

## INTISARI

*Partnerships* antar destinasi wisata merupakan sebuah konsep yang dikembangkan sebagai upaya tertentu untuk memperkuat daya tarik dan citra pariwisata. Meskipun fenomena tersebut baru-baru ini mendapatkan perhatian di negara-negara eropa namun masih sangat terbatas kajian yang menyangkut pengembangan *partnerships* antar destinasi, khususnya desa wisata di Indonesia. Penelitian dilakukan berdasarkan fokus kebijakan Pemerintah Provinsi D.I. Yogyakarta yang ingin mengembangkan kawasan rantai desa wisata yang juga meliputi wilayah Cangkringan. Tiga desa wisata yang dipilih adalah Kaliurang Timur, Sambi dan Pentingsari. Penelitian ini mencoba mengungkapkan sampai sejauh mana kerjasama yang terjadi dan tantangan yang dihadapi dalam implementasinya. Metode kualitatif digunakan dalam menggali informasi melalui perspektif pemerintah daerah dan aktor-aktor pariwisata lokal dalam membentuk *partnerships* antar destinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *partnerships* yang terjalin antar desa wisata adalah terbatas. Penyebab utama diantaranya dipengaruhi oleh homogenitas produk wisata, kapasitas organisasi yang kurang memadai dan persepsi pengelola tentang desa wisata yang dikembangkan atas dasar persaingan. Namun temuan lapangan juga mengindikasikan bahwa masih ada potensi yang cukup besar dalam hal pengembangan konsep *partnerships* antar desa wisata. Aktor-aktor lokal telah membentuk kerjasama dalam kepentingan jangka pendek seperti peminjaman atraksi dan menyarankan kunjungan ke destinasi sejenis pada waktu musim puncak wisata terjadi. Selain itu kerjasama jangka panjang dan lebih strategis dapat terbentuk jika ada dukungan kebijakan atau program dari pemerintah. Untuk mencapai hal tersebut, perencanaan matang dan koordinasi antar destinasi dibutuhkan. Lebih lanjut, peningkatan kapasitas kelembagaan lokal dapat membantu pembentukan kerjasama secara deliberatif.

Kata kunci: tata kelola pemerintahan, implementasi, desa wisata, kerjasama antar destinasi desa wisata

## ABSTRACT

*Partnerships across tourism destination is a concept that developed as particular efforts to enhance destination attraction and branding. Even though the phenomenon recently gained vast attention in European countries, yet still limited course related with developing partnerships across tourism destinations, especially in Indonesia's rural tourism areas. Research was carried out based on special region of Yogyakarta government's policy focus in developing rural tourism network that covering Cangkringan area. Three rural tourism destinations in this research which chosen were Kaliurang Timur, Sambu and Pentingsari. This research tries to discover to what extent partnerships existed and what challenges faced by its implementation. Qualitative method was used to obtain information through government and local tourism actors perspectives related with forming partnerships across destination.*

*Research results show that existing partnerships among destinations are limited. The main causes are influenced by tourism product homogeneity, lack of local organizational capacities and rural tourism's management perception in developing destination that based on competition. In the other hand, research findings also indicating that there are great chances in developing rural tourism partnerships across destinations. Actors in local tourism areas have made partnerships with other destinations in short-term interest such as lend other destination attraction and suggesting guests to visit similar destinations in peak season. Meanwhile, long term-based and more strategic partnerships could be formed if there are any supports from local government's policy or program in directing goals. To do so, rigorous planning and coordination among destinations is necessary. Further, improving local institutional capacity can help forming partnerships deliberately.*

*Key words: governance, implementation, rural tourism, partnerships across rural tourism destination.*