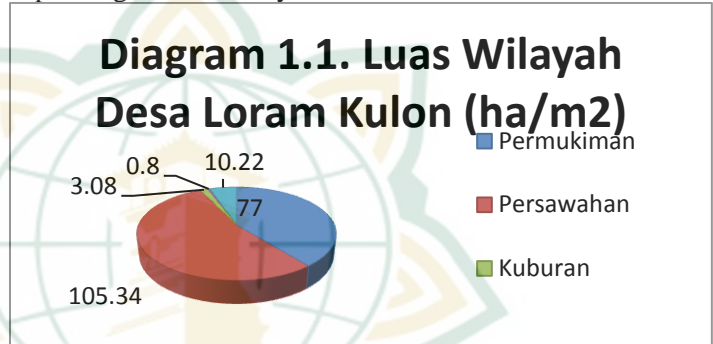


BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Gambaran Umum Desa Wisata Loram Kulon

Berdasarkan profil desa, Desa Loram Kulon memiliki luas wilayah 196,22 ha/m². Berikut ditampilkan diagram pembagian luas wilayah Desa Loram Kulon:



Menurut diagram 1.1. tersebut, dapat dilihat bahwa luas wilayah Desa Loram Kulon terbagi menjadi 5 bagian yaitu pemukiman seluas 77 ha/m², persawahan seluas 105,34 ha/m², kuburan seluas 3,08 ha/m², perkantoran seluas 0,80 ha/m², dan prasarana umum lainnya seluas 10,22 ha/m².¹

Secara umum, masyarakat Desa Loram Kulon banyak bergerak di bidang industri rumah tangga. Seperti kerajinan tas, sabuk, dompet, bandeng presto, border komputer, busana muslimah, jilbab, besi tua (barang rongsokan) dan lain-lain. Hal ini merupakan salah satu cara untuk mengurangi pengangguran dan menciptakan lapangan pekerjaan, sehingga dapat terwujud kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat.

Selain itu, perekonomian masyarakat Desa Loram Kulon juga didukung dengan adanya lokasi wisata milik Pemerintah Kabupaten Kudus, yaitu Musium Kretek Kudus dan Gedung Olahraga (GOR). Kedua spot tersebut turut membantu memberikan efek baik langsung maupun

¹ Anis Aminuddin, wawancara oleh peneliti, 27 Februari 2020, wawancara 1, transkrip

tidak langsung bagi para pengunjung dari luar Desa Loram Kulon untuk menyempatkan diri membeli produk-produk masyarakat setempat sehingga perekonomiannya pun ikut meningkat.

2. Potensi Desa Loram Kulon

a) Masjid Wali

Desa Loram Kulon, terdapat masjid wali yang memiliki sejarah cukup panjang. Masjid Wali ini bernama Masjid At- Taqwa. Masyarakat setempat dan sebagian masyarakat Kudus menyebutnya sebagai Masjid Wali. Masjid Wali ini memiliki luas sekitar 959 meter persegi.



Masjid Wali Desa Loram Kulon

Berdasarkan catatan warga setempat, Masjid Wali didirikan pada Tahun 1596 Masehi atau abad ke-15 pada masa Hindu-Budha. Masjid ini didirikan oleh Sultan Hadirin bersama seorang muslim keturunan Tiongkok bernama Tjie Wie Gwan. Dalam menyebarkan ajaran Islam, Sultan Hadirin menyamar sebagai orang miskin. Yakni dengan mengenakan pakaian ala kadarnya. Karena keramahannya, Sultan Hadirin berhasil mengajak penganut Hindu-Budha beralih ke Islam tanpa terasa.²

Ketika Sultan Hadirin menyiarkan Islam di daerah selatan, tepatnya di Desa Loram Kulon, pertama kali yang dilakukan adalah membangun masjid. Di depan masjid, Sultan Hadirin mendirikan

² Anis Aminuddin, wawancara oleh peneliti, 27 Februari 2020, wawancara 1, transkrip

sebuah bangunan dari batu bata merah dengan bentuk seperti pintu masuk peribadatan Hindu-Budha. Bangunan ini kemudian dikenal sebagai gapura. Karena pada saat itu mayoritas penduduk beragama Hindu-Budha, gapura tersebut sengaja dibangun untuk menarik orang-orang Hindu-Budha agar mau datang ke masjid. Gapura ini kemudian menjadi peninggalan bersejarah yang menjadi salah satu ikon Desa Loram Kulon.

Dengan melalui pendekatan akulturasi budaya itulah, akhirnya masyarakat Desa Loram dan sekitarnya mulai ikut datang ke masjid. Kesempatan ini kemudian dimanfaatkan Sultan Hadirin untuk menanamkan ajaran Islam tanpa adanya unsur paksaan sama sekali. Gapura yang terletak di depan masjid ini pada Tahun 1996 direnovasi oleh BP3 Provinsi Jawa Tengah. Kemudian dimasukkan sebagai Benda Cagar Budaya (BCG). Karena usianya yang sudah melebihi 100 tahun.

b) Kirab *Manten Mubeng* Gapura Padurekso

Kirab *manten mubeng* di Gapura Padurekso atau gapura Masjid Wali sudah menjadi budaya khas masyarakat Desa Loram Kulon. Tradisi ini telah berlangsung turun temurun sampai sekarang. Sehingga, setiap warga Desa Loram Kulon umumnya mereka melakukan ritual *mubeng* gapura atau mengitari Gapura Padurekso. Selain itu, tidak jarang juga warga asli Desa Loram Kulon yang sudah pindah domisili masih tetap melaksanakan tradisi itu saat menikah.

Dalam perkembangannya, masyarakat Desa Loram Kulon terus melestarikan tradisi ini. Biasanya, upacara ini dilaksanakan dengan cara mempelai pengantin *mubeng gapura* dengan menghadap ke masjid sembari melafalkan doa-doa dengan tujuan mendapatkan keberkahan dari Allah SWT. Kedua mempelai memulai berjalan masuk melalui pintu gapura sebelah kanan dan keluar dari pintu gapura sebelah kiri.



Prosesi kirab Manten Mubeng di gapura Masjid Wali

”Sampai sekarang masyarakat masih menjalankan tradisi itu. Bahkan, manten mubeng gapuro menjadi salah satu wisata budaya yang selalu ditunggu-tunggu oleh masyarakat. Jika ada manten mubeng gapura, wartawan dan masyarakat umum selalu memadati Masjid Wali.”³

c) Sego Kepel (Nasi Kepel)

Ada hal lain yang menjadi keunikan dan kekhasan Desa Loram Kulon. Yakni *Sego Kepel* (nasi kepel). *Sego kepel* adalah nasi yang dibungkus dengan daun pisang atau kadang juga dibungkus dengan daun Jati. Dinamakan “kepel” karena saat membungkus, nasi sengaja dikepal-kepal sehingga berbentuk bulat. Pada bagian bawah danujungnya diikat dengan daun pisang dan dilengkapi dengan lauk pauk. Seperti tahu, tempe, telur bandeng, daging kerbau dan lain-lain yang juga dibungkus dengan daun pisang seperti pepes. Masyarakat kemudian membawanya ke Masjid Wali Loram Kulon.

³ Anis Aminuddin, wawancara oleh peneliti, 27 Februari 2020, wawancara 1, transkrip



Gunungan Sego Kepel dalam salah satu acara Desa Loram Kulon

Istilah *sego kepel* ini ada sejak zaman para wali. Dalam sejarahnya, *sego kepel* mulai ada sejak Sultan Hadirin menyiarkan ajaran Islam di Desa Loram. Tradisi ini, oleh masyarakat setempat diakui sebagai salah satu bentuk ibadah sosial. Karena pada hakikatnya *sego kepel* yang dibawa ke Masjid Wali tersebut akan disedekahkan kepada orang yang ada di masjid atau masyarakat sekitar.⁴

Bagi masyarakat Desa Loram Kulon, sedekah tersebut merupakan upaya untuk menolak bala. Sebab, berdasarkan ajaran Islam, salah satu manfaat bersedekah adalah untuk menolak bala. Oleh karena itu, setiap warga Desa Loram Kulon mempunyai hajat, seperti khitanan, membangun rumah, membuka toko atau warung, menikah dan hajat-hajat lain, umumnya mereka membuat *sego kepel* kemudian dibawa ke Masjid Wali untuk kemudian diberikan kepada marbot masjid. Kemudian, dibacakan doa-doa oleh ulama setempat atau marbot tersebut. Setelah itu, *sego kepel* dimakan bersama dengan orang-orang yang berada di masjid.

Biasanya, jumlah *sego kepel* yang dibawa ke Masjid Wali ada lima, tujuh, atau sembilan bungkus. Selain itu, warga juga terkadang memberikan infaq ke masjid. Kesederhanaan bersedekah dan berinfaq secara suka rela dengan membawa *sego kepel* ke masjid

⁴ Anis Aminuddin, wawancara oleh peneliti, 27 Februari 2020, wawancara 1, transkrip

itulah yang ditanamkan Sultan Hadirin kepada masyarakat Desa Loram. Hal itu juga dilatarbelakangi oleh kondisi ekonomi masyarakat yang pada saat itu lemah. Akan tetapi, tradisi ini membawa dampak positif yaitu munculnya keberkahan bagi yang membawa nasi ataupun masyarakat sekitar. Di samping itu, tradisi ini mendorong kepada masyarakat agar mereka gemar bersedekah dan berinfaq sebagai wujud kepedulian sosial.

d) Ampyang Maulid

Ampyang Maulid berasal dari kata Ampyang dan Maulid. Berdasarkan sesepuh Desa Loram Kulon, Ampyang adalah jenis kerupuk yang terbuat dari tepung. Berbentuk bulat dengan warna yang beraneka macam. Oleh masyarakat setempat, krupuk itu digunakan sebagai hiasan sebuah tempat makanan berbentuk persegi dan terbuat dari kayu, yang pada setiap sudutnya dihias dengan bunga jambul. Di dalamnya berisi nasi, lauk pauk.

"Jambul sendiri adalah bambu yang diserut tipis hingga menyerupai rambut ikal. Jambul ini persis dengan yang ada di tradisi Jembul Tulakan Jepara,"⁵

Ampyang tersebut biasanya ditandu oleh empat orang menuju Masjid Wali setiap tanggal 12 Rabi'ul Awal. Oleh masyarakat, tradisi ini kemudian menjadi sebuah perayaan yang wajib ada setiap tahunnya.



Masyarakat berebut gunung saat acara Ampyang Maulid

⁵ Anis Aminuddin, wawancara oleh peneliti, 27 Februari 2020, wawancara 1, transkrip

Sementara itu, "Maulid" yang dimaksud adalah hari kelahiran Nabi Muhammad SAW. jika digabungkan, Ampyang Maulid adalah sebuah perayaan dalam rangka hari kelahiran Nabi Muhammad SAW. yang dirayakan dengan membawa nasi serta lauk pauk alakadarnya yang ditempatkan di sebuah tandu. Tradisi ini merupakan warisan Sultan Hadirin yang juga digunakan sebagai sarana memperkenalkan ajaran Islam kepada masyarakat.

*"Tradisi Ampyang Maulid sempat terhenti pada masa penjajahan Jepang. Karena kelicikan Jepang mengeksploitasi seluruh yang ada di Indonesia, dampaknya adalah masyarakat menjadi melarat. Mereka hanya makan dari ubi-ubian, bonggol pisang, ketela atau nasi jagung. Kondisi ini memaksa masyarakat Desa Loram menghentikan tradisi Ampyang Maulid."*⁶

Kemudian, pada Tahun 1995 pengurus Masjid wali membangkitkan kembali tradisi Ampyang Maulid pada setiap hari kelahiran Nabi Muhammad SAW. pada masa ini Ampyang Maulid mengalami banyak perubahan. Seperti perubahan bentuk replica masjid, musholla, dan rumah menjadi model visualisasi kisah kelahiran nabi. Misalnya dalam bentuk gajah, kuda, burung ababil, ka'bah, atau pasukan kerajaan dan lain-lain.

"Untuk tetap mewariskan tradisi peninggalan Sultan Hadirin, pengelola Masjid Wali yang diprakasai oleh K. H Hamzah Asnawi kembali menghidupkan tradisi Ampyang Maulid. Prosesi yang dulunya sangat sederhana kini diubah menjadi lebih meriah. Ampyang Maulid dikirab keliling desa. Sehingga membuat suasana semakin semarak dan mampu

⁶ Anis Aminuddin, wawancara oleh peneliti, 27 Februari 2020, wawancara 1, transkrip

mengundang perhatian masyarakat Kabupaten Kudus.”⁷

Pada Tahun 2010 tradisi Ampyang Maulid mulai mendapatkan perhatian dan dukungan dari Pemerintah Kabupaten Kudus, yang dalam hal ini adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar). Hal ini membuat tradisi Ampyang Maulid menjadi semakin terkenal tidak hanya di Kabupaten Kudus saja. Melainkan di beberapa kota lain. Bahkan, tradisi Ampyang Maulid diangkat menjadi salah satu budaya daerah Kabupaten Kudus.

Semarak tradisi Ampyang Maulid terus semarak hingga saat ini. Sebab, pelaksanaannya dirangkai dengan kegiatan Loram Ekspo dan pentas seni. Rangkaian acara ini membawa pengaruh cukup signifikan terhadap jumlah pengunjung dan partisipasi masyarakat. Rangkaian kegiatan ini dinilai masyarakat tidak mengurangi esensi dari perayaan Maulid Nabi Muhammad SAW.

Kegiatan Loram Ekspo dan pentas seni yang digelar selama satu minggu sebelum perayaan Ampyang Maulid bertujuan untuk mempromosikan dan memperkenalkan kepada masyarakat luas bahwa ada banyak potensi yang dimiliki masyarakat Desa Loram Kulon. Sampai sekarang Loram Ekspo selalu diikuti oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dari dalam dan luar Desa Loram Kulon. Seperti Desa Loram Wetan, Desa Getas Pejaten, dan Desa Tanjungkarang.

”Jumlah stand UMKM pada Tahun 2010 hanya sekitar 50 stand. Namun di Tahun 2018 dan 2019 peserta bertambah menjadi lebih dari 110 stand UMKM. Peserta meliputi berbagai unsur seperti lembaga pendidikan, pengusaha konveksi, kuliner, bordir kaligrafi, handy craft,

⁷ Anis Aminuddin, wawancara oleh peneliti, 27 Februari 2020, wawancara 1, transkrip

karang taruna, PKK, Muslimat NU, perakitan motor, besi tua atau rongsokan, dan lainnya.”⁸

e) **Desa Industri dan UMKM**

Selain kaya akan budaya dan sejarah, Desa Loram Kulon juga menyimpan kekayaan lainnya. Yaitu terkenal sebagai desa industri dan UMKM. Sebagian besar masyarakat, terutama ibu rumah tangga, bekerja sebagai pengusaha rumahan atau bekerja di tempat pengusaha lain.

”Hampir semua warga memiliki usaha sendiri-sendiri. Baik kuliner atau yang lainnya. Baik dari usaha yang kecil sampai besar. Untuk itulah, orang-orang di luar Desa Loram Kulon sering menyebut bahwa Desa Loram Kulon adalah tempat bergeliatnya UMKM.”⁹

Ada sekian banyak jenis usaha yang dijalankan oleh masyarakat Desa Loram Kulon. Seperti konveksi pakaian, bordir, konveksi tas, konveksi boneka, kerajinan tangan miniatur kapal dari bambu. Selain itu, banyak juga warga yang bergeliat di dunia usaha kuliner. Seperti catering dari skala kecil hingga besar. Usaha kuliner yang menjadi salah satu unggulan Desa Loram adalah bandeng presto. Ada sebuah gang yang seluruh warganya menjadi pengusaha bandeng presto. Bahkan, oleh Pemerintah Desa Loram Kulon, gang tersebut dibuatkan gapura yang ditulisi ”Kampung Bandeng Presto”.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Strategi Branding Destinasi Desa Wisata Loram Kulon

Dalam menjaalakan program desa wisata, Desa Loram Kulon telah memenuhi sejumlah elemen penting dalam sebuah *branding destination*. Elemen-elemen ini adalah:

⁸ Anis Aminuddin, wawancara oleh peneliti, 27 Februari 2020, wawancara 1, transkrip

⁹ Anis Aminuddin, wawancara oleh peneliti, 27 Februari 2020, wawancara 1, transkrip

a. Citra (*image*)

Desa Loram Kulon sudah memiliki citra sebagai desa wisata. Desa ini muncul dengan *image* desa wisata berbasis kearifan lokal seperti sejarah dan ekonomi. Terutama ekonomi sektor UMKM. Wisatawan yang datang sudah memiliki persepsi bahwa Desa Loram Kulon memang memiliki keunggulan-keunggulan potensi bernilai wisata.

b. Mengenalkan (*recognition*)

Dalam mengenalkan potensi-potensi yang ada, Desa Loram Kulon menyuguhkan konsep pariwisata berdasarkan kearifan lokal. Dengan cara sederhana, wisatawan diajak untuk melihat objek-objek wisata dan diperkenalkan satu per satu oleh pemandu wisata. Melalui cara ini, ingatan wisatawan pada pariwisata di Desa Loram Kulon diisi dengan suguhan-suguhan keindahan dan keunikan setiap objek yang ada.

c. Menyampaikan pesan (*brand messages*)

Setiap pemandu wisata bertugas untuk menyampaikan pesan-pesan dari setiap objek wisata yang ada. Misalnya ketika berada di Masjid Wali, pemandu wisata biasanya menjelaskan sejarah panjang situs sejarah itu. Cara ini dijalankan supaya pengunjung benar-benar memahami objek yang dikunjungi. Diharapkan, pengunjung bisa menebarkan informasi tentang apa yang dia dapatkan saat berada di objek wisata Desa Loram Kulon. Strategi marketing pariwisata ini juga diharapkan bisa secara natural menarik sebanyak-banyaknya wisatawan.

d. Konsisten (*consistency*)

Dari hasil penelitian di lapangan, bertahun-tahun Desa Loram Kulon menjadi desa wisata menunjukkan bahwa pengelola memiliki konsistensi dalam mengembangkan sebuah destinasi wisata. Bahkan rutin yang setiap tahun digelar juga menjadi bukti konsistensi tersebut tetap terjaga.

2. Pengelolaan Desa Wisata Loram Kulon

Dalam mengelola Desa Loram Kulon sebagai sebuah desa wisata, Anis menjelaskan bahwa dia selalu mengajak sejumlah elemen masyarakat yang biasa ikut andil dalam penyelenggaraan even-even desa. Dalam hal ini, Pokdarwis dan Karang Tarunalah yang menjadi promotor sekaligus pengelola utama even-even yang berkaitan dengan peningkatan potensi desa.

Namun demikian, Pokdarwislah yang menjadi pemegang utama kendali proses maju mundurnya desa wisata. Pada Tahun 2014, Anis dan sejumlah warga lain yang memiliki visi sama yakni memajukan desa, mendirikan Pokdarwis yang diberi nama "Gelora Panorama". Sejak berdiri, Pokdarwis ini terus bergerak maju. Tercatat, pada Tahun 2016, mereka berhasil meraih juara harapan 2 Lomba Pokdarwis Provinsi Jawa Tengah. Pada Tahun 2017 meraih Juara 1 Lomba Pokdarwis tingkat Provinsi Jawa Tengah. Dan pada Tahun 2017 berhasil mengantarkan Desa Loram Kulon dari rintisan desa wisata menjadi desa wisata.

"Alhamdulillah atas kerja sama seluruh pihak. Dari kalangan pemuda dan orang tua, Tahun 2017 kami berhasil menjadi desa di Kabupaten Kudus yang menjadi desa wisata".¹⁰

a) Paket 1 (Standar)

Fasilitas:

- a. Seni Terbang Papat
- b. *Welcome drink* dan *snack*
- c. Souvenir
- d. Visualisasi "Manten Mubeng"
- e. Paparan Sejarah Gapura Padureksa dan Sumur Wali
- f. Berkunjung ke Pasar Krempyeng (pasar rakyat yang menjual produk unggulan Desa Loram Kulon)

¹⁰ Anis Aminuddin, wawancara oleh peneliti, 27 Februari 2020, wawancara 1, transkrip

- g. Pemandu
Harga paket : Rp. 40.000,-/orang. Minimal 20 orang.

b) Paket 2 (1 hari di Loram Kulon)

- a. Seni Terbang Papat
- a. *Welcome drink* dan *snack*
- b. Souvenir
- c. Visualisasi ”Manten Mubeng”
- d. Makan siang dengan *Sego Kepel*
- e. Paparan Sejarah Gapura Padureksa dan Sumur Wali
- f. Berkunjung ke Pasar Krempeyeng (pasar rakyat yang menjual produk unggulan Desa Loram Kulon)
- g. Melihat proses pembuatan tas
- h. Melihat proses pembuatan bordir komputer
- b. Berkunjung ke pusat pengolahan bandeng presto
- c. Berkunjung ke Museum Kretek
- d. Pemandu

Harga paket : Rp. 80.000,-/ orang. Minimal 20 orang.

c) Paket 3 (2 hari, 1 malam di Loram Kulon)

- a. *Welcome drink* dan *snack*
- b. *Home stay*
- c. Makan malam
- d. Sarasehan
- e. Makan pagi di *home stay*
- f. Keliling Desa Loram Kulon dengan odong-odong
- g. Kunjungan ke Museum Kretek
- h. Kunjungan ke pengolahan bandeng presto
- i. Kunjungan ke industri tas
- j. Kunjungan ke industri boneka
- k. Kunjungan ke Masjid Wali
- l. *Welcome drink* dan *snack*
- m. Souvenir
- n. Visualisasi Manten Mubeng dan *Sego Kepel*
- o. Paparan sejarah Gapura Padureksa dan Sumur Wali
- p. Kunjungan ke bordir komputer
- q. Makan siang

Harga paket : Rp. 225.000,-/ orang. Minimal 20 orang.

"Paket-paket tersebut kami terapkan melihat semakin banyaknya pengunjung dari dalam dan luar Kabupaten Kudus. Setidaknya dalam satu tahun jumlah pengunjung rata-rata di atas 75 ribu wisatawan."¹¹

Sampai saat ini, sudah ada 10 *home stay* yang memiliki fasilitas kamar tidur, kamar mandi, TV, Fan, dan sarapan 1 kali. Harga setiap kamar dipatok dari Rp. 85.000,- sampai Rp. 250.000,-. *Home stay* ini merupakan rumah-rumah milik warga yang memang sengaja menjadikan rumahnya sebagai penginapan.

Abhar Tandzar, salah satu pengurus karang taruna, menjadi salah satu pemuda yang sering menjadi pemandu wisata. Dia dianggap paling cakap dalam memandu para wisatawan. Karena itulah, Abhar sering diajak oleh Disbudpar Kudus untuk berkunjung ke berbagai kota untuk mempelajari potensi-potensi desa yang dikunjungi.

"Sebagai pemuda saya senang bisa belajar memajukan desa dan mengambil manfaat atas proses tersebut. Bersama dengan pemuda-pemuda yang lain, kami belajar mengelola desa wisata. Di sisi lain kami juga bisa memperoleh pendapatan dari kegiatan-kegiatan kepariwisataan di Desa Loram Kulon."¹²

3. Strategi *Branding* Desa dalam Pemberdayaan Masyarakat

Menurut Anis, kira-kira pada Tahun 2014, sejumlah warga Desa Loram Kulon bermusyawarah dengan satu pertanyaan besar, bagaimana bisa memajukan desa dengan potensi-potensi yang ada. Semua menyadari bahwa meskipun tidak memiliki potensi alam seperti Desa Colo dan Rahtawu dengan pegunungannya, Desa Loram Kulon

¹¹ Anis Aminuddin, wawancara oleh peneliti, 27 Februari 2020, wawancara 1, transkrip

¹² Abhar Tandzar, wawancara oleh peneliti, 28 Februari 2020, wawancara 2, transkrip

memiliki potensi lain yang bisa digarap dan dioptimalkan. Yakni potensi sejarah, budaya, dan UMKM.

Setelah musyawarah tersebut, Anis dan yang lainnya mulai mengagas berdirinya kelompok sadar wisata (Pokdarwis). Setelah kepengurusan terbentuk, masyarakat fokus menggarap potensi-potensi yang ada. Masyarakat juga membentuk karang taruna. Yang bertugas untuk mengoptimalkan potensi-potensi generasi muda desa. Pokdarwis dan Karang Taruna berjalan beriringan untuk mempromosikan seluruh kekhasan Desa Loram Kulon.

"Kami langsung gencar promosi ke berbagai media. Baik media cetak seperti koran, media sosial, dan media massa online. Dari sini Desa Loram Kulon mulai dilirik oleh banyak orang."¹³

Selain itu, Pokdarwis bersama Karang Taruna dan Pemerintah Desa Loram Kulon memproklamirkan diri sebagai desa wisata. Namun, ada jalan panjang sebelum menjadi desa wisata. Menurut Anis, setidaknya ada tiga syarat utama untuk menjadi desa wisata.

a) Pengelolaan

Desa wisata harus memiliki manajemen pengelolaan dan pengelola yang pasti dan berkelanjutan. Desa Wisata Loram Kulon dikelola oleh Pokdarwis. Pokdarwis ini merupakan salah satu organisasi yang bisa berjejaring langsung dengan Kementerian Pariwisata RI.

b) Objek Wisata

Desa Loram Kulon memanfaatkan potensi-potensi yang ada sebagai objek wisata. Seperti Masjid Wali, Gapura Padureksa, Perayaan Ampyang Maulid dan Loram Ekspo, Tradisi Manten Mubeng Gapura, dan UMKM-UMKM yang ada.

c) Fasilitas

Syarat terakhir menjadi desa wisata adalah lengkapnya fasilitas penunjang pariwisata. Seperti akses jalan harus baik, fasilitas umum seperti toilet dan penginapan harus tersedia. Adapun klasifikasi

¹³ Anis Aminuddin, wawancara oleh peneliti, 27 Februari 2020, wawancara 1, transkrip

desa wisata sendiri terdapat dua jenis. *Pertama*, rintisan desa wisata. Biasanya, rintisan desa wisata belum memenuhi semua persyaratan di atas. *Kedua*, desa wisata. Untuk desa wisata, umumnya sebuah desa yang memiliki potensi wisata sudah memenuhi tiga syarat utama tersebut. Dan sudah mendeklarasikan diri sebagai desa wisata.

Pada Tahun 2017, Desa Loram Kulon dinobatkan sebagai desa wisata terbaik tingkat Provinsi Jawa Tengah. Penghargaan tersebut didapat setelah melewati proses survei dari penilai Provinsi Jawa Tengah, paparan potensi dan program desa, serta pameran produk-produk unggulan yang menjadi ciri khas Desa Loram Kulon.

*"Setelah kami berhasil menjuarai lomba desa wisata tingkat Provinsi Jawa Tengah itu, banyak wisatawan luar Kudus yang datang ke Desa Loram Kulon. Desa kami kemudian menjadi sorotan desa-desa yang ada di dalam dan luar Kabupaten Kudus."*¹⁴

C. Analisis Data Penelitian

1. Analisis Pengelolaan Desa Wisata Loram Kulon

Berdasarkan hasil penelitian, Desa Wisata Loram Kulon dikelola oleh kelompok sadar wisata yang melibatkan masyarakat luas dalam menjalankan kerja-kerja pariwisata di desanya. Dalam menjalankan desa wisata, kelompok sadar wisata dan masyarakat memegang prinsip keberlanjutan lingkungan, sosial, dan budaya tentang kehidupan masyarakat setempat. Hal itu terbukti dengan adanya pemandu wisata yang memperlihatkan aktivitas masyarakat setempat murni sebagai masyarakat desa pada saat ada wisatawan yang datang. Secara tidak langsung, proses pengelolaan dalam kegiatan pariwisata yang dilakukan oleh kelompok sadar wisata termasuk dalam kategori konsep CBT (*Community Based Tourism*).

Menurut Ninik dalam jurnalnya, konsep CBT memiliki keunggulan, yaitu adanya sumber daya lokal

¹⁴ Anis Aminuddin, wawancara oleh peneliti, 27 Februari 2020, wawancara 1, transkrip

yang dimiliki masyarakat setempat. Terdapat tanggung jawab lokal, berarti pengelolaan yang dilakukan oleh masyarakat setempat sehingga masyarakat dapat lebih bertanggung jawab. Terdapat keterlibatan masyarakat dalam CBT yang dapat mengelola objek wisata. Memungkinkan adanya sistem pengelolaan wisata yang berbeda dengan daerah lain.¹⁵

Konsep CBT memiliki keunggulan, di antaranya: (a) adanya sumber daya lokal yang dimiliki dan dikelola oleh masyarakat lokal, (b) adanya tanggung jawab lokal, (c) adanya pelibatan masyarakat dalam CBT yang dapat melindungi dan menjaga lingkungan alam dan juga kebudayaan setempat, (d) memungkinkan adanya sistem pengelolaan wisata yang berbeda antar daerah.

Dalam proses pengelolaannya, Desa Wisata Loram Kulon telah membentuk kelompok sadar wisata yang mengelola seluruh potensi desa. Kelompok tersebut menyajikan berbagai potensi yang ada seperti potensi wisata sejarah berupa masjid wali, potensi budaya seperti *manten mubeng* dan Ampyang Maulid, dan potensi lingkungan masyarakat seperti kegiatan ekonomi.

2. Analisis Strategi *Branding* Desa Wisata dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Loram Kulon

a. *Branding* Destinasi

Menurut Lilik Ngesti, Kasi Sejarah Museum dan Purbakala, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus, yang juga konsern di bidang destinasi dan kebudayaan, mengatakan:

”Sekarang banyak desa ikut-ikutan bikin desa wisata. Asal ada spot untuk berswa foto mereka berani mendeklarasikan diri sebagai desa wisata. Padahal, jika kita mau menilik hakikat desa wisata, kita bisa melihat desa-desa di

¹⁵ Ninik Wahyuning Tyas dan Maya Damayanti, “Potensi Pengembangan Desa Kliwonan sebagai Desa Wisata Batik di Kabupaten Sragen”, *Journal of Regional and Rural Development Planning*, no. 2 (2018): 76, diakses pada 24 Agustus 2019, <http://journal.ipb.ac.id/index.php/p2wd/article/download/21786/14678>.

daerah Yogyakarta atau Solo. Yang memang sudah sejak berdirinya kota itu sudah memiliki ciri khas yang bernilai wisata. Secara sederhana, bagi saya, sebuah desa dikatakan sebagai desa wisata itu minimal wisatawan melihat masyarakat dan laku hidupnya sebagai sebuah suguhan wisata. Yang memiliki keunikan dan bisa menimbulkan efek kesan keindahan dan kenyamanan.”¹⁶

Beberapa tahun terakhir semakin banyak desa yang memunculkan diri sebagai desa wisata. Padahal, untuk menjadi desa wisata, sebuah desa harus memiliki potensi mendasar yang tidak dibuat-buat. Sedangkan peneliti melihat banyak desa-desa wisata tersebut yang sengaja membuat sebuah objek untuk dijadikan tujuan wisata. Seperti melakukan pewarnaan pada perkampungan, membuat taman-taman, atau hal-hal lain yang bisa menarik perhatian banyak orang.

Sebagaimana Desa Loram Kulon yang hanya berbekal potensi seadanya, seperti Masjid Wali, tradisi Ampyang Maulid, *Sego Kepel*, tradisi *Manten Mubeng* Gapura Padureksa, dan UMKM-UMKM, akan tetapi Desa Loram Kulon telah sukses mem-*branding* diri sebagai desa wisata. Desa Loram Kulon berhasil mengambil *start* dibanding Desa Colo atau Desa Rahtawu yang jelas-jelas memiliki potensi alam berupa pegunungan.

Meskipun demikian, secara umum Desa Loram Kulon telah memenuhi elemen-elemen yang menjadi syarat sebuah *branding* suatu destinasi wisata. Hal ini sebagaimana ungkapan Ferry dalam jurnalnya bahwa sebuah *branding* membutuhkan elemen-elemen tertentu yang menjadi kunci keberhasilan citra suatu produk.¹⁷ Di bawah ini peneliti uraikan terkait analisis terhadap elemen-elemen tersebut:

¹⁶ Lilik Ngesti, wawancara oleh peneliti, 2 Maret 2020, wawancara 3, transkrip

¹⁷ Ferry Christiawan, dkk, “Perancangan Destination Branding Kawasan Wisata Kuliner Lentog Tanjung Kabupaten Kudus”, *Jurnal*

1) Citra (*Image*)

Sesuai dengan wawancara dan observasi, peneliti melihat bahwa Desa Loram Kulon sudah memiliki citra wisata sejak dulu. Citra tersebut adalah sejarah desa yang bermula dari Sultan Hadirin. Yang mewariskan beberapa peninggalan, seperti Masjid Wali, Sumur Wali, Gapura Padureksa, *Manten Mubeng*, dan *Sego Kepel*. Masyarakat Kabupaten Kudus telah mempersepsikan Desa Loram Kulon sebagai desa yang didirikan oleh wali. Dalam hal ini, Masjid Wali menjadi bukti yang cukup kuat atas persepsi tersebut.

Muhammad Ulin, salah satu warga Desa Loram Wetan, mengaku bahwa sejak kecil, dia sudah mengetahui bahwa Desa Loram Kulon telah memiliki sejumlah potensi wisata budaya dan sejarah.

*"Adanya Masjid Wali, Gapura Padureksa dan situs-situs peninggalan lainnya membuat Desa Loram Kulon dikenal sebagai salah satu desa warisan wali. Untuk untuk itu, tidak mengherankan jika banyak wisatawan yang datang untuk mengunjungi objek-objek tersebut."*¹⁸

2) Mengenalkan (*Recognition*)

Sejak 2014 berdiri, Pokdarwis Gelora Panorama bersama karang taruna telah mengenalkan Desa Loram Kulon sebagai tujuan wisata. Sehingga pada Tahun 2017 Desa Loram Kulon berhasil menjadi desa yang pertama kali dideklarasikan secara resmi oleh Pemerintah Kabupaten Kudus melalui Disbudpar Kudus sebagai sebuah desa wisata. Melalui berbagai even

Universitas Kristen Petra, no. 1 (2016): 4, diakses pada 15 Agustus 2019, <https://media.neliti.com/media/publications/84141-ID-perancangan-destination-branding-kawasan.pdf>.

¹⁸ Muhammad Ulin, wawancara oleh peneliti, 1 Maret 2020, wawancara 4, transkrip

dalam dan luar kota, Desa Loram Kulon menampilkan diri sebagai desa wisata. Seperti membawa produk-produk khas desa pada even-even tersebut.

Penetapan sebagai desa wisata tersebut tercantum dalam Surat Keputusan (SK) Bupati Kudus Nomor 430/193/2017 tentang penetapan Desa Loram Kulon sebagai Desa Wisata. Hal ini dikarenakan Desa Loram Kulon dianggap sudah memenuhi persyaratan menjadi sebuah desa wisata. Antara lain sudah memiliki objek wisata dan fasilitas yang menunjang.

3) Membedakan (*Differentiation*)

Untuk menjadikan Desa Loram Kulon menjadi sebuah destinasi yang berbeda dengan desa-desa lainnya. Desa Loram Kulon memilih potensi-potensi seperti Masjid Wali dan situs-situs peninggalan Sultan Hadirin sebagai ujung tombak tujuan wisata. Selain itu, Desa Loram Kulon juga memanfaatkan kegiatan keseharian masyarakat yang kebanyakan menjadi pelaku UMKM sebagai tujuan pelengkapannya.

4) Menyampaikan (*Brand Message*)

Desa Wisata Loram Kulon sudah memiliki pemandu wisata lokal. Para pemandu itu bertugas menyampaikan segala hal yang menjadi objek. Mereka akan memaparkan hal-hal yang berkaitan dengan setiap objek wisata yang tengah dikunjungi para wisatawan.

Misalnya, pemandu akan memaparkan sejarah dari Masjid Wali, Gapura Padureksa, *Manten Mubeng*, dan *Sego Kepel* kepada para wisatawan yang tengah mengunjungi situs bersejarah itu.

5) Konsisten (*Consistency*)

Pokdarwis Gelora Panorama secara konsisten sejak Tahun 2014 sampai sekarang mengembangkan potensi desa. Hal itu bisa dilihat dari rutin digelarnya tradisi Ampyang Maulid dan Loram Ekspo. Salah satu keberhasilannya juga

setiap tahun jumlah pengunjung dan partisipannya semakin meningkat. Selain itu, pada hari-hari libur atau biasa, wisatawan yang menggunakan fasilitas paket wisata juga semakin meningkat.

"Yang paling gampang untuk melihat keberhasilan pengembangan potensi adalah saat Ampyang Maulid dan Loram Ekspo. Semakin tahun bertambah, semakin bertambah pula pengunjung yang datang. Dan pengusaha yang ikut andil juga semakin bertambah."¹⁹

6) Membangkitkan Respon Emosional (*Emotional Response*)

Melalui pemaparan tentang sebuah objek, pemandu menyampaikan pesan-pesan berupa ajaran-ajaran yang diwariskan oleh para pendahulu Desa Loram. Terutama ajaran-ajaran yang diwariskan oleh Sultan Hadirin. Ajaran-ajaran tersebut seperti toleransi antara umat Islam dan Hindu-Budha, proses islamisasi masyarakat Hindu-Budha, dan laku hidup Sultan Hadirin serta para pengikutnya saat itu.

Berdasarkan hasil penelitian, Desa Wisata Loram Kulon memiliki wisata khas seperti atraksi di Ampyang Maulid dan Masjid Wali. Dua objek wisata ini hanya dimiliki oleh Desa Loram Kulon. Sebab, keduanya memiliki jalan sejarah yang cukup panjang dan tidak bisa ditemui di daerah-daerah lain. Desa Wisata Loram sudah memiliki sejumlah penginapan dan akomodasi khusus untuk para wisatawan. Setiap pengunjung selalu diajak mengunjungi objek-objek tertentu dan diajak berinteraksi dengan kehidupan masyarakat setempat.

Setiap setahun sekali, diadakan Loram Expo. Melalui expo ini, masyarakat yang memiliki kegiatan usaha, terutama pelaku Usaha Mikro Kecil dan

¹⁹ Anis Aminuddin, wawancara oleh peneliti, 27 Februari 2020, wawancara 1, transkrip

Menengah (UMKM), dipamerkan kepada wisatawan. Sehingga menjadi ajang pertemuan besar antara wisatawan dan masyarakat setempat untuk melakukan interaksi.

Secara umum, sebagian besar masyarakat sangat mendukung adanya pendirian desa wisata. Hal itu terbukti dari setiap agenda desa, yang berkaitan dengan wisata, masyarakat selalu ikut andil dalam suksesnya agenda wisata tersebut. Seperti Ampyang Maulid, hampir seluruh masyarakat ikut serta meramaikan gelaran budaya itu. Sebab, selain untuk kepentingan pariwisata, gelaran tersebut juga merupakan agenda spiritual dan religiusitas masyarakat setempat.

b. Analisis Faktor Pendukung

Menurut Edi dalam jurnalnya yang berjudul “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi Di Desa Wisata Penglipuran Bali)”, bahwa pengembangan pariwisata pedesaan didorong oleh tiga faktor. *Pertama*, wilayah pedesaan memiliki potensi alam dan budaya yang relatif lebih otentik dari pada wilayah perkotaan, masyarakat pedesaan masih menjalankan tradisi dan ritual-ritual budaya dan topografi yang cukup serasi.²⁰ Desa Loram Kulon memiliki sejumlah potensi wisata yang tidak dimiliki daerah-daerah lain. Ampyang Maulid, Masjid Wali, dan *Manten Mubeng* menjadi daya tawar tersendiri. Sebab, meskipun di daerah-daerah lain terdapat masjid wali misalnya, Desa Loram Kulon telah mengemas data sejarah cukup kuat dan otentik sebagai sajian tersendiri bagi wisatawan.

Kedua, wilayah pedesaan memiliki lingkungan fisik yang relatif masih asli atau belum banyak

²⁰ Edi Martono, dkk, “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi Di Desa Wisata Penglipuran Bali), *Jurnal Ketahanan Nasional*, Vol. 23, No 1, (2017): 2, diakses pada 24 Agustus 2019, <https://jurnal.ugm.ac.id/jkn/article/download/18006/15758>.

tercemar oleh ragam jenis polusi dibandingkan dengan kawasan perkotaan.²¹ Letak geografis yang berada tak jauh dari pusat kota Kudus tidak membuat Desa Loram Kulon meniru menjadi seperti kota. Lingkungan desa masih tetap asli seperti desa-desa pada umumnya. Meskipun terdapat industri, lingkungan Desa Loram Kulon tetap terjaga. Sebab, industri yang ada merupakan industri rumahan.

Ketiga, dalam tingkat tertentu kawasan menghadapi perkembangan ekonomi yang relatif lambat, sehingga pemanfaatan potensi ekonomi, sosial dan budaya masyarakat lokal secara optimal merupakan alasan rasional dalam pengembangan pariwisata pedesaan.²² Seperti yang telah peneliti jelaskan sebelumnya bahwa di setiap tahunnya di Desa Loram Kulon selalu mengadakan acara Loram Expo, dimana momen ini dimanfaatkan oleh masyarakat setempat untuk bisa meng-*explore* seluruh potensi yang dimilikinya baik ekonomi, sosial maupun budaya.

Hal ini secara tidak langsung memberi peluang yang cukup tinggi bagi masyarakat desa untuk bisa meningkatkan lagi potensi ekonomi yaitu industri-industri rumahan yang dimilikinya, serta bertujuan melestarikan budaya agar semakin dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga, efek akhir yang akan diberikan adalah pertumbuhan ekonomi yang tidak lagi lambat karena semakin berkembangnya industri-industri milik masyarakat setempat dan juga bertambahnya wisatawan yang datang.

²¹ Edi Martono, dkk, “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi Di Desa Wisata Penglipuran Bali), *Jurnal Ketahanan Nasional*, Vol. 23, No 1, (2017): 2, diakses pada 24 Agustus 2019, <https://jurnal.ugm.ac.id/jkn/article/download/18006/15758>.

²² Edi Martono, dkk, “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi Di Desa Wisata Penglipuran Bali), *Jurnal Ketahanan Nasional*, Vol. 23, No 1, (2017): 2, diakses pada 24 Agustus 2019, <https://jurnal.ugm.ac.id/jkn/article/download/18006/15758>.

c. Analisis Faktor Penghambat

Berdasarkan hasil analisis peneliti, ada beberapa faktor yang menjadi penghambat langkah Desa Loram Kulon dalam mengembangkan potensi desanya. Berikut ini adalah faktor-faktor penghambat tersebut:

1) Keterbatasan Potensi

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menilai bahwa dari awal Pokdarwis menjadikan situs-situs bersejarah peninggalan Sultan Hadirin sebagai objek utama tujuan wisatawan. Sedangkan, situs-situs tersebut sifatnya adalah statis dan dijadikan sebagai salah satu warisan cagar budaya oleh pemerintah. Sehingga secara otomatis Pokdarwis tidak bisa berbuat banyak pada situs-situs tersebut oleh karena itu potensi-potensi yang dimiliki Desa Loram sulit untuk dikembangkan.

Melihat kondisi tersebut, peneliti menyadari bahwa sangat dimungkinkan orang akan bosan dengan objek wisata yang itu-itu saja. Di sisi lain, Pokdarwis juga tidak bisa memaksimalkan potensi lain yang dimiliki Desa Loram seperti para pelaku UMKM.

Hal tersebut disebabkan karena para pelaku UMKM tersebut lebih memilih untuk berjalan sendiri-sendiri. Sebagaimana pernyataan Anis dalam wawancara dengan peneliti yang menyatakan;

"Untuk UMKM, kami belum bisa mengontrol mereka. Karena mereka menjalankan usahanya sendiri. Kami juga tidak bisa memaksa mereka bergabung dengan kami."²³

2) Keterbatasan SDM

Selain potensi wisata, sedikitnya sumber daya manusia (SDM) yang aktif mengelola Desa Wisata Loram Kulon menjadi suatu masalah yang

²³ Anis Aminuddin, wawancara oleh peneliti, 27 Februari 2020, wawancara 1, transkrip

cukup krusial. Hanya pengurus Pokdarwis saja yang mau bergerak dan aktif dalam mengelola potensi yang ada. Sedangkan, untuk memajukan sebuah desa wisata, sangat dibutuhkan banyak SDM yang mumpuni yang bisa berperan dalam berbagai hal sesuai dengan program kerja yang sudah ditetapkan.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Irwan pembangunan masyarakat desa dapat diartikan sebagai suatu proses dimana orang-orang di sana bersama pejabat-pejabat pemerintah berusaha untuk memperbaiki keadaan perekonomian, sosial dan kebudayaan dalam masyarakat yang bersangkutan.²⁴

Sehingga dengan adanya keterbatasan peran masyarakat Desa Loram dalam partisipasinya untuk mengembangkan potensi yang ada, baik ekonomi, sosial maupun budaya secara tidak langsung akan menghambat proses pembangunan desa tersebut.

3) Paradigma Desa Wisata

Pada umumnya, seperti yang sudah peneliti sampaikan di atas. Contoh desa-desa wisata di Bali atau Yogyakarta. Bahwa sebuah desa wisata akan terlihat optimal manakala sebagian besar masyarakat memiliki paradigma yang sama bahwa dirinya adalah bagian dari desa wisata itu sendiri. Sehingga, mereka akan berusaha sesuai dengan kemampuan masing-masing untuk ikut andil mengembangkan potensi desa yang ada menjadi potensi unggulan.

Namun, peneliti menemukan bahwa paradigma tentang desa wisata di tengah-tengah masyarakat Desa Loram Kulon belum terbentuk. Hanya sebagian kecil yang memahami bahwa Desa Loram Kulon merupakan desa wisata. Dan sadar bahwa desanya menjadi tujuan para wisatawan.

²⁴ Irawan dan M. Suparmoko, *Ekonomi Pembangunan* (Yogyakarta: LIBERTY Offset, 1983), 201.

Anis, dalam wawancara dengan peneliti menyatakan;

*"Saya sadar betul masyarakat belum paham pergerakan kami dalam membangun desa wisata ini. Itu bisa terlihat dari para pelaku UMKM yang masih abai dengan wisatawan. Hanya beberapa orang saja yang memahaminya. Inilah yang menjadi langkah paling berat bagi Pokdarwis dalam memajukan desa."*²⁵

Hal itu diakui oleh Suwartono, salah satu pengusaha konveksi tas di Desa Loram Kulon. Berdasarkan hasil wawancara peneliti, dia masih belum paham tentang desa wisata yang digagas oleh Pokdarwis. Yang dia pahami hanyalah Pokdarwis dalam satu tahun melaksanakan beberapa even. Salah satunya Ampyang Maulid dan Loram Expo yang mengajak para pelaku UMKM untuk meramaikan even tersebut.²⁶

Selain itu, peneliti juga mendapatkan informasi bahwa para pelaku industri setempat belum mendapatkan efek ekonomi secara optimal dari adanya even-even yang diadakan oleh pemerintah desa atau Pokdarwis. Walaupun ada wisatawan datang, mereka belum tentu membeli produk-produknya.

²⁵ Anis Aminuddin, wawancara oleh peneliti, 27 Februari 2020, wawancara 1, transkrip

²⁶ Suwartono, wawancara oleh peneliti, 27 Februari 2020, wawancara 4, transkrip