5.	Kasir	1	1,35
6.	Pedagang	3	4,05
7.	Pelajar	2	2,70
8.	Pengacara	1	1,35
9.	Pensiunan	1	1,35
10.	Petani	3	4,05
11.	PNS	4	5,41
12.	Wirahusaha	15	20,27
Jumlah Total		74	100

Berdasarkan Tabel 27 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. Pekerjaan terbanyak kedua yaitu

wirausaha dengan jumlah 15 orang atau 20,27% 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.

5. Pendapatan

Pendapatan merupakan hasil yang diperoleh dari pekerjaan setelah bekerja selama satu bulan yang berupa uang serta 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 dikelompokkan kedalam 4 kriteria. Karakteristik responden berdasarkan jumlah pendapatan yang dapat dilihat pada Tabel 28 berikut.

Tabel 28 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 28 dapat dilihat bahwa jumlah pendapatan terbanyak terdapat pada kriteria 4 yaitu \geq 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. Masyarakat dengan pendapatan tinggi ditunjukkan pada pekerjaan PNS dan pengacara.

B. Identitas Anggota Keluarga

Identitas anggota keluarga dalam penelitian ini merupakan anggota keluarga yang tinggal satu rumah dengan responden. Identitas anggota keluarga dapat berupa ayah, ibu, suami, istri, anak, mertua, menantu bahkan ipar jika masih tinggal dalam satu rumah akan dimasukkan dalam anggota keluarga. Total anggota keluarga dalam penelitian ini sebanyak 253 orang. Anggota keluarga responden akan dikelompokkan berdasarkan umur, jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan.

1. Umur

Identitas anggota keluarga akan dikelompokkan kedalam 4 kelompok usia, yaitu kelompok usia < 7, kelompok usia 7 -14, kelompok usia 15- 64 dan kelompok usia > 64. Sebaran identitas anggota keluarga responden berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel 29 berikut.

Tabel 29 Identitas Anggota Keluarga Berdasarkan Umur

No.	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	< 7	15	5,93
2.	7-14	38	15,02
3.	15 – 64	196	77,47
4.	> 64	4	1,58
Jumlah Total		253	100

Berdasarkan Tabel 29 dapat dijelaskan bahwa jumlah anggota keluarga terbanyak ditunjukkan pada kelompok usia 15- 64 tahun dengan jumlah 196 orang atau 77,47% dari jumlah total. Artinya sebagian besar anggota keluarga yang tinggal dengan responden masih dalam kategori produktif. Hal ini dapat

dijelaskan bahwa karakteristik masyarakat yang masuk dalam usia produktif dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan Dusun Kaliabu. Karena 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

Anggota keluarga responden berdasarkan jenis kelamin digunakan untuk melihat perbandingan anggota keluarga antara laki-laki dan perempuan. Untuk melihat perbandingan jumlah anggota keluarga responden di Dusun Kaliabu dapat dilihat pada Tabel 30 berikut.

Tabel 30 Identitas Anggota Keluarga Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	126	49,80
2.	Perempuan	127	50,20
Jumlah Total		253	100

Jumlah anggota keluarga baik laki-laki ataupun perempuan berjumlah 253 orang dengan jumlah perempuan lebih banyak dibandingkan dengan laki-laki yaitu sebanyak 127 orang atau 50,20% dari jumlah keseluruhan. Artinya, kependudukan di Dusun Kaliabu didominasi oleh perempuan. Namun demikian perbandingan dengan laki-laki tidak begitu jauh yaitu sebanyak 126 orang atau 49,80% dari jumlah keseluruhan. Secara keseluruhan perbandingan antara 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. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan anggota keluarga digunakan untuk mengetahui jenjang pendidikan anggota keluarga yang pernah dan sedang dijalani. Adapun sebaran anggota keluarga menurut tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 31 berikut.

Tabel 31 Identitas Anggota Keluarga Berdasarkan Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Tidak / Belum Sekolah	15	5,93
2.	SD	52	20,55
3.	SLTP/SMP	58	22,92
4.	SLTA/SMA	99	39,13
5.	Perguruan Tinggi	29	11,46
Jumlah Total		253	100

Berdasarkan Tabel 31, dapat dijelaskan bahwa mayoritas anggota keluarga responden telah mengenyam pendidikan baik SD, SMP, SMA, dan Perguruan tinggi yakni sebanyak 238 orang atau 94,06% , sedangkan sisanya dengan jumlah 15 orang atau 5,93% tidak atau belum bersekolah.

Anggota keluarga yang telah mengenyam pendidikan dengan jumlah terbanyak ditunjukkan pada tingkat pendidikan SLTA/SMA sebanyak 99 orang atau 39,13% dari jumlah keseluruhan. Sedangkan pada anggota keluarga yang tidak atau belum sekolah terdiri dari keluarga yang masih anak-anak yang belum bersekolah dan anggota keluarga tidak bersekolah. Tingkat pendidikan ini akan berpengaruh kepada pengetahuan yang dimiliki berkaitan dengan kampung wisata dan penerimaan informasi yang diberikan kepada mereka.

4. Pekerjaan

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

keluarga responden. Adapun anggota keluarga berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 32 berikut.

Tabel 32 Identitas Anggota Keluarga Berdasarkan Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Belum Bekerja	114	45,06
2.	Tidak Bekerja	33	13,04
3.	Buruh	24	9,49
4.	Freelance	3	1,19
5.	Karyawan Swasta	33	13,04
6.	Kasir	1	0,40
7.	Pedagang	4	1,58
8.	Pengacara	2	0,79
9.	Pensiunan	7	2,77
10.	Petani	3	1,19
11.	PNS	3	1,19
12.	Wirausaha	26	10,28
Jumlah Total		253	100

Berdasarkan Tabel 32, dapat dilihat bahwa sebagian besar anggota keluarga responden belum memiliki pekerjaan dan tidak memiliki pekerjaan yakni sebanyak 147 orang atau 58%. Jumlah tersebut terbagi atas anggota keluarga yang belum bekerja sebanyak 114 orang atau 45% dari jumlah keseluruhan dan tidak bekerja sebanyak 33 orang atau 13,4% dari jumlah keseluruhan. 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. Jumlah tersebut terdiri dari 33 orang atau 13,04% anggota keluarga yang bekerja sebagai karyawan swasta dan 26 orang atau 10,28% bekerja sebagai wirausaha. Pekerjaan wirausaha ini yang

nantinya dapat digunakan untuk pendukung dalam menyusun perencanaan kampung wisata di Dusun Kaliabu.

C. Gambaran Potensi Wisata di Dusun Kaliabu

Awal mula Dusun Kaliabu direncanakan sebagai kampung wisata ketika warga masyarakat di Dusun Kaliabu merasa perihatin dengan keadaan sungai Bedog yang semakin menunjukkan keperihatinannya karena sungai yang dijadikan tempat pembuangan sampah dan limbah rumah tangga. Para pemuka masyarakat mulai berfikir, bagaimana membuat agar masyarakat peduli dan merasa memiliki lingkungan terutama sungai Bedog. Mulai dari sini masyarakat merencanakan Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata. Berwisata dikampung sendiri merupakan tujuan awal, dan menjadikan kampung wisata yang sesungguhnya merupakan bonus dari sebuah keberhasilan. Jika warga masyarakat dapat berwisata di kampung sendiri otomatis akan terus dijaga sebagaimana menjaga milik sendiri.

Dalam mewujudkan keinginan pemuka masyarakat untuk menjadikan Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata tentu perlu dukungan dari berbagai aspek, seperti aspek ekologi, ekonomi dan sosial. Hal pertama yang telah dilakukan oleh pemuka kampung dalam mewujudkannya ialah dalam aspek ekologi. Aspek ekologi yang telah dilakukan yakni menjaga daerah aliran sungai Bedog dan lingkungan Dusun Kaliabu. Aspek ekonomi yang saat ini telah dilakukan pemuka masyarakat guna penyediaan fasilitas dan biaya yakni dengan bekerjasama dengan berbagai instansi dan komunitas seperti tim SAR DIY, Payung Hijau, beberapa kampus atau universitas di DIY, Tim Tanggap Bencana

DIY dan instansi lainnya. Sedangkan aspek sosial yang dimaksud ialah mengajak warga masyarakat untuk lebih aktif dalam berpartisipasi mendukung perencanaan program kampung wisata.

Selain berbagai aspek tersebut hal yang paling penting dalam mewujudkan kampung wisata ialah objek wisata itu sendiri. Potensi yang dimiliki Dusun Kaliabu yang paling potensial menjadi objek wisata antara lain Sungai Bedog, Bank Sampah Karesma dan industri roti. Potensi-potensi ini yang kemungkinan besar nantinya menjadi objek wisata di Dusun Kaliabu.

1. Sungai Bedog

Sepanjang sungai Bedog yang merupakan aliran dari pertemuan sungai Progo dapat digunakan menjadi lokasi pemancingan dan tempat wisata lainnya. Kondisi sungai Bedog terlihat lebih tenang dengan debit dan aliran air yang tidak terlalu besar karena merupakan sungai kecil menambah potensi sungai Bedog yang dapat dimanfaatkan lebih. Namun ketika musim penghujan tiba, air sungai terlihat kecoklatan dan debit airnya juga terlihat lebih banyak. Berbagai pohon yang rindang tumbuh ditepi sungai membuat suasana lebih sejuk dan terlindung dari sengatan matahari. Adapun fasilitas yang telah dibuat oleh masyarakat Dusun Kaliabu untuk menunjang kegiatan dan perencanaan kampung wisata ini antara lain jalan atau akses menuju ke bantaran sungai dan pondok pertemuan.

Rencananya akses atau jalan menuju bantaran atau sungai akan dibuat memutar mengelilingi balai pertemuan yang ada diatas. Jalan ini nantinya digunakan untuk tour wisata jika ada wisatawan yang datang. Namun karena

terkendala biaya saat ini jalan atau akses yang dibuat hanya kases masuk belum sampai memutar.

Pondok yang telah disiapkan di bantaran sungai digunakan untuk menunjang jika ada pentas seni dan pertunjukkan lain. Selain objek wisata, sungai Bedog di Dusun Kaliabu juga menyediakan penyewaan lokasi yang digunakan untuk pentas atau acara lain, pondok merupakan salah satu fasilitas yang disediakan. Hal ini dilakukan guna mempromosikan atau memperkenalkan bahwasannya Dusun Kaliabu juga potensial menjadi kampung wisata. Salah satu kegiatan yang pernah diadakan di bantaran sungai dan menggunakan pondok ini yaitu Festival Bedog Nusantara.



Gambar 3 (a) Pondok Pertemuan di Bantaran Sungai Bedog, (b) Keasrian Sungai Bedog

Komunitas Bedog Lestari (KBL) merupakan komunitas bentukan masyarakat Dusun Kaliabu yang berfungsi dan bertanggung jawab mengelola serta menjaga sungai Bedog dalam menjadikan objek wisata. Namun, saat ini kendala yang dihadapi KBL dalam membuat sungai Bedog menjadi objek wisata ialah, terdapat limbah babi yang terdapat diatas atau hulu sungai, dan belum sadarnya masyarakat di bagian hulu sungai yang masih menjadikan sungai sebagai tempat pembuangan limbah rumah tangga. Upaya yang telah dilakukan

yakni pengaduan ke BLH (Badan Lingkungan Hidup) Yogyakarta untuk membantu menanganinya, namun sampai saat ini belum ada tanggapan dan respon.

2. Bank Sampah Karesma

Bank Sampah Karesma digunakan untuk mendukung pengelolaan sampah rumah tangga agar tidak dibuang ke sungai Bedog. Bank Sampah Karesma merupakan nama bank sampah di Dusun Kaliabu yang terfokus di rumah kepala RW 13, yang digunakan untuk menampung dan mengelola sampah-sampah organik dan anorganik yang dapat didaur ulang oleh rumah tangga sehingga memiliki nilai ekonomis. Sampah-sampah akan dikumpulkan berdasarkan jenis sampahnya, yakni sampah plastik, sampah kertas atau kardus, sampah daun atau organik, sampah besi atau kaca, dan sampah kimia atau bahan kimia. Setelah dipilah sampah yang mungkin menjadi produk akan disisihkan, dan sampah yang sulit seperti sampah besi, kertas basah dan sampah bahan kimia akan ditampung hingga petugas datang mengambilnya.



Gambar 4 (a) Papan Nama Bank Samapah Karesma, (b) Pelayanan Bank Sampah Karesma dan Pemilahan Sampah

Produk-produk yang dihasilkan dari sampah anorganik (plastik dan kertas atau kardus) antara lain bunga dari plastik asoy, tas dan dompet, dari sisa plastik

deterjen, berbagai boneka dari cacahan kertas dan kardus, celengan dari botol plastik yang dibentuk sedemikian rupa, dan produk-produk lainnya. Produk-produk yang dihasilkan dari sampah-sampah organik (dedaunan dan sisa sayur atau makanan) sendiri berupa pupuk organik, yang merupakan hasil dari pengolahan yang difokuskan di setiap rumah tangga dan kelompok. Pupuk yang dihasilkan di rumah tangga digunakan untuk penghijauan sekitar rumah sedangkan untuk pupuk organik yang dihasilkan dalam kelompok digunakan untuk pemanfaatan apotek hidup dan penghijauan kampung.



Gambar 5 (a) Contoh Produk Dari Sampah Anorganik, (b) Proses Pembuatan Pupuk Kompos

Namun karena kendala pemasaran, saat ini produksinya dihentikan dan hanya melakukan kegiatan mengumpulkan mengelola dan menjual kepada pengepul. Sampah yang dijual seperti sampah kardus, plastik botol, besi dan kaca. Sedangkan sampah plastik asoy biasanya tetap disimpan untuk mengisi waktu luang untuk membuat kerajinan bunga.

Dari keunggulan yang dimiliki dalam mengelola bank sampah ini dapat dijadikan untuk wisata percontohan. Ketika nanti kampung wisata dapat diwujudkan dapat menunjang dan membantu dalam memasarkan produk kerajinan yang dihasilkan dari Bank Sampah Karesma.

3. Industri Roti (Pak Joyo Roti)

Di Dusun Kaliabu kuliner yang sudah terkenal di Jogja yaitu industri roti (Pak Joyo Roti). Masyarakat sering menyebutnya kompleks penjual roti, namun bukan kerumunan pedagang kaki lima yang mangkal menjajakan roti. Melainkan toko atau warung penyedia roti yang merupakan produk lokal buatan sendiri asli Kaliabu. Ada 3 toko roti yang terlihat cukup mencolok di Dusun Kaliabu ini yaitu Pak Joyo Roti “Mbak Ipah Arjun”, Pak Joyo Roti “Maryono” dan Pak Joyo Roti “Bambang Roti”. Ketiga toko roti ini menggunakan nama “Joyo Roti” sebagai nama awal toko.



(a)



(b)



(c)

Gambar 6 (a) Pak Joyo Roti “Mbak Ipah Arjun”, (b) Pak Joyo Roti “Maryono”, dan (c) Pak Joyo Roti “Bambang Roti”.

Hal ini dimaksudkan untuk branding toko agar pelanggan lebih mudah memilih. Selain branding penggunaan nama tersebut karena memang awal mula berdirinya toko roti ini dibuat oleh Pak Joyo yang tidak lain merupakan orang tua

dari ketiga nama belakang pada toko mereka. Usaha ini merupakan usaha keluarga yang diteruskan kepada anaknya dan ketiga anaknya saat ini mendirikan toko sendiri-sendiri. Produksi andalan dari toko-toko roti ini ialah roti mandarin, lapis legit, bolu dan lain sebagainya. Dari ketenaran kuliner Joyo Roti ini yang dapat sekaligus digunakan untuk mempromosikan kampung wisata di Dusun Kaliabu.



(a) (b)
Gambar 7 (a) Produk Roti Lapis Legit Dalam Kemasan (b) Produk Roti Lapis Legit Sebelum Dikemas

D. Persepsi Masyarakat

Persepsi merupakan tanggapan seseorang atau masyarakat terhadap keadaan, kondisi lingkungan dan kejadian atau fenomena yang dibandingkan dengan pengetahuan yang dimiliki untuk diinterpretasikan kedalam sebuah gambaran penilaian. Dalam penelitian ini persepsi masyarakat berkaitan dengan perencanaan Dusun Kaliabu sebagai Kampung wisata berbasis lingkungan akan dilihat melalui potensi objek wisata yang akan ditawarkan, kemudian setiap objek akan dilihat pula berdasarkan 3 aspek, yaitu aspek teknis, aspek ekonomi, dan aspek sosial. Adapun persepsi masyarakat terhadap objek wisata antara lain; persepsi masyarakat terhadap sungai Bedog, persepsi masyarakat terhadap Bank Sampah Karesma, dan persepsi masyarakat terhadap industri roti (Pak Joyo Roti).

1. Persepsi Masyarakat Terhadap Sungai Bedog

a. Aspek teknis

Aspek teknis merupakan penilaian masyarakat terhadap kesiapan dalam mengelola dan menjadikan sungai Bedog sebagai objek wisata. Persepsi terhadap sungai Bedog berdasarkan aspek teknis akan dilihat melalui indikator kemudahan akses menuju lokasi dan kemudahan menjadikan objek wisata. Adapun distribusi dan rerata skor setiap indikator persepsi terhadap sungai Bedog dapat dilihat pada Tabel 33 berikut.

Tabel 33 Distribusi Skor dan Rerata Skor Pada Setiap Indikator Persepsi Masyarakat Terhadap Sungai Bedog yang Dilihat dari Aspek Teknis.

No.	Indikator	Tokoh Masyarakat	Distribusi Skor				Rerata Skor	Kategori
			1	2	3	4		
1.	Kemudahan akses menuju kelokasi	Aparatur Dusun	0	5	6	0	2,55	Mudah
		Tokoh Agama	0	3	2	0	2,40	Sulit
		Tokoh Pendidik	0	2	1	0	2,33	Sulit
		Pokgiat	1	1	3	0	2,20	Sulit
		Dasawisma	1	12	3	0	2,13	Sulit
		KBL	0	1	4	0	2,80	Mudah
		Karang Taruna	1	1	3	0	2,40	Sulit
		Masyarakat aktif	0	7	2	0	2,22	Sulit
		Masyarakat pasif	2	7	6	0	2,27	Sulit
	Rerata Skor	5	39	30	0	2,37	Sulit	
2.	Kemudahan menjadikan objek wisata	Aparatur Dusun	0	6	4	1	2,55	Mudah
		Tokoh Agama	1	2	2	0	2,20	Sulit
		Tokoh Pendidik	0	2	1	0	2,33	Sulit
		Pokgiat	1	3	1	0	2,40	Sulit
		Dasawisma	0	8	8	0	2,50	Mudah
		KBL	0	1	4	0	2,80	Mudah
		Karang Taruna	0	4	1	0	2,20	Sulit
		Masyarakat aktif	1	5	3	0	2,22	Sulit
		Masyarakat pasif	3	8	4	0	2,20	Sulit
	Rerata Skor	6	39	28	1	2,38	Sulit	
	Jumlah Rerata Skor					4,74	Sulit	

Keterangan:

1. Sangat sulit = 1,00 – 1,74
2. Sulit = 1,75 – 2,49
3. Mudah = 2,50 – 3,24
4. Sangat mudah = 3,25 – 4,00

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 33, 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 dan kemudahan menjadikan sungai Bedog sebagai objek wisata. Persepsi masyarakat berkaitan dengan indikator kemudahan akses menuju lokasi masuk dalam kategori sulit dengan interval 2,37. Dalam indikator ini responden terbanyak ditunjukkan pada kategori 2 yaitu sulit sebanyak 39 responden. Pada kategori ini responden berpendapat akses menuju lokasi yakni sungai Bedog cukup sulit. Hal ini sesuai dengan kenyataan yang terdapat di lapangan dimana terdapat pengerasan jalan namun hanya sebagian jalan. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, saat ini akses untuk menuju bantaran sungai memang sulit, karena keberadaan sungai yang ada dibawah maka pengerasan jalan memang sangat diperlukan guna mendukung kegiatan kedepannya.

Persepsi masyarakat mengenai indikator kemudahan menjadikan sungai Bedog sebagai objek wisata juga masuk dalam kategori sulit dengan interval 2,38. Dalam indikator ini sebagian besar responden masuk dalam kategori 2 yakni sulit sebanyak 39 responden. Artinya sebagian besar responden berpendapat sulit untuk menjadikan sungai Bedog sebagai objek wisata. Berdasarkan keterangan yang diberikan, ada beberapa kendala yang dihadapi oleh masyarakat yakni belum sadarnya masyarakat terkait pentingnya menjaga kebersihan sungai dari sampah rumah tangga, biaya, fasilitas yang belum memadai, dan terdapat limbah babi yang dialirkan kesungai dari peternak babi dibagian hulu.

Dalam menyelesaikan permasalahan terkait dengan kebersihan sungai dari sampah rumah tangga warga masyarakat Dusun Kaliabu mendirikan Bank

Sampah Karesma guna mengendalikannya. Kemudian dalam mengatasi permasalahan terkait limbah dari peternak babi mengajak diskusi antara peternak, warga, dan tokoh masyarakat Dusun Kaliabu tetapi belum ada perubahan. Hal tersebut terjadi karena dalam hasil diskusi tersebut tidak ada efek jera atau aturan tertulis terkait sanksi yang diberikan sehingga peternak masih melakukan kembali. Selain itu, karena dalam hasil diskusi tersebut tidak melibatkan pemerintah desa, dan kecamatan serta tidak dimasukkan aturan dan norma yang dapat memberikan efek jera pada peternak jika hal tersebut masih dilakukan.

Adapun persepsi masyarakat terhadap sungai Bedog pada aspek teknis di setiap kelompok strata masyarakat dapat dilihat pada Tabel 34 berikut.

Tabel 34 Persepsi Masyarakat Terhadap Sungai Bedog Pada Aspek Teknis Disetiap 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

Keterangan:

1. Sangat sulit = 2,00 – 3,49
2. Sulit = 3,50 – 4,99
3. Mudah = 5,00 – 6,49
4. Sangat mudah = 6,50 – 8,00

Persepsi masyarakat pada setiap kelompok yang ditunjukkan pada Tabel 34 terlihat hampir keseluruhan kelompok masuk dalam kategori sulit. Adapun kelompok strata masyarakat yang memiliki persepsi rendah (sulit) yaitu, tokoh agama dengan jumlah skor 4,60, tokoh pendidik dengan jumlah skor 4,67, Pokgiat

dengan jumlah skor 4,60, dasawisma dengan jumlah skor 4,63, karang tana dengan jumlah skor 4,60, masyarakat aktif dengan jumlah skor 4,44 dan masyarakat pasif dengan jumlah skor 4,47. Rendahnya tingkat persepsi pada 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 dari kesembilan kelompok strata yang ada terdapat dua kelompok strata yang masuk dalam kategori mudah yakni aparaturn dusun dan KBL (Komunitas Bedog Lestari). Kelompok strata KBL masuk kategori mudah dan memiliki skor tertinggi yakni 5,09 karena kelompok ini merupakan yang bertanggung jawab secara langsung terhadap sungai Bedog. Sedangkan kelompok strata aparaturn dusun juga masuk dalam kategori mudah dengan rerata skor 5,60, karena merupakan kelompok yang memiliki gagasan untuk merencanakan Dusun Kaliabu sebagai kampung 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. Maksudnya dengan dijadikannya sungai Bedog sebagai objek wisata apakah dapat meningkatkan pendapatan masyarakat terutama warga Dusun Kaliabu. Adapun sebaran dan rerata skor pada aspek ekonomi dapat dilihat pada Tabel 35.

Tabel 35 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

Keterangan:

1. Sangat rendah = 1,00 – 1,74
2. Rendah = 1,75 – 2,49
3. Tinggi = 2,50 – 3,24
4. Sangat tinggi = 3,25 – 4,00

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 35 dapat dilihat bahwa persepsi masyarakat pada aspek ekonomi masuk dalam kategori tinggi dengan interval 2,52. Tingginya tingkat persepsi pada aspek ekonomi dikarenakan masyarakat beranggapan jika sungai Bedog menjadi objek wisata akan dapat menambah pendapatan yang dapat digunakan untuk membantu penghasilan keluarga. Artinya, jika sungai Bedog atau Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata masyarakat akan lebih mudah membuka usaha sehingga pendapatan akan meningkat.

Berdasarkan keterangan yang diberikan, responden sangat antusias membuka usaha sendiri baik menjual makanan ataupun kerajinan. Responden yang antusias membuka usaha ini sebagian besar merupakan ibu rumah tangga (IRT). Hal ini dimaksudkan agar mereka tidak hanya berdiam diri namun juga dapat membantu penghasilan suami dan menambah penghasilan keluarga.

Persepsi masyarakat pada aspek ekonomi jika dilihat dari setiap kelompok strata masyarakat yang masuk dalam kategori tinggi, yaitu aparatur dusun dengan interval 2,91, Pokgiat dengan interval 2,60, dasawisama dengan interval 2,69, KBL dengan interval 2,80, masyarakat aktif dengan interval 2,78. Tingginya tingkat persepsi dikarenakan kelompok ini merupakan penggerak dalam bermasyarakat dan dianggap lebih aktif dibanding kelompok lain, sehingga kelompok ini lebih mengerti dan lebih mengetahui manfaat yang akan diperoleh. Kemudian berdasarkan keterangan yang diberikan pada kelompok strata masyarakat yang masuk dalam kategori tinggi bahwa jika nanti sungai Bedog menjadi objek wisata diharapkan akan memberikan peningkatan pendapatan terutama bagi ibu rumah tangga atau anak muda yang belum memiliki pekerjaan. 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.

Sedangkan kelompok strata masyarakat yang masuk dalam kategori rendah, yaitu tokoh agama dengan interval 2,20, tokoh pendidik dengan interval 2,33, karang taruna dengan interval 2,20 dan masyarakat pasif dengan interval 2,13. Perbedaan tingkat persepsi yang ditunjukkan 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 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. Persepsi masyarakat terhadap sungai Bedog dari aspek sosial akan dilihat melalui indikator kebersihan dan keindahan sungai. Maksudnya apabila sungai Bedog menjadi objek wisata apakah akan terlihat bersih dan indah atau justru semakin tidak terawat. Oleh sebab itu, untuk melihat persepsi masyarakat terhadap sungai Bedog pada aspek sosial dapat dilihat distribusi dan rerata skor pada Tabel 36 berikut.

Tabel 36 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
2.	Tokoh Agama	0	2	3	0	2,60	Bersih
3.	Tokoh Pendidik	0	1	2	0	2,67	Bersih
4.	Pokgiat	0	2	3	0	2,60	Bersih
5.	Dasawisma	0	8	8	0	2,50	Bersih
6.	KBL	0	0	2	3	3,60	Sangat bersih
7.	Karang Taruna	0	3	2	0	2,40	Kotor
8.	Masyarakat aktif	0	3	5	1	2,78	Bersih
9.	Masyarakat pasif	2	5	8	0	2,40	Kotor
Jumlah		2	26	42	4	24	
Rerata Skor						2,71	Baik

Keterangan:

1. Sangat Kotor = 1,00 – 1,74
2. Kotor = 1,75 – 2,49
3. Bersih = 2,50 – 3,24
4. Sangat = 3,25 – 4,00

Berdasarkan hasil tabulasi yang disajikan pada Tabel 36, terlihat persepsi masyarakat pada aspek sosial masuk dalam kategori baik (bersih) dengan interval

2,71. Artinya, jika sungai Bedog menjadi objek wisata akan semakin terawat, mulai dari bantaran sekitar sungai hingga aliran sungai itu sendiri. Setelah sungai Bedog menjadi objek wisata tentu harus terus dijaga kebersihan dan keindahan sungai agar tetap menjadi daya tarik. Paling tidak mengembalikan fungsi sungai yang seharusnya, walaupun terkadang warna air berwarna kecoklatan.

Namun 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 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 kegiatan bertikali pada seluruh aliran sungai Bedog dari hulu hingga hilir.

Persepsi masyarakat terhadap sungai Bedog pada aspek sosial jika dilihat dari setiap kelompok strata masyarakat yang masuk dalam kategori sangat bersih yakni Komunitas Bedog Lestari dengan interval 3,60. Tingginya tingkat persepsi pada kelompok strata KBL memang karena kelompok tersebut yang bertanggung jawab secara langsung terhadap sungai, sehingga memiliki keyakinan dan berpengaruh terhadap penilaian. Kemudian kelompok strata masyarakat yang masuk dalam kategori bersih yaitu aparaturn dusun dengan interval 2,82, tokoh agama dengan interval 2,60, tokoh pendidik 2,67, dasawisma dengan interval 2,50 dan masyarakat aktif 2,78. Penilaian-penilaian yang diberikan pada

kelompok-kelompok strata ini 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 memang terkadang 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 pembersihan kembali.

Berbeda dengan kelompok-kelompok strata yang masuk dalam kategori kotor yaitu karang taruna dengan interval 2,40 dan masyarakat pasif dengan interval 2,33. 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 ke sungai 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. Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Sampah Karesma

a. Aspek teknis

Aspek teknis merupakan persepsi masyarakat terhadap kesiapan dalam mengelola dan menjadikan Bank Sampah Karesma sebagai objek wisata. Persepsi terhadap Bank Sampah Karesma berdasarkan aspek teknis akan dilihat melalui indikator kemudahan dalam memilih sampah dan produk yang dihasilkan. Adapun distribusi dan rerata skor pada setiap indikator persepsi masyarakat dari aspek teknis dapat dilihat pada Tabel 37.

Tabel 37 Distribusi dan Rerata Skor Pada Setiap Indikator Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Sampah Karesma yang Dilihat dari Aspek Teknis.

No.	Indikator	Tokoh Masyarakat	Distribusi Skor				Rerata Skor	Kategori
			1	2	3	4		
1.	Kemudahan dalam Memilih sampah	Aparatur Dusun	0	1	8	2	3,09	Mudah
		Tokoh Agama	0	1	3	1	3,00	Mudah
		Tokoh Pendidik	0	0	3	0	3,00	Mudah
		Pokgiat	0	1	4	0	2,80	Mudah
		Dasawisma	0	1	10	5	3,25	Sangat mudah
		KBL	0	0	4	1	3,20	Mudah
		Karang Taruna	1	3	1	0	2,00	Sulit
		Masyarakat aktif	0	3	3	3	3,00	Mudah
		Masyarakat pasif	0	5	7	3	2,87	Mudah
	Rerata Skor		1	15	43	15	2,91	Mudah
2.	Produk yang dihasilkan	Aparatur Dusun	0	6	4	1	2,55	Bagus
		Tokoh Agama	0	4	1	0	2,20	Buruk
		Tokoh Pendidik	0	2	1	0	2,33	Buruk
		Pokgiat	0	4	1	0	2,20	Buruk
		Dasawisma	0	6	10	0	2,63	Bagus
		KBL	0	2	3	0	2,60	Bagus
		Karang Taruna	0	2	3	0	2,60	Bagus
		Masyarakat aktif	0	2	6	1	2,89	Bagus
		Masyarakat pasif	1	6	7	1	2,53	Bagus
	Rerata Skor		1	34	36	3	2,50	Bagus
Jumlah Rerata Skor						5,41	Baik	

Keterangan:

1. Sangat sulit / sangat buruk = 1,00 – 1,74
2. Sulit / buruk = 1,75 – 2,49
3. Mudah / baik = 2,50 – 3,24
4. Sangat mudah / sangat baik = 3,25 – 4,00

Berdasarkan hasil tabulasi pada Tabel 37 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 memilah sampah dan produk yang dihasilkan dari bank sampah. Indikator kemudahan dalam memilah sampah masuk dalam kategori mudah dengan interval 2,91. Pada indikator ini sebanyak 43 responden merasa mudah dalam melakukan kegiatan pemilahan sampah. 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. Selain responden yang masuk pada kategori 3 yaitu mudah, terdapat juga responden yang masuk dalam kategori 1 yaitu sangat sulit, kategori 2 yaitu sulit dan kategori 4 sangat mudah.

Pada kategori 1 yaitu sangat sulit sebanyak 1 responden, artinya responden tersebut merasa kesulitan dalam menjalankan kegiatan pemilahan sampah. Berdasarkan keterangan yang diberikan, responden mengaku terlalu banyak jenis sampah yang perlu dipisahkan sehingga responden ini tidak melakukannya, dengan kata lain responden tersebut memang tidak aktif dan tidak terdaftar sebagai nasabah Bank Sampah Karesma. Responden yang masuk dalam kategori 2 yaitu sulit sebanyak 15 orang. Hampir sama dengan kategori 1, responden pada kategori ini terdaftar sebagai nasabah, tetap melakukan kegiatan pengumpulan dan

penyetoran sampah namun tidak melakukan pemisahan. Hal ini dikarenakan pada Bank Sampah Karesma memang terdapat tim tersendiri guna mengecek kembali sampah-sampah yang disetorkan oleh nasabah. Selanjutnya responden dengan kategori 4 yaitu sangat mudah sebanyak 15 orang. Artinya responden dengan kategori ini beranggapan kegiatan pemilahan sampah sangat mudah dan sama sekali tidak sulit. Berdasarkan keterangan yang diberikan pada responden kegiatan pemilahan sampah memang sangat dibutuhkan guna mengendalikan sampah-sampah yang dihasilkan oleh rumah tangga untuk tidak membuang sampah ke sungai Bedog.

Indikator produk yang dihasilkan Bank Sampah Karesma 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 hiasan, dan lain sebagainya. Berdasarkan keterangan yang diberikan, responden memang kurang tertarik untuk mempelajarinya namun bukan berarti tidak bisa dan tidak ingin mempelajari, tetapi lebih kepada karena produk-produk yang mereka buat pada saat ini tidak bisa dipasarkan sehingga banyak dari nasabah yang berhenti untuk membuat. Mungkin jika nanti setelah Dusun Kaliabu menjadi kampug wisata dan Bank Sampah Karesma dijadikan sebagai salah satu objek wisata warga kembali aktif untuk membuat karena semakin mudah memasarkan produk-produk yang dihasilkan.

Berdasarkan jumlah responden yang masuk dalam kategori 3 yaitu bagus sebanyak 36 responden, sebanyak 34 responden masuk dalam kategori 2 yaitu buruk, 3 responden masuk katgegori 4 yaitu sangat bagus dan sebanyak 1 responden masuk dalam ketegori 1 yaitu sangat buruk. Responden dengan kategori 2 merupakan responden yang tidak merasakan manfaat dari produk-produk yang dihasilkan serta tidak memiliki ketertarikan untuk membuatnya. Berdasarkan keterangan yang diberikan, responden mengaku terlalu banyak tahapan dan hasil yang diperoleh tidak sesuai dengan harapan. Hal inilah yang membuat banyak dari nasabah atau masyarakat tidak berminat melakukan kegiatan pemilahan dan pembuatan produk. Untuk melihat persepsi masyarakat terhadap Bank Sampah Karesma dari aspek teknis pada setiap kelompok strata masyarakat dapat dilihat pada Tabel 38.

Tabel 38 Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Sampah Karesma Pada Aspek Teknis Disetiap 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

Keterangan:

1. Sangat buruk = 2,00 – 3,49
2. Buruk = 3,50 – 4,99
3. Baik = 5,00 – 6,49
4. Sangat baik = 6,50 – 8,00

Tabel 38 menjelaskan bahwa sebagian besar kelompok strata masuk dalam kategori baik. Rerata kelompok strata masyarakat paling tinggi ditunjukkan pada

kelompok strata masyarakat aktif dengan interval 5,89 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 karena memang masyarakat pada kelompok tersebut kurang berpartisipasi pada kegiatan bank sampah.

Rendahnya partisipasi pada kelompok tersebut pada kegiatan karena kelompok Karang Taruna didominasi oleh kalangan anak muda yang pada saat dilakukan penelitian belum lama dilakukan pergantian kepengurusan. Berdasarkan keterangan yang diberikan mereka belum begitu paham mengenai seluk-beluk bank sampah itu sendiri. Hal tersebut dikarenakan mereka belum lama mengikuti tahapan-tahapan kegiatan mulai dari mengumpulkan, memilih, dan membuat sehingga masih merasa kesulitan dan belum berminat. Namun rendahnya tingkat partisipasi mereka bukan berarti tidak mengerti jenis-jenis sampah yang harus dipilah dan tidak merasakan manfaat dari adanya bank sampah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kelompok strata Karang Taruna merasakan manfaat dari adanya bank sampah serta semakin banyak keterlibatan mereka pada kegiatan bank sampah ketertarikan mereka juga akan muncul.

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.

Maksudnya, apakah pedapatan masyarakat akan meningkat dengan dijadikannya Bank Sampah Karesma sebagai objek wisata. Adapun distribusi dan rerata skor persepsi masyarakat dari aspek ekonomi dapat dilihat pada Tabel 39 berikut.

Tabel 39 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

Keterangan:

1. Sangat rendah = 1,00 – 1,74
2. Rendah = 1,75 – 2,49
3. Tinggi = 2,50 – 3,24
4. Sangat tinggi = 3,25 – 4,00

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada Tabel 39 dapat dilihat bahwa indikator pada aspek ekonomi yaitu dapat meningkatkan pendapatan masuk dalam kategori tinggi dengan interval 2,55. Kategori ini menjelaskan bahwa dengan dijadikannya Bank Sampah Karesma sebagai objek wisata masyarakat akan memiliki pendapatan tambahan diluar pendapatan pokok. Berdasarkan keterangan yang diberikan oleh responden, sebanyak 38 orang yang masuk dalam kategori tinggi menjelaskan, 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.

Sedangkan pendapatan pokok atau pendapatan utama digunakan untuk memenuhi kebutuhan diluar dari kebutuhan tersebut. Selain itu, berdasarkan penjelasan yang diberikan akan banyak usaha-usaha baru bermunculan dan lebih mudah dalam memasarkan produk-produk yang dihasilkan.

Persepsi masyarakat terhadap Bank Sampah Karesma pada aspek ekonomi jika dilihat dari setiap kelompok strata masyarakat yang masuk dalam kategori tinggi yakni kelompok strata aparatur dusun dengan jumlah rerata 2,82, kelompok strata tokoh pendidik dengan jumlah rerata 2,40, kelompok strata Pokgiat dengan jumlah rerata 2,60, kelompok strata dasawisma dengan jumlah rerata 2,81, kelompok strata KBL dengan jumlah rerata 2,60 dan kelompok strata masyarakat aktif dengan jumlah rerata 2,56. Tingginya tingkat persepsi pada kelompok tersebut karena memang kelompok strata inilah yang paling mendominasi dalam setiap kegiatan yang diadakan di Dusun Kaliabu. Selain itu, berdasarkan keterangan yang diberikan oleh responden 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, selain terdapat kelompok strata dengan tingkat persepsi tinggi terdapat kelompok strata dengan tingkat persepsi rendah yakni tokoh agama dengan rerata skor 2,40, karang taruna dengan rerata skor 2,20 dan masyarakat pasif dengan rerata skor 1,93. Hal ini menjelaskan bahwa responden pada kelompok strata tersebut beranggapan dengan dijadikannya Bank Sampah Karesma sebagai objek wisata akan memiliki pendapatan dari yang tadinya tidak

memiliki pendapatan 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. Maksudnya, apabila Bank Sampah Karesma menjadi objek wisata apakah lingkungan akan terlihat bersih dan indah atau justru semakin tidak terawat. Oleh karena itu, untuk melihat persepsi masyarakat teradap aspek sosial dapat dilihat distribusi dan rerata skor pada Tabel 40 berikut.

Tabel 40 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
2.	Tokoh Agama	0	0	4	1	3,20	Bersih
3.	Tokoh Pendidik	0	1	1	1	3,00	Bersih
4.	Pokgiat	0	1	3	1	3,00	Bersih
5.	Dasawisma	0	1	10	5	3,25	Sangat bersih
6.	KBL	0	1	4	0	3,00	Bersih
7.	Karang Taruna	0	2	3	0	2,60	Bersih
8.	Masyarakat aktif	0	0	7	2	3,22	Bersih
9.	Masyarakat pasif	1	6	8	0	2,47	Kotor
Jumlah		1	15	46	12	27	
Rerata Skor						2,96	Baik

Keterangan:

1. Sangat Kotor = 1,00 – 1,74
2. Kotor = 1,75 – 2,49
3. Bersih = 2,50 – 3,24
4. Sangat = 3,25 – 4,00

Tabel 40 menunjukkan persepsi masyarakat terhadap Bank Sampah Karesma pada aspek sosial yaitu indikator kebersihan dan keindahan lingkungan masuk dalam kategori baik (bersih) dengan interval 2,96. Pada indikator ini jumlah responden terbanyak ditunjukkan pada kategori 3 yaitu sebanyak 46 responden. Kategori ini memiliki arti apabila Bank Sampah Karesma menjadi objek wisata lingkungan Dusun Kaliabu tentunya akan terlihat bersih dan indah. Hal ini terlihat pada kondisi saat sekarang dengan keberadaan bank sampah lingkungan Dusun Kaliabu lebih terjaga kebersihannya, selain itu juga terlihat dari semangat dari warga dalam menjalankan kegiatan pengelolaan bank sampah itu sendiri.

Berdasarkan keterangan yang diberikan, responden mengaku jika nanti Bank Sampah Karesma menjadi objek wisata akan terus menjaga kebersihan dan meningkatkan penghijauan pada lingkungan. Artinya pengelolaan pada pembuatan pupuk organik akan terus ditingkatkan. Serta akan terus mengajak warga yang belum aktif atau ikut sebagai nasabah untuk masuk dan menjadi nasabah. Komitmen ini terlihat dari semangat pada saat penerimaan sampah yang dilakukan 2 minggu sekali yaitu pada hari minggu diminggu kedua setiap bulannya.

Bila dilihat persepsi masyarakat berdasarkan kelompok strata terlihat persepsi dengan kategori bersih ditunjukkan pada kelompok strata aparatur dusun dengan jumlah rerata 2,91, kelompok strata tokoh agama dengan jumlah rerata 3,20, kelompok strata tokoh pendidik dengan jumlah rerata 3,00, kelompok strata Pokgiat dengan jumlah rerata 3,00, kelompok strata dasawisma dengan jumlah

rerata 3,25, kelompok strata KBL dengan jumlah rerata 3,00, kelompok strata karang taruna dengan jumlah rerata 2,60 dan kelompok strata masyarakat aktif dengan jumlah rerata 3,22. Kelompok strata dengan kategori ini 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 kelompok strata masyarakat dengan tingkat persepsi rendah atau masuk dalam kategori kotor yaitu kelompok strata masyarakat pasif dengan jumlah rerata 2,47. Kelompok strata dengan tingkat persepsi 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 Karesma sebagai objek wisata kurang diterima dengan baik. Selain itu karena rendahnya partisipasi dan keaktifan dalam bermasyarakat sehingga tidak merasakan perubahan yang ada.

3. Persepsi Masyarakat Terhadap Industri Roti (Pak Joyo Roti)

a. Aspek teknis

Aspek teknis merupakan persepsi masyarakat terhadap kesiapan industri roti (Pak Joyo Roti) sebagai objek wisata. Persepsi terhadap industri roti berdasarkan aspek teknis akan dilihat melalui indikator kemudahan akses menuju tempat industri roti, tempat produksi, dan rasa dari produk . Adapun distribusi dan rerata

skor pada setiap indikator persepsi masyarakat dari aspek teknis dapat dilihat pada Tabel 41.

Tabel 41 Distribusi dan Rerata Skor Pada Setiap Indikator Persepsi Masyarakat Terhadap Industri Roti (Pak Joyo Roti) yang Dilihat dari Aspek Teknis.

No.	Indikator	Tokoh Masyarakat	Distribusi Skor				Rerata Skor	Kategori
			1	2	3	4		
1.	Kemudahan akses menuju lokasi	Aparatur Dusun	0	3	6	2	2,91	Mudah
		Tokoh Agama	0	2	3	0	2,60	Mudah
		Tokoh Pendidik	0	0	1	2	3,67	Sangat Mudah
		Pokgiat	0	1	4	0	2,80	Mudah
		Dasawisma	1	2	9	4	3,13	Mudah
		KBL	0	0	1	4	3,80	Sangat Mudah
		Karang Taruna	0	2	3	0	2,60	Mudah
		Masyarakat aktif	0	5	4	0	2,44	Sulit
		Masyarakat pasif	0	0	11	4	3,27	Mudah
	Rerata Skor		1	15	42	16	3,02	Mudah
2.	Lokasi penjualan	Aparatur Dusun	0	2	6	3	3,09	Baik
		Tokoh Agama	0	2	2	1	2,80	Baik
		Tokoh Pendidik	0	2	1	0	2,33	Buruk
		Pokgiat	0	3	2	0	2,40	Buruk
		Dasawisma	2	5	8	1	2,50	Baik
		KBL	0	3	2	0	2,40	Buruk
		Karang Taruna	1	3	1	0	2,00	Buruk
		Masyarakat aktif	2	6	1	0	1,89	Buruk
		Masyarakat pasif	1	10	4	0	2,20	Buruk
	Rerata Skor		6	36	27	5	2,40	Buruk
3.	Rasa produk	Aparatur Dusun	0	0	8	3	3,27	Enak
		Tokoh Agama	0	0	4	1	3,20	Enak
		Tokoh Pendidik	0	1	1	1	3,00	Enak
		Pokgiat	0	0	5	0	3,00	Enak
		Dasawisma	0	1	9	6	3,31	Sangat Mudah
		KBL	0	1	3	1	3,00	Enak
		Karang Taruna	0	1	3	1	3,00	Enak
		Masyarakat aktif	0	2	6	1	2,89	Enak
		Masyarakat pasif	0	4	7	4	3,00	Enak
	Rerata Skor		0	10	46	18	3,07	Enak
	Jumlah Rerata Skor						8,50	Baik

Keterangan:

1. Sangat sulit / sangat buruk / tidak enak = 1,00 – 1,74
2. Sulit / buruk / kurang enak = 1,75 – 2,49
3. Mudah / baik / enak = 2,50 – 3,24
4. Sangat mudah / sangat baik / sangat enak = 3,25 – 4,00

Berdasarkan hasil analisis yang ditunjukkan pada Tabel 41 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, kemudahan

akses menuju lokasi, kondisi lokasi penjualan, dan rasa produk. Pada indikator kemudahan akses menuju lokasi masuk dalam kategori mudah dengan interval 3,02. Jumlah responden terbanyak ditunjukkan pada kategori 3 yaitu sebanyak 42 responden. 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. Jumlah responden terbanyak ditunjukkan pada kategori 2 yaitu sebanyak 36 responden. 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. Inilah yang menjadi penyebab rendahnya tingkat persepsi pada indikator tersebut.

Indikator rasa produk yang dijual masuk dalam kategori enak dengan interval 3,07. Jumlah responden terbanyak ditunjukkan pada kategori 3 yaitu sebanyak 46 responden. Artinya produk yang dijual oleh industri roti (Pak Joyo Roti) memiliki rasa enak. 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. Pada dasarnya produk dari Pak Joyo Roti sering digunakan sebagai hidangan pada saat kegiatan baik kegiatan kerja bakti, kegiatan penerimaan bank sampah, hajatan ataupun rembug atau musyawarah rutin. Oleh sebab itu, masyarakat Dusun Kaliabu sangat familiar dengan produk dari industri roti (Pak Joyo Roti).

Setelah mengetahui tingkat persepsi pada setiap indikator perlu pula diketahui tingkat persepsi terhadap industri roti (Pak Joyo Roti) pada setiap kelompok strata masyarakat yang dapat dilihat pada Tabel 42 berikut.

Tabel 42 Persepsi Masyarakat Terhadap Industri Roti (Pak Joyo Roti) Pada Aspek Teknis Disetiap 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

Keterangan:

1. Sangat buruk = 3,00 – 5,24
2. Buruk = 5,25 – 7,49
3. Baik = 7,50 – 9,74
4. Sangat baik = 9,76 – 12,00

Pada Tabel 42 menunjukkan tingkat persepsi masyarakat hampir keseluruhan kelompok strata masyarakat 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. Selain berdasarkan pada tingkat persepsi disetiap kelompok strata juga dapat dilihat pada tingkat persepsi disetiap indikator. Dimana dari ketiga indikator persepsi hanya pada indikator lokasi penjualan yang masuk dalam kategori buruk. Namun demikian, kesepakatan yang ditunjukkan oleh responden dalam artian industri roti (Pak Joyo Roti) masih perlu perbaikan pada lokasi penjualan.

Dari keseluruhan kelompok strata masyarakat yang masuk dalam kategori baik terdapat satu kelompok yang masuk dalam kategori buruk yakni kelompok strata masyarakat aktif yakni dengan rerata skor 7,22. Rendahnya rerata pada kelompok strata tersebut 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 *ringroad* sehingga ketersediaan dari parkir kurang memadai dan kemudian konsumen yang ingin membeli akan kesulitan karena harus memutar karena terdapat pembagian jalur. Oleh sebab itu lokasi penjualan industri roti (Pak Joyo Roti) ketiganya perlu diperbaiki kembali mulai dari parkir, lokasi, dan kursi.

b. Aspek ekonomi

Aspek ekonomi merupakan penilaian masyarakat terhadap manfaat yang diperoleh jika industri roti (Pak Joyo Roti) dijadikan sebagai objek wisata. Pada aspek ekonomi akan dilihat berdasarkan indikator harga produk dan kemudahan warga Dusun Kaliabu dalam mendapatkan pendanaan kegiatan dari industri roti. Pada indikator kemudahan mendapatkan pendanaan maksudnya jika industri roti

(Pak Joyo Roti) menjadi objek wisata apakah Dusun Kaliabu akan lebih mudah memperoleh pendanaan untuk kegiatan kampung. Adapun distribusi dan rerata skor persepsi masyarakat dari aspek ekonomi dapat dilihat pada Tabel 43.

Tabel 43 Distribusi dan Rerata Skor Pada Setiap Indikator Persepsi Masyarakat Terhadap Industri Roti (Pak Joyo Roti) yang Dilihat dari Aspek Ekonomi.

No.	Indikator	Tokoh Masyarakat	Distribusi Skor				Rerata Skor	Kategori
			1	2	3	4		
1.	Harga produk	Aparatur Dusun	0	4	6	1	2,73	Mahal
		Tokoh Agama	0	1	4	0	2,80	Mahal
		Tokoh Pendidik	0	2	1	0	2,33	Murah
		Pokgiat	0	4	1	0	2,20	Murah
		Dasawisma	1	10	5	0	2,25	Murah
		KBL	0	3	2	0	2,40	Murah
		Karang Taruna	0	4	1	0	2,20	Murah
		Masyarakat aktif	0	4	5	0	2,56	Mahal
		Masyarakat pasif	0	12	3	0	2,20	Murah
		Rerata Skor	1	44	28	1	2,41	Murah
2.	Kemudahan mendapatkan pendanaan	Aparatur Dusun	0	1	7	3	3,09	Mudah
		Tokoh Agama	0	1	3	1	3,00	Mudah
		Tokoh Pendidik	0	1	2	0	2,67	Mudah
		Pokgiat	0	2	2	1	2,80	Mudah
		Dasawisma	0	1	15	0	2,94	Mudah
		KBL	0	2	3	0	2,60	Mudah
		Karang Taruna	0	2	3	0	2,60	Mudah
		Masyarakat aktif	0	2	5	2	3,00	Mudah
		Masyarakat pasif	0	5	9	1	2,73	Mudah
		Rerata Skor	0	17	49	8	2,83	Mudah
Jumlah Rerata Skor						5,23	Tinggi	

Keterangan:

1. Sangat murah / sangat sulit = 1,00 – 1,74
2. Murah / sulit = 1,75 – 2,49
3. Mahal / mudah = 2,50 – 3,24
4. Sangat mahal / sangat mudah = 3,25 – 4,00

Berdasarkan Tabel 43, 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 dari produk dan indikator kemudahan mendapatkan pendanaan. Pada indikator harga produk masuk dalam kategori

murah dengan interval 2,41. Jumlah responden terbanyak ditunjukkan pada kategori 2 yaitu sebanyak 44 responden. 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.

Sedangkan pada indikator kemudahan mendapatkan pendanaan kegiatan masuk dalam kategori mudah dengan interval 2,83. Jumlah responden terbanyak ditunjukkan pada kategori 3 yaitu sebanyak 49 responden. Artinya responden memiliki penilaian setelah industri roti (Pak Joyo Roti) menjadi objek wisata akan memudahkan memperoleh pendanaan untuk 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 dimintai pertolongan. Hal tersebut tidak akan jauh berbeda ketika nanti industri roti tersebut menjadi objek wisata, hanya saja akan ada tambahan pembuatan proposal kegiatan agar penggunaanya lebih transparan dan jelas.

Setelah mengetahui tingkat persepsi pada setiap indikator perlu pula diketahui tingkat persepsi terhadap industri roti (Pak Joyo Roti) pada setiap kelompok strata masyarakat yang dapat dilihat pada Tabel 44 berikut.

Tabel 44 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

Keterangan:

1. Sangat rendah = 2,00 – 3,49
2. Rendah = 3,50 – 4,99
3. Tinggi = 5,00 – 6,49
4. Sangat tinggi = 6,50 – 8,00

Dapat dilihat bahwa berdasarkan hasil analisis yang ditunjukkan pada Tabel 44 menjelaskan tingkat persepsi terhadap industri roti (Pak Joyo Roti) pada aspek ekonomi disetiap kelompok strata masyarakat dari sembilan kelompok strata tujuh kelompok masuk dalam kategori tinggi. Adapun kelompok strata tersebut yakni kelompok strata aparaturn dusun dengan jumlah rerata skor 5,82, kelompok strata tokoh agama dengan jumlah rerata skor 5,80, kelompok strata tokoh pendidik dengan jumlah rerata skor 5,00, kelompok strata Pokgiat dengan jumlah rerata skor 5,00, kelompok strata dasawisma dengan jumlah rerata skor 5,19, kelompok strata KBL dengan jumlah rerata skor 5,00, dan kelompok strata masyarakat aktif dengan jumlah rerata skor 5,56. 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. Artinya, responden pada kelompok strata tersebut merupakan responden yang aktif dalam

bermasyarakat, sehingga informasi yang disampaikan mengenai manfaat dan apa yang diperoleh jika industri roti (Pak Joyo Roti) menjadi objek wisata dapat diterima dengan baik.

Sedangkan kelompok strata masyarakat dengan tingkat persepsi rendah atau buruk yaitu kelompok strata karang taruna dengan jumlah rerata skor 4,80 dan kelompok strata masyarakat pasif dengan jumlah rerata skor 4,93. Rendahnya tingkat persepsi pada kelompok 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. 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. Selain itu, responden juga berpendapat akan sulit memperoleh pendanaan untuk kegiatan karena akan semakin selektif dalam memberikan pendanaan dan menambah prosedur seperti proposal dan lain sebagainya.

Kemudian rendahnya tingkat persepsi pada kelompok strata masyarakat pasif karena tingkat 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. Berdasarkan penjelasan yang diberikan responden bahwa jika industri roti menjadi objek wisata tidak akan memberikan pengaruh

besar terhadap warga sekitar karena hanya pemilik industri yang akan merasakan manfaatnya.

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. Maksudnya, apabila industri roti (Pak Joyo Roti) menjadi objek wisata apakah warga sekitar memiliki kesempatan kerja yang baik pada industri roti (Pak Joyo Roti). Oleh karena itu, untuk melihat persepsi masyarakat terhadap aspek sosial dapat dilihat distribusi dan rerata skor pada Tabel 45 berikut.

Tabel 45 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

Keterangan:

1. Sangat kecil = 1,00 – 1,74
2. Kecil = 1,75 – 2,49
3. Besar = 2,50 – 3,24
4. Sangat besar = 3,25 – 4,00

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada Tabel 45 dapat dijelaskan bahwa persepsi masyarakat terhadap industri roti (Pak Joyo Roti) yang dilihat dari

aspek sosial dengan indikator kesempatan kerja masuk dalam kategori besar dengan interval 2,71. Jumlah responden terbanyak ditunjukkan pada kategori 3 yaitu sebanyak 37 responden. Responden pada kategori ini memberikan penilaian, jika nanti industri roti (Pak Joyo Roti) menjadi objek wisata mereka dapat menjadi pekerja sebagai tenaga tambahan. 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.

Kemudian persepsi terhadap industri roti (Pak Joyo Roti) pada setiap kelompok strata dari indikator kesempatan kerja dapat dilihat bahwa, dari keseluruhan kelompok strata hampir semuanya masuk dalam kategori besar, kecuali pada kelompok strata masyarakat pasif dengan rerata skor 2,40. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kesempatan kerja jika industri roti (Pak Joyo Roti) menjadi objek wisata akan besar. 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 atau tenaga pendukung untuk sebuah tempat wisata.

Rendahnya tingkat persepsi pada kelompok strata masyarakat pasif dipengaruhi oleh tingkat partisipasi dan keaktifan dalam bermasyarakat sehingga informasi mengenai manfaat dengan dijadikannya Dusun Kaliabu sebagai objek wisata dan industri roti (Pak Joyo Roti) sebagai salah satu objeknya tidak dapat diterima dengan baik. Ketika masyarakat tidak dapat menerima informasi dengan

baik dari apa yang telah disampaikan oleh tokoh masyarakat akan mempengaruhi persepsi dari seseorang. 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. Artinya responden pada kelompok ini tidak memiliki keyakinan untuk dapat bekerja pada industri roti (Pak Joyo Roti).

E. Sikap Masyarakat

Sikap masyarakat merupakan kecenderungan dalam bertindak pada keteraturan pemikiran, perasaan dan perilaku terhadap suatu kejadian atau fenomena. Dalam penelitian ini kecenderungan yang dimaksud merupakan kecenderungan bertindak dalam menanggapi informasi mengenai perencanaan Dusun Kaliabu sebagai kampung wisata. Untuk mengetahui sikap dari masyarakat Dusun Kaliabu terkait perencanaan kampung wisata akan dilihat melalui 3 komponen sikap, yaitu sikap kognitif (pengetahuan), sikap afektif (kepercayaan atau keyakinan), dan sikap konaktif (perilaku atau partisipasi). Pada setiap sikap terdapat beberapa indikator yang akan diukur menggunakan 4 kategori, dimana pengukuran tersebut akan disesuaikan pada indikator setiap sikap.

1. Sikap Kognitif (Pengetahuan)

Sikap kognitif dalam hal ini merupakan pengetahuan atau pemahaman masyarakat terkait dengan perencanaan Dusun Kalilabu sebagai kampung wisata. Pemahaman yang dimaksud diantaranya pengetahuan masyarakat berkaitan dengan kampung wisata, pengetahuan masyarakat berkaitan dengan perencanaan

Dusun Kaliabu sebagai kampung wisata, dan pengetahuan masyarakat dengan adanya rembug atau musyawarah berkaitan dengan perencanaan Dusun Kaliabu sebagai kampung wisata. Pengetahuan-pengetahuan tersebut kemudian yang disebut sebagai indikator pada sikap kognitif (Pengetahuan). Adapun distribusi dan rerata skor pada setiap indikator sikap kognitif dapat dilihat pada Tabel 46 berikut.

Tabel 46 Distribusi dan Rerata Skor Pada Setiap Indikator Sikap Kognitif

No	Indikator	Tokoh Masyarakat	Distribusi Skor				Rerata Skor	Kategori
			1	2	3	4		
1	Pengetahuan masyarakat berkaitan dengan kampung wisata.	Aparatur Dusun	1	8	2	0	2,09	Kurang Tahu
		Tokoh Agama	0	3	2	0	2,40	Sangat Tahu
		Tokoh Pendidik	1	2	0	0	1,67	Tidak Tahu
		Pokgiat	2	3	0	0	1,60	Tidak Tahu
		Dasawisma	7	4	5	0	1,88	Kurang Tahu
		KBL	1	2	2	0	2,20	Kurang Tahu
		Karang Taruna	2	0	3	0	1,60	Tidak Tahu
		Masyarakat aktif	1	7	1	0	2,00	Kurang Tahu
		Masyarakat pasif	5	7	3	0	1,87	Kurang Tahu
	Rerata Skor		20	36	18	0	1,92	Kurang Tahu
2	Pengetahuan masyarakat berkaitan dengan perencanaan Dusun Kaliabu sebagai kampung wisata.	Aparatur Dusun	0	0	9	2	3,18	Tahu
		Tokoh Agama	0	2	2	1	2,80	Tahu
		Tokoh Pendidik	0	2	1	0	2,33	Kurang Tahu
		Pokgiat	0	0	5	0	3,00	Tahu
		Dasawisma	0	1	13	2	3,06	Tahu
		KBL	0	0	4	1	3,20	Tahu
		Karang Taruna	0	3	2	0	2,40	Kurang Tahu
		Masyarakat aktif	0	1	8	0	2,89	Tahu
		Masyarakat pasif	0	3	12	0	2,80	Tahu
	Rerata Skor		0	12	56	6	2,85	Tahu
3	Pengetahuan masyarakat dengan adanya rembug atau musyawarah berkaitan dengan perencanaan Dusun Kaliabu sebagai kampung wisata.	Aparatur Dusun	0	4	5	2	3,82	Sangat Tahu
		Tokoh Agama	0	1	2	2	3,20	Tahu
		Tokoh Pendidik	0	0	1	2	3,67	Sangat Tahu
		Pokgiat	1	1	3	0	2,60	Tahu
		Dasawisma	0	3	10	3	3,00	Tahu
		KBL	0	0	4	1	3,20	Tahu
		Karang Taruna	0	2	3	0	2,60	Tahu
		Masyarakat aktif	0	3	6	0	2,67	Tahu
		Masyarakat pasif	0	10	5	0	2,33	Kurang Tahu
	Rerata Skor		1	24	39	10	2,95	Tahu
	Jumlah Rerata Skor						7,67	Tahu

Keterangan:

1. Tidak tahu = 1,00 – 1,74
2. Kurang tahu = 1,75 – 2,49
3. Tahu = 2,50 – 3,24
4. Sangat tahu = 3,25 – 4,00

Hasil analisis pada Tabel 46 menunjukkan bahwa sikap kognitif responden masuk dalam kategori Baik dengan interval 7,67. Pengetahuan responden berkaitan dengan perencanaan kampung wisata ini dipengaruhi oleh tiga 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 penjelasan yang diberikan responden sebanyak 18 responden yang masuk dalam kategori tahu, kampung wisata adalah kampung yang memiliki objek wisata serta daya tarik dari segi lingkungan ataupun pola kehidupan bermasyarakat dan diperkenalkan pada masyarakat luas sehingga menjadi tujuan wisatawan. Sedangkan 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 sikap kognitif (pengetahuan) berikutnya merupakan pengetahuan masyarakat berkaitan dengan perencanaan Dusun Kaliabu sebagai kampung wisata yang masuk dalam kategori tahu dengan interval 2,85. Artinya, sebagian besar masyarakat cukup mengetahui dan memahami mengenai capaian program perencanaan kampung wisata. Hal ini ditunjukkan sebanyak 56 responden dapat menjelaskan sebagian program yang telah dicapai. 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 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. Jumlah responden terbanyak ditunjukkan pada ketegori 3 yaitu sebanyak 39 responden. 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. Hal tersebut dilakukan agar masyarakat lain yang ada dalam forum dapat mengetahui dan dapat memberikan masukan untuk dapat memperbaiki permasalahan yang ada. Untuk mengetahui sikap kognitif pada setiap kelompok strata dapat dilihat pada Tabel 47.

Tabel 47 Sikap Kognitif yang Dilihat Pada Setiap Kelompok Strata Masyarakat Dusun Kaliabu

No.	Tokoh Masyarakat	Jumlah Rerata Skor	Kategori
1	Aparatur Dusun	8,09	Tahu
2	Tokoh Agama	8,40	Tahu
3	Tokoh Pendidik	7,67	Tahu
4	Pokgiat	7,20	Kurang Tahu
5	Dasawisma	7,94	Tahu
6	KBL	8,60	Tahu
7	Karang Taruna	6,60	Kurang Tahu
8	Masyarakat aktif	7,56	Tahu
9	Masyarakat pasif	7,00	Kurang Tahu
Rerata Skor		7,67	Tahu

Keterangan:

1. Tidak tahu = 3,00 – 5,24
2. Kurang tahu = 5,25 – 7,49
3. Tahu = 7,50 – 9,74
4. Sangat tahu = 9,76 – 12,00

Kelompok strata dengan kategori baik mengenai pengetahuan program perencanaan kampung wisata ditunjukkan pada kelompok strata masyarakat KBL (Komunitas Bedog Lestari) dengan interval 8,60, aparaturnya dengan interval 8,09, tokoh agama dengan interval 8,40, tokoh pendidik dengan interval 7,67, dasawisama dengan interval 7,94 dan masyarakat aktif dengan interval 7,56. Hal ini 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 terutama Komunitas Bedog Lestari. Komunitas Bedog Lestari memiliki skor paling tinggi karena nantinya sungai Bedog akan dijadikan sebagai salah satu objek wisata di Dusun Kaliabu dan KBL juga diberikan tanggungjawab atas kelangsungan sungai Bedog.

Pengetahuan yang paling rendah dengan kategori buruk ditunjukkan pada kelompok strata Karang Taruna dengan interval 6,60, masyarakat pasif dengan rerata skor 7,00, dan Pokglat dengan rerata skor 7,20. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya pada persepsi, rendahnya sikap yang ditunjukkan pada kelompok strata Karang Taruna selain dikarenakan belum lama dilakukan pergantian kepemimpinan rendahnya sikap pada kelompok strata ini juga

dipengaruhi oleh rendahnya pemahaman terkait dengan kampung wisata. Hal ini dapat dilihat dari keterangan yang diberikan bahwa banyak dari responden tidak mengetahui dan tidak paham apa itu kampung wisata, apa yang dibutuhkan dan apa yang harus ada pada sebuah kampung wisata. Sama halnya dengan karang taruna rendahnya sikap yang ditunjukkan pada kelompok Pokgiat dan masyarakat pasif juga dikarenakan rendahnya pemahaman dan pengetahuan. Namun pada kelompok strata masyarakat pasif memang karena kelompok ini memiliki sikap acuh terhadap kondisi atau keadaan dusun juga tidak terlalu aktif pada setiap kegiatan yang diadakan. Sehingga informasi-informasi berkaitan dengan perencanaan kampung wisata atupun manfaat yang diperoleh dengan dijadikannya Dusun Kaliabu sebagai kampung wisata tidak dapat diterima dengan baik. Hal inilah yang menjadi penyebab utama kurangnya pemahaman dan pengetahuan dari kelompok ini.

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. Keyakinan masyarakat mengenai program perencanaan kampung wisata di Dusun Kaliabu akan dilihat melalui 3 komponen sikap, yaitu persetujuan masyarakat berkaitan dengan perencanaan Dusun Kaliabu sebagai kampung wisata, perasaan senang atau tidak senang jika Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata, dan pendapat warga terkait dukungan atau perlunya Dusun Kaliabu dijadikan kampung wisata. Adapun

distribusi dan rerata skor pada setiap indikator sikap afektif dapat dilihat pada Tabel 48.

Tabel 48 Distribusi dan Rerata Skor Pada Setiap Indikator Sikap Afektif

No	Indikator	Tokoh Masyarakat	Distribusi Skor				Rerata Skor	Kategori
			1	2	3	4		
1	Persetujuan masyarakat berkaitan dengan perencanaan Dusun Kaliabu sebagai kampung wisata.	Aparatur Dusun	0	0	5	6	3,55	Sangat Setuju
		Tokoh Agama	0	4	1	0	3,20	Setuju
		Tokoh Pendidik	0	0	2	1	3,33	Sangat Setuju
		Pokgiat	0	0	3	2	3,40	Sangat Setuju
		Dasawisma	0	2	10	4	3,13	Setuju
		KBL	0	0	3	2	3,40	Sangat Setuju
		Karang Taruna	0	0	4	1	3,20	Setuju
		Masyarakat aktif	0	1	8	0	2,89	Setuju
		Masyarakat pasif	0	1	14	0	2,93	Setuju
	Rerata Skor	0	8	50	16	3,23	Setuju	
2	Perasaan senang atau tidak senang jika Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata.	Aparatur Dusun	0	0	8	3	3,27	Sangat Senang
		Tokoh Agama	0	0	5	0	3,00	Senang
		Tokoh Pendidik	0	0	2	1	3,33	Sangat Senang
		Pokgiat	0	0	10	6	3,20	Senang
		Dasawisma	0	0	4	1	3,38	Sangat Senang
		KBL	0	0	10	6	3,60	Sangat Senang
		Karang Taruna	0	0	2	3	3,20	Senang
		Masyarakat aktif	0	1	8	0	2,89	Senang
		Masyarakat pasif	0	5	10	0	2,67	Senang
	Rerata Skor	0	6	51	17	3,17	Senang	
3	Pendapat warga terkait dukungan atau perlunya Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata.	Aparatur Dusun	0	0	6	5	3,45	Sangat Perlu
		Tokoh Agama	0	1	3	1	3,00	Perlu
		Tokoh Pendidik	0	1	2	0	2,67	Perlu
		Pokgiat	0	0	5	0	3,00	Perlu
		Dasawisma	0	1	10	5	2,25	Kurang Perlu
		KBL	0	0	3	2	3,40	Sangat Perlu
		Karang Taruna	0	0	4	1	3,20	Perlu
		Masyarakat aktif	0	4	5	0	2,56	Perlu
		Masyarakat pasif	0	8	7	0	2,47	Kurang Perlu
	Rerata Skor	0	15	45	14	3,00	Perlu	
Jumlah Rerata Skor						9,40	Yakin	

Keterangan:

1. Tidak Setuju / Tidak Senang / Tidak Perlu = 1,00 – 1,74
2. Kurang Setuju / Kurang Senang / Kurang Perlu = 1,75 – 2,49
3. Setuju / Senang / Perlu = 2,50 – 3,24
4. Sangat Setuju / Sangat Senang / Sangat perlu = 3,25 – 4,00

Berdasarkan analisis yang disajikan pada Tabel 48, 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 yang kemudian disebut indikator sikap. Indikator sikap yang pertama yaitu

persetujuan masyarakat berkaitan dengan perencanaan Dusun Kaliabu sebagai kampung wisata yang menunjukkan sikap setuju dengan interval 3,23. Pada indikator ini sebanyak 50 responden menunjukkan sikap setuju. 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. Berdasarkan keterangan yang diberikan manfaat yang dapat diperoleh jika Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata yaitu, dikenalnya Dusun Kaliabu oleh masyarakat luas, meningkatkan pendapatan masyarakat dan Dusun, meningkatkan kesempatan kerja dan mengurangi pengangguran.

Selain responden yang setuju, sebanyak 16 responden juga menunjukkan sikap sangat setuju artinya, masyarakat ini merupakan masyarakat yang paling mendukung dan sangat antusias jika Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata. Sedangkan sisanya sebanyak 8 responden masuk dalam kategori kurang mendukung jika Dusun Kaliabu dijadikan sebagai kampung wisata. Pada kategori ini sikap yang ditunjukkan responden yaitu sikap mendukung namun tidak disertai dengan alasan atau penjelasan terkait dukungan, manfaat ataupun dampak yang akan ditimbulkan jika Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata.

Indikator sikap afektif yang kedua yaitu perasaan senang atau tidak senang jika Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata yang masuk dalam kategori senang dengan interval 3,17. Pada indikator ini sebanyak 51 responden masuk dalam kategori senang dan 17 masuk dalam kategori sangat senang. 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, dengan adanya pengunjung dari berbagai latar belakang akan semakin sulit menjaga kelestarian lingkungan misalnya sampah yang dibuang sembarangan, kemudian tanaman yang dipetik tanpa sepengetahuan. Semakin banyaknya pengunjung yang berasal dari berbagai daerah tentu akan masuk juga budaya-budaya baru sehingga akan menimbulkan lunturnya budaya-budaya yang telah ada.

Selanjutnya sebanyak 6 responden masuk dalam kategori kurang senang, kategori ini menjelaskan bahwa masyarakat merasa kurang senang jika Dusun Kaliabu dijadikan kampung wisata. Berdasarkan penjelasan yang diberikan, jika Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata masyarakat merasa akan banyak menimbulkan dampak buruk dari pada manfaatnya. Hal tersebutlah yang dijadikan dasar oleh responden pada kategori ini.

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.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebanyak 45 responden masuk dalam kategori perlu dan sebanyak 14 responden masuk dalam kategori sangat perlu jika Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata. Kemudian sebanyak 15 responden merasa kurang perlu jika Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata. Masyarakat dengan kategori ini merupakan masyarakat yang merasa potensi yang dimiliki masih belum layak dijadikan sebagai objek wisata, selain itu Dusun Kaliabu juga belum memiliki sesuatu yang spesial dibandingkan yang lain. Apabila dipaksakan bukan memberikan manfaat justru akan menimbulkan dampak buruk bagi masyarakatnya sendiri.

Setelah melihat sikap masyarakat Dusun Kaliabu pada setiap indikator kemudian perlu diketahui juga sikap afektif dari setiap kelompok strata masyarakat yang dapat dilihat pada Tabel 49.

Tabel 49 Sikap Afektif yang Dilihat Pada Setiap Kelompok Strata Masyarakat Dusun Kaliabu

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

Keterangan:

1. Tidak yakin = 3,00 – 5,24
2. Kurang yakin = 5,25 – 7,49
3. Yakin = 7,50 – 9,74
4. Sangat yakin = 9,76 – 12,00

Bedasarkan Tabel 49 terlihat seluruh kelompok strata masyarakat memiliki keyakinan terhadap perencanaan kampung wisata di Dusun Kaliabu. Dari kesembilan kelompok strata masyarakat yang ada terdapat tiga kelompok strata masyarakat memiliki keyakinan lebih atau sangat yakin dibanding kelompok strata yang lain. Kelompok strata tersebut yaitu KBL (Komunitas Bedog Lestari) dengan rerata skor 10,40, kelompok strata Aparatur Dusun dengan rerata skor 10,27 dan kelompok strata Dasawisma dengan rerata skor 9,75. Tingginya sikap afektif (keyakinan) yang ditunjukkan pada kelompok strata masyarakat tersebut dikarenakan masyarakat dalam ketiga kelompok tersebut merupakan penggerak utama dalam kegiatan bermasyarakat serta penggagas dari perencanaan Dusun Kaliabu sebagai kampung wisata. Responden dalam kelompok strata tersebut juga beranggapan dengan menjadikan Dusun Kaliabu sebagai kampung wisata berharap akan memberikan dampak yang positif bagi warga masyarakat Dusun Kaliabu. Masyarakat juga berharap Dusun Kaliabu akan lebih maju serta dapat mengangkat perekonomian sehingga taraf hidup masyarakat setempat akan terangkat.

Kemudian kelompok strata masyarakat dengan kategori 3 atau yakin yaitu tokoh agama dengan rerata skor 9,20, tokoh pendidik dengan rerata skor 9,33, Pokgiat dengan rerata skor 9,60, karang taruna dengan rerata skor 9,60, masyarakat aktif dengan rerata skor 8,33, dan masyarakat pasif dengan rerata skor 8,07. 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. Hal ini terjadi karena perencanaan kampung wisata di Dusun Kaliabu sendiri belum sepenuhnya digagas atau direncanakan secara mendalam dan serius.

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. Sikap konatif masyarakat Dusun Kaliabu berkaitan dengan program perencanaan kampung wisata dilihat melalui empat indikator sikap yaitu, keterlibatan warga dalam setiap kegiatan yang diadakan di Dusun Kaliabu, rencana keterlibatan yang akan dilakukan jika Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata, dan bentuk keterlibatan yang paling diminati jika Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata. Adapun distribusi dan rerata skor pada setiap indikator sikap konatif dapat dilihat pada Tabel 50.

Tabel 50 Distribusi dan Rerata Skor Pada Setiap Indikator Sikap Konatif

No	Indikator	Tokoh Masyarakat	Distribusi Skor				Rerata Skor	Kategori
			1	2	3	4		
1	Keterlibatan warga dalam setiap kegiatan yang diadakan di Dusun Kaliabu.	Aparatur Dusun	0	0	8	3	3,18	Aktif
		Tokoh Agama	0	1	4	0	2,40	Kurang Aktif
		Tokoh Pendidik	0	0	3	0	2,67	Aktif
		Pokgiat	0	1	3	1	3,00	Aktif
		Dasawisma	0	8	5	3	2,81	Aktif
		KBL	0	1	3	1	3,00	Aktif
		Karang Taruna	0	1	3	1	2,20	Kurang Aktif
		Masyarakat aktif	0	4	5	0	2,89	Aktif
		Masyarakat pasif	0	6	9	0	2,07	Kurang Aktif
Rerata Skor			3	27	35	9	2,69	Aktif
2	Rencana keterlibatan yang akan dilakukan jika Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata.	Aparatur Dusun	0	0	6	5	3,45	Sangat Aktif
		Tokoh Agama	1	2	1	1	2,40	Kurang Aktif
		Tokoh Pendidik	0	2	1	0	2,33	Kurang Aktif
		Pokgiat	0	2	3	0	2,60	Aktif
		Dasawisma	0	4	6	6	3,13	Aktif
		KBL	0	3	1	1	2,60	Aktif
		Karang Taruna	0	0	4	1	3,20	Aktif
		Masyarakat aktif	0	1	8	0	2,89	Aktif
		Masyarakat pasif	1	7	7	0	2,40	Kurang Aktif
Rerata Skor			2	21	37	14	2,78	Aktif
3	Pendapat warga mengenai dukungan biaya jika dibutuhkan dalam proses realisasi kampung wisata.	Aparatur Dusun	0	1	4	6	3,45	Sangat Aktif
		Tokoh Agama	0	1	4	0	2,80	Aktif
		Tokoh Pendidik	0	1	1	1	3,00	Aktif
		Pokgiat	0	2	3	0	2,60	Aktif
		Dasawisma	0	1	5	10	3,56	Sangat Aktif
		KBL	0	1	1	3	3,40	Sangat Aktif
		Karang Taruna	0	2	1	2	3,00	Aktif
		Masyarakat aktif	0	0	6	3	3,33	Sangat Aktif
		Masyarakat pasif	0	3	8	4	3,07	Aktif
Rerata Skor			0	12	33	29	3,14	Aktif
4	Bentuk keterlibatan yang paling diminati jika Dusun Kaliabu menjadi kampung Wisata	Aparatur Dusun	1	6	3	1	2,36	Kurang Aktif
		Tokoh Agama	2	1	0	2	2,40	Kurang Aktif
		Tokoh Pendidik	1	1	1	0	2,00	Kurang Aktif
		Pokgiat	0	1	1	3	3,40	Sangat Aktif
		Dasawisma	3	4	6	3	2,56	Aktif
		KBL	2	1	2	0	2,00	Kurang Aktif
		Karang Taruna	2	2	0	1	2,00	Kurang Aktif
		Masyarakat aktif	3	2	3	1	2,22	Kurang Aktif
		Masyarakat pasif	2	8	2	3	2,40	Kurang Aktif
Rerata Skor			16	26	18	14	2,37	Kurang Aktif
Jumlah Rerata Skor						10,98	Aktif	

Keterangan:

1. Tidak Aktif = 1,00 – 1,74
2. Kurang Aktif = 1,75 – 2,49
3. Aktif = 2,50 – 3,24
4. Sangat Aktif = 3,25 – 4,00

Hasil analisis yang ditunjukkan pada Tabel 50 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. Dalam indikator ini sebanyak 35 responden masuk dalam kategori 3 yaitu aktif. Pada kategori ini masyarakat selalu hadir namun tidak terlibat secara langsung dalam setiap kegiatan. Artinya masyarakat akan hadir jika diminta dan hanya mempersiapkan serta bekerja sesuai dengan tugas yang telah diberikan. Responden dengan kategori sangat aktif sebanyak 9 responden merupakan masyarakat yang selalu hadir dan terlibat secara penuh pada setiap kegiatan yang diadakan mulai dari persiapan hingga acara selesai dilaksanakan. Selanjutnya, sebanyak 27 responden masuk dalam kategori kurang aktif. Artinya masyarakat terlibat sebagian kecil pada setiap kegiatan yang diadakan. Pada kategori ini keterlibatan warga hanya sebatas datang namun tidak banyak membantu dalam kegiatan.

Indikator pada sikap konatif berikutnya merupakan rencana keterlibatan yang akan dilakukan jika Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata masuk dalam kategori aktif dengan interval 2,78. Pada indikator ini akan melihat perbedaan keterlibatan warga sebelum dan setelah Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata. Responden terbanyak ditunjukkan pada kategori 3 yaitu sebanyak 37 responden. 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.

Pada indikator ini responden terbanyak berikutnya yaitu pada kategori kurang aktif dengan jumlah 21 responden. Responden pada kategori ini akan hadir pada kegiatan namun jika tidak berhalangan. Artinya, masyarakat akan hadir jika tidak sedang ada kegiatan lain. Selanjutnya sebanyak 14 responden masuk dalam kategori sangat aktif artinya, masyarakat akan suka rela hadir dan tergerak sendiri walaupun tidak ada yang menggerakkan. Masyarakat dalam kategori inilah yang akan menggerakkan masyarakat lain untuk lebih aktif menjaga dan mengelola Dusun Kaliabu. Kemudian, kategori terakhir yaitu kategori tidak aktif sebanyak 2 responden. Responden dalam kategori ini sama sekali tidak hadir atau tidak peduli terhadap kegiatan yang diadakan di Dusun Kaliabu.

Indikator sikap konatif berkaitan dengan pendapat warga mengenai dukungan biaya jika dibutuhkan dalam proses realisasi kampung wisata masuk dalam kategori aktif dengan interval 3,14. Masyarakat akan memberikan bantuan biaya hanya sebagian lalu menyarankan orang lain ataupun mencari bantuan pada pihak lain baik dalam pengajuan proposal ataupun mencari sponsor. Dalam indikator ini jumlah responden terbanyak ditunjukkan pada kategori aktif dengan jumlah 33 responden. 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. Kemudian diikuti dengan kategori sangat aktif dengan jumlah 29 responden. Kategori ini menjelaskan, jika warga masyarakat dimintai bantuan akan memberikan secara penuh kemudian menyarankan orang lain. Kategori berikutnya, sebanyak 12 responden masuk

dalam kategori kurang aktif, artinya jika dimintai bantuan akan memberikan namun tidak menyarankan pada pihak lain.

Indikator berkaitan dengan bentuk keterlibatan yang paling diminati masuk dalam kategori kurang aktif dengan interval 2,37. Pada indikator ini responden akan diberikan pilihan terkait program-program yang mungkin sesuai dengan keinginan warga. Program pertama dengan skor 4 dan kategori sangat aktif yaitu program kesenian dan budaya, program kedua dengan skor 3 kategori aktif yaitu program kuliner lokal, program ketiga dengan skor 2 dan kategori kurang aktif program wisata kerajinan dan sejenisnya, dan program keempat dengan skor 1 kategori tidak aktif yaitu program sarana penunjang.

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. Kemudian sebanyak 18 responden masuk dalam kategori aktif, artinya responden dalam kategori ini akan aktif dalam program kuliner. Sebanyak 16 responden masuk dalam kategori tidak aktif karena program yang paling diminati merupakan program sarana penunjang seperti penginapan dan lain sebagainya. Kemudian responden yang masuk dalam kategori sangat aktif atau minat dalam program kesenian dan budaya sebanyak 14 responden. Artinya, responden dalam kategori ini merupakan responden yang minat dan tertarik dalam program kesenian dan budaya. Berdasarkan keterangan yang diberikan bahwa kategori ini akan dapat melibatkan banyak warga sehingga

akan banyak warga yang merasa memiliki. Ketertarikan responden dalam indikator ini didasarkan pada latar belakang yang dimiliki oleh responden itu sendiri.

Adapun sikap konatif pada setiap kelompok strata masyarakat di Dusun Kaliabu dapat dilihat pada tabel 51.

Tabel 51 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

Keterangan:

1. Tidak Aktif = 4,00 – 6,99
2. Kurang Aktif = 7,00 – 9,99
3. Aktif = 10,00 – 12,99
4. Sangat Aktif = 13,00 – 16,00

Tabel 51 menjelaskan bahwa jumlah kelompok strata masyarakat yang memiliki skor tertinggi terdapat pada kelompok strata aparatur dusun dengan rerata skor sebesar 12,45 atau aktif, kemudian rerata skor tertinggi berikutnya terdapat pada kelompok strata dasawisma dengan rerata skor sebesar 12,06 atau 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. Seperti yang ditunjukkan pada kelompok strata masyarakat yang bersikap aktif yaitu tokoh agama dengan jumlah

rerata skor 10,00, tokoh pendidik dengan jumlah rerata skor 10,00, Pokgiat dengan jumlah rerata skor 11,60, KBL dengan jumlah rerata skor 11,00, karang taruna dengan jumlah rerata skor 10,40, dan masyarakat aktif dengan jumlah rerata skor 11,33.

Pada kelompok strata masyarakat pasif, sikap yang ditunjukkan masuk dalam kategori kurang aktif dengan rerata skor 9,93. Sikap yang ditunjukkan oleh kelompok strata masyarakat pasif 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.

Akibat dari penerimaan informasi yang kurang baik akan menimbulkan perbedaan pandangan mengenai konsep atau gambaran berkaitan dengan kampung wisata. Seperti yang terjadi pada kelompok strata tokoh agama, tokoh pendidik, Pokgiat, karang taruna dan masyarakat aktif walaupun memiliki sikap aktif namun jika dilihat dari rerata skor cenderung kurang aktif. Jika dilihat dari sikap kognitif (pengetahuan) dan afektif (keyakinan) kelompok tersebut selalu memiliki rerata skor lebih rendah dibanding kelompok strata aparatur dusun, dasawisma dan KBL. Hal ini terjadi karena gagasan mengenai perencanaan kampung wisata muncul dari pemuka masyarakat yakni kelompok strata aparatur dusun, dasawisma dan KBL. Ketiga kelompok strata tersebut yang berhubungan langsung dengan objek wisata yang akan direncanakan, sehingga lebih paham dan

mengerti mengenai kendala-kendala yang ada serta potensi yang perlu digali. Selain itu, perencanaan mengenai kampung wisata juga belum direncanakan secara mendalam dan serius sehingga membuat apa yang diinginkan serta yang digambarkan oleh pemuka masyarakat tidak sama, karena belum tersampaikan dengan baik pada kelompok strata masyarakat lain. Hal tersebut terlihat dari informasi yang diperoleh dari responden, jika musyawarah mengenai perencanaan belum pernah dibahas secara khusus dan mendalam namun hanya disela-sela pertemuan rutin, juga belum terdapat tim khusus yang menangani 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. Adapun sikap masyarakat secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 52 berikut.

Tabel 52 Sikap Masyarakat Terhadap Perencanaan Kampung Wisata Di Dusun Kaliabu

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

Keterangan:

1. Tidak Setuju =10,00 - 17,49
2. Kurang setuju =17,75 - 24,99
3. Setuju =25,00 - 32,49
4. Sangat setuju =32,50 - 40,00

Tabel 52 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. Hal ini dapat dilihat dari

sikap kognitif (pengetahuan), afektif (keyakinan) dan konatif (perilaku) yang ketiganya masuk dalam kategori 3 yaitu tahu, yakin dan aktif. Namun demikian, potensi dan koordinasi dari setiap strata masyarakat perlu ditingkatkan agar tidak terjadi perbedaan pandangan pada setiap kelompok strata masyarakat. Terutama pada kelompok strata masyarakat pasif yang selalu memiliki persepsi dan sikap lebih rendah dibanding kelompok strata masyarakat yang lain.

Kemudian jika dilihat dari setiap indikator pada komponen sikap, yaitu sikap kognitif indikator yang masih perlu ditingkatkan yakni pengetahuan masyarakat berkaitan dengan kampung wisata yang masuk dalam kategori kurang tahu. Pada indikator ini terjadi perbedaan pengetahuan antar kelompok strata. Hal ini terjadi karena informasi yang diberikan oleh pemuka masyarakat belum merata. Indikator pada komponen sikap afektif ketiganya masuk dalam kategori yakin. Artinya, masyarakat memiliki harapan cukup tinggi jika nanti Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata. Kemudian indikator pada sikap konatif yang masuk dalam kategori kurang aktif yakni rencana keterlibatan warga jika Dusun Kaliabu menjadi kampung wisata. Indikator ini menjelaskan bahwa masyarakat lebih tertarik pada program kerajinan dan sejenisnya karena sesuai dengan latar belakang pekerjaan yang dilakukan.