



wonderful
indonesia



DESA WISATA

Membangun Desa dengan Pariwisata

Editor

IGN Agung Suprastayasa, Prastha Adyatma, Ni Made Tirtawati

POLITEKNIK PARIWISATA BALI

DESA WISATA MEMBANGUN DESA DENGAN PARIWISATA

Penulis :

Ni Desak Made Santi Diwyartha, Desak Gede Chandra Widayantha, Luh Putu Kartini, Teguh Hadisukarno, Putu Surya Laksana Rahjasa, Dewa Gede Ngurah Byomantara Dw. Ayu Rai Sumariati, I Nengah Wirata, Luh Putu Citrawati, Ni Made Eka Mahadewi, Dewa Ayu Made Lily Dianasari Sakaria, Darwis, Hanugerah Kristiono Liestiandre, Ida Ayu Kalpikawati, Ni Wayan Chintia Pinartha, I Gusti Ayu Putu Wita Indrayani, I Ketut Kanten, I Wayan Mertha, Ida Ayu Sri Puspa Adi

Editor :

I Gusti Ngurah Agung Suprastayasa, Prastha Adyatma, Ni Made Tirtawati

**POLITEKNIK PARIWISATA BALI
2022**

DESA WISATA MEMBANGUN DESA DENGAN PARIWISATA

Copyright © 2022 Masing-masing Penulis

Penulis :

Ni Desak Made Santi Diwyartha, Desak Gede Chandra Widayanthi, Luh Putu Kartini, Teguh Hadisukarno, Putu Surya Laksana Rahjasa, Dewa Gede Ngurah Byomantara Dw. Ayu Rai Sumariati, I Nengah Wirata, Luh Putu Citrawati, Ni Made Eka Mahadewi, Dewa Ayu Made Lily Dianasari Sakaria, Darwis, Hanugerah Kristiono Liestiadre, Ida Ayu Kalpikawati, Ni Wayan Chintia Pinaria, I Gusti Ayu Putu Wita Indrayani, I Ketut Kanten, I Wayan Mertha, Ida Ayu Sri Puspa Adi

Editor :

I Gusti Ngurah Agung Suprastayasa, Prastha Adyatma, Ni Made Tirtawati

Foto Sampul

Arya

Rancang Sampul

Arya

Pracetak

Arya

Diterbitkan pertama kali oleh:

Politeknik Pariwisata Bali

Jl. Dharmawangsa, Benoa, Kec. Kuta Sel., Kabupaten Badung, Bali
80361

Telp: (0361) 773537

IG: @poltekparbali

Website: www.ppb.ac.id

Cetakan Pertama : 2022

ISBN:

iii + 146 hal : 25 x 17 cm

SINOPSIS

Buku "Desa Wisata: Membangun Desa dengan Pariwisata" membahas tentang bagaimana pariwisata dapat menjadi salah satu alternatif dalam membangun desa yang berkelanjutan dan menguntungkan.

Buku ini membuka pembahasan dengan menggambarkan tentang apa itu desa wisata dan bagaimana desa wisata dapat memberikan manfaat bagi masyarakat desa serta pengunjung. Selanjutnya, buku ini menjelaskan tentang bagaimana cara membangun desa wisata dari tahap perencanaan hingga pemasaran.

Dalam pembahasan mengenai perencanaan, buku ini membahas tentang identifikasi potensi wisata di desa, menentukan produk wisata yang sesuai dengan potensi tersebut, dan membangun infrastruktur dan fasilitas yang mendukung. Kemudian, buku ini membahas tentang pengembangan produk wisata yang berkualitas dan berkelanjutan, serta pengelolaan keuangan yang efektif.

Secara keseluruhan, buku "Desa Wisata: Membangun Desa dengan Pariwisata" memberikan panduan dan inspirasi bagi para pembaca yang ingin membangun desa wisata yang berkelanjutan dan menguntungkan. Buku ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang pentingnya memperhatikan potensi desa dan dampak sosial ekonomi bagi masyarakat lokal dalam pengembangan desa wisata.

KATA PENGANTAR

Politeknik Pariwisata Bali dengan bangga mempersembahkan buku "Desa Wisata: Membangun Desa dengan Pariwisata" kepada para pembaca. Buku ini merupakan sebuah panduan yang membahas tentang bagaimana membangun desa wisata yang berkelanjutan dan menguntungkan bagi masyarakat lokal dan pengunjung.

Pengembangan pariwisata di desa dapat memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang signifikan bagi masyarakat desa. Namun, pengembangan pariwisata yang tidak dikelola dengan baik dapat juga membawa dampak negatif bagi masyarakat lokal dan lingkungan. Oleh karena itu, buku ini memberikan panduan tentang bagaimana cara membangun desa wisata yang berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi masyarakat lokal dan pengunjung. Buku ini membahas secara mendalam tentang tahap perencanaan, pengembangan produk wisata, pengelolaan keuangan, pemasaran, kemitraan, dan aspek keberlanjutan dalam pengembangan desa wisata. Selain itu, buku ini juga memberikan beberapa contoh desa wisata yang sukses di Indonesia.

Kami berharap buku ini dapat memberikan pemahaman dan wawasan yang lebih dalam tentang pengembangan pariwisata di desa. Semoga buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi para pembaca yang ingin membangun desa wisata yang berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi masyarakat lokal dan pengunjung.

Sekali lagi, terima kasih atas perhatian dan dukungan Anda. Selamat membaca buku "Desa Wisata: Membangun Desa dengan Pariwisata".

Bali, Desember 2022

Editor

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Sambutan Direktur Politeknik Pariwisata Bali	ii
Sambutan Sekretaris Menteri Kemendagri	iii
Daftar Isi	iii

Konsep Dan Strategi Pengembangan Desa Wisata di Era Revolusi Industry 4.0 & Society 5.0

Ni Desak Made Santi Diwyartha.....	1-6
------------------------------------	-----

“Ngayah Ring Desa” : Peran Perguruan Tinggi Pariwisata Dalam Membangkitkan Kesadaran Lulusan Untuk Membangun Pariwisata di Desa Sebagai Pilar Pariwisata Berkelanjutan

Desak Gede Chandra Widyanthi, Luh Putu Kartini.....	7-16
---	------

Partisipasi Masyarakat Lokal Dalam Pengembangan Desa Wisata Sayan, Kecamatan Ubud, Bali

Teguh Hadisukarno, Putu Surya Laksana Rahjasa, Dewa Gede Ngurah Byomantara.....	17-26
---	-------

Pasar Desa Berbasis Organik Menuju Desa Wisata Berkelanjutan di Bali

Dw. Ayu Rai Sumariati.....	27-40
----------------------------	-------

Pengembangan Alternatif Model Pariwisata Bali Berkelanjutan: Kasus Desa Wisata Jatiluwih, Penebel Tabanan

I Nengah Wirata, Luh Putu Citrawati.....	41-49
--	-------

Pengembangan Desa Kreatif Melalui Pengelolaan Sumber Daya Wisata Perdesaan

Ni Made Eka Mahadewi.....	50-65
---------------------------	-------

Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan di Masa Adaptasi Kebiasaan Baru (Studi Kasus Desa Wisata Bakas Klungkung Bali)

Dewa Ayu Made Lily Dianasari.....	66-77
-----------------------------------	-------

Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Wisata Binanga Karaeng Kabupaten Pinrang

Sakaria, Darwis, Hanugerah Kristiono Liestiandre.....	78-89
---	-------

Pesona Desa Kenderan, Desa Wisata Menawan Dari Tegallalang Gianyar Bali

Ida Ayu Kalpikawati, Ni Wayan Chintia Pinarina..... 90-99

Resiliensi Sdm Pariwisata: Kunci Keberlanjutan Desa Wisata

I Gusti Ayu Putu Wita Indrayani..... 100-108

“TAM-SAM-SOM: Alat Ukur Volume Pasar Bisnis Pariwisata”. (Studi Kasus: Kelayakan Investasi Desa Wisata Sayan, Ubud)

I Ketut Kanten, I Wayan Mertha..... 109-125

***Wellness Tourism* di Desa Wisata Taro**

Ida Ayu Sri Puspa Adi..... 126-133



KONSEP DAN STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA DI ERA REVOLUSI INDUSTRY4.0 & SOCIETY 5.0

Ni Desak Made Santi Diwyartha

PENDAHULUAN

Keberadaan desa wisata sangat bermanfaat bagi para pekerja dan masyarakat desa wisata yang bersangkutan. Beberapa diantaranya terlihat dari meningkatnya aktivitas positif di tengah masyarakat, mengubah kondisi perekonomian masyarakat lokal menjadi lebih baik, memberdayakan masyarakat dimana destinasi wisata berada, baik sebagai pekerja pariwisata, meningkatkan aktivitas para perajin pariwisata (Dewi, 2021)

Pandemi Covid-19 yang telah membuat porak poranda strategi pengembangan bagi desa wisata di berbagai pelosok dunia membuktikan desa wisata harus melakukan berbagai kajian strategi. Kajian strategi ini diterapkan dalam rangka pengembangan desa wisata setelah pandemi berangsur berlalu. Berbagai kajian yang efektif dan efisien terkait desa wisata telah membuktikan bahwa dibutuhkan implementasi kebijakan pertahanan dan pengembangan yang terintegrasi, baik pemerintah pusat dan daerah, komunikasi yang berkelanjutan, penanganan yang terintegratif dan mampu dipertanggungjawabkan, terbuka serta tepat sasaran (Rianto, dkk, 2021, Prakoso, 2021).

Perkembangan dunia yang semakin cepat, disertai tuntutan kepuasan para wisatawan terhadap produk barang dan jasa yang tersedia, sudah tentu menuntut desa wisata berbenah diri agar siap. Upaya menyebarkan informasi dan menarik perhatian dunia terkait desa wisata membutuhkan inovasi yang sesuai dengan teknologi terkini, kolaborasi dengan berbagai pihak, baik pada tingkat masyarakat desa, maupun global atau dunia.

Tulisan ini mencoba menelaah dampak pandemi bagi masyarakat desa, dan konsep serta strategi desa wisata sebagai suatu konsep yang digagas pemerintah di saat pandemi Covid-19, manfaat desa wisata bagi perekonomian masyarakat desa, dan penerapan kebijakan agar program desa wisata ini mampu berkembang secara optimal.

Teori dan Kajian Penelitian Terdahulu

A. Berbagai teori terkait perkembangan strategi desa wisata

Keberadaan desa wisata berhasil membuat geliat positif bagi masyarakat desa, diantaranya, sebagai penjual makanan, penjual souvenir, jasa ojek, penyedia homestay / pondok wisata (Dewi, 2021). Desa wisata yang mampu bertahan baik setelah masa pandemi Covid-19 berangsur pulih adalah desa



wisata yang menerapkan faktor Integrative, Interactive, Transparency, Controlling and Accountability (IITCA), (Rianto, dkk, 2021).

Desa wisata berfungsi sebagai wadah langsung bagi masyarakat dalam berperan serta secara aktif untuk membangun desanya. Masyarakat yang menyadari potensi desa dan berbagai permasalahan dengan desanya, diharapkan dapat bergerak bersama mengatasi gangguan desa wisata. Gangguan desa wisata bisa mengakibatkan hancurnya desa wisata, salah satunya, berupa hancurnya nilai budaya lokal desa, berkurangnya kunjungan wisatawan, hilangnya adat istiadat dan juga tradisi yang berlaku. Hal ini perlu menjadi perhatian dari berbagai pihak yang terlibat dalam keberadaan dan keberlangsungan desa wisata. Dengan pengelolaan yang efektif, tantangan dan rintangan yang rentan menjadi gangguan desa wisata dapat diselesaikan dengan baik, dan nilai luhur budaya lokal tetap terjaga dengan baik, berbau dengan kegiatan desa wisata.

Upaya membangun masyarakat 5.0 merupakan sebuah proses pembangunan yang berfokus pada manusianya. Dengan demikian, membangun dan mengembangkan masyarakat desa menjadi masyarakat 5.0, sebagai bagian dari ekosistem yang cerdas dan selalu siap berkembang mengikuti jaman (Jakaria, dkk, 2021) Hal ini tentu berbeda dengan era revolusi industri 4.0, dengan mengandalkan setiap momentum mekanisasi, produksi massal, dan komputerisasi. Desa wisata tidak bisa lagi hanya meniru produk barang atau jasa yang ada pada desa wisata lainnya. Keberhasilan desa wisata juga tidak bisa diukur hanya dari banyaknya jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke desa tersebut. Masyarakat desa wisata sebaiknya mengalami transformasi ke masyarakat 5.0, bertumbuh dengan menciptakan nilai tambah, dengan mengaplikasikan solusi terbaru / terkini, dengan memperhatikan aspek multi-dimensional.

B. Berbagai penelitian terdahulu mengenai desa wisata

Strategi kebijakan pertahanan dan pengembangan desa wisata dalam situasi pandemi harus dibekali dengan program bina karakter bela negara, sebagai fondasi ekonomi pertahanan, agar tidak disusupi oleh berbagai gangguan. Contoh dari gangguan dalam strategi pengembangan desa wisata di saat pandemi seperti pihak yang tidak bertanggungjawab yang hanya ingin mengambil keuntungan atau kepentingan kelompok tertentu, networking yang efektif dan efisien, adanya pihak yang bertindak sebagai driver force (tenaga penggerak tokoh masyarakat, pemuka agama) (Rianto, 2021).

Pengembangan desa wisata merupakan bentuk kebijakan pembangunan pedesaan yang mencoba melakukan program diversifikasi desa yang selama ini cenderung berbasis pada bidang pertanian (Herdiana, 2019). Desa wisata dikembangkan untuk menjadi desa yang berbasis pada industri wisata, baik usaha jasa maupun perdagangan dalam bentuk produk wisata. Dalam perkembangan selanjutnya, desa wisata melakukan berbagai upaya penggalan



potensi, baik sumber daya alam, sumber daya energi, sumber daya manusia, yang berasal dari unsur alam, sosial, budaya, masyarakat, dan berbagai unsur lain, sehingga sifat alami dan lestari serta berkelanjutan dari karakteristik desa tetap terpelihara dengan baik.

Setiap desa wisata memiliki berbagai potensi untuk dikembangkan. Berbagai kajian yang dilakukan untuk mengungkap potensi desa wisata, baik fisik maupun non fisik. Keterlibatan berbagai pihak menjadi penentu keberhasilan dan pengembangan desa wisata, mencakup masyarakat loka, pokdarwis, pemerintah desa semenjak tahap persiapan, pelaksanaan dan pengawasan hingga pelestarian (Santika, 2017).

Pandemi Covid-19 tidak hanya memberi dampak negatif bagi desa wisata. Pandemi Covid-19 juga menimbulkan dampak positif bagi desa wisata, dimana masyarakat menjadi semakin peduli lingkungan, menjaga kesehatan tubuh, dan menerapkan berbagai upaya yang berkaitan dengan protokol kesehatan sesuai peraturan pemerintah. Situasi pembatasan pergerakan masyarakat justru digunakan untuk menggalang solidaritas masyarakat, menjaga dan merawat destinasi wisata yang ada, membangun dan mengembangkan fasilitas desa serta atraksi buatan (Dewi, Suyanto dan Harliana, 2021).

Efektivitas keterlibatan pihak di dalam pengelolaan desa wisata ditentukan oleh tujuan, visi dan misi keberadaan desa wisata. Beberapa tujuan pengembangan desa wisata mencakup pengembangan karakteristik desa wisata, nilai-nilai tradisi dan budaya menjadi sebuah objek wisata, peningkatan kesejahteraan anggota masyarakat, serta peran serta masyarakat, dan masyarakat sebagai pihak yang diuntungkan.

Uraian di atas menjelaskan bahwa desa wisata merupakan pengembangan desa dalam berbagai bentuk usaha, baik akomodasi, produk barang dan jasa wisata. Transformasi yang berlangsung dari era revolusi industri 4.0 ke masyarakat 5.0, menuntut desa wisata menciptakan nilai tambah dengan mengaplikasikan solusi baru sesuai dengan aspek multi-dimensional.

Permasalahan yang dihadapi Desa Wisata Era Pandemi

Pada umumnya, permasalahan yang dihadapi desa wisata selama pandemi Covid-19 adalah permasalahan keberlangsungan perekonomian masyarakat desa. Pandemi Covid-19 telah membuat perekonomian terhenti, banyak kepala keluarga tidak bisa melaksanakan fungsi sebagai kepala keluarga. Hal ini terjadi karena banyak perusahaan menghentikan atau mengurangi operasionalnya, mengurangi jumlah karyawan, dan juga sumber daya yang terlibat, sehingga banyak kepala keluarga kehilangan mata pencahariannya (Dewi, 2021, Santi Diwyarhi, 2022).

Pandemi Covid-19 telah menimbulkan dampak yang sangat besar bagi keberadaan desa wisata. Beberapa diantaranya adalah penutupan operasional



berbagai destinasi wisata, ditiadakannya atraksi wisata, pembatasan pergerakan masyarakat, gangguan perekonomian bagi masyarakat desa dan pengusaha, juga para pekerja, penurunan jumlah kunjungan wisatawan, penurunan pendapatan bagi desa wisata, serta beralihnya sumber mata pencaharian para pekerja serta masyarakat desa wisata (Dewi, 2021).

Kondisi Pandemi, dimana perpindahan maupun pergerakan masyarakat dibatasi oleh peraturan yang berlaku, telah membuat masyarakat enggan melakukan perjalanan wisata, kekhawatiran terhadap perkembangan virus yang disebabkan oleh pandemi (Sugihamreth, 2020)

Permasalahan yang dihadapi desa wisata di masa pandemi beberapa diantaranya (Rianto, 2021), sumber daya manusia, sistem informasi yang masih kurang memadai, pemberitaan media tentang keamanan Indonesia, membangun networking yang tepat, perlunya driver force.

Wisatawan memperhatikan faktor jaminan keamanan dan kenyamanan yang diperoleh sebelum merencanakan sebuah perjalanan. Berbagai berita media massa terkait dengan situasi dan kondisi desa wisata turut menjadi perhatian. Misalnya, rekam jejak terkait informasi terorisme, pandemi Covid-19, demo atau kerusuhan dan unjuk rasa yang terjadi, ketepatan penanganan pemerintah dan pihak pengelola desa wisata.

Jaringan kerja sangat menentukan keberhasilan desa wisata. Efisiensi dan efektivitas penerapan kebijakan membutuhkan kerjasama banyak pihak. Jaringan kerja dengan berbagai pihak ini dapat memberikan alternatif solusi yang lebih luas bagi desa wisata, disamping memperluas pangsa pasar bagi produk barang dan jasa yang terdapat pada desa wisata tersebut (Prihantoro, 2019).

Tenaga penggerak (driver force) juga merupakan tokoh kunci yang mampu menggerakkan seluruh anggota masyarakat desa wisata, menyatukan berbagai perbedaan di tengah mereka, dalam merancang, melaksanakan dan mengevaluasi berbagai program desa. Kesatuan gerak dan keputusan ini dapat mempermudah langkah yang diambil terkait efisiensi dan efektivitas program.

Solusi yang ditawarkan bagi perkembangan strategi desa wisata

Permasalahan yang dihadapi desa wisata untuk tumbuh berkembang secara maksimal terdiri dari tiga klasifikasi, yakni sumber daya alam, sumber daya manusia dan sumber daya energy.

Solusi yang ditawarkan juga terdiri dari tiga hal yang berkaitan dengan sumber daya alam, sumber daya manusia dan sumber daya energi.

- a. Solusi berkaitan dengan sumber daya alam, seperti perubahan cuaca yang terjadi pada desa wisata, dan sekitarnya, pihak pengelola bisa membuat alternatif kegiatan lain.
- b. Solusi berkaitan dengan sumber daya manusia, seperti tenaga pengelola yang belum berpengalaman, kurang terdidik, keterbatasan jumlah tenaga,



bisa dilakukan dengan mengundang pihak berkompeten untuk melatih sumber daya manusia, mengembangkan website pemerintah desa yang memuat aktivitas terkait desa wisata, bekerja sama dengan berbagai instansi pemerintah dan lembaga pendidikan menawarkan bagi para siswa SMK di lokasi berdekatan dengan desa wisata untuk melakukan program training atau magang.

- c. Solusi berkaitan dengan sumber daya energi bisa dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak terkait untuk merancang sumber daya matahari, membangun jejaring internet bagi masyarakat desa wisata.

SIMPULAN DAN SARAN

Pengembangan desa wisata merupakan penerapan kebijakan pemerintah pusat dalam rangka membangun desa dengan keterlibatan masyarakat desa bersangkutan. Pengembangan desa wisata sebagai upaya diversifikasi desa yang pada umumnya berbasis pada pertanian. Diversifikasi usaha desa ini bertujuan untuk meningkatkan perekonomian desa, ber basis pada industri wisata, baik usaha barang dan jasa, dalam bentuk produk, akomodasi, amenitis, aksesoris, adat istiadat, tradisi, dan berbagai bentuk lain. Pengembangan desa wisata dilakukan dengan memberikan nilai tambah bagi produk barang dan jasa yang tersedia, memperhatikan aspek multi-dimensional yang ada, baik sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber energi.

Pengembangan desa wisata mencakup penggalan potensi yang ada di desa, baik sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya energi, yang berasal dari unsur alam, sosial, budaya, juga masyarakat, sehingga karakter dan sifat alami juga lestari desa wisata tetap terpelihara. Desa wisata sebagai solusi terbaik dari faktor ekonomi bagi desa di masa pandemi Covid-19. Namun pelaksanaan desa wisata harus melibatkan pengawasan dari berbagai pihak, agar dapat mengurangi resiko gangguan efektivitas dan efisiensi desa wisata, seperti niat tidak bertanggungjawab para pengelola. Pihak pengelola juga perlu membangun network atau jaringan kerja, mengembangkan keberadaan driver force atau tenaga penggerak desa wisata, sehingga program desa wisata ini dapat terimplementasi dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Dewi, R., Suyanto, E., Harliana, S.T. (2021). Desa Wisata dan Pandemi Covid-19 (Analisis Dampak Pandemi Covid-19 pada Industri Wisata dengan Pengelolaan Swadaya Masyarakat). Prosiding Seminar Nasional “Pengembangan Sumber Daya Pedesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan”, Purwokerto, 12-14 Oktober 2021.



- Dwityasari, R. Pangestuti, E. (2017). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Batik Blimbing Malang. Malang: Unibraw. *Jurnal Administrasi Bisnis*. JAB 50(4), 96-105.
- Herdiana, Dian. (2019). Peran Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat. *JUMPA*, 63-86.
- Jakaria, dkk. Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menuju Era Society 5.0 di Tengah Pandemi Covid-19
- Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Inovasi dan Kolaborasi Penta Helix (Semnas IKRAITH, 1 Oktober 2022, Jakarta: Univ Persada Indonesia, YAI).
- Kartajaya, Hermawan. (2020). *Marketing Plus 2000/SC Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mashuri, M. (2019). Analisis Strategi Pemasaran UMKM di Era 4.0. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*. 8(2), 209.
- Page. S.J. Getz, D. (2017). *The Business of Rural Tourism: International Perspectives*. London: International Thompson Business Press.
- Prakoso, L.Y., Sianturi, D. (2019). Pentingnya Penanaman Nilai-Nilai Kebangsaan bagi Masyarakat Pesisir Pulau Terdepan sebagai Upaya Keikutsertaan Warga Negara dalam Bela Negara. *Strategi Pertahanan Laut*, 5(3), 117-132.
- Purwanggono. (2019). *Konsep Desa Wisata*. Jakarta: Univ. Sahid.
- Rahim, A.R. Rajab, E. (2017). *Manajemen Strategi*. Makasar: UMM.
- Rianto, dkk. (2021). Kebijakan Publik Desa Wisata Solusi Ekonomi di Masa Pandemi Covid-19 untuk Mendukung Ekonomi Pertahanan. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2 (5), 1441-1450.
- Santika, E.E. (2017). Partisipasi Masyarakat dan Pengembangan Desa Wisata Jembrak, Kec. Pabelan, Kab. Semarang. *Fakultas Teknologi Informasi, UNKRIS Satya Wacana*, 8.
- Whellan, Tensie. (2011). *Nature Tourism. Managing for The Environment*. Island Press.
- Zakaria, F. Supriharjo, R.D. (2014). Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan. *Jurnal Teknik Pomits* 3(2), 245-250.



“NGAYAH RING DESA” : PERAN PERGURUAN TINGGI PARIWISATA DALAM MEMBANGKITKAN KESADARAN LULUSAN UNTUK MEMBANGUN PARIWISATA DI DESA SEBAGAI PILAR PARIWISATA BERKELANJUTAN

Desak Gede Chandra Widayanthi, Luh Putu Kartini

PENDAHULUAN

Ngayah adalah suatu konsep lokal Bali yang merujuk pada tindakan mengabdikan keterampilan, tenaga, dan pemikiran untuk kepentingan masyarakat. Praktik ngayah diterapkan dalam keseharian seperti pada kegiatan membersihkan Pura, membantu pelaksanaan upacara adat, dan kegiatan-kegiatan lainnya dengan prinsip pelaksanaan tulus dan ikhlas (Pertiwi, 2021). Meskipun istilah ini merupakan istilah dalam bahasa Bali, konsep serupa juga ditemukan secara universal. Di daerah Gorontalo, konsep serupa disebut sebagai Huyula dan di Suku Karo, Sumatera Utara istilah Marsiadapari merujuk pada konsep serupa (Jamilah, 2020).

Konsep ngayah di Perguruan Tinggi telah diamanatkan untuk dilaksanakan melalui Tri Dharma Perguruan Tinggi. Salah satu unsur Tri Dharma adalah Pengabdian kepada Masyarakat. Selain pelaksanaan program berupa kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan untuk peningkatan kapasitas masyarakat, Pengabdian kepada Masyarakat dapat diartikan pula sebagai “kegiatan sivitas akademika yang memanfaatkan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi untuk memajukan kesejahteraan masyarakat dan mencerdaskan kehidupan bangsa” (Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012). Bahkan, dalam pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat, kolaborasi antara dosen dan mahasiswa sebagai satu kesatuan sivitas akademika sangat diapresiasi.

Dalam pelaksanaan ngayah melalui Tri Dharma oleh Perguruan Tinggi Pariwisata, desa wisata merupakan lokus yang paling sering disasar. Desa wisata adalah desa yang dapat hidup mandiri dan memasarkan potensinya sebagai daya tarik wisata tanpa melibatkan investor. Sesotyaningtyas & Manaf (2015) menemukan bahwa pengembangan desa wisata dapat meningkatkan pertanian kolektif pedesaan, mempercantik tampilan pedesaan, memperkuat konstruksi peradaban pedesaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan meningkatkan kehidupan dan gaya hidup tradisional masyarakat, dan mengurangi kesenjangan perkotaan-pedesaan dan membangun masyarakat yang harmonis.

Mempertimbangkan mendasarnya kewajiban perguruan tinggi dalam melaksanakan ngayah di desa wisata, perlu dipikirkan mengapa konsep ini tidak lebih dalam diresapi sehingga luaran dari pelaksanaan ngayah ini lebih dari



sekedar peningkatan kapasitas masyarakat desa, namun perubahan pola pikir dan perilaku masyarakat desa sebagai sasaran kegiatan dan bahkan perubahan mendasar dalam pemaknaan pendidikan vokasi pariwisata itu sendiri, yakni menumbuhkembangkan insan pariwisata siap ngayah untuk kemajuan pariwisata Indonesia, yang salah satunya dengan mengembangkan desanya yang menjadi akar dari kelahirannya.

Artikel ini ditulis untuk mengeksplorasi literatur yang relevan dan membangun kerangka konsep yang menggambarkan peran perguruan tinggi pariwisata dalam menumbuhkembangkan potensi mahasiswanya sehingga tumbuh lebih dari sekedar tenaga kerja yang profesional dan berdaya saing, namun juga tumbuh menjadi manusia holistik dengan kesadaran hidup untuk memberikan kebermanfaatn bagi sekitarnya. Pengembangan sumberdaya manusia yang memiliki value ini akan mennubuhkan insan yang dengan penuh kesadaran mengembangkan pariwisata berkelanjutan di tanah airnya, salah satunya melalui pengelolaan desa wisata.

PEMBAHASAN

Perguruan Tinggi Pariwisata dapat berperan aktif dalam membangkitkan kesadaran lulusan untuk membangun desa wisata sebagai pilar pariwisata berkelanjutan. Hal ini dapat dilaksanakan dalam tiga peran utama sebagai lembaga pendidikan yakni membina sumber daya manusia pariwisata yang berketerampilan sehingga siap untuk membangun pariwisata di desanya, membentuk lulusan yang berkesadaran ngayah untuk tanah kelahirannya, dan menumbuhkembangkan manusia holistik melalui proses pendidikan yang berkualitas.

Perguruan Tinggi Pariwisata Berperan dalam Membina SDM Pariwisata Unggul yang Berketerampilan.

Pembangunan Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi salah satu prioritas kerja 2020 – 2024 Presiden Republik Indonesia (RI) yang tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020 – 2024. Hal ini selaras dengan Dokumen Peta Jalan SDM Pariwisata Indonesia 2021-2024 di Destinasi Super Prioritas (DSP) oleh Kementerian Koordinator (Kemenko) Bidang Kemaritiman dan Investasi dan Renstra Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020 – 2025. Dalam kebijakan tersebut disebutkan arah kebijakan adalah pengelolaan SDM dan kelembagaan pariwisata dan ekonomi kreatif (ekraf) dalam mewujudkan SDM unggul dan berdaya saing (Uno, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa strategi melalui pendidikan vokasi, pelatihan dan sertifikasi serta penguatan komunitas dan kelembagaan guna menghasilkan SDM yang kompeten dan profesional serta wirausaha mandiri perlu diselaraskan dan disinergikan untuk menjawab tantangan dan peluang



pembangunan SDM parekras nasional, salah satunya lewat peran Perguruan Tinggi Pariwisata. (Cecep, 2021; Rijal & Arifin, 2022; Simanjuntak, 2017).

Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi kunci sukses dalam pengembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, sehingga fokus Perguruan Tinggi Pariwisata dalam hal ini adalah menitikberatkan pada perubahan mindset SDM Parekras menjadi agen perubahan/agent of change. Salah satu langkah pemulihan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif adalah melalui peningkatan kapasitas SDM dengan mensinergikan kolaborasi Pemerintah, Perguruan Tinggi Pariwisata dan Industri Pariwisata dalam menciptakan SDM unggul dan berdaya saing, yaitu: Triple Skilling Perguruan Tinggi Pariwisata (Skilling, Reskilling & Up skilling); pengembangan Centre of Excellence, dan Sertifikasi Kompetensi (Uno, 2021).

Strategi untuk membentuk SDM unggul adalah Tripartite Strategy antara Perguruan Tinggi Pariwisata, Industri Pariwisata dan Pemerintah. Perguruan Tinggi Pariwisata menjadi tempat pembentukan SDM Unggul yang didukung secara sinergis oleh industri, dimana industri akan memberikan berbagai masukan, sebagai tempat SDM belajar secara nyata dan akhirnya pemerintah menjadi pembuat kebijakan dan regulasi. Untuk mengakselerasi dihasilkannya SDM unggul pariwisata tersebut, dibutuhkan formalisasi kerjasama antara pemerintah dan pendidikan tinggi yang akan menjadi payung bagi berbagai kolaborasi ke depan antara Pemerintah dan Perguruan Tinggi Pariwisata, dalam hal ini adalah Kemenparekras dan HILDIKTIPARI (Lemy, 2021)

Sejalan dengan akselerasi antara Pemerintah dan Perguruan Tinggi Pariwisata, paradigma pembangunan pariwisata juga dimaktubkan dalam RPJMN 2020 -2024 yang mengarah ke Pariwisata Berkualitas (Quality Tourism). Target utama dari pariwisata berkualitas adalah kapasitas SDM Parekras, daya dukung lingkungan, dan citra pariwisata yang berdaya saing nusantara, yang memiliki nilai utama berupa pariwisata berkelanjutan dan SDM terampil (Cecep, 2021). Untuk meningkatkan kualitas & reputasi destinasi pariwisata yang memiliki outstanding value proposition, lokalitas, berdaya saing, inklusif, dan berkelanjutan untuk mewujudkan ekosistem pariwisata yang terintegrasi, mendorong pembangunan daerah dan peningkatan kesejahteraan masyarakat dengan memperhatikan sumber daya alam, budaya dan manusia agar tercapainya tujuan destinasi yang berkualitas, resilient, dan berkelanjutan, salah satunya melalui program pengembangan desa wisata (Cecep, 2021; LombokPost, 2021).

Dalam RPJMN 2020 – 2024, paradigma pembangunan pariwisata berkelanjutan mengarah pada pariwisata berkualitas (Quality Tourism). Dalam mengembangkan konsep pariwisata berkualitas diperlukan adanya integrasi yang saling mendukung dan bekerjasama di masing- masing sektor. Lebih lanjut dalam RPJMN 2020-2024 dijelaskan bagaimana suatu destinasi pariwisata mengembangkan suatu produk pariwisata yang memang bertanggung jawab



yaitu destinasi pariwisata berhasil membangun suatu sistem pariwisata yang kegiatannya berjalan berkelanjutan dengan memberikan dampak berkualitas baik bagi produknya dan juga kualitas pengalaman wisatawannya (Mahagangga, 2018).

Sumber daya manusia (SDM) merupakan peran penting dalam setiap pengelolaan pariwisata berkelanjutan. Sumber daya manusia berperan penting karena pelaku semua kegiatan adalah manusia itu sendiri. Apabila manusia yang melakukan kegiatannya berkualitas, akan sangatlah mungkin untuk dapat menghasilkan produk yang berkualitas. Pariwisata tanpa SDM yang berkualitas akan sulit berkembang. Maka perlu dilakukan pembenahan dulu di sektor SDM, yang nantinya mampu mengelola kekayaan budaya Indonesia sebagai daya tarik pariwisata. Dengan SDM yang profesional juga bisa mengembangkan ekonomi kreatif, sekaligus meningkatkan pendapatan devisa negara (Qurrata & Merlinda, 2021; Setiawan, 2016).

Untuk itu peningkatan SDM pariwisata mutlak dilakukan. Pemerintah harus menjadi pelopor dalam kegiatan ini. Peningkatan SDM dalam bidang pariwisata dapat dilakukan dengan membangun sekolah – sekolah bidang pariwisata, memberikan pelatihan – pelatihan khusus pariwisata terhadap masyarakat dan juga memberikan reward kepada SDM pariwisata yang mampu meraih prestasi di bidangnya. Hal tersebut bertujuan agar SDM pariwisata termotivasi untuk melakukan segala hal yang berkualitas dalam pariwisata (Mahagangga, 2018). Alur pariwisata berkualitas dapat dimulai dari permintaan yang muncul dari wisatawan yang berkualitas, kemudian dipenuhi oleh penawaran layanan oleh SDM yang berkualitas. Layanan prima tersebut lahir dari transfo pelatihan dan pengembangan yang berkualitas, yang tentunya dibawakan oleh trainer yang terampil (dalam hal ini adalah lulusan Perguruan Tinggi Pariwisata). Pelatihan dan pengembangan SDM Pariwisata itu kemudian memunculkan komunitas Pariwisata dan Ekraf yang berkualitas yang bertujuan menciptakan citra pariwisata yang unggul dan berdaya saing (Budarma & Suarta, 2017; Cecep, 2021; Habibie, 2022; Rijal & Arifin, 2022; Setiawan, 2016; Simanjuntak, 2017; Uno, 2021).



Gambar 1. Alur Proses Konsep Quality Tourism

Sumber: (Budarma & Suarta, 2017; Cecep, 2021; Habibie, 2022; Rijal & Arifin, 2022; Setiawan, 2016; Simanjuntak, 2017; Uno, 2021), data diolah

Tujuan utama pengembangan SDM Pariwisata dan Ekraf yang berkualitas adalah bergerak menuju pertumbuhan yang berkelanjutan; yaitu, untuk menciptakan tenaga kerja terlatih, untuk meningkatkan pengetahuan tentang sumber daya alam dan pemanfaatannya yang efektif dan untuk menciptakan lembaga untuk investasi (Setiawan, 2016). Selain itu, integrasi paradigma lokal value dalam konsepsi pembangunan pariwisata berkelanjutan kaitannya dengan pengembangan SDM berkelanjutan akan menghasilkan empat elemen penting yaitu, spiritual, kesejahteraan ekonomi, sosial dan ekologis (Budarma & Suarta, 2017).

Perguruan Tinggi Pariwisata Berperan dalam Membentuk Sumber Daya Manusia yang Berkesadaran Nyayah.

Desa Wisata memiliki manfaat ekonomi secara berkeadilan yang dapat dirasakan langsung oleh masyarakat, banyak aktivitas ekonomi yang dapat diciptakan. Desa Wisata diharapkan dapat mendorong pelaku parekraf di desa agar berkembang dalam menopang perekonomian. Orkestrasi pengembangan desa wisata dalam bidang peningkatan kapasitas masyarakat dan daerah meliputi pelatihan SDM Parekraf, hospitality management, pemberdayaan masyarakat & ekonomi lokal/UMKM/lokal champion, peningkatan literasi & ekosistem digital, pelatihan/bimbingan teknis, sertifikasi kompetensi, program sadar wisata, dan sinergi pembangunan pariwisata daerah (Cecep, 2021; Uno, 2021). Strategi penguatan SDM ini tentu saja memerlukan peran serta dari Perguruan Tinggi Pariwisata, selain ikut ambil bagian dalam memberikan pelatihan/bimbingan teknis SDM Parekraf, juga dapat turut serta



membangkitkan kesadaran lulusan dalam membangun pariwisata di desa asalnya sebagai bagian dari semangat pembangunan pariwisata nasional.

Hal tersebut sejalan dengan peran Perguruan Tinggi Pariwisata yang kedua, yakni membangun semangat ngayah sehingga lulusannya siap memajukan pariwisata di desa dan komunitas asalnya. SDM unggul dan berdaya saing yang dihasilkan oleh Perguruan Tinggi Pariwisata tidak hanya kompeten untuk bersaing di industri, namun dapat diarahkan untuk ikut ambil bagian dalam pembangunan pariwisata daerah asalnya. Sejalan dengan rencana pengembangan desa wisata yang terintegrasi dan kolaboratif dengan strategi 3C (Commitment, Competence, Change Agent), lulusan Perguruan Tinggi Pariwisata disinergikan untuk memiliki komitmen membangun pariwisata di daerah asal, menjadi SDM yang unggul dan berdaya saing, dan menjadi agen perubahan/trainer of trainer bagi pelaku pengembangan pariwisata di daerahnya. Untuk mewujudkan hal tersebut, peran Perguruan Tinggi Pariwisata untuk mendukung pengembangan desa wisata (Habibie, 2022; Qurrata & Merlinda, 2021; Setiawan, 2016) adalah:

1. Mendorong pengembangan desa wisata melalui kegiatan dukungan pemetaan potensi / profiling destinasi wisata/desa wisata;
2. Pendampingan SDM Parekraf melalui program pengabdian masyarakat seperti pelatihan dan peningkatan kapasitas SDM, homestay Desa Wisata;
3. Rantai pasok /supply chain pekerja pariwisata lokal (lulusan sekolah pariwisata) bagi sektor wisata seperti akomodasi & restoran;
4. Sebagai agent of change untuk mendorong gerakan berwisata dan sadar wisata, misalnya optimalisasi peran Genpi (Kemenparekraf), HMPI (HILDIKTIPARI), dll.

Tidak hanya itu, peran lulusan Perguruan Tinggi Pariwisata dalam optimalisasi penguatan SDM di daerah asalnya juga memiliki nilai tambah. Dengan melibatkan lulusan untuk membangun daerahnya melalui desa wisata, mereka juga akan merujuk konsep tatanan nilai-nilai kearifan lokal sebagai sarana konsepsi pembangunan desa wisata yang berkelanjutan. Sehingga, selain membantu penguatan kemitraan rantai nilai, lulusan Perguruan Tinggi Pariwisata juga dapat kesadaran dan peran masyarakat serta pemangku kepentingan didaerahnya dalam mewujudkan pengembangan potensi, kapasitas dan partisipasi masyarakat dan kapasitas sumber daya lokal untuk menciptakan iklim kondusif kepariwisataan setempat.

Implikasi penguatan lokal value dikaitkan dengan pariwisata berkualitas dan yang menjadi dasar konsep Ngayah ring Desa, maka peran lulusan Perguruan Tinggi Pariwisata dalam membangun pariwisata di daerahnya dapat berupa perencanaan dan pengembangan desa wisata khususnya SDM. Dalam perencanaan pengembangan SDM di desa wisata dengan melibatkan lulusan Perguruan Tinggi Pariwisata, program diharapkan dapat menyaring dan melatih



warga sehingga mereka dapat memperoleh keterampilan teknis yang diperlukan termasuk operasi dan pemeliharaan fasilitas dan peralatan, manajemen keuangan, produksi dan layanan makanan dan minuman, manajemen dan administrasi personalia (Habibie, 2022), seperti:

- a. Menentukan kebutuhan dan jenis partisipasi warga yang diperlukan (meliputi analisis pekerjaan, menyiapkan uraian pekerjaan, spesifikasi pekerjaan, dan menyiapkan perkiraan staf) Urutan kegiatan ini mengarah pada perincian jumlah SDM, dengan kualifikasi dan keterampilan khusus apa yang akan dibutuhkan di semua fasilitas utama dalam tujuan wisata di desa wisata.
- b. Menentukan pengembangan program pendidikan dan pelatihan yang diperlukan untuk warga yang semua staffnya akan diambil dari penduduk desa wisata.
- c. Bekerja sama dengan pihak terkait untuk mengadakan pelatihan bagi warga desa Medana sesuai dengan kemampuan yang dimiliki, misalnya pelatihan bahasa asing untuk guide lokal, pelayanan prima untuk homestay, pola penjagaan keamanan dan keselamatan bagi staff keamanan, P3K dan CPR dibidang kesehatan, pelatihan mitigasi bencana alam, juga cara pengemasan dan pemasaran kerajinan bagi pembuat souvenir di desa wisata.
- d. Bekerjasama dengan stakeholder dalam hal pelatihan khususnya akademisi dan praktisi (POLTEKPAR, ASITA, IHGMA, ICA, PHRI dll)

Perguruan Tinggi Pariwisata Berperan dalam Menumbuhkembangkan Manusia Holistik melalui Pendidikan yang Berkualitas.

Dalam pembentukan lulusan yang terampil dan berkesadaran gayah, Perguruan Tinggi Pariwisata perlu mengembangkan kurikulum yang berlandaskan Paradigma Manusia Holistik (Whole Person Paradigm). Whole Person Paradigm dalam pendidikan adalah pendekatan mendidik berdasarkan hakikat manusia yang terdiri dari empat dimensi yakni mind (pikiran), heart (rasa), body (tubuh), dan spirit (jiwa). Berbeda dengan pendidikan berdasarkan filosofi behaviorisme yang menyatakan bahwa manusia yang belajar membutuhkan motivasi dan tujuan, Pendidikan berdasarkan Whole Person Paradigm (WPP) menyadari bahwa untuk memaksimalkan potensi manusia, kebutuhan empat dimensi tersebut perlu diwujudkan (Jovanovski, 2020). Adapun kebutuhan empat dimensi yang dimaksud adalah

- a. Pikiran (Mind) membutuhkan pembelajaran (growth and development);
- b. Rasa (Heart) membutuhkan kasih sayang (emotions, relationships);
- c. Tubuh (Body) membutuhkan kehidupan (survival);
- d. Jiwa (Spirit) membutuhkan kesempatan untuk meninggalkan warisan (meaning and contribution);



Dengan demikian, sebagai lembaga pendidikan yang menyadari bahwa mendidik adalah pembentukan manusia yang seutuhnya yang mampu meningkatkan taraf peradabannya, bukan hanya membentuk tenaga kerja yang siap digunakan dalam perkembangan industri (Özdaş, dkk., 2020).

Dalam bidang pariwisata, peningkatan taraf peradaban ini dapat berupa kesadaran untuk mengembangkan pariwisata lebih dari sekedar mencapai kesejahteraan pelakunya berupa kecukupan kebutuhan hidup, namun juga mampu melestarikan alam dan komunitas yang menjadi meaning and contribution umat manusia. Kesadaran untuk mendidik berdasarkan Whole Person Paradigm, khususnya yang dilaksanakan oleh Perguruan Tinggi Pariwisata dengan mengembangkan kesadaran ngayah dalam mengembangkan desa wisata, mampu memaksimalkan pemenuhan kebutuhan empat dimensi manusia.

Kebutuhan Pikiran (mind) terhadap growth and development dapat terpenuhi dengan kegiatan pembelajaran teori dan praktek yang dilaksanakan di lembaga Perguruan Tinggi Pariwisata. Dalam pelaksanaan pembelajaran ini, perlu dilaksanakan kegiatan yang mendorong mahasiswa untuk merasakan sense of success. Pembelajaran berbasis proyek (Project-Based Learning) sangat direkomendasikan karena model pembelajaran ini dapat membantu pemenuhan dimensi manusia secara kompleks.

Kebutuhan Rasa (Heart) terhadap ekspresi emosi dan relationships dapat dipenuhi melalui kegiatan pembelajaran yang sarat kolaborasi. Pengembangan desa wisata dapat mendorong kolaborasi dengan berbagai pihak dalam satu waktu, yakni dengan sesama mahasiswa, dosen, pemerintah, aparat desa, pengelola desa wisata, wisatawan yang berkunjung, warga desa, hingga dengan alam sekitar yang juga berinteraksi dengan mahasiswa.

Kebutuhan Tubuh (Body) terhadap survival terpenuhi dengan adanya penugasan yang penuh tantangan namun pada saat bersamaan didampingi oleh pembimbing yang siap memberikan bantuan apabila dibutuhkan. Aktivitas fisik dan penugasan yang memantapkan mental dapat memenuhi kebutuhan dimensi ini.

Kebutuhan Jiwa (Spirit) terhadap meaning and contribution adalah kebutuhan dimensi tertinggi yang merupakan tantangan bagi pendidik untuk memenuhinya. Seringkali, pembelajar yang memiliki keterampilan dan kecerdasan tinggi jiwanya “kosong” karena dalam proses pendidikannya kebutuhan Jiwa belum dapat dipenuhi secara optimal. Menumbuhkembangkan value ngayah akan membantu insan pariwisata unggulan untuk tumbuh optimal dengan “berjiwa” karena dengan penanaman nilai ngayah pembelajar akan terbiasa melakukan sesuatu untuk kebermanfaatannya bagi sesama dan sekitarnya dan menyadari bahwa apa yang dilakukannya memiliki nilai dan kontribusi yang memenuhi kebutuhan jiwanya.



Apa hubungan antara peran Perguruan Tinggi Pariwisata dalam membentuk lulusan berketerampilan, mengembangkan semangat ngayah, menumbuhkembangkan manusia holistik dengan pengembangan desa wisata sebagai pilar pariwisata berkelanjutan? Sebagaimana yang diuraikan sebelumnya bahwa pariwisata berkelanjutan melalui pengembangan Quality Tourism, yang salah satu upaya masifnya adalah pengembangan desa wisata. Sebagaimana yang telah diuraikan dalam Gambar 1, terdapat 6 (enam) dimensi Quality Tourism yang jika ditarik benang merahnya, seluruh aspek dapat disarikan menjadi satu komponen pokok yakni manusia.

SIMPULAN

Berdasarkan Pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Perguruan Tinggi Pariwisata dapat berperan aktif dalam membangkitkan kesadaran lulusan untuk membangun desa wisata sebagai pilar pariwisata berkelanjutan. Hal ini dapat dilaksanakan dalam tiga peran utama sebagai lembaga pendidikan yakni membina sumber daya manusia pariwisata yang berketerampilan sehingga siap untuk membangun pariwisata di desanya, membentuk lulusan yang berkesadaran ngayah untuk tanah kelahirannya, dan menumbuhkembangkan manusia holistik melalui proses pendidikan yang berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Budarma, I. K., & Suarta, K. (2017). The Role of Lokal Value in Global Sustainable Tourism Development Paradigm. the Case of Tourism in Bali. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 2(1), 218. <https://doi.org/10.22334/jbhost.v2i1.58>
- Cecep. (2021). PENGUATAN PERAN POLTEKPAR PADA PROGRAM DESTINASI PARIWISATA SUPER PRIORITAS DAN DESA WISATA.
- Habibie, F. H. (2022). PENDIDIKAN NASIONAL PARIWISATA TERHADAP PENGEMBANGAN DAN TANTANGAN DUNIA PARIWISATA. Vol 27 No 2 (2022): *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 128–144.
- Jamilah, A. (2020). 7 Tradisi Unik Gotong Royong dari Berbagai Daerah di Indonesia. Diakses pada <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/11/13/7-tradisi-unik-gotong-royong-dari-berbagai-daerah-di-indonesia>
- Jovanovski, A. (2020). The Whole Person Paradigm. Diakses pada <https://www.trainerslibrary.org/the-whole-person-paradigm/>
- Lemy, D. M. (2021). Upaya Peningkatan Mutu Pendidikan Tinggi Pariwisata. *LombokPost*. (2021). 99 Desa Wisata, Terobosan Memulihkan Ekonomi. <https://lombokpost.jawapos.com/ntb/27/06/2021/99-desa-wisata-terobosan-memulihkan-ekonomi/>



- Mahagangga, I. N. S. dan I. O. (2018). PENGEMBANGAN DESTINASI BERKUALITAS DI BALI. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 02, 123–134.
- Özdaş, dkk. (2020). The Whole Human Being Paradigm and Holistic Curriculum Approach. *Proceeding in International Conference "New Perspective in Science Education"*, 3rd Edition.
- Pertiwi, P.R. (2021). *Ngayah: Eksistensi Gotong Royong Ala Bali, Mampukah Bertahan?* Diakses pada <https://etnis.id/featured/ngayah-eksistensi-gotong-royong-ala-bali-mampukah-bertahan/>.
- Qurrata, V. A., & Merlinda, S. (2021). The role of university on economic development in heritage tourism area in Malang City , Indonesia. *Community Empowerment through Research, Innovation and Open Access*, 8–12. <https://doi.org/10.1201/9781003189206-2>
- Rijal, S., & Arifin, M. (2022). The Existence of Tourism Higher Education Under the Ministry of Tourism and Creative (FRQRP \ 3713 7RZDUG , QGRQHVL D · V * ROGHQ Generation 2045. *Linguistics and Culture Review*, 6(S2), 338-353., 6, 338–353. <https://doi.org/https://doi.org/10.21744/lingcure.v6nS2.2111>
- Sesotyaningtyas, M., & Manaf, A. (2015). Analysis of Sustainable Tourism Village Development at Kutoharjo Village, Kendal Regency of Central Java. *Procedia-Sosial and Behavioral Sciences*, 184(August 2014), 273–280. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.05.091>
- Setiawan, R. I. (2016). Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Pariwisata : Perspektif Potensi Wisata Daerah Berkembang. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* Vol. 1 No. 1 (2016), 23–35.
- Simanjuntak, M. (2017). OPPORTUNITY FOR TOURISM PROFESSIONAL DEVELOPMENT. *BINUS BUSINESS REVIEW* Vol. 4 No. 1 Mei 2017: 473-486, 9, 473–486.
- Uno, S. S. (2021). Sinergitas Kolaborasi Perguruan Tinggi Pariwisata dalam Menciptakan SDM Unggul dan Berdaya Saing.



PARTISIPASI MASYARAKAT LOKAL DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA SAYAN, KECAMATAN UBUD, BALI

Teguh Hadisukarno, Putu Surya Laksana Rahjasa, Dewa Gede Ngurah Byomantara

PENDAHULUAN

Desa Sayan menawarkan banyak keunikan selain pemandangan alamnya yang indah, wisata sejarah juga wisata kuliner. Pengalaman wisata otentik di Desa Sayan dikembangkan menjadi dua yakni Main Activities dan Side Activities. Main activities terdiri dari aktivitas wisata minat khusus, The Authentic Village Experiences of Young Artist and Spiritual Healing in Nature. Sementara Side Activities dapat dipadukan dengan The Authentic Sayan Historical Experience mengunjungi pura – pura kuno seperti Puseh-Desa dengan peninggalan arca – arca lingga yoni, telah ada sebelum masa Kerajaan Majapahit.

Menyambut terbitnya Surat Keputusan Bupati nomor 762/E-02/HK/2020 Kabupaten Gianyar yang memasukkan Desa Sayan di Kecamatan Ubud sebagai salah satu Desa Wisata, masyarakat Desa Sayan menginginkan Desa Wisata Sayan dapat berkembang menjadi Desa Wisata yang menarik bagi wisatawan untuk berkunjung dan berharap penetapan status Desa Wisata mampu meningkatkan taraf hidup ke arah yang lebih baik. Masyarakat Desa Wisata Sayan juga sudah membentuk Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS).

Prinsip dalam pengembangan Desa Wisata salah satu unsurnya adalah pelibatan masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan terkait pengelolaan suatu kawasan wisata. Menurut Timothy (1999) ada dua perspektif dalam melihat partisipasi masyarakat dalam pariwisata yaitu partisipasi masyarakat lokal dalam proses pengambilan keputusan dan manfaat yang diterima masyarakat dari pembangunan pariwisata.

Menengok dua perspektif di atas dapat diambil kesimpulan bahwa sifat dan bentuk partisipasi masyarakat lokal terhadap pembangunan dan pengembangan pariwisata di daerahnya sangatlah beragam baik dari mulai perannya pada tingkatan paling tinggi yaitu pengambilan keputusan atau hanya sampai pada tingkatan paling rendah yaitu hanya sebagai pekerja pada usaha pariwisata yang ada di daerahnya.

Beberapa penelitian tentang partisipasi masyarakat telah dilakukan oleh beberapa akademisi maupun peneliti. Rumadana dkk misalnya, pada tahun 2016 di Desa Malaka Lombok Utara melakukan penelitian yang menggunakan teori typologi partisipasi masyarakat dengan fokus pada pengembangan pariwisata budaya. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat Desa Malaka di Lombok Utara masih tergolong rendah dalam pengembangan daya tarik wisata budaya. Dari 5 tahapan pengembangan



pariwisata, diketahui bahwa partisipasi masyarakat Desa Malaka tinggi pada tahapan implementasi. Sedangkan pada tahapan identifikasi dan tahapan perencanaan lebih banyak dilakukan oleh Pemerintah Daerah.

Rama pada tahun 2017 melakukan penelitian partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan daerah tujuan wisata Jatiluwih sebagai warisan budaya dunia. Tujuan umum penelitian tersebut adalah untuk mengetahui sikap masyarakat lokal dalam pengembangan daerah tujuan wisata Jatiluwih sebagai warisan budaya dunia. Sedangkan tujuan khususnya adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan daerah tujuan wisata Jatiluwih sebagai warisan budaya dunia.

Partisipasi masyarakat secara umum diartikan sebagai keikutsertaan masyarakat dalam suatu kegiatan. Di bidang kepariwisataan terdapat beberapa bentuk partisipasi masyarakat yang dapat mempengaruhi minat dan keterlibatannya pada bidang industri tersebut (Michael, 2009)

Konsep Partisipasi Masyarakat

Partisipasi masyarakat merupakan faktor yang sangat penting dalam meningkatkan kapasitas masyarakat dalam pengembangan pariwisata. Partisipasi masyarakat menjadi salah satu prinsip UNEP dalam implementasi pariwisata berkelanjutan. Partisipasi masyarakat yang kurang dalam kegiatan pariwisata akan mengakibatkan tidak adanya persatuan, pengembangan dan program (Aref dan Redzuan, 2009:69). France (1998) (dalam Sanchez 2009:14) menambahkan partisipasi merupakan “a process of empowerment that helps to involve lokal people in the identification of problems, decision-making and implementation which can contribute to sustainable development”. Ashley & Roe (1998) (dalam Aref dan Redzuan, 2009:69) menambahkan “community participation as a spectrum from passive to active involvement to full lokal”

Partisipasi masyarakat merupakan sebuah spektrum dari pasif menjadi keterlibatan aktif dari seluruh masyarakat lokal. Pentingnya partisipasi masyarakat dalam kegiatan kepariwisataan diungkapkan dalam Kode Etik Kepariwisata Dunia Pasal 5, yaitu: “penduduk setempat haruslah diikutsertakan dalam kegiatan kepariwisataan dan harus memperoleh manfaat secara adil dalam bidang ekonomi, sosial dan budaya, khususnya kesempatan kerja langsung maupun tak langsung dari kegiatan kepariwisataan”

Partisipasi masyarakat lokal dalam kegiatan pariwisata menunjang peningkatan taraf hidup masyarakat lokal, oleh karena itu partisipasi masyarakat lokal merupakan salah satu aspek penting dari pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Pasal 19 ayat 2 Undang-Undang tentang Kepariwisata No 10 menyatakan:

“Setiap orang dan/atau masyarakat di dalam dan di sekitar destinasi pariwisata mempunyai hak prioritas:



- a. menjadi pekerja/buruh;
- b. konsinyasi; dan/atau
- c. pengelolaan “

Pernyataan di atas menunjukkan masyarakat merupakan suatu komponen yang sangat penting yang harus diperhatikan keberadaannya dengan melibatkan mereka dalam kegiatan wisata serta menghargai hak-hak prioritas mereka seperti yang telah tertera di Undang-undang Kepariwisata No 10 Tahun 2009. Aref (2009:63) dalam jurnal *Assessing the Level of Community Participation as a Component of Community Capacity Building for Tourism Development* mengungkapkan:

“Community participation is an essential part of community development and one of the factors in the community capacity building process, which allows involvement of people in the different stages of decision making”

Berdasarkan konsep di atas, dapat disimpulkan partisipasi masyarakat merupakan salah satu komponen penting yang harus diterapkan guna menunjang keberlangsungan sebuah destinasi wisata. Konsep ini akan membantu mengungkapkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Sayan sebagai Daerah Tujuan Wisata.

Partisipasi Masyarakat pada proses pengambilan keputusan politis (decision making process) tentang pengembangan dan keberlanjutan kepariwisataan di suatu wilayah ditentukan oleh sense of community- yang oleh Mc.Millan & Chavis (1986) dinyatakan sebagai perasaan dimana sekelompok orang merasa saling memiliki, merasa saling ketergantungan satu sama lain, dan percaya bahwa kebutuhan mereka akan terpenuhi melalui komitmen kebersamaan dari masyarakat lokal (Pretty et al.,2006; Aref, 2011).

Typologi Partisipasi Masyarakat

Menurut Pretty (1995) Partisipasi masyarakat dalam kegiatan pariwisata sangat beragam, ada 7 bentuk partisipasi masyarakat lokal, yaitu:

- a. Manipulative participation (partisipasi manipulasi), yaitu partisipasi masih dalam bentuk berpura-pura. Wakil masyarakat dalam organisasi tidak memiliki kekuatan. Hampir tidak ada interaksi antara stakeholder dan pengelola.
- b. Passive participation (partisipasi pasif), yaitu masyarakat berpartisipasi dalam kegiatan yang telah ditentukan atau diputuskan oleh profesional seperti LSM atau pemerintah.
- c. Participation by consultation (partisipasi dalam bentuk konsultasi), yaitu masyarakat berpartisipasi dalam bentuk dengan berkonsultasi atau menjawab pertanyaan. Bentuk partisipasi ini tidak melibatkan masyarakat dalam mengambil keputusan.



- d. Participation for material incentives (partisipasi untuk insentif) yaitu masyarakat berpartisipasi dalam bentuk berkontribusi dengan menyediakan lahan dan menjadi tenaga kerja tanpa terlibat dalam proses pembelajaran.
- e. Functional participation (partisipasi fungsional), yaitu partisipasi ditunjukkan oleh agen luar untuk mencapai tujuan mereka, khususnya untuk menekan biaya. Masyarakat berpartisipasi dengan membentuk grup untuk mencapai hasilantisipasi.
- f. Interactive participation (partisipasi interaktif), yaitu masyarakat berpartisipasi dalam menganalisis, mengembangkan kerangka kerja dan memperkuat kelompok lokal. Masyarakat mempelajari metode untuk mencari perspektif dan kelompok memutuskan bagaimana menggunakan sumber daya yang ada.
- g. Self-mobilization and connectedness (pengerahan diri dan keterkaitan), yaitu masyarakat berpartisipasi dengan mengambil inisiatif sendiri dari institusi luar untuk mengubah sistem. Masyarakat mengembangkan kontak dengan institusi luar sebagai sumber dan saran teknis yang mereka butuhkan dengan tetap mengendalikan sumber yang digunakan.

Tipologi keterlibatan masyarakat di atas menunjukkan kedalaman partisipasi masyarakat lokal dalam aktivitas wisata, khususnya dalam mengambil keputusan. Semakin tinggi keterlibatan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, semakin besar kontribusi yang diterima oleh masyarakat.

Bentuk Partisipasi Masyarakat

Laksana (2013:61) menyebutkan bahwa secara umum bentuk partisipasi masyarakat dapat dibagi menjadi dua yaitu partisipasi yang diberikan dalam bentuk nyata (memiliki wujud) dan juga bentuk partisipasi yang tidak nyata (abstrak). Bentuk partisipasi yang nyata misalnya uang, harta benda, tenaga, dan keterampilan. Sedangkan bentuk partisipasi yang tidak nyata adalah partisipasi buah pikiran, partisipasi sosial, pengambilan keputusan dan partisipasi representatif.

Menurut Hamijoyo dan Iskandar (dalam Huraerah, 2011:116) menyebutkan bahwa ada beberapa bentuk partisipasi yaitu:

- a. Partisipasi Buah Pikiran, yang diberikan partisipan dalam anjang sono, pertemuan atau rapat.
- b. Partisipasi Tenaga, yang diberikan partisipan dalam berbagai kegiatan untuk perbaikan atau pembangunan desa, pertolongan bagi orang lain dan sebagainya.



- c. Partisipasi Harta Benda, yang diberikan orang dalam berbagai kegiatan untuk perbaikan atau pembangunan desa, pertolongan bagi orang lain yang biasanya berupa uang, makanan dan sebagainya.
- d. Partisipasi Keterampilan dan Kemahiran, yang diberikan orang untuk mendorong aneka ragam bentuk usaha dan industri.
- e. Partisipasi Sosial, yang diberikan orang sebagai tanda kegotyuban.

Indikator Manfaat Partisipasi Masyarakat

Beberapa penelitian tentang partisipasi masyarakat pada Community-based tourism (UNEP-WTO, 2005; Choi & Sirakaya, 2006; Zhang, 2010; Wei et al., 2012) menyebut bahwa manfaat yang dirasakan melalui keberpartisipasiannya dalam kegiatan pembangunan kepariwisataan bisa diamati melalui dua indikator utama yaitu:

Persepsi Manfaat Ekonomi, merupakan segala hal yang dirasakan oleh masyarakat lokal memiliki manfaat di bidang ekonomi dengan adanya aktivitas kepariwisataan di wilayahnya, diukur melalui item-item berikut (Untong et al. 2010) :

- a. Bertambahnya kesempatan kerja untuk masyarakat lokal.
- b. Bertambahnya pendapatan masyarakat lokal.
- c. Bertambahnya investasi untuk masyarakat local
- d. Tumbuhnya kesempatan berusaha bagi masyarakat lokal.

Persepsi Sosial-Budaya, merupakan segala hal yang dirasakan oleh masyarakat lokal memiliki manfaat di bidang sosial-budaya dengan adanya aktivitas kepariwisataan di wilayahnya, diukur melalui item-item berikut (Choi & Sirakaya, 2006):

- a. Pergeseran nilai-nilai tradisional karena pariwisata.
- b. Keberlanjutan aktivitas tradisional karena pariwisata.
- c. Pergeseran pada tatanan masyarakat tradisional.
- d. Pergeseran pada tata ruang dan bangunan tradisional.
- e. Pergeseran pada rasa bangga pada warisan budaya lokal.
- f. Pelestarian produk budaya lokal.
- g. Komersialisasi produk budaya lokal karena desakan pariwisata.

Pengertian Desa Wisata

Desa Wisata merupakan kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat dalam kesehariannya dan memiliki arsitektur bangunan serta struktur tata ruang yang khas atau kegiatan ekonomi yang unik dan menarik dan mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan misalnya: akomodasi, atraksi, makanan minuman, cinderamata dan kebutuhan wisata lainnya (Soemarno, 2010:1).



Komponen Desa Wisata

Menurut Soemarno (2010:7) terdapat 2 (dua) konsep utama dalam komponen Desa Wisata yaitu :

- a. Akomodasi, sebagian dari tempat tinggal penduduk setempat atau unit unit yang berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk setempat.
- b. Atraksi, seluruh kehidupan keseharian penduduk setempat beserta setting fisik lokasi desa yang memungkinkan berintegrasinya wisatawan sebagai partisipasi aktif seperti : kursus tari, kursus masak, bahasa dan lain lain.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan selama 5 bulan yaitu pada bulan April s/d Agustus 2021 dan dilaksanakan di Desa Wisata Sayan, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar. Provinsi Bali. Penelitian ini berbentuk penelitian kualitatif, dengan populasi penelitian ini adalah masyarakat di Desa Wisata Sayan, sedangkan sampelnya adalah masyarakat umum dan tokoh masyarakat, baik tokoh masyarakat formal (perangkat desa) dan informal (umum). Sedangkan teknik yang digunakan adalah purposive sampling. Dalam hal ini ditentukan sampel adalah masyarakat yang tergolong pada rentang usia antara 17 tahun sampai dengan usia 60 tahun, karena masyarakat pada usia tersebut dianggap bisa mengerti tentang hal hal apa saja yang dimaksud dalam kuesioner.

Metode Analisis Data

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Whitney dalam Nazir (2005: 55) penelitian deskriptif kualitatif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Metode yang digunakan dalam penelitian deskriptif ini adalah metode survei. Metode ini diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual, baik tentang situasisosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok atau suatu daerah. Tujuan pokok penelitian ini adalah untuk memecahkan masalah, bukan untuk menguji hipotesis (Sevilla, 1993: 76). Langkah-langkah dalam analisis ini adalah sebagai berikut:

- a. Merumuskan masalah.
- b. Menentukan variabel yang akan diteliti.
- c. Membandingkan variable satu dengan variable lainnya.
- d. Melakukan analisis data.
- e. Menarik kesimpulan.

GAMBARAN UMUM

Sejarah Desa Wisata Sayan

Sejarah Desa Wisata Sayan tidak bisa dipisahkan dengan Desa Kedewatan, karena Desa Wisata Sayan merupakan Pemekaran dari Desa



Kedewatan yang secara resmi sebagai desa difinitif berdasarkan keputusan Gubernur Nomor 661 tahun 1991, tanggal 28 Oktober 1991.

Desa/Kelurahan Sayan terdiri dari 8 Banjar yakni : Banjar Kutuh, Banjar Pande, Banjar Baung, Banjar Mas, Banjar Sindu, Banjar Ambengan, Banjar Panestanan Kaja dan Banjar Panestanan Kelod. Sedangkan Desa/Kelurahan Kedewatan memiliki 6 Banjar yaitu : Banjar Tanggayuda, Banjar Bunutan, Banjar Kedewatan, Banjar Lungsiakan, Banjar Payogan dan Banjar Kedewatan Anyar (Profil Desa Sayan, 2017)

Profil Desa Wisata Sayan

Letak Geografis

Desa Wisata Sayan secara administratif merupakan wilayah Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Jarak Desa Wisata Sayan dengan Kota Kecamatan Ubud sejauh 6 kilometer, jarak dengan ibu kota Kabupaten Gianyar sejauh 15 Kilometer dan sejauh 25 kilometer jaraknya dari ibu kota provinsi, Denpasar (Profil Desa Sayan, 2021). Secara geografis Desa Wisata Sayan berbatasan dengan :

- Sebelah Utara : Desa Kedewatan
- Sebelah Timur : Sungai Wos
- Sebelah Selatan : Desa Singakerta
- Sebelah Barat : Sungai Ayung

Kondisi Demografis Desa Wisata Sayan

Berdasarkan hasil registrasi penduduk tahun 2016 jumlah penduduk pada Desa Sayan pada tahun 2016 mencapai 7384 jiwa, yang terdiri dari jumlah laki-laki 3675 orang, perempuan 3709 dan jumlah Kepala Keluarga (KK) 1945 KK (Profil Desa Sayan, 2021).

Berdasarkan Profil Desa Sayan Tahun 2021 dan hasil observasi lapangan, diketahui bahwa tingkat pendidikan di Desa Wisata Sayan sebagian besar tamat Sekolah Dasar (SD) dengan jumlah 65 orang. Tamatan Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebanyak 80 orang, tamatan Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 75 orang, Diploma 1 sebanyak 56 orang, Diploma 2 sebanyak 4 orang, Diploma 3 keatas sebanyak 87 orang (Profil Desa Sayan Tahun 2021).

Sarana dan Prasarana di Desa Wisata Sayan

Penunjukkan Desa Sayan menjadi sebuah desa wisata tidak lepas dari kondisi sarana maupun prasarana di desa tersebut yang sudah berkembang dilihat dari aksesibilitas ataupun amenitas di desa. Sarana dan prasarana yang terdapat di Desa Wisata Sayan meliputi, Prasarana air bersih yang sudah dipenuhi oleh PDAM yang masuk di desa Sayan, Sumber listrik sudah terpenuhi dengan baik mencakup seluruh desa, dan kelembagaan yang ada di Desa Wisata Sayan terdiri dari 8 banjar adat dan terdapat 92 lembaga masyarakat lainnya yang masih aktif.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat sangat setuju dan menyambut baik penetapan desa Sayan sebagai “Desa Wisata”. Namun pelibatan masyarakat dalam tahap perencanaan sampai dengan implementasi pembentukan Desa Wisata Sayan masih sangat kurang melibatkan masyarakat lokal desa Sayan. Dalam rangka menyukseskan penetapan desa wisata Sayan, masyarakat desa Sayan terlibat langsung dalam melakukan penataan dan pelestarian lingkungan sehingga alam di desa Sayan tetap menjadi tempat yang indah, aman, dan nyaman bagi wisatawan. Serta masyarakat sebagian besar mengharapkan untuk dapat melestarikan seni budaya tradisional yang ada di Desa Sayan sebagai atraksi daya tarik wisata.

Bentuk partisipasi yang masyarakat lakukan dalam mendukung penetapan desa Sayan sebagai Desa Wisata adalah dengan ikut serta melestarikan dan memperkenalkan budaya khususnya kesenian tradisional dari desa Sayan, kepada anak-anak sebagai generasi penerus sehingga dapat tetap lestari dan menjadi daya tarik wisatawan untuk selanjutnya, serta menjaga kebersihan lingkungan di masing-masing wilayahnya. Faktor lainnya yang mendorong pengembangan desa Sayan sebagai desa wisata adalah faktor alam, lingkungan dan warisan budaya yang ada di desa Sayan. Manfaat yang dapat dirasakan langsung oleh masyarakat desa Sayan dalam penetapan Desa Sayan sebagai Desa Wisata adalah dapat meningkatkan perekonomian karena sudah terlibat dalam pengembangan desa Sayan sebagai desa wisata, faktor manfaat lingkungan yang bersih dan sudah mulai tertata juga merupakan faktor yang dirasakan oleh responden dalam pengembangan desa Sayan sebagai desa wisata, serta SDM/ masyarakatnya yang mulai memiliki pemikiran yang lebih terbuka karena imbas dari pariwisata di desa Sayan.

Sedangkan faktor penghambat pengembangan Desa Sayan sebagai desa wisata adalah faktor sumber daya manusia yang seharusnya mendapat perhatian agar dapat memberikan pelayanan yang profesional di bidang pariwisata, kendala pada faktor dana untuk pengembangan SDM dan juga kendala pada kebersihan lingkungan juga masih mendapat perhatian dari masyarakat desa Sayan.

PENUTUP

Simpulan

Bentuk partisipasi masyarakat lokal desa Wisata Sayan adalah bentuk partisipasi yang paling pertama yaitu bentuk partisipasi buah pikiran, yang ditunjukkan dengan 90 % masyarakat dari awal sudah dilibatkan dalam tahap perencanaan sampai dengan implementasi pembentukan Desa Wisata Sayan.

Faktor yang mendorong/mendukung partisipasi masyarakat adalah faktor alam, lingkungan dan warisan budaya yang ada di desa Sayan. Sedangkan faktor yang menghambat partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan



Desa Sayan sebagai Desa Wisata adalah sumber daya manusia yang seharusnya mendapat perhatian agar dapat memberikan pelayanan yang profesional di bidang pariwisata dan faktor dana.

Manfaat yang diterima oleh masyarakat yaitu dapat meningkatkan perekonomian karena sudah terlibat dalam pengembangan desa Sayan sebagai desa wisata, lingkungan yang bersih dan sudah mulai tertata serta masyarakatnya yang mulai memiliki pemikiran yang lebih terbuka karena imbas dari pariwisata.

Saran

Hasil penelitian ini tentunya jauh dari kata sempurna dikarenakan banyaknya kendala yang dihadapi team peneliti seperti : Keterbatasan ilmu dan pengetahuan, kendala waktu, dana dan masih berlangsungnya pandemi Covid-19, dengan tanpa bermaksud mengkambing hitamkan diberlakukannya Pembatasan Kegiatan Masyarakat berskala Mikro (PPKM) dari tanggal 3 juli 2021 sampai dengan akhir Oktober 2021(level 3). Untuk itu disarankan kepada peneliti/team peneliti lain untuk dapat menyempurnakannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Choi, HC. & Sirakaya, E.2006. Sustainable indicators for managing community tourism. *Tourism Management*, 27 pp.1275-89
- Huraerah, Abu. 2011. *Pengorganisasian dan Pengembangan Masyarakat; Model dan Strategi Pengembangan Berbasis Kerakyataan*. Cetakan Kedua. Bandung: Humaniora.
- Kode Etik Kepariwisata Dunia. 2010. Jakarta: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.
- Laksana, Nuring Septyasa. 2013. Bentuk-bentuk Partisipasi Masyarakat Desa dalam program Desa Siaga Di Desa Bandung Kecamatan Playen Kabupaten Gunung Kidul Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Pubik*. Volume 1 No 1 Januari 2013.
- Michael, M. 2009. *Community Involement and Participation in Tourism Development in Tanzania: A case study of lokal Communities in Barabarani Village, Mto Wa Mbu, Arusha- Tanzania*. Thesis.Wellington:[Unpublished] Victoria University of wellington.
- Nazir, Moh.2005. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Rumadana, Made dkk.2016. *Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Daya Tarik Wisata Budaya di Desa Malaka Lombok Utara*.
- Sanchez, Mercedes Jodar. 2009. *Lokal Participation as a Tool for Tourim Development in La Guajira, Colombia*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos
- Sevilla, Cousello G.1993. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta : UI Press.



Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang
Kepariwisataaan

Untong,A., Kaosa-ard.,M.Ramos,V,Sangkakorn, K., Maqueiera, J.R. 2010. Faktors
Influencing Lokal Resident Support for Tourism Development : A
Structural Equation Model. In The APTA Conference. Macau, China.



PASAR DESA BERBASIS ORGANIK MENUJU DESA WISATA BERKELANJUTAN DI BALI

Dw. Ayu Rai Sumariati

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan bagian dari industri yang memberi dampak sangat kuat dalam mempengaruhi aspek kehidupan masyarakat termasuk interaksi dengan lingkungannya. Sebagai dikatakan oleh Hermawan (2016) bahwa pariwisata sebagai satu sektor yang menjanjikan, dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pembangunan daerah tujuan apabila dikelola dengan baik. Sejalan dengan perkembangan waktu, berbagai aktivitas wisata telah dikembangkan dalam upaya memenuhi keinginan wisatawan yang berkunjung. Pada masa kini, kebutuhan masyarakat akan wisata tidak hanya terbatas pada kegiatan rekreasi yang memberi kepuasan secara fisik dan psikis, tapi diarahkan juga kepada aspek-aspek pertimbangan kesehatan selama wisatawan menikmati kegiatan rekreasinya.

Pariwisata yang sehat atau *healthy tourism* menjadi penting dan urgen diimplemtasikan, karena belajar dari pengalaman masa lalu bagaimana virus-virus yang terjadi di sebgaiian dunia berpengaruh besar dalam dunia pariwisata. Beberapa catatan virus yang berdampak serius dalam dunia pariwisata antara lain: Kolera, Flu Spanyol, Sars, Flu Babi, Ebola, dan terakhir Covid-19. Pandemi Covid-19 yang mulai terjadi awal tahun 2019 di Indonesia telah secara signifikan menghancurkan sektor pariwisatanya selama sekitar dua tahun lebih dan sampai sekarang dampak negatifnya masih terasa. Pada dasarnya virus itu terjadi karena adanya kontak dan konsumsi makanan yang bersumber dari hewan tertentu. Virus yang menyerang manusia dengan mudah menularkan pada orang lainnya. Kemudian perjalanan orang yang terinfeksi menuju ke tempat lainnya akan menularkan di tempat barunya. Jadi kegiatan wisata sebagai kegiatan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain tanpa disadari menjadi pemicu penyebaran virus di tempat barunya.

Dari beberapa pengalaman, penyebaran virus yang terjadi di sektor pariwisata ini tentunya menjadi perhatian dari semua pihak atau para pemangku kepentingan untuk berupaya mengantisipasi atau meminimalisir terjadinya penyebaran virus melalui kegiatan wisata ini. Konsep *healthy tourism*, *sustainable tourism* atau *eco-green tourism*, telah menjadi arah pembangunan dan pengembangan pariwisata dewasa ini. Kriteria penentuan tempat sebagai destinasi wisata itu dimulai dari seberapa bersih tempat tersebut untuk layak dikembangkan sebagai destinasi wisata. Tempat yang banyak sampahnya dan kumuh akan bertolak belakang dengan persyaratan sebagai destinasi wisata dan kalau dipaksakan akan menyebabkan kegagalan



sebagai obyek wisata. Selain pemilihan dan penetapan destinasi wisata dilakukan secara ketat dalam upaya tercapainya keberlanjutan atau sustainability. Begitu pula dalam penyediaan makanan yang dikonsumsi oleh wisatawan yang menginap di penginapan mereka ada standar kesehatan yang mesti dipenuhi.

Persoalan penyediaan makanan yang sehat tidak hanya berlaku pada tahap diperjualbelikan saja tetapi juga pada saat bahan makanan tersebut diolah dan diproses. 'Eco labelling' sebagai label ramah lingkungan dalam penyediaan bahan dan produk makanan serta minuman wisatawan menjadi hal yang sangat penting dalam menjawab tantangan dalam dunia pariwisata untuk menuju pariwisata yang berkelanjutan. Penlabelan ini dapat membantu dan memudahkan konsumen dan pembeli korporat untuk mengidentifikasi produk yang memenuhi kriteria kinerja lingkungan yaitu produk yang ramah lingkungan. Untuk produk-produk yang diolah dalam bentuk barang jadi dapat dilakukan eco labelling melalui sertifikasi yang dilakukan oleh badan independen. Namun untuk bahan makanan yang masih dalam keadaan mentah seperti daging, telur, sayur-mayur, dan sejenisnya, lebih memerlukan kesepakatan dan kepercayaan dari kedua belah pihak. Selain memerlukan klaim dari produsen bahan makanan untuk karakteristik lingkungan suatu produk, juga bila diperlukan adanya kunjungan konsumen ke tempat produksinya sehingga mampu memberi kepercayaan dan keyakinan akan ramah lingkungan kepada konsumennya.

Bali sebagai destinasi wisata dunia akan selalu memerlukan terobosan untuk dapat meningkatkan kedatangan wisatawan serta kualitas layanan dalam semua aspeknya. Salah satu usaha yang cukup layak dikembangkan adalah menyediakan bahan makanan yang bebas dari bahan-bahan kimia atau yang lebih dikenal dengan bahan makanan organik terutama sayur-mayurnya. Pertanian organik yang menghasilkan sayur-mayur dan buah-buahan lokal akan memberi jaminan yang lebih baik dan lebih sehat, yang tidak hanya diarahkan untuk dikonsumsi oleh wisatawan tetapi juga untuk kebutuhan masyarakat lokal. Sementara lokasi pengembangan pertanian organik di wilayah Bali tidak mesti dilakukan di wilayah pertanian yang subur seperti di wilayah Kecamatan Baturiti (Kabupaten Tabanan), Petang (Kabupaten Badung), Payangan (Kabupaten Gianyar), dan Kintamani (Kabupaten Bangli), tetapi dapat dilakukan di pusat-pusat kota dengan menggusung konsep 'urban farming'. Konsep ini menggunakan media lahan pertanian ke arah vertikal dalam sebuah bangunan vertikal (berlapis) yang diikuti dengan konsep pengaturan suhu udara dan pengairan secara efektif dan efisien sehingga dapat menghasilkan produksi pertanian organik yang maksimal.

Pembangunan pertanian organik secara vertikal ini adalah sangat sejalan dengan penanganan masalah terbesar yang dimiliki Bali sebagai destinasi wisata dunia, yaitu tergerusnya lahan pertanian secara signifikan. Dalam



konteks ini, ada dua hal positif yang dapat dicapai, yaitu pengembangan pertanian organik secara vertikal di wilayah perkotaan, sementara secara horizontal pertanian organik dikembangkan di wilayah pedesaan dalam upaya peningkatan kualitas produksi pertaniannya. Untuk mendukung pertanian organik baik di wilayah perkotaan dan pedesaan maka rantai yang perlu direncanakan dan dikembangkan adalah pasar khususnya pasar desa. Pasar desa yang berbasis organik terutama di desa wisata yang tersebar di Bali. Rantai produksi pertanian yang berbasis organik ini tentunya membawa dampak positif bagi semua pihak dan dalam rangka pembangunan pariwisata Bali yang berkelanjutan. Langkah konkrit pertama yang semestinya dilakukan oleh para pemangku kepentingan di bidang pariwisata adalah melakukan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat Bali secara keseluruhan.

Edukasi Masyarakat Dan Wisata Edukasi

Ada tiga pihak yang mesti ditingkatkan kesadarannya melalui edukasi dalam pengembangan pasar desa berbasis organik ini, yaitu a) masyarakat konsumen; b) wisatawan; dan c) pemegang kebijakan. Namun demikian dari tiga unsur ini dapat diformulasikan sebagai langkah edukasi pada masyarakat dan mengembangkan wisata edukasi.

Edukasi Masyarakat

Edukasi masyarakat merupakan sebuah usaha meningkatkan pengetahuan masyarakat menuju ke arah yang lebih baik. Dalam konteks ini, edukasi masyarakat yang mesti diupayakan adalah edukasi tentang kesehatan khususnya makanan yang mempunyai manfaat positif bagi kesehatannya. Persoalan yang dihadapi dalam edukasi biasanya adalah strategi penyampaian yang terkadang tidak tepat sasaran sehingga pada akhirnya tidak mencapai harapannya. Apalagi edukasi kesehatan ini bersinggungan dengan budaya masyarakat yang tidak mendukung upaya tersebut. Edukasi atau sebagai bagian proses pendidikan merupakan segala upaya yang dirancang untuk mempengaruhi dan menyadarkan orang lain, baik individu ataupun kelompok sehingga mereka melakukan apa yang diharapkan oleh pelaku pendidikan (Notoatmodjo, 2010), dalam hal ini edukasi yang diberikan untuk masyarakat adalah pemahaman terkait kesehatan.

Edukasi masyarakat bertujuan meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat untuk memelihara serta meningkatkan kesehatannya sendiri. Pendekatan yang tepat sesuai dengan maksud dan tujuan adalah dengan memberikan informasi yang sesuai kebutuhan sehingga meningkatkan pengetahuannya tentang kesehatan (Bond & Ramos, 2019). Di era tahun 1990an, media edukasi yang banyak digunakan di Indonesia masih bersifat konvensional seperti dengan menggunakan leaflet, booklet, lembar balik atau power point. Media ini dipilih karena dianggap cukup murah, mudah dibuat,



mudah dibawa dan menarik (Suryani, 2014). Namun seiring berkembangnya waktu, beberapa penelitian menunjukkan bahwa penggunaan konvensional kurang efektif untuk meningkatkan pengetahuan (Li et al., 2019), sebaliknya permainan atau video lebih menarik bagi generasi 4.0 karena lebih dekat dan lebih menyukai penggunaan teknologi canggih, terlebih video dengan karakter yang lucu dan unik (Szeszak et al., 2016). Penelitian menunjukkan video khususnya video animasi dan simulasi lebih efektif dibanding menggunakan narasi tulisan (Abdullah et al., 2020; Anggraeni et al., 2020).

Hasil studi lain menunjukkan terdapat peningkatan pengetahuan yang signifikan pada kelompok yang diberikan pendidikan kesehatan menggunakan media video dibanding yang menggunakan simulasi (Adha et al., 2016). Beberapa pengembangan media edukasi dengan teknologi canggih telah dilakukan, seperti melalui pendekatan audiovisual (video) dan testimonial. Tidak hanya memiliki tampilan yang menarik, video animasi membuat informasi yang diberikan lebih bertahan lama pada daya ingat dan membuat responden puas/senang (Goad & Dale, 2018).

Lebih jauh, dalam kaitannya dengan memasyarakatkan penggunaan pertanian organik terutama konsumsi sayur-mayur, buah-buahan di Bali, maka perlu juga didukung dari hasil-hasil penelitian dan hasil testimony yang dilakukan oleh pihak-pihak yang terlibat dalam sosialisasi dan edukasi pertanian organik. Namun dalam prakteknya, Pemerintah Daerah Bali selaku pemegang kebijakan mesti berperan aktif mendorong pihak-pihak mulai dari para petani, suppliers, pedagang sampai konsumen. Gerakan dari pemerintah dapat bergerak secara simultan dengan produk-produk unggulan lokal lainnya seperti pemakaian pakaian endek Bali pada hari Kamis bagi seluruh Pegawai Negeri Sipil maupun Swasta di seluruh Provinsi Bali, dan begitu pula promosi produksi arak Bali yang diarahkan untuk mendukung keperluan pariwisata Bali. Dalam upaya mempertahankan dan juga meningkatkan produktivitas hasil pertanian organik, dukungan Pemerintah Daerah Bali untuk memberikan insentif bagi para petani adalah sebagai hal yang patut dilaksanakan.

Wisata Edukasi

Wisata edukasi ini sebagai kegiatan wisata selain bertujuan untuk rekreasi juga memperoleh manfaat lain yang dapat memberi pelajaran bagi wisatawan selama atau setelah melakukan kunjungannya. Wisatawan dapat memperoleh manfaat ganda dalam menikmati kunjungannya ke suatu obyek wisata. Namun demikian, manfaat positif ini tidak semata-mata diperoleh oleh wisatawan saja, tapi juga oleh penduduk sebagai pihak pendukung lingkungan. Untuk mewujudkan wisata edukasi ini diperlukan adanya faktor-faktor pendukung seperti kualitas destinasi atau karakteristik/spesifikasi obyek wisata, kesiapan penduduk setempat, dukungan pihak pemerintah dan harapan-harapan yang ingin dicapai.



Dalam pola dan konsep pengelolaan sebuah obyek wisata dikenal dengan istilah pariwisata tipe tertutup/ enclave tourism dan pariwisata terbuka/ spontaneous tourism (Cohen 2006), tetapi kalau mengembangkan wisata edukasi maka pariwisata tipe terbuka menjadi pilihannya. Sebaliknya akan sangat bertentangan dengan wisata edukasi kalau menerapkan konsep enclave tourism karena akan membawa wisatawan diperlakukan seperti raja di tempat wisatanya dan ini membawa dampak negatif pada interaksinya dengan penduduk sekitarnya selaku pendukung lingkungan kawasan.

Sebagai dikatakan oleh Wijayanti (2017), pariwisata sebagai suatu pilar yang mampu menopang proses pembangunan ekonomi suatu daerah sebab didalamnya meliputi segala kegiatan ekonomi yang dapat menunjang penghidupan masyarakat. Meskipun pendidikan dan pariwisata merupakan dua hal yang berbeda, namun keduanya dapat bersinergi dan menciptakan aktivitas yang aktif dan kreatif. Pariwisata hadir dalam berbagai macam bentuk, salah satunya adalah wisata edukasi yang merupakan jenis pariwisata yang saat ini sedang naik daun.

Rodger (1998) menguatkan bahwa wisata edukasi atau edu-tourism adalah sarana yang dapat diandalkan masyarakat dalam mendapatkan pengalaman belajar secara langsung sembari melakukan perjalanan wisata. Adapun, wisata edukasi juga diharapkan dapat menjadi sarana bersosialisasi dan menumbuhkan rasa kebanggaan dan kecintaan terhadap warisan dan kekayaan bangsa. Sementara Agustiani et al (2018) mengatakan bahwa wisata edukasi terdapat beberapa sub-jenis diantaranya adalah ekowisata, wisata warisan budaya, wisata pedesaan/pertanian, dan pertukaran pelajar antara institusi pendidikan. Berdasarkan penjabaran para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata edukasi merupakan kegiatan rekreasi yang mengikutsertakan kegiatan pembelajaran terhadap suatu objek tertentu, yang di dalamnya juga melingkupi kegiatan bersosialisasi.

Rohman (2011) mengatakan bahwa interaksi sosial adalah suatu proses yang melibatkan dua atau lebih individu atau kelompok yang saling merespons perilaku satu sama lain dan saling mempengaruhi. Secara lebih lanjut, interaksi yang terus terjalin akan membentuk suatu solidaritas. Solidaritas mengacu pada hubungan yang saling mengikat membentuk rasa kebersamaan. Abdul dan Taufiq (2018) menegaskan pendapat Emile Durkheim seorang sosiolog yang membagi solidaritas kedalam dua kategori, salah satunya adalah solidaritas organik yang didasarkan pada tingkat saling ketergantungan yang tinggi.

Solidaritas organik melibatkan individu dengan keahlian berdasarkan pembagian kerja yang berbeda, namun memiliki satu tujuan. Solidaritas organik merupakan suatu prinsip yang tepat untuk dijunjung pada fasilitas seperti pusat wisata edukasi lingkungan hidup. Berfokus pada tujuan akhir bersama yakni pelestarian dan kebersihan lingkungan serta green lifestyle, diperlukannya partisipasi aktif dari perspektif masyarakat dengan latar belakang yang



berbeda. Hal ini nantinya membentuk suatu komunitas yang dapat saling bergantung dan secara tidak langsung memberikan dampak baik satu sama lain.

Pertanian Dan Tanaman Organik

Organik erat kaitannya dengan segala sesuatu yang terjadi secara natural atau alami. Oleh karena sistem ini sangat mengutamakan proses alami, maka sistem ini merupakan sistem yang ramah bagi lingkungan dan dapat menstimulasi terciptanya kelestarian lingkungan. Adapun, konsep organik ini kemudian diintegrasikan dengan sistem pertanian untuk menghasilkan suatu pertanian organik. Pertanian berbasis organik memiliki potensi-potensi yang berasal dari alam dan memperhatikan prinsip daur ulang hara, begitu juga dengan mengembalikan sebagian biomassa ke dalam tanah serta konversi air (Pujiasmanto, 2021).

Menurut Kartini & Budaraga (2020) pertanian organik adalah suatu sistem pertanian sehat yang menerapkan praktik budidaya dengan memaksimalkan pemanfaatan bahan organik (kotoran ternak, limbah pertanian, dan lain-lain), rotasi tanaman, pengolahan tanah yang tepat, dan menghindari penggunaan bahan kimia. Sedangkan menurut sistem Standarisasi Nasional Indonesia (2002), pertanian organik adalah sistem manajemen produksi holistik yang meningkatkan dan mengembangkan kesehatan agroekosistem, termasuk keragaman hayati, siklus biologi, dan aktivitas biologi tanah.

Dalam pemaparan artikelnya, Purnama (2014) menyatakan bahwa pengembangan pertanian organik, harus ditopang oleh 3 (tiga) pilar yaitu pilar ekonomi, pilar lingkungan, dan pilar sosial. Pilar ekonomi bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk dan peningkatan pendapatan petani, pilar lingkungan diharapkan dapat mendukung kelangsungan biodiversitas dan menghindari terjadinya pencemaran. Sedangkan, pilar sosial diharapkan mampu meningkatkan lapangan pekerjaan bagi masyarakat petani dan sekaligus menjaga kesehatan masyarakat.

Pertanian organik memiliki prospek yang menjanjikan sebab pertanian organik saat ini memiliki minat masyarakat yang tinggi yang didukung oleh permintaan yang dipicu oleh gerakan gaya hidup sehat. Gaya hidup sehat yang dimaksudkan adalah ketakutan akan residu pestisida, pupuk kimia, Genetically Modified Organism (GMO) atau organisme hasil rekayasa genetika, termasuk pertimbangan kandungan nutrisi yang lebih tinggi pada produk organik.

Dilihat dari data yang didata oleh Willer (2010) berikut, dapat terlihat bagaimana permintaan produk pertanian organik dunia meningkat secara pesat. Hal ini membuka bahwasanya, minat masyarakat dunia akan produk organik adalah tinggi. Minat dan permintaan yang tinggi ini kemudian direspon dengan tersedianya produk-produk organik oleh pertanian organik dunia.



Secara khusus di Indonesia, luas area pertanian organik mengalami perkembangan yang cukup signifikan pada tahun 2007-2011, dilihat dari data yang dimiliki SPOI (2011). Hal ini menandakan bagaimana gaya hidup organik disambut hangat oleh masyarakat Indonesia sehingga permintaan produk organik juga mengalami perkembangan yang pesat (Inawati, 2011). Adapun, produk pertanian organik di Indonesia yang utama adalah padi, sayur-sayuran, buah-buahan, kopi, coklat, jambu mete, herbal, minyak kelapa, rempah-rempah, dan madu.

Pada umumnya, semua tanaman dapat menjadi tanaman organik. Hal itu memungkinkan apabila dalam budidaya tanaman tersebut teknik budidaya yang digunakan adalah teknik organik yakni dengan memanfaatkan bahan-bahan alami tanpa menggunakan bahan kimia sintetis. Jenis tanaman yang dimaksudkan pada pembahasan ini adalah tanaman pangan organik dengan tidak mengabaikan tanaman lainnya seperti tanaman atsiri yang dapat diolah menjadi minyak maupun tanaman usada yang berhubungan dengan kebutuhan bahan obat tradisional Bali. Tanaman pangan organik memiliki kandungan karbohidrat dan protein yang berguna dalam mensuplai energi bagi tubuh manusia. Tanaman pangan yang diproduksi secara organik artinya tidak menggunakan senyawa-senyawa kimia dalam pemupukannya.

Optimalisasi pembudidayaan tanaman pangan organik di wilayah Pulau Bali dapat dilakukan di wilayah pegunungan dengan ketinggian diatas 700 mdpl seperti di Kecamatan Baturiti, Petang, Payangan dan Kintamani ataupun di wilayah/kawasan lainnya yang memungkinkan untuk dikembangkan produksinya. Terlebih Kecamatan Baturitu telah dicanangkan sebagai kawasan agropolitan dalam Rencana Detail Tata Ruang (RDTR) nya yang misinya mengembangkan kawasan tanaman horticultural sebagai basis kawasan zonasinya. Sementara pengembangan di pusat-pusat kota (Badung, Denpasar, Giayar) yang kawasan pertanian semakin menyusut tajam, dapat dikembangkan pertanian perkotaan atau urban farming yang berbasis organik. Sentra-sentra tanaman pangan berbasis organik akan dapat bersinergi dengan desa-desa yang yang memproklamirkan wilayahnya sebagai desa wisata.

Pasar Desa Berbasis Organik Dan Desa Wisata

Pasar yang berbasis organik dan desa wisata merupakan sebuah konsep integrasi yang memperkuat operasional pasar dan potensi desa wisata sehingga kedua fasilitas ini diharapkan saling mendukung dan dapat tumbuh serta berkembang dengan baik. Intinya bahwa pembangunan ekonomi masyarakat desa dapat diwujudkan melalui berbagai inovasi yang menguntungkan semua pihak secara ekonomi, sosial, budaya dan politik.



Pasar Desa Berbasis Organik

Fungsi dan peranan pasar sebagai pendukung perdagangan sangat penting terutama dalam meningkatkan pembangunan ekonomi masyarakat. Dalam perdagangan dilakukan penawaran produk yang dimiliki untuk membantu memenuhi kebutuhan hidup, baik untuk diproduksi lebih lanjut maupun untuk para konsumen. Salah satu tempat penyelenggaraan perdagangan adalah di pasar. Berbagai kebutuhan hidup seperti kebutuhan sandang, pangan, papan, dan sebagainya dapat diperoleh di pasar (Nurhayati, 2013). Prianto (2008:10), menambahkan bahwa pasar sebagai kumpulan para penjual dan pembeli yang saling berinteraksi, saling tarik-menarik kemudian menciptakan harga barang di pasar. Seiring dengan perkembangan zaman dan semakin majunya teknologi, pasar tidak hanya sebagai tempat terjadinya transaksi jual-beli bagi masyarakat yang ada di sekitar pasar, tetapi telah dijadikan sebagai sarana penggerak roda perekonomian bahkan dalam skala besar (Nidya dalam Mirah, 2013).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014, pasar desa disebut dengan istilah pasar rakyat dimana penyediaan fasilitas ini biasanya didukung oleh pemerintah daerah sehingga lebih memudahkan dalam pengaturan zonasi/tata ruang kawasan desa. Sementara menurut Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007, pasar desa sebagai pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah; Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerja sama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki atau disewa oleh pedagang kecil, menengah, atau atas swadaya masyarakat. Keberadaan pasar desa dinilai masih sangat penting oleh pemerintah pusat maupun daerah sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di perdesaan. Bahkan di beberapa daerah, pasar desa adalah pondasi dari pertumbuhan ekonomi (*centre of economic growth*).

Sebagian kalangan mengasumsikan bahwa antara pasar modern dan pasar tradisional memiliki segmen pasar yang berbeda. Faktanya tidak demikian, karena justru segmen pasar modern dan pasar tradisional pada saat ini adalah sama dan antara keduanya terjadi persaingan secara bebas (Sudana & Ayuningsari, 2017). Konsekuensinya, pasar tradisional tentunya kalah karena beberapa keunggulan yang ada pada pasar modern seperti bisa menjual produk dengan harga yang lebih murah, kualitas produk terjamin, kenyamanan berbelanja, dan banyaknya pilihan pada cara pembayaran. Dilain pihak, Munoz (2001) menyatakan bahwa pada kondisi tertentu pasar tradisional juga bisa berkembang secara berkelanjutan (*sustainable market*).

Secara historis, pasar tradisional Bali mulai berdiri sejak adanya kerajaan Bali dan secara permanen berkembang semenjak Kerajaan Bali sebagai adipati dari Kerajaan Majapahit, dimana konsep pembangunan pusat kerajaan menggunakan konsep *catuspatha*. Konsep ini menerapkan persilangan jalan



yang membentuk empat kuadran/zona utama, dimana empat zona tersebut sebagai lokasi untuk pusat pemerintahan/puri, pusat persembahyangan/pura, ruang terbuka/alun-alu, dan pasar (Rajendra & Temple, 2016). Fasilitas pasar ini menempati salah satu zona utama dari pusat pemerintahan dan ini berarti begitu pentingnya posisi dan fungsi pasar dalam mendukung aktivitas kerajaan di masanya. Konsep *catuspatha* yang kemudian menempatkan pasar sebagai salah satu zona utama berlanjut menjadi konsep pembangunan permukiman di seluruh desa tradisional Bali.

Pasar tradisional atau pasar desa di Bali menurut Ayuningsasi (2010), memiliki keunikan yang tidak dimiliki oleh pusat perbelanjaan modern ataupun pasar tradisional lain di daerah lainnya. Selain memasarkan barang kebutuhan sehari-hari seperti pada pasar lainnya, pasar tradisional di Bali juga memasarkan berbagai bahan-bahan kebutuhan upacara. Namun demikian, pasar desa yang ada di Bali yang mempunyai keunikan dalam penjualan kebutuhan upacara ini sudah semestinya mendapat perhatian pemerintah, selain merupakan salah satu sarana publik yang mendukung kegiatan ekonomi masyarakat, juga untuk mempertahankan budaya lokal. Dahulu, pasar desa sebagai pasar tradisional identik dengan tempat yang kotor dan beraroma tidak sedap yang disebabkan oleh sampah yang bertebaran. Namun sekarang ini, dengan dukungan pemerintah Provinsi Bali dan peningkatan edukasi masyarakat pedagang dan konsumen, kebersihan pasar desa lebih terjaga kebersihannya.

Selain mempertahankan kebersihan dari pasar desa ini, peningkatan pelayanan dan keunikan barang-barang dagangan berupa perlengkapan upacara sebagai identitas, revitalisasi pasar desa juga menjadi sebuah keharusan dalam meningkatkan persaingan dengan pasar modern. Perkuatan dan peningkatan identitas pasar desa sebagai pasar tradisional Bali dapat dilakukan dengan mengembangkan tempat penjualan hasil pertanian yang berbasis organik sebagai salah satu perkuatan identitas pasar dan budaya lokalnya sehingga dapat bersinergi dalam pengembangan desanya sebagai desa wisata. Kunjungan wisatawan ke pasar-pasar desa sebagai pasar tradisional sudah nampak saat ini tinggal sekarang ditingkatkan kelengkapan barang, kualitas dan kebersihannya.

Desa Wisata yang Berkelanjutan

Sebagai dikatakan oleh Putra dan Pitana (2010: 70) desa wisata adalah “pengembangan desa menjadi destinasi wisata dengan sistem pengelolaan yang bersifat dari, oleh, dan untuk masyarakat”. Sementara menurut Kementerian Pariwisata dalam RAKORNAS II Pariwisata 2017 dalam Panduan Desa Wisata, menjelaskan sebagai suatu wilayah dengan luas tertentu dan memiliki potensi keunikan daya tarik wisata yang khas dengan komunitas masyarakatnya yang mampu menciptakan perpaduan berbagai daya tarik wisata dan fasilitas pendukungnya untuk menarik kunjungan wisatawan



termasuk di dalamnya Kampung Wisata karena keberadaannya di daerah kota. Dari kedua konsep tersebut, Desa Wisata dapat dikatakan sebagai suatu produk wisata dengan daya tarik utama budaya tradisional masyarakat dengan melestarikan alam lingkungan serta pengelolaan yang melibatkan masyarakat desa agar peningkatan kesejahteraan dapat tercapai.

Menurut Draganic (2016), untuk dapat dikategorikan sebagai desa wisata harus memenuhi beberapa syarat utama sebagai berikut: a) Memiliki persyaratan sebagai sebuah destinasi pariwisata sebagaimana diatur dalam UU No. 10 tahun 2009; b) Kegiatan pariwisata berbasis pada sumber daya perdesaan; c) Kegiatan melibatkan partisipasi aktif wisatawan dalam kehidupan perdesaan; d) Lebih berorientasi pada kegiatan rekreasi luar ruang (outdoor recreation); e) Sebesar-besarnya mendayagunakan sumber daya manusia lokal; f) Memberikan penghargaan besar pada budaya dan kearifan lokal; g) Menyediakan akses yang memadai baik akses menuju ke destinasi lain maupun internal di dalam desa wisata itu sendiri; h) Memiliki komunitas yang peduli pada pariwisata.

Persyaratan Desa Wisata berdasarkan definisi desa wisata, maka desa-desa yang bisa dikembangkan dalam program desa wisata akan memberikan contoh yang baik bagi desa lainnya. Penetapan sebagai desa wisata mesti juga memenuhi persyaratan-persyaratan lain seperti: a) Aksesibilitasnya baik, sehingga mudah dikunjungi wisatawan dengan menggunakan berbagai jenis alat transportasi; b) Memiliki obyek-obyek menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan lokal, dan sebagainya untuk dikembangkan sebagai obyek wisata; c) Masyarakat dan aparat desanya memberi dukungan penuh terhadap aktivitas wisata di wilayah desanya; d) Ada route yang terkoneksi dengan obyek wisata lain; e) Keamanan yang terjamin; f) Tersedia akomodasi, telekomunikasi, dan tenaga kerja yang memadai; dan f) Beriklim sejuk.

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Bali (2017) tercatat ada 155 desa wisata di seluruh Provinsi Bali, namun setelah lima tahun selanjutnya (2022) terjadi penambahan yang sangat signifikan dimana jumlahnya sekitar 294 desa wisata, ini berarti pertumbuhannya hampir 50%. Pertumbuhan yang mengejutkan ini mengidentifikasikan sebagai perkembangan aktivitas wisata di sebagian desa di Bali. Meskipun perkembangan ini menggembirakan, namun dibalik itu semua ada ancaman yang sangat serius kalau sebagian besar masyarakat Bali terlalu mengandalkan aktivitas wisata sebagai sektor yang menggantungkan kehidupan sosial ekonominya. Semua pihak yang terlibat sebagai pemangku kepentingan mesti dapat belajar dari pandemi covid-19 yang terjadi hampir tiga tahun terakhir ini telah berakibat hancurnya pariwisata Bali.

Sebagai momen dan langkah perbaikan ke depan, maka healthy tourism juga berlaku bagi desa wisata yang telah berkembang ini. Terobosan dengan membuat kampanye pasar desa yang berbasis organik sebagai bagian dari fasilitas desa wisata dan implementasi dari wisata sehat/healthy tourism ini



adalah bagian dari pariwisata berkelanjutan/sustainable tourism. Namun untuk mencapai desa wisata yang berkelanjutan, salah satu keberadaan pasar yang berbasis organik ini mesti memenuhi persyaratan lainnya, seperti terjaganya kebersihan lingkungan pasar yang berkelanjutan.

Tantangan selanjutnya adalah bagaimana kebersihan ini menjadi keberlanjutan gaya hidup (sosial) yaitu menciptakan suatu sistem hidup yang mengarah pada pola hidup yang sehat. Selain melakukan perubahan pada gaya hidup, keberlanjutan sosial juga berfokus pada bagaimana menciptakan lingkungan yang mampu menstimulasi terjadinya kolaborasi, kerja sama, dan partisipasi aktif. Kesadaran masyarakat desa pada kesehatan dirinya merupakan modal awal untuk bersama-sama membangun lingkungan yang mampu mendukung keberlanjutan gaya hidup ini. Partisipasi aktif masyarakat desa melalui kegiatan kolaborasi dalam wujud gotong royong diharapkan dapat menyatukan aspirasi untuk keberlanjutan kehidupan yang lebih sehat.

Kalau keberlanjutan dalam gaya hidup dapat diwujudkan, persoalan utama dalam menjaga kebersihan pasar dan desa wisata ini adalah bagaimana mengelola sampah sehingga konsep zero waste dapat juga terwujud. Menurut Surbakti (2009), zero waste merupakan salah satu pendekatan sistem dan teknologi pengolahan sampah dalam skala kawasan yang terpadu. Zero waste ini dimaksudkan untuk dapat mengurangi volume sampah dalam jumlah besar pada suatu kawasan dan memungkinkan terciptanya industri kecil daur ulang pada suatu kawasan tersebut. Oleh karena itu, zero waste tidak hanya memikirkan bagaimana alur akhir sampah melainkan juga bagaimana pola hidup masyarakat dapat mengacu pada kegiatan '5R' (Reduce, Reuse, Recycle, Replant, dan Replace). Dengan demikian, zero waste ini menjadi target sekaligus sebagai tantangan bagi desa wisata yang ada di Bali dalam mewujudkan pasar berbasis organik untuk menuju desa wisata yang berkelanjutan di Bali.

PENUTUP

Pasar merupakan fasilitas yang penting dalam suatu lingkungan permukiman baik yang berada kota maupun desa. Karena pasar merupakan salah satu tempat terjadinya pertukaran barang, transaksi jual beli dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat pendukungnya. Pasar yang di Bali lebih dikenal sebagai pasar tradisional yang keberadaannya sebagai bagian pusat pemerintahan semasa jaman pemerintahan kerajaan di Bali, sehingga pasar tradisional Bali ini merupakan salah satu identitas budaya Bali dan juga sebagai identitas lingkungan permukiman. Oleh karena itu, pemerintah daerah berkewajiban untuk melindungi dan melestarikannya. Sejalan dengan perkembangan pariwisata Bali sebagai destinasi wisata dunia, pertumbuhan jumlah desa wisata di Bali telah meningkat sangat pesat. Salah satu terobosan



yang dapat dilakukan dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada wisatawan adalah penyediaan fasilitas pasar yang berbasis organik.

Dengan jumlah desa wisata yang telah berkembang pesat tersebut, itu berarti jumlah pasar tradisional di desa wisata juga berkembang dalam jumlah. Pertumbuhan pasar tradisional yang pesat ini, seharusnya diikuti dengan peningkatan kualitas dalam pelayanan dan kualitas barangnya sehingga ada sinergi dengan kualitas desa wisatanya. Disamping itu, ada kompetisi yang ketat dalam menyediakan jasa pelayanan dan persediaan barang yang berkualitas antara pasar tradisional dengan pasar modern yang ada, seperti pasar swalayan, outlet dan retail dari Indomaret dan Alfamart yang sedang menjamur di wilayah kota dan desa di Bali.

Penyediaan bahan makanan/sayur-mayur, buah-buahan, umbi-umbian serta palawija yang berbasis organik/non zat kimia pada pasar-pasar di desa wisata akan dapat memperkuat posisi dan kompetensi dengan para pesaingnya. Hal yang sama dapat dilakukan di kawasan perkotaan seperti wilayah Denpasar dan Badung Selatan yang sawahnya sudah tergerus dengan mengembangkan pertanian perkotaan/urban farming. Pertanian perkotaan inipun mesti sejalan dengan pengembangan tanaman berbasis organik, sehingga antara kota dan desa terjadi gerakan yang memasyarakatkan tanaman yang berbasis organik. Arus suplai tanaman organik yang dipasok ke pasar tradisional tidak hanya datang dari wilayah pegunungan tetapi juga datang dari arah perkotaan. Kalau kondisi ini dipertahankan, edukasi masyarakat dan wisata edukasi dalam konteks kesehatan telah teraplikasikan secara alamiah.

Dalam upaya membangun pasar desa berbasis organik menuju desa wisata yang berkelanjutan, maka masalah kebersihan dan kualitas barang yang ada di pasar juga menjadi prioritas utama. Pengelolaan sampah dengan menggusung konsep zero waste menjadi target yang mesti diwujudkan melalui konsep kegiatan 5R ((Reduce, Reuse, Recycle, Replant, dan Replace). Perubahan pola pikir masyarakat tentang budaya sehat mesti ditindaklanjuti sebagai gaya hidup sehat. Dengan demikian, keberlanjutan ini tidak hanya terjadi dalam hal penyediaan kualitas barang yang sehat di pasar, pengelolaan pasar profesional, pengelolaan sampah dan lain-lainnya, tetapi sudah menjadi kebiasaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M., Dias, C., Muley, D. and Shahin, M., 2020. Exploring the impacts of COVID-19 on travel behavior and mode preferences. *Transportation research interdisciplinary perspectives*, 8, p.100255.
- Adha, A.Y., Wulandari, D.R. and Himawan, A.B., 2016. Perbedaan Efektivitas Pemberian Penyuluhan Dengan Video Dan Simulasi Terhadap Tingkat Pengetahuan Pencegahan Tb Paru (Studi Kasus Di Ma Husnul Khatimah Kelurahan Rowosari Kecamatan Tembalang Kota Semarang) (Doctoral dissertation, Diponegoro University).



- Agustiani, V., Sumarsih, U. and Ervina, E. 2018. Tourist Experience Pada Tiga Lokasi Wisata Edukasi Di Kota Bandung (Studi Kasus Pada Museum Geologi, Kebun Binatang Bandung dan Bandung Science Center). *eProceedings of Applied Science*, 4(3).
- Bond, K.T. and Ramos, S.R., 2019. Utilization of an animated electronic health video to increase knowledge of post-and pre-exposure prophylaxis for HIV among African American women: Nationwide cross-sectional survey. *JMIR formative research*, 3(2), p.e9995.
- Cohen, E., 2006. Pai—a backpacker enclave in transition. *Tourism Recreation Research*, 31(3), pp.11-27.
- Draganic, A. 2013. Rural tourism and lokal development in a time of economic crisis. Experiences and future opportunities on cooperation for lokal development, 44.
- Goad, M., Huntley-Dale, S. and Whichello, R., 2018. The use of audiovisual aids for patient education in the interventional radiology ambulatory setting: a literature review. *Journal of Radiology Nursing*, 37(3), pp.198-201.
- Hermawan, Hary. 2016. Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata*, Vol. III No. 2 September 201
- Inawati, L. 2011. Manajer Mutu dan Akses Pasar Aliansi Organik Indonesia (AOI), Semiloka “Memajukan Pertanian Organik di Indonesia: Peluang dan Tantangan Kedepan”. Bogor: Yayasan Bina Sarana Bhakti.
- Kartini, N.L. dan Budaraga, I.K. 2020. *Pertanian Organik Penyelamat Kehidupan*. Deepublish
- Li, X., Shi, M. and Wang, X.S., 2019. Video mining: Measuring visual information using automatic methods. *International Journal of Research in Marketing*, 36(2), pp.216-231.
- Mirah, S.C., 2013. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Fertilitas Pekerja Wanita Di Kelurahan Tegal Besar Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.
- Munoz, Lucio. 2001. The Traditional Market and The Sustainability Market: Is The Perfect Market Sustainable. *International Journal of Economic Development*, 3 (4).
- Notoatmodjo, S. 2003. *Ilmu Kesehatan Masyarakat: Prinsip-Prinsip Dasar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Nurhayati, A., 2013. Analisis potensi lestari perikanan tangkap di kawasan Pangandaran. *Jurnal Akuatika*, 4(2).
- Prianto, Agus. 2008. *Ekonomi Mikro*. Malang: SETARA Pres
- Pujiasmanto, B. et al. 2021. Daya Tarik Agro Wisata Organik Melalui Budidaya Tanaman Obat Penghasil Simplisia Rimpang Sebagai Optimalisasi Sumber Daya Pertanian. Yayasan Kita Menulis.



- Purnama, W., Regulasi dan implementasi tanggung jawab sosial dan lingkungan PT. Mutiara Agam dan PT. Tirta Investama (Bachelor's thesis, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Putra, I., Nyoman Darma dan I Gde Pitana. 2010. Pariwisata Pro-Rakyat Meretas Jalan Mengentaskan Kemiskinan di Indonesia.
- Rajendra, A. and Temple, N., 2016. Religious ceremonies in Balinese society: a case study of a cremation ritual in Tabanan. *International Journal of Indonesian Studies*.
- Rodger, 1998. Leisure, Learning and Travel, *Journal of Physical Education*. 69 (4): hal 28.
- Rohman, M.A., 2011. Analisis pesan dakwah konsep Asabiyah dalam buku Sosiologi Islam karya Syarifuddin Jurdi (Doctoral dissertation, IAIN Sunan Ampel Surabaya).
- Sudana, I., Ari, W. and Ayuningsasi, A.K., 2017. Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Keberdayaan Pedagang Di Pasar Desa Adat Intaran Sanur. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 6.
- Surbakti, S., dan Hadi, Wahyono. 2009. Potensi Pengelolaan Sampah Menuju Zero Waste yang Berbasis Masyarakat di Kecamatan Kedungkandang Kota Malang
- Suryani, I., 2014. Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran produk dan potensi Indonesia dalam upaya mendukung ASEAN community 2015.(Studi Sosial media marketing pada twitter kemenparekraf ri dan facebook disparbud provinsi jawa barat). *Jurnal komunikasi*, 8(2), pp.123-138.
- Szeszak, S., Man, R., Love, A., Langmack, G., Wharrad, H. and Dineen, R.A., 2016. Animated educational video to prepare children for MRI without sedation: evaluation of the appeal and value. *Pediatric radiology*, 46(12), pp.1744-1750.
- Wijayanti, A. 2017. Analisis Dampak Pengembangan Desa Wisata Kembang Arum Terhadap Perekonomian Masyarakat Lokal. Tesis. Sarjana Wiyata Tamansiswa Yogyakarta
- Willer, H. 2010. Organic Agriculture Worldwide. Key Results from the Global Survey on Organic. *Research Institute of Organic 108 Forum Penelitian Agro Ekonomi*, Volume 30 No. 2, Desember 2012: 91 - 108 Agriculture FiBL and FOAM, Frick, Switzerland



PENGEMBANGAN ALTERNATIF MODEL PARIWISATA BALI BERKELANJUTAN: KASUS DESA WISATA JATILUWIH, PENEHEL TABANAN

I Nengah Wirata, Luh Putu Citrawati

PENDAHULUAN

Pariwisata Pedesaan semakin terkenal belakangan ini, sebagai alternatif dari pariwisata konvensional. Desa wisata yang dikembangkan sebagai bentuk lain dari rural tourism, form tourism, atau village tourism, membawa visi dan misi yang jelas, sebagai remedi terhadap berbagai kelemahan yang dirasakan selama ini (Pitana, 1999: 105). Saat ini pariwisata Bali telah mengalami perubahan paradigma pembangunan dari top-down planning, menjadi bottom-up planning. Perubahan paradigma pariwisata berbasis kerakyatan (community-based tourism) sejalan dengan model yang diterapkan di sektor pariwisata. Wisata pedesaan (rural tourism) merupakan salah satu bentuk pengembangan pariwisata kerakyatan (Vga & Hakim, 2018) (Sugiyarto & Amaruli, 2018)

Pengembangan desa wisata dapat menjadi acuan didalam pengembangan pariwisata berkelanjutan yang berikutnya bisa mengarah pada pembangunan berkelanjutan. Pengembangan desa wisata pada prinsip pembelajaran terkait alam, masyarakat akan mendapatkan manfaat secara ekomoni. Melihat dari prinsip tersebut, Bali memiliki potensi untuk pengembangan desa wisata, karena Bali memiliki berbagai sumber daya alam, sosial serta budaya yang bisa mendukung pembangunan pariwisata: daerah pertanian, hutan, gunung, sungai, danau, laut, beserta fauna dan floranya. Sumber daya alam ini, bila dikelola dengan baik dapat menunjang ekowisata, jika tidak, ia akan menghancurkan, bukan saja sektor pariwisata tetapi Bali secara keseluruhan.

Wisata pedesaan merupakan suatu aktivitas pariwisata di daerah yang menyajikan daya tarik wisata pedesaan dalam bentuk keseluruhan atmosfer keaslian pedesaan, baik dari kehidupan sosial-ekonomi, sosial-budaya serta adat istiadat masyarakat lokal, arsitektur bangunan ataupun struktur tata ruang desa yang memiliki ciri khas, ataupun aktivitas perekonomian yang unik dan menarik. Keaslian serta keunikan dari berbagai atraksi wisata dan produk wisata yang ditawarkan merupakan aktivitas daya tarik utama wisata pedesaan.

Seiring dengan berkembangnya model pariwisata alternatif dengan berbagai bentuk dan pendekatannya, kelihatannya biro perjalanan wisata (tour and travel) belakangan ini ada kecenderungan mengarahkan paket wisata mereka ke pedesaan. Beberapa biro perjalanan wisata di Bali mengembangkan wisata pedesaan dengan memanfaatkan potensi desa sebagai atraksi wisata



alam dan budaya. Tampaknya para biro perjalanan wisata di Bali baru dalam tahap memanfaatkan potensi desa dan belum menyentuh kesejahteraan masyarakat.

Desa wisata Jatiluwih memiliki panorama alam yang indah dengan terasering sawahnya dikemas menjadi paket wisata trekking dengan mengelilingi kawasan pedesaan. Paket wisata serupa jarang dijual oleh biro perjalanan wisata pada umumnya. Wisata trekking adalah suatu bentuk wisata pedesaan dengan mengajak wisatawan trekking menelusuri persawahan, hutan, mengunjungi desa-desa yang masih asli dan alami jauh dari keramaian. Demikian juga masyarakat lokal di daerah desa wisata Jatiluwih, berkeinginan untuk mengembangkan potensi dan keunikan daerahnya agar dapat dimanfaatkan oleh para pelaku pariwisata dijadikan sebagai objek wisata, sehingga masyarakat lokal dapat meningkatkan kesejahteraan dan perekonomiannya.

Di balik semua itu, keterlibatan masyarakat dan pemerataan pendapatan di desa wisata Jatiluwih Penebel Tabanan, khususnya dari sektor pariwisata boleh dikatakan belum merata. Hanya segelintir masyarakat yang terlibat dalam pengembangan wisata pedesaan dan sebagian besar masyarakat lokal sebagai penonton. Bila kondisi ini dibiarkan maka kemungkinan akan terjadi konflik karena pemanfaatan sumber daya, sedangkan masyarakat tidak merasa mendapatkan manfaatnya. Oleh sebab itu, wisata pedesaan di Desa wisata Jatiluwih hendaknya direncanakan pengembangannya.

Apabila berkehendak mengembangkan wisata pedesaan kitapun harus berani dengan jujur mengkritisi pengembangan yang selama ini dilakukan. Menentukan model dalam penerapan strategi pengembangan pariwisata Bali yang berkelanjutan dengan berpatokan pada pengembangan pariwisata pedesaan, sebaiknya dimulai dengan melakukan riset atau kajian terhadap model dan konsep pengembangan pariwisata berkelanjutan. Ketika melanjutkan ke arah kebijakan dan strategi baru yang telah disepakati, tidak mengalami blunder kebijakan yang tanpa arah.

Mengacu kepada latar belakang permasalahan, adapun tujuan penulisan ini adalah (i) untuk mengidentifikasi karakteristik dan motivasi wisatawan yang berkunjung ke Desa wisata Jatiluwih dan (ii) keterlibatan masyarakat lokal dalam paket wisata trekking di Desa wisata Jatiluwih Penebel Tabanan.

PEMBAHASAN

Motivasi Wisatawan Mengikuti Kegiatan Trekking

Penyebaran kuesioner selama penelitian ini dilakukan terhadap 100 orang wisatawan di mana motivasi wisatawan mengikuti paket wisata trekking paling banyak adalah motivasi pribadi sebanyak 40% dengan alasan ingin bertemu dengan penduduk baru di pedesaan, mendapatkan pengalaman yang



berbeda dengan lingkungan sosial yang berbeda pula. Kemudian disusul motivasi fisik sebanyak 28%. Alasannya karena dengan trekking di pedesaan akan dapat menyegarkan tubuh. Secara tidak langsung wisatawan dapat berekreasi sambil berolahraga di desa yang masih alami, bersih, dan udaranya segar. Wisatawan dengan motivasi budaya berjumlah 20% karena tertarik dengan kebudayaan asli dari masyarakat Bali yang dapat dilihat di pedesaan. Sedangkan motivasi status dan prestise hanya 12%, karena wisatawan tersebut memang senang mengunjungi desa dari pada kota yang sumpek dan ramai.

Ada beberapa alasan wisatawan untuk mengikuti paket wisata trekking antara lain: (1) ingin melihat lebih banyak tentang Bali secara langsung, baik kehidupan masyarakatnya maupun keaslian alamnya, (2) melihat persawahan dan perkebunan dengan penggarapan secara tradisional, (3) ingin melihat desa-desa lokal, belajar memasak, dan menyantap makanan tradisional, (4) untuk kesehatan tubuh dengan melakukan trekking di daerah yang masih asli, alami, dan bersih dengan udara segar, (5) faktor keluarga yaitu karena keinginan keluarga untuk berekreasi ke pedesaan, (6) ingin keluar kota karena sudah jenuh melihat kebisingan kawasan pariwisata Kuta. Secara umum alasan wisatawan memilih paket wisata trekking ini adalah ingin melihat keaslian Bali dan budaya lokal yang terlihat serasi.

Karakteristik wisatawan dalam melakukan aktivitas perjalanan akan mempengaruhi pola perilaku dan motivasi wisatawan. Hal ini ditunjukkan oleh adanya kecenderungan yang dilakukan oleh wisatawan dalam memilih kegiatan paket wisata trekking yaitu: (1) mereka tidak mempermasalahkan harga paket wisata trekking, (2) wisatawan tidak lagi mencari produk yang lebih murah untuk tujuan perjalanan wisatanya, tetapi mengejar kualitas pengalaman mereka yang diperoleh dari kunjungan wisata (*value of money*), (3) wisatawan lebih mengutamakan memilih bentuk perjalanan wisata yang berorientasi pengalaman (*experience oriented holiday*) dengan berbagai aktivitas, tantangan, fantasi, serta pengalaman eksotik selama melakukan kegiatan trekking, (4) mereka mengutamakan untuk mencari nilai manfaat yang merupakan bagian dari motivasi mereka untuk pengembangan diri melalui interaksi dengan masyarakat lokal, dengan lingkungan alam serta budaya komunitas lokal di pedesaan, dan (5) wisatawan semakin menaruh perhatian terhadap prinsip pelestarian alam dan aspek lingkungan serta sosial pada jalur trekking.

Dilihat dari motivasi tersebut nampaknya didasari oleh keinginan dari wisatawan untuk mendapatkan sesuatu yang berbeda dari biasanya ditawarkan disuatu destinasi. Perjalanan wisatawan seperti ini tergolong wisata minat khusus (*special interest tourism*). Wisatawan biasanya mempunyai motivasi untuk mencari sesuatu yang unik dan baru (*novely seeking*) yang lebih menantang untuk jenis atraksi yang diminati dan mencari sesuatu yang



berkualitas (quality seeking), serta mendapatkan nilai pengetahuan/wawasan baru (learning) dan nilai tantangan atau petualangan (adventure).

Ada dua hasrat yang dilakukan oleh manusia sehingga mereka terdorong untuk hidup beradaptasi dalam suatu kelompok yaitu; (1) hasrat untuk bersatu dengan manusia lain di sekitarnya, dan (2) hasrat untuk bersatu dengan alam sekitarnya (Abdulsyani, 2002: 30). Kunjungan wisatawan ke destinasi menyebabkan terjadinya proses adaptasi baik terhadap lingkungan fisik maupun lingkungan budaya yang memiliki latar belakang kehidupan yang berbeda (Swarbooke, 1998: 25).

Pengalaman yang berkualitas diperoleh melalui unsur partisipasi yaitu keterlibatan aktif wisatawan, baik secara fisik, mental, maupun emosional terhadap objek atau aktivitas yang diikuti. Wisatawan beradaptasi dengan lingkungan alam pedesaan baik terhadap lingkungan fisik maupun lingkungan budaya. Wisatawan maupun norma, nilai, kekerabatan, dan hasil-hasil karya masyarakat lokal, sehingga kehadiran mereka di pedesaan tidak mengganggu aktivitas keseharian kehidupan masyarakat lokal.

Sebaliknya masyarakat lokal tidak mengganggu kedatangan wisatawan sehingga wisatawan dapat menikmati perjalanannya di pedesaan dengan aman dan nyaman. Adaptasi antara wisatawan dan masyarakat lokal terjadi secara kondusif artinya masyarakat lokal tidak merasa canggung dan malu dalam melakukan aktivitas bila mereka dilihat atau dipotret oleh wisatawan. Dilain pihak wisatawan dapat menunjukkan sikap bersahabat dengan masyarakat lokal.

Berdasarkan realita di lapangan memang betul-betul wisatawan berwisata ke pedesaan merupakan bentuk wisata minat khusus yang sering dianggap sebagai serious travel, wisata aktif (active travel) yaitu aktif dalam kegiatan wisata baik yang terkait dengan lingkungan fisik alam (trekking), maupun aktivitas sosial seperti aktif belajar memasak masakan tradisional Bali.

Keaslian dari pengembangan mutu produk wisata pedesaan merupakan bahan ramuan penting dalam pemodelan pariwisata pedesaan yang berhasil. Pengembangan pariwisata pedesaan sebagai salah satu pembangunan berlanjut harus terus menerus dan kreatif mengembangkan identitas atau ciri khas untuk menarik perhatian agar dikunjungi dan mengembangkan citra hijau sesuai dengan lingkungan daerah pedesaan.

Dari motivasi dan aktivitas yang dilakukan nampaknya respon wisatawan sangat positif terhadap kondisi alam. Hal ini dapat dilihat dari respon wisatawan terhadap keindahan alam sebanyak 52% mengatakan baik, terhadap keunikan alam sebanyak 72% mengatakan baik, dan 92% mengatakan keaslian alam baik.

Berbeda dengan respon wisatawan terhadap variasi objek yaitu 80% wisatawan mengatakan kurang baik. Hal ini disebabkan kurang dimanfaatkan dan kurang diperkenalkan potensi-potensi alam yang ada sehingga objek wisata



terkesan kurang variatif. Respon wisatawan terhadap kebersihan sebanyak 20% memperlihatkan respon yang kurang baik. Masalah kebersihan bersifat relatif, meskipun secara umum wisatawan mancanegara lebih perhatian dengan masalah kebersihan. Disamping itu realita di lapangan memang terdapat banyaknya sampah plastik bekas pembibitan di jalan-jalan sekitar lahan pertanian terutama pada musim hujan. Kondisi seperti ini sangat mengganggu wisatawan ekowisata.

Secara umum seluruh wisatawan berjumlah 100 orang (100%) yang diwawancarai merasa sangat puas dengan paket wisata ini karena dapat melihat dan melakukan aktivitas yang sangat menarik dalam satu hari. Mereka merasa mendapat pelayanan yang baik dari guide lokal dan perlakuan yang ramah dari masyarakat lokal. Meskipun seluruh wisatawan yang diwawancarai merasa puas dengan aktivitas kegiatan trekking, namun hanya 70% dari wisatawan tersebut berkeinginan untuk datang kembali agar dapat melihat dan melakukan aktivitas lebih banyak lagi. Namun mereka tidak bisa menyebutkan apa dan dimana hal tersebut dapat dilakukan. Secara umum wisatawan ingin mengunjungi rumah penduduk, mengunjungi pura, dan ikut aktivitas menanam padi.

Pemahaman Masyarakat Lokal Terhadap Paket Wisata Trekking

Masyarakat lokal yang berdomisili dari wilayah desa wisata Jatiluwih Penebel Tabanan sangat memahami adanya paket wisata ini. Hal ini dapat diketahui dari hasil wawancara dengan tokoh-tokoh masyarakat di masing-masing dusun/banjar yang dilalui dalam kegiatan trekking. Mereka mengetahui adanya wisatawan melakukan trekking secara berombongan antara 10 sampai 25 orang. Wisatawan diantar oleh guide dengan mini bus.

Masyarakat lokal sangat paham dengan adanya aktivitas wisatawan selama melakukan kegiatan trekking, dimana dalam perjalanan wisatawan melihat panorama alam dan aktivitas keseharian masyarakat yang kebetulan mereka temui dan berhenti sejenak apabila ada hal-hal yang menarik bagi wisatawan. Aktivitas masyarakat lokal yang biasanya ditemui dan menarik bagi wisatawan di antaranya:

- a. Wisatawan melihat masyarakat lokal sedang melakukan pengolahan sawah secara tradisional mulai dari pembibitan hingga panen lengkap dengan upacara ritualnya, meliputi: pembibitan, mencangkul, membajak, meratakan, menanam, membersihkan rumput, dan memanen. Sedangkan upacara yang bisa dilihat adalah upacara nuasen (permulaan penggarapan sawah), mebiyukukung (upacara padi baru mulai berbuah) dan upacara nuduk nini (saat mulai panen). Namun aktivitas ini tidak selalu dapat ditemui karena bersifat musiman.
- b. Melihat aktivitas penduduk dalam mengolah hasil panen seperti mengolah buah kelapa menjadi lengis tandusan (minyak kelapa).



- c. Masyarakat lokal mengunjungi hasil panen baik untuk dibawa pulang maupun dijual
- d. Kehidupan keseharian seperti menjunjung kayu api, membawa ternak sapi dan itik kesawah
- e. Aktivitas yang berkaitan dengan upacara ritual seperti upacara Dewa Yadnya, Manusia Yadnya dan Pitra Yadnya lengkap dengan proses pengerjaannya.

Partisipasi Masyarakat dalam Paket Wisata Trekking

Pembangunan pariwisata akan berhasil bila didukung oleh masyarakat lokal dalam komunitas itu. Sering ada anggapan bahwa partisipasi masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengelolaan pariwisata sering menimbulkan masalah. Anggapan yang sedikit keliru ini, nampaknya perlu diluruskan. Justru dengan melibatkan masyarakat lokal dari tahap perencanaan hingga pengelolaan akan menjamin pariwisata bisa berkembang dengan baik secara harmonis. Asalkan mekanismenya dibuat sedemikian rupa sehingga ada ketegasan fungsi dan peran masing-masing.

Pentingnya keterlibatan masyarakat lokal di sebuah objek wisata karena pariwisata akan dapat mempengaruhi masyarakat lokal. Oleh sebab itu hendaknya ada penentuan sikap masyarakat terhadap pengembangan pariwisata. Bila terjadi sikap negatif berlebihan maka mungkin kurang realistis mengembangkan pariwisata. Sebaliknya bila lebih sedikit sikap negatif yang terjadi, maka pengembangannya perlu dilanjutkan dengan memberi pendidikan, pelatihan, dan sadar wisata agar dapat menguntungkan semua pihak. Peranan masyarakat lokal sebagai produk wisata berupa keramah-tamahan, dan aktivitas kesehatan berupa aktivitas sosial ekonomi maupun sosial budaya.

Persoalan yang cukup pelik dalam mengelola pariwisata pedesaan adalah kondisi fisik daya tarik yang ditawarkan umumnya berupa public goods. Kondisi seperti ini menyebabkan pelaku pariwisata maupun wisatawan dengan mudah memanfaatkannya. Dengan demikian sering masyarakat lokal tidak mendapatkan keuntungan ekonomi. Terlebih-lebih lagi letak geografisnya sangat terbuka untuk umum.

Demikian juga halnya dengan desa-desa yang dijadikan objek wisata trekking kelihatannya keterlibatan dan keuntungan ekonomi yang diperoleh sangat kurang. Disamping itu, karena lokasi ini baru mulai dimanfaatkan sebagai paket wisata, maka keterlibatan masyarakat baru berupa terjadi kontak sosial yang lebih formal disepanjang jalan yang dilalui oleh wisatawan dalam melakukan kegiatan trekking dengan model yang berbeda. Namun di lokasi yang dilalui dan dimanfaatkan potensinya, masyarakat lokal belum banyak terlibat secara aktif. Adaptasi antara wisatawan mancanegara dan guide yang mengantar wisatawan dalam kegiatan trekking, dan masyarakat lokal terjadi



bila wisatawan memotret padi di sawah, masuk ke rumah penduduk, melihat atau masuk ke sekolah dasar, dan sekedar membeli air mineral di warung-warung penduduk.

Sesungguhnya segala aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat lokal memiliki makna ekonomi yaitu untuk menghasilkan barang atau jasa yang dapat diperjual belikan dan sebagian untuk dikonsumsi. Namun secara jelas aktivitas masyarakat lokal belum dapat dinikmati oleh wisatawan, dan aktivitas ekonomi tersebut belum mengarah kepada komodifikasi terhadap pariwisata karena mereka melakukan aktivitas semata-mata sebagai dharma dan pekerjaan sambil terutama untuk memenuhi kebutuhan konsumsi.

Untuk mencapai pariwisata kerakyatan berkelanjutan dalam pengelolaannya harus melibatkan komunitas lokal menjadi suatu kekuatan positif dalam melestarikan kualitas sumber daya alam dan budaya sebagai aset wisata (Ratnaningsih & Mahagangga, 2015). Pengalaman pengunjung ditunjukkan dengan semakin baik pengalaman yang diperoleh dan semakin baik kondisi kehidupan masyarakat lokal di objek wisata maka akan semakin kecil kemungkinan kerusakan alam maupun budaya (Pitana, 2003).

Hubungan Masyarakat Lokal dengan Wisatawan

Interaksi antara masyarakat lokal dengan wisatawan mancanegara yang mengikuti kegiatan paket wisata trekking belum intensif. Interaksi hanya terjadi bila wisatawan melihat dari dekat aktivitas masyarakat terutama dalam proses pengerjaan lahan pertanian di sawah, aktivitas sosial budaya, ritual, masuk ke rumah penduduk, dan berbelanja di warung milik masyarakat lokal. Kondisi ini merupakan suatu hal yang biasa terjadi pada objek-objek wisata terlebih-lebih di jalur trekking, dimana kunjungan wisatawan sangat singkat hanya sebagai paket singgah dalam beberapa jam kunjungan sehingga interaksi terjadi kurang intensif.

Meskipun demikian interaksi ini tidak bisa dilepaskan dari sikap masyarakat pedesaan yang ramah kepada setiap orang yang mengunjungi desa atau rumahnya. Interaksi ini terjadi secara simbolik dengan menggunakan bahasa sebagai simbol, sesederhana apapun, misalnya bila masyarakat lokal terutama anak-anak melihat wisatawan asing, maka akan disapa dengan ucapan hallo. Namun bila diperlukan percakapan yang lebih panjang maka dilakukan dengan perantara guide. Sering juga interaksi yang dilakukan dengan bahasa non-verbal yaitu dengan menggunakan gerakan tubuh, misalnya dengan tersenyum, melambaikan tangan, serta mengangguk atau menggelengkan kepala. Kondisi seperti ini terlihat di sepanjang jalan perjalanan jalur paket wisata trekking.

Objek wisata pedesaan yang ada di Desa wisata Jatiluwih ini sudah lama dikembangkan, jumlah wisatawan sudah mengalami peningkatan, tertarik dengan tempat yang masih asli, sepi dan belum tercemar, diminati oleh



sejumlah wisatawan yang suka petualangan dan lingkungan alam pedesaan yang asri. Masyarakat menyambut positif kedatangan orang asing baik sebagai wisatawan maupun sebagai calon investor, tidak ada perencanaan dan kontrol dari masyarakat (level euphoria).

SIMPULAN

Sesuai dengan permasalahan sebagaimana dirumuskan di depan dan bertolak dari hasil riset yang telah dipaparkan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Secara umum motivasi wisatawan mengikuti kegiatan paket wisata trekking di desa wisata Jatiluwih Penebel Tabanan adalah karena motivasi pribadi yaitu ingin melihat budaya dan masyarakat lain. Secara keseluruhan respon wisatawan terhadap kondisi alam pedesaan adalah cukup baik.
- b. Keterlibatan masyarakat lokal di desa wisata Jatiluwih Penebel Tabanan adalah amat sangat terbatas yaitu hanya baru terjadi kontak sosial dengan wisatawan. Masyarakat lokal hanya sebagai objek, terkait dengan aktivitas keseharian yang dilakukan (level euphoria).
- c. Pengembangan desa wisata menuju pariwisata kerakyatan berkelanjutan dapat ditawarkan dalam paket wisata trekking dengan memanfaatkan sumber daya alam dan budaya lokal. Masyarakat bekerjasama para pelaku pariwisata sesuai dengan fungsi dan tugasnya masing-masing sehingga terjadi hubungan yang harmonis antara wisatawan, masyarakat lokal, industri pariwisata (skateholders) dan pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyani, 2002. Sosiologi, Skematika, Teori dan Terapan. Jakarta: Bumiaksara.
- Adhisakti, Laterna T. 2000. Strategi Pengembangan Desa Wisata di Indonesia. Dalam Makalah Seminar Nasional Pemberdayaan Pariwisata Berbasis Kerakyatan dalam Menyongsong Otonomi Daerah Bali.
- Ardika, I Gde. 2001. Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan yang Berbasis Kerakyatan. Makalah Seminar Nasional The Last or The Lost Paradise.
- Dana, Wayan. 2002. Peluang dan Tantangan Pengelolaan Pariwisata Alternatif. (Kasus Pondok Wisata Sua Bali). Tesis Pasca Sarjana Universitas Udayana. Denpasar.
- Fandeli, Chafid dan Destha T. 2002. "Potensi dan Peluang Kawasan Pedesaan Sebagai Daya Tarik Wisata. (Studi Kasus di Pedusunan Tunggularum, Wonokerto, Turi Sleman). Jurnal Nasional Pariwisata" Vol.2 No 2. Desember 2002. Hal. 24-33. Diterbitkan oleh Badan Kerjasama Penelitian dan Pengembangan Pariwisata (BKP3). Yogyakarta.



- Kodyat, H. 1997. "Hakekat dan Perkembangan Wisata Alternatif" Dalam Prosiding Pelatihan dan Lokakarya Perencanaan Pariwisata Berkelanjutan, ed. Myra P. Gunawan. Bandung: Penerbit ITB.
- Kusmayadi. 2000. "Pariwisata Pedesaan dan Pembangunan Pertanian Berkelanjutan". Jurnal Ilmiah Pariwisata. Vol.5, No.1 Agustus 2001. Hal. 100-114. Diterbitkan oleh: Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti Jakarta.
- Natori, Nasahito (ed). 2001. A Guide Book for Tourism Based Community Development. Publisher APTE.
- Pitana, Gde. 2003. Kebijakan dan Strategi Pemerintah Daerah Bali dalam Pembangunan Pariwisata. Dalam Ardika (ed). Pariwisata Budaya Berkelanjutan: Program Studi Magister (S2) Kajian Pariwisata Universitas Udayana Denpasar.
- Ratnaningsih, N. L. G., & Mahagangga, I. G. A. O. (2015). Partisipasi Masyarakat Lokal dalam Pariwisata (Studi Kasus di Desa Wisata Belimbing, Tabanan, Bali). Jurnal Destinasi Pariwisata, 3(1), 45–51. <https://jurnal.harianregional.com/index.php/destinasipar/article/view/23211>
- Sugiyarto, & Amaruli, R. J. (2018). Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya dan Kearifan Lokal Pendahuluan Hasil dan Pembahasan Gambaran Umum Budaya Lokal Metode. Jurnal Administrasi Bisnis, 7(1), 45–52.
- Suryasih, IA. 2003. Pengembangan Pariwisata Pedesaan. (Kasus Paket Wisata Eco Cycling PT. Tour East Indonesia). Tesis Pascasarjana Universitas Udayanan Denpasar.
- Swarbooke, J. 1998. Sustainable Tourism Management. New York: CAB I Publishing.
- Vga, N. A., & Hakim, L. (2018). Di Desa Tulungrejo Kota Batu. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 61(3), 50.



PENGEMBANGAN DESA KREATIF MELALUI PENGELOLAAN SUMBER DAYA WISATA PERDESAAN

Ni Made Eka Mahadewi

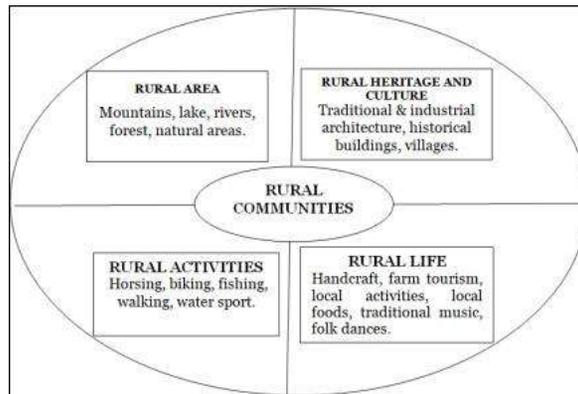
PENDAHULUAN

Rastghalam, M. et.al (2017) menyebutkan bahwa selama berabad-abad desa telah menjadi pusat penting tempat tinggal dan produksi dalam pembangunan negara (Bruntrup & Messner, 2007; Papoli & Ebrahimi, 2011). Richards dan Raymonds (2000) pertama kali mengusulkan konsep pariwisata kreatif sebagai “pariwisata yang menawarkan” peluang wisatawan untuk mengembangkan potensi kreatif melalui partisipasi aktif dalam kursus dan pengalaman belajar, dan karakteristik tujuan di mana mereka dibawa”. Tan, et.al (2013) mengeksplorasi esensi kreativitas dalam pariwisata kreatif dari perspektif wisatawan dan mengusulkan model pengalaman kreatif dalam pariwisata kreatif. Tan dkk studi menyoroti bahwa pengalaman kreatif wisatawan dibangun dari interaksi luar dan dalam cerminan. Interaksi luar termasuk lingkungan, orang, dan aktivitas, sedangkan batin refleksi berarti kesadaran/kesadaran, kebutuhan/motivasi, dan kreativitas. Zhange (2013) mengidentifikasi ciri-ciri pariwisata kreatif yang merupakan tingkat yang lebih tinggi dari pengalaman pariwisata. Itu pariwisata pengalaman, wisatawan dapat memperoleh pariwisata pengalaman, seperti pengalaman sensorik, persepsi dan pengalaman kognitif, afektif/emosional pengalaman, dan pengalaman sosial (Schmitt, 1999). Wisata kreatif tidak hanya menyediakan wisatawan dengan pengalaman itu tetapi juga menginspirasi potensi wisatawan dalam kreativitas, perasaan pribadi, imajinasi, dan kebijaksanaan. Ini mendorong wisatawan untuk mencari yang special pengalaman yang bisa membuat mereka memiliki novel pengalaman pribadi (Zhang, 2013). Dapat dipahami bahwa dalam pariwisata kreatif, tanggung jawab ada pada wisatawan itu sendiri untuk secara aktif belajar dan berpartisipasi dalam kegiatan kreatif dan lingkungan, dalam rangka membangun sendiri pengalaman (Richards dan Wilsson, 2006).

Destinasi Perdesaan (Rural Destination)

Wisata perdesaan didefinisikan sebagai kehadiran orang-orang di lingkungan alam, istirahat dan keinginan untuk bersama dengan orang-orang dengan budaya yang berbeda, untuk pergi ke pemukiman perdesaan dan tinggal di bisnis akomodasi khusus untuk tempat, untuk mencicipi makanan dan minuman wilayah itu, untuk menemukan dan mengalami budaya abstrak dan konkret dari wilayah itu (Soykan, 2001). Wisata perdesaan adalah jenis wisata yang berbasis sumber daya alam, terjalin dengan pemukiman perdesaan. Wisata perdesaan lebih disukai oleh setengah baya dan berpenghasilan

menengah, berpendidikan, profesional profesional dan mereka yang bepergian dengan keluarga. Menurut Doğan et al. (2016), pengalaman wisata merupakan dimensi dari suasana, harga, kebersihan, makanan, layanan dan staf. Bayram, et.al (2017), telah meneliti citra destinasi, daya tarik wisata, lingkungan alam, publik, acara khusus, budaya dan seni, infrastruktur, transportasi, akomodasi, informasi, makanan dan minuman, pengalaman yang menyenangkan, mengasyikkan, menyegarkan dan santai. Nanir et.al. (2019), telah meneliti pengalaman wisatawan Cittaslow dalam hal alam dan pemandangan, produk lokal, fasilitas regeneratif, perhotelan, bisnis pariwisata, publisitas (pengetahuan), pengabaian/ ketidakpedulian/ polusi (lingkungan), layanan yang dirasakan kualitas dan harga. Nanir and Ongun (2019) telah meneliti pengalaman pengunjung YeşilovaLake Salda secara positif dan negatif. Dimensi pengalaman positif itu alami struktur, kesehatan, kegiatan rekreasi, masyarakat lokal, lokasi geografis dan keahlian memasak; dimensi pengalaman negatif adalah lingkungan, infrastruktur dan suprastruktur, informasi dan kualitas layanan yang dirasakan. Menurut Organisasi Pariwisata Dunia, 2004), pariwisata perdesaan terdiri dari; empat komponen utama di mana masyarakat perdesaan berada di tengah. Ini adalah daerah perdesaan (pegunungan, danau, sungai, hutan, daerah alami), warisan dan budaya perdesaan (arsitektur tradisional dan industri, bangunan bersejarah, desa), kegiatan perdesaan (naik kuda, bersepeda, memancing, berjalan kaki, olahraga air) dan kehidupan perdesaan (kerajinan tangan, aktivitas lokal, makanan lokal, wisata pertanian, musik tradisional, tarian rakyat) (Gambar 1).



Gambar 1: Komponen Wisata Perdesaan (Sumber: World Tourism Organization, 2004

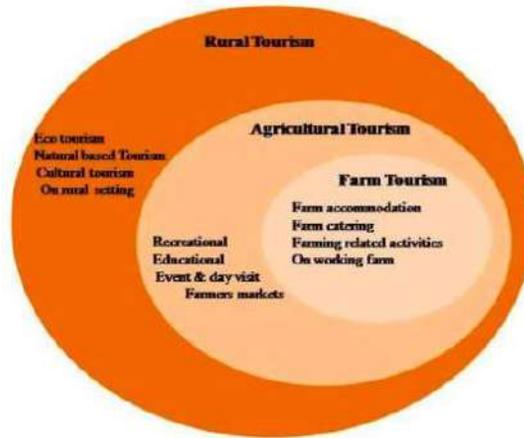
Konsep wisata perdesaan bersifat multidimensi dan ada beberapa definisi yang berbeda tentang wisata perdesaan. Berikut ini adalah beberapa contohnya: menurut Organisasi Kerjasama Ekonomi dan Pembangunan [OECD],



pariwisata perdesaan didefinisikan sebagai pariwisata berlangsung di perdesaan. Telah dikemukakan di atas bahwa perdesaan sebagai sebuah konsep terhubung dengan populasi rendah kepadatan dan ruang terbuka, dan dengan pemukiman skala kecil, umumnya kurang dari 10.000 penduduk. Penggunaan lahan didominasi oleh pertanian, kehutanan dan kawasan alam. Masyarakat cenderung terhadap tradisionalisme: pengaruh masa lalu seringkali kuat. Kebijakan pemerintah condong ke arah konservasi daripada perubahan radikal atau cepat. Oleh karena itu, desa wisata harus:

- a. Terletak di daerah perdesaan;
- b. Secara fungsional perdesaan, dibangun di atas fitur khusus dunia perdesaan: perusahaan skala kecil, ruang terbuka, kontak dengan alam dan alam, warisan masyarakat "tradisional" dan praktik "tradisional";
- c. Skala perdesaan -- baik dalam hal bangunan dan pemukiman -- dan, oleh karena itu, biasanya skala kecil
- d. Berwatak tradisional, tumbuh perlahan dan organik, dan terhubung dengan lokal keluarga. Ini akan sering dikendalikan secara lokal dan dikembangkan untuk jangka Panjang baik dari daerah;
- e. Berkelanjutan - dalam arti bahwa pembangunannya harus membantu mempertahankan perdesaan khusus karakter suatu daerah, dan dalam arti pembangunannya harus berkelanjutan dalam penggunaan sumber daya. Wisata perdesaan harus dilihat sebagai alat yang potensial untuk konservasi dan keberlanjutan, bukan sebagai alat urbanisasi dan pembangunan;
- f. Dari berbagai jenis, mewakili pola kompleks lingkungan perdesaan, ekonomi, dan sejarah.

Menurut Lane (1994a) desa wisata harus: berlokasi di daerah perdesaan, secara fungsional perdesaan, perdesaan dalam skala yaitu biasanya skala kecil; bersifat tradisional; tumbuh perlahan dan organik; terhubung dengan keluarga lokal; dan mewakili pola kompleks perdesaan lingkungan, ekonomi, sejarah dan lokasi. Menggambarkan pariwisata perdesaan sebagai kegiatan multi-faceted daripada pariwisata berbasis pertanian saja. Bukan hanya mencakup liburan berbasis pertanian tetapi juga mencakup liburan alam minat khusus dan ekowisata, liburan jalan kaki, mendaki dan berkuda, petualangan, wisata olahraga dan kesehatan, berburu dan memancing, wisata edukasi, wisata seni dan warisan budaya dan di beberapa daerah, etnik pariwisata (Baramwell & Lane, 1994). Pariwisata perdesaan mengacu pada kegiatan perjalanan yang bertujuan mengejar alam dan humanistic daya tarik dengan perdesaan di daerah perdesaan (Jingming & Lihua, 2002).



Gambar 2: Klasifikasi aktivitas wisata di wilayah pedesaan (McGehee & Kim, 2004)

Wisata pedesaan dapat mencakup hal-hal di atas tetapi juga tempat perkemahan, penginapan, safari drive, pasar kerajinan, pameran budaya, olahraga petualangan, jalan setapak, situs warisan, acara musik memang setiap kegiatan wisata yang berlangsung di daerah pedesaan (Tabel 2). Pariwisata pedesaan adalah sejenis kegiatan pedesaan yang sifatnya alami dan humanistik (termasuk adat istiadat, pemandangan, lanskap (tentang negara setempat dan pertanian) dan lainnya atraksi, jenis kegiatannya pada dasarnya adalah rekreasi, jalan-jalan, pengalaman dan pembelajaran, dan seterusnya (Jingming & Lihua 2002; Deqian, 2006; Holland, Burian & Dixey, 2003). Menurut menurut Nilsson, pariwisata pedesaan didasarkan pada lingkungan pedesaan pada umumnya sedangkan pariwisata pertanian didasarkan pada pertanian dan petani. Artinya, dalam kerangka desa wisata, perusahaan pariwisata pertanian lebih erat kaitannya dengan pertanian daripada pariwisata pedesaan lainnya operasi.

Pembangunan pedesaan bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan melaksanakan pembangunan yang komprehensif di daerah pedesaan yang mayoritas penduduknya berada dalam kemiskinan. Pembangunan pedesaan juga dapat berkontribusi untuk mengurangi kemiskinan di daerah perkotaan dengan mengurangi masuknya penduduk yang berlebihan dari daerah pedesaan. Pembangunan pedesaan adalah proses peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan ekonomi masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan, seringkali daerah yang relatif terisolasi dan jarang penduduknya. Pembangunan Pedesaan secara tradisional berpusat pada eksploitasi sumber daya alam yang padat lahan seperti pertanian dan kehutanan. Secara teoritis, pembangunan pedesaan berusaha untuk



mengentaskan kemiskinan, pemanfaatan sumber daya secara massal, komersialisasi pertanian, ketahanan pangan, menciptakan peluang, pembangunan infrastruktur masyarakat perdesaan dan modernisasi masyarakat secara keseluruhan. Pembangunan perdesaan penting tidak hanya bagi sebagian besar penduduk yang tinggal di daerah perdesaan tetapi pertumbuhan kegiatan perdesaan juga diperlukan untuk merangsang kecepatan ekspansi ekonomi bangsa secara keseluruhan.

Wisata perdesaan dapat mencakup hal-hal di atas tetapi juga tempat perkemahan, penginapan, safari drive, pasar kerajinan, pameran budaya, olahraga petualangan, jalan setapak, situs warisan, acara musik memang setiap kegiatan wisata yang berlangsung di daerah perdesaan (Tabel 2). Pariwisata perdesaan adalah sejenis kegiatan perdesaan yang sifatnya alami dan humanistik (termasuk adat istiadat, pemandangan, lanskap (tentang negara setempat dan pertanian) dan lainnya atraksi, jenis kegiatannya pada dasarnya adalah rekreasi, jalan-jalan, pengalaman dan pembelajaran, dan seterusnya (Jingming & Lihua 2002; Deqian, 2006; Holland, Burian & Dixey, 2003). Menurut menurut Nilsson, pariwisata perdesaan didasarkan pada lingkungan perdesaan pada umumnya sedangkan pariwisata pertanian didasarkan pada pertanian dan petani. Artinya, dalam kerangka desa wisata, perusahaan pariwisata pertanian lebih erat kaitannya dengan pertanian daripada pariwisata perdesaan lainnya operasi.

Pembangunan perdesaan bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan melaksanakan pembangunan yang komprehensif di daerah perdesaan yang mayoritas penduduknya berada dalam kemiskinan. Pembangunan perdesaan juga dapat berkontribusi untuk mengurangi kemiskinan di daerah perkotaan dengan mengurangi masuknya penduduk yang berlebihan dari daerah perdesaan. Pembangunan perdesaan adalah proses peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan ekonomi masyarakat yang tinggal di daerah perdesaan, seringkali daerah yang relatif terisolasi dan jarang penduduknya. Pembangunan Perdesaan secara tradisional berpusat pada eksploitasi sumber daya alam yang padat lahan seperti pertanian dan kehutanan. Secara teoritis, pembangunan perdesaan berusaha untuk mengentaskan kemiskinan, pemanfaatan sumber daya secara massal, komersialisasi pertanian, ketahanan pangan, menciptakan peluang, pembangunan infrastruktur masyarakat perdesaan dan modernisasi masyarakat secara keseluruhan. Pembangunan perdesaan penting tidak hanya bagi sebagian besar penduduk yang tinggal di daerah perdesaan tetapi pertumbuhan kegiatan perdesaan juga diperlukan untuk merangsang kecepatan ekspansi ekonomi bangsa secara keseluruhan.

Pembangunan perdesaan biasanya berkaitan dengan metode peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan finansial individu yang secara khusus tinggal di daerah berpenduduk dan terpencil. Secara tradisional



pembangunan perdesaan dipusatkan pada penyalahgunaan sumber daya alam yang padat lahan seperti kehutanan dan pertanian. Tetapi hari ini, meningkatnya urbanisasi dan perubahan dalam produksi global, jaringan telah mengubah sifat daerah perdesaan. Pembangunan perdesaan adalah istilah lengkap yang berkonsentrasi pada tindakan yang diambil untuk pembangunan daerah perdesaan yang meningkatkan perekonomian desa. Namun, hanya sedikit area yang menuntut perhatian lebih terfokus dan inisiatif baru.

Pendidikan, Kesehatan Masyarakat dan Sanitasi, Pemberdayaan Perempuan, Pembangunan Infrastruktur (misalnya listrik, irigasi, dll.), Fasilitas untuk penyuluhan dan penelitian pertanian, Ketersediaan Kredit, Kesempatan kerja merupakan indikator yang dapat menunjukkan tingkat keberadaan desa wisata yang kreatif. Pembangunan perdesaan penting tidak hanya bagi sebagian besar penduduk yang tinggal di daerah perdesaan tetapi pertumbuhan kegiatan perdesaan diperlukan untuk merangsang kecepatan ekspansi ekonomi bangsa secara keseluruhan.

Pembangunan perdesaan bertujuan mencari cara untuk meningkatkan kehidupan perdesaan dengan partisipasi masyarakat perdesaan itu sendiri, sehingga dapat memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan masyarakat perdesaan. Orang luar mungkin tidak memahami latar, budaya, bahasa, dan hal-hal lain yang lazim di daerah setempat. Oleh karena itu, masyarakat perdesaan sendiri perlu berpartisipasi dalam pembangunan perdesaan yang berkelanjutan. Di negara-negara berkembang seperti Nepal, Pakistan, India, Bangladesh, Cina, pendekatan pembangunan terpadu sedang ditindaklanjuti. Dalam konteks ini, banyak pendekatan dan ide yang telah dikembangkan dan diimplementasikan, misalnya pendekatan bottom-up, PRA-Participatory Rural Appraisal, RRA- Rapid Rural Appraisal, Working With People (WWP), dan lainnya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Kreatif

Desa Kreatif dipetakan atas 17 subsektor yang termasuk dalam lingkup ekonomi kreatif yaitu; 1) Arsitektur, 2) Desain Interior, 3) Pengembangan Permainan, 4) Musik, 5) Seni Rupa, 6) Desain Produk, 7) Fashion, 8) Kuliner, 9) Film, Animasi dan Video, 10) Fotografi, 11) Desain Komunikasi Visual, 12) Televisi dan Radio, 13) Kriya, 14) Periklanan, 15) Seni Pertunjukan, 16) Penerbitan, 17) Aplikasi (Kemenparekraf, 2022).

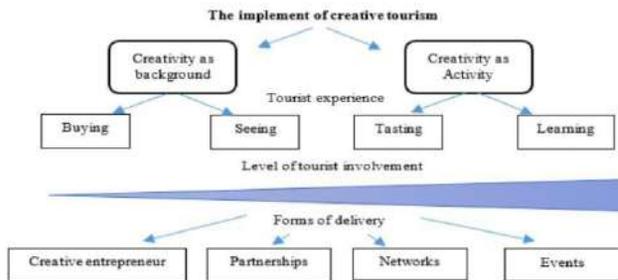
Mengutip dari buku pedoman desa kreatif yang dikeluarkan oleh Kemenparekraf (2022); sektor ekonomi kreatif yang mengutamakan kreativitas dan orisinalitas ide dapat berkembang apabila didukung dengan ekosistem yang baik. Pada konteks ini, wilayah perdesaan memiliki sumber daya yang juga mumpuni seperti halnya di perkotaan. Pelestarian budaya, adat istiadat dan bahasa adalah aktivitas yang kerap ditemukan di perdesaan dan merupakan potensi yang dapat dioptimalkan untuk meningkatkan kesejahteraan

masyarakat. Tujuan dari adanya Program Pengembangan Desa Kreatif adalah meningkatkan ragam kawasan dan klaster kreatif sesuai dengan RPJMN 2020 – 2024 yang diharapkan memberikan dampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat desa. Hal ini dapat tercapai apabila usaha kreatif desa mengalami pertumbuhan sehingga dapat menyerap banyak tenaga kerja di sektor kreatif.

Dalam pengertian desa kreatif tersebut, sebuah desa dapat tergolong Desa Kreatif dengan adanya komponen utama sebagai berikut:

- Produk Kreatif Unggulan berupa barang atau jasa yang memberikan nilai tambah dan manfaat bagi pertumbuhan ekonomi desa;
- Telah terlaksananya pengembangan produk ekonomi kreatif lokal yang termasuk dari 17 subsektor ekonomi kreatif; dan
- Adanya peran serta aktif dari masyarakat dan pelaku ekonomi kreatif setempat.

Dengan menggunakan pembandingan desa kreatif lainnya; menurut Richards and Raymond (2011); model pariwisata kreatif dapat dijadikan sebagai referensi untuk mewujudkan desa kreatif. Implementasi wisata kreatif yang dapat diterapkan di desa wisata adalah dengan membentuk kreatif industri berbasis kewirausahaan, Kerjasama, networking dan berbagai bentuk event wisata. Gambar 3 menunjukkan model pariwisata kreatif yang dapat diadopsi untuk desa kreatif.



Gambar 3: Model Pariwisata Kreatif: adopsi dari Richards and Raymond (2011)

Kategori Desa Kreatif

Untuk lebih mengenal berbagai bentuk desa kreatif, dalam pedoman Kemenparekraf Desa Kreatif dikategorikan dalam beberapa level pengembangan, yaitu inisiatif, produktif, inovatif, dan berkelanjutan yang berdasarkan beberapa indikator yaitu produk, pemasaran, sumber daya manusia, pendampingan dan kolaborasi, kelembagaan, infrastruktur, serta teknologi digital dan finansial. Penjelasan kriteria desa kreatif secara lebih detail berdasarkan Indikator dan Tipologi Desa Kreatif Berdasarkan Level Pengembangannya sebagai berikut:

- Desa Kreatif Inisiatif

Sebagai kriteria desa kreatif terdapat beberapa indikator yaitu:



- a) Indikator Produk Kreatif Memiliki potensi ekonomi kreatif namun belum dikembangkan; Bimbingan Teknis terkait pentingnya Hak Kekayaan Intelektual (HKI).
- b) Indikator Pemasaran, pemasaran dengan target masyarakat lokal desa.
- c) Indikator SDM, Kesadaran masyarakat akan potensi ekonomi kreatif belum tumbuh, terlaksana pelatihan pengembangan kapasitas SDM.
- d) Indikator Pendampingan dan Kolaborasi, Belum ada pendampingan dan kolaborasi baik dari pemerintah maupun swasta.
- e) Indikator Kelembagaan, Belum memiliki kelembagaan secara formal (masih berupa komunitas/ perorangan).
- f) Indikator Infrastruktur, Belum terdapat sarana prasarana penjamin keamanan dan kenyamanan (amenitas) dan aksesibilitas (jalan), Desa belum memiliki fasilitas internet.
- g) Indikator Teknologi Digital, Belum memanfaatkan Platform Digital.
- h) Indikator Finansial, Memperoleh pendanaan pengembangan Desa Kreatif dari pihak ketiga, Kondisi keuangan usaha kreatif belum menghasilkan keuntungan.

b. Desa Kreatif Produktif

Suatu desa dikatakan sebagai Desa Kreatif Produktif jika terdapat indikator berikut:

- a) Indikator Produk Kreatif, Potensi telah dikembangkan menjadi produk kreatif; Adanya fasilitasi pendaftaran/ pencatatan HKI atas produk kreatif.
- b) Indikator Pemasaran, Pemasaran dengan target hingga pasar regional.
- c) Indikator SDM, Telah terdapat pembagian peran pemangku kepentingan dan penggerak lokal (lokal champion), SDM mampu menjalankan operasional usaha meski perlu pendampingan.
- d) Indikator Pendampingan dan Kolaborasi, Telah terdapat pendampingan dan kolaborasi pemerintah dan atau swasta
- e) Indikator Kelembagaan, Pembentukan badan usaha masih dalam proses legalisasi.
- f) Indikator Infrastruktur, Sudah mulai terdapat sarana prasarana amenities dan aksesibilitas, Telah memiliki fasilitas internet dan wifi dengan kapasitas terbatas.
- g) Indikator Teknologi Digital, Desa kreatif memiliki website sebagai platform digital.
- h) Indikator Finansial, Memperoleh pendanaan pengembangan Desa Kreatif dari pihak ketiga tahap lanjut, Kondisi keuangan usaha kreatif sudah menghasilkan keuntungan.



c. Desa Kreatif Inovatif

Untuk menjadi desa kreatif inovatif tentu perlu berjenjang, terdapat indikator desa kreatif inovatif sebagai berikut:

- a) Indikator Produk Kreatif, produk kreatif telah memiliki kualitas, unggul, dan berdaya saing serta memiliki HKI atas produk kreatif yang dikembangkan.
- b) Indikator Pemasaran, pemasaran dengan target hingga nasional.
- c) Indikator SDM, penyerapan tenaga kerja masyarakat desa dari kegiatan ekonomi kreatif sudah masif, SDM mampu menjalankan operasional tanpa perlu pendampingan.
- d) Indikator Pendampingan dan Kolaborasi, pendampingan dan kolaborasi dari pemerintah dan atau swasta sudah mulai konsisten dilakukan.
- e) Indikator Kelembagaan, memiliki badan usaha setingkat desa (BUMDes/Koperasi).
- f) Indikator Infrastruktur, dilakukan pengembangan sarana prasarana amenities dan aksesibilitas dan memiliki fasilitas internet dan wifi yang memadai.
- g) Indikator Teknologi Digital, mulai memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk ekonomi kreatif desa.
- h) Indikator Finansial / Keuangan, pembiayaan pengembangan Desa Kreatif secara bersama antara pihak ketiga dan internal Desa Kreatif (cost sharing) dan kondisi keuangan usaha kreatif cukup untuk membiayai operasional.

d. Desa Kreatif Berkelanjutan

Kriteria desa kreatif tentu sangat ditentukan dari perjalanan desa tersebut dalam pengelolaan desa kreatif. Untuk menjadi desa kreatif berkelanjutan terdapat indikator berikut:

- a) Indikator Produk Kreatif, kualitas produk kreatif skala global dan ekspor dan
- b) memiliki HKI atas produk kreatif yang dikembangkan.
- c) Indikator Pemasaran, pemasaran dengan target hingga global (ekspor).
- d) Indikator SDM, sebagian besar masyarakat memiliki kontribusi dalam pengembangan Desa Kreatif dan SDM mampu mengembangkan kapasitas kelompok secara mandiri (self-learning).
- e) Indikator Pendampingan dan Kolaborasi, pelaku kreatif desa telah melakukan pendampingan/pelatihan pengembangan di desa binaan lain.
- f) Indikator Kelembagaan, telah memiliki badan usaha berbentuk PT dan kelengkapannya.
- g) Indikator Infrastruktur, terdapat sarana prasarana amenities dan aksesibilitas yang memadai, dan pemanfaatan internet telah menjadi budaya Desa Kreatif.
- h) Indikator Teknologi Digital, platform Digital untuk pengelolaan ekonomi kreatif yang mandiri dan terintegrasi.



- i) Indikator Finansial, pendanaan pengembangan Desa Kreatif secara mandiri tanpa harus ada bantuan dari pihak ketiga dan kondisi keuangan usaha kreatif dapat membeli aset baru.

Ada beberapa hal yang menjadi tujuan dibentuknya desa kreatif yaitu:

- a) melestarikan dan memajukan adat istiadat, tradisi dan budaya;
- b) mendorong partisipasi masyarakat desa untuk pengembangan potensi dan aset desa;
- c) meningkatkan ketahanan sosial budaya masyarakat desa guna mewujudkan masyarakat desa yang mampu memelihara kesatuan sosial sebagai bagian dari ketahanan nasional;
- d) memajukan perekonomian masyarakat desa serta mengatasi kesenjangan pembangunan nasional;
- e) meningkatkan kompetensi pelaku kreatif; dan
- f) memberikan nilai tambah terhadap produk kreatif desa.
- g) Indikator Kelembagaan, memiliki badan usaha setingkat desa (BUMDes/Koperasi).
- h) Indikator Infrastruktur, dilakukan pengembangan sarana prasarana amenities dan aksesibilitas dan memiliki fasilitas internet dan wifi yang memadai.
- i) Indikator Teknologi Digital, mulai memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk ekonomi kreatif desa.
- j) Indikator Finansial / Keuangan, pembiayaan pengembangan Desa Kreatif secara bersama antara pihak ketiga dan internal Desa Kreatif (cost sharing) dan kondisi keuangan usaha kreatif cukup untuk membiayai operasional.

e. Desa Kreatif Berkelanjutan

Kriteris desa kreatif tentu sangat ditentukan dari perjalanan desa tersebut dalam pengelolaan desa kreatif. Untuk menjadi desa kreatif berkelanjutan terdapat indikator berikut:

- a) Indikator Produk Kreatif, kualitas produk kreatif skala global dan ekspor dan
- b) memiliki HKI atas produk kreatif yang dikembangkan.
- c) Indikator Pemasaran, pemasaran dengan target hingga global (ekspor).
- d) Indikator SDM, sebagian besar masyarakat memiliki kontribusi dalam pengembangan Desa Kreatif dan SDM mampu mengembangkan kapasitas kelompok secara mandiri (self-learning).
- e) Indikator Pendampingan dan Kolaborasi, pelaku kreatif desa telah melakukan pendampingan/pelatihan pengembangan di desa binaan lain.
- f) Indikator Kelembagaan, telah memiliki badan usaha berbentuk PT dan kelengkapannya.



- g) Indikator Infrastruktur, terdapat sarana prasarana amenities dan aksesibilitas yang memadai, dan pemanfaatan internet telah menjadi budaya Desa Kreatif.
- h) Indikator Teknologi Digital, platform Digital untuk pengelolaan ekonomi kreatif yang mandiri dan terintegrasi.
- i) Indikator Finansial, pendanaan pengembangan Desa Kreatif secara mandiri tanpa harus ada bantuan dari pihak ketiga dan kondisi keuangan usaha kreatif dapat membeli aset baru.

Ada beberapa hal yang menjadi tujuan dibentuknya desa kreatif yaitu:

- a) melestarikan dan memajukan adat istiadat, tradisi dan budaya;
- b) mendorong partisipasi masyarakat desa untuk pengembangan potensi dan aset desa;
- c) meningkatkan ketahanan sosial budaya masyarakat desa guna mewujudkan masyarakat desa yang mampu memelihara kesatuan sosial sebagai bagian dari ketahanan nasional;
- d) memajukan perekonomian masyarakat desa serta mengatasi kesenjangan pembangunan nasional;
- e) meningkatkan kompetensi pelaku kreatif; dan
- f) memberikan nilai tambah terhadap produk kreatif desa.

Aktivitas desa wisata kreatif yang bersumber pada sumberdaya alam perdesaan antara lain ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 1
Desa Wisata Kreatif berbasis Sumber Daya Perdesaan
Sumber: Desa Wisata Kreatif, adopsi dari Hong, 1998 dalam Kiper & Ozdemir, 2012 (Mahadewi, 2022)

Wilayah/Zona	Aktivitas	Fasilitas
Kebun sayur	Menanam dan Memetik Sayur	Peta lokasi, map, rute/alur penanaman, signboards, informasi jenis tanaman. Tempat istirahat/restrooms
Tempat memancing ikan	Wisata memancing	Parkir, keindahan kolam, penataan tempat memancing
Hutan alam	Trekking, wisata alam menyusuri hutan, camping site	Jalur trekking, camp, tempat istirahat/ shelter, informasi/ map/ rute perjalanan. Pemandu kegiatan/tour
Pameran produk pertanian	Penjualan produk pertanian	Informasi produk, tempat penjualan produk, kemasan produk, produk yang mudah dikonsumsi ramah lingkungan



Makanan lokal	Wisata kuliner	Warung makan, restoran, rumah makan lokal	desa wisata dengan penawaran paket kuliner lokal
Rumah desa	Wisata budaya	Rumah desa	berbahan alam, informasi sejarah rumah desa, informasi budaya lokal
Air terjun	Wisata Air, wisata kunang-kunang-wisata terjun	Signboards, penataan lansekap kunang;Kawasan/zona, penataan tempat parkir	
Daerah desa dengan budaya pegunungan	Tempat difestivals	pameran,Maps, signboards, tempat pameran, museum, festivals, area parkir	
Desa alami	Mendaki (<i>climbing</i>), <i>hiking</i>	Map, Jalur wisata, informasi penting terkait bencana saat berwisata, informasi peringatan dini	
Area sejarah	Wisata sejarah	Penjelasan dan map sejarah desa, (<i>heritage site</i>),wisatapetunjuk arah/ signboards, rute perjalanan	menuju lokasi tempat sejarah

Pemangku Kepentingan (Stakeholder)

Pariwisata di Desa Kreatif

Konsep Pentahelix merupakan kerja sama lima unsur pemangku kepentingan yaitu; pemerintah, akademisi, pelaku usaha, masyarakat dan media dalam sebuah agenda pembangunan. Secara spesifik, Kementerian Pariwisata menggunakan konsep ini sebagai upaya untuk memastikan kualitas aktivitas, fasilitas dan seluruh pelayanan efektif mendukung pembangunan sektor pariwisata Indonesia.

Pada konteks pengembangan Desa Kreatif, pihak akademisi memiliki peran dalam memberikan konsep dan teori yang relevan dalam pengembangan Desa Kreatif berdasarkan studi yang telah dilakukan. Pelaku usaha memberikan masukan mengenai tren dan kebutuhan pasar agar produk yang dihasilkan dapat memberikan nilai tambah dan dibutuhkan konsumen. Masyarakat lokal atau dalam hal ini Kelompok Kreatif merupakan eksekutor dan inisiator di tingkat lokal dimana konsep Desa Kreatif diimplementasikan.

Pihak pemerintah sebagai regulator memberikan kebijakan dan peraturan yang mengakselerasi dan mendorong penciptaan Desa Kreatif di berbagai wilayah di Indonesia. Terakhir, pihak media membantu mempromosikan dan mempublikasikan kegiatan dan destinasi wisata kreatif agar menarik wisatawan untuk berkunjung. Konsep kreativitas telah diteliti di daerah perkotaan (Long, H., Tu, S., Ge, D., Li,T., & Liu, Y., 2016 dalam Hayat,



et.al, 2018), dan dengan demikian logis bahwa pendekatan Desa Kreatif juga terbukti bermanfaat untuk tujuan pembangunan endogen perdesaan yang berkelanjutan dan regenerasi perdesaan (Escalona-Orcao, A., Escolano-Utrilla, S., Saez-Perez, L., Sanchez-Valver de García, B., 2016). Revitalisasi proses pembangunan di perdesaan memerlukan pembangunan modern (Kuhmonen, T., Kuhmonen, I., & Luoto, L., 2016), pendekatan yang efisien dan disesuaikan dengan perdesaan keadaan dan lingkungan (Zhaoxu & Liming, 2016). Dapat diharapkan bahwa seorang pengelola desa yang kreatif juga dapat memberikan kerangka bagi regenerasi desa sebagai desa masyarakat bergerak dari ekonomi yang berorientasi produksi ke berorientasi pasca produksi. Ini dapat dicapai dengan mengandalkan unsur-unsur esensial masyarakat dalam penciptaan budaya industri dan produk pertanian (Bell & Jayne, 2010; Mihaela Ghis, M., Fabienne GouxBaudiment, F., Allen Dator, J., & Cole, S., 2011; Ríos, I., Rivera, M., & Garcia, C., 2016)

Pariwisata Berkelanjutan di Perdesaan

Dalam Sustainable Development Goals 2030 (SDG's, 2015) disebutkan pencapaian Tujuan Pembangunan Milenium adalah pusat dari pembangunan berkelanjutan. Pembangunan perdesaan yang berkelanjutan sangat penting bagi kelangsungan ekonomi, sosial dan lingkungan suatu negara. Hal ini penting untuk pengentasan kemiskinan karena kemiskinan global sangat perdesaan. Manifestasi kemiskinan dalam batas kota-desa, memiliki konteks subregional dan regional. Ada nilai besar yang dapat diperoleh dengan memadukan inisiatif pembangunan perdesaan yang berkontribusi pada penghidupan berkelanjutan melalui upaya di tingkat global, regional, nasional dan lokal. Strategi untuk menangani pembangunan perdesaan harus mempertimbangkan keterpencilan dan potensi di daerah perdesaan dan memberikan pendekatan berbeda untuk hal-hal yang ditargetkan.

Sektor pertanian yang sehat dan dinamis merupakan fondasi penting dari pembangunan perdesaan, yang menghasilkan keterkaitan yang kuat dengan sektor ekonomi lainnya. Mata pencaharian perdesaan ditingkatkan melalui partisipasi efektif masyarakat perdesaan dan masyarakat perdesaan dalam pengelolaan tujuan sosial, ekonomi dan lingkungan mereka sendiri dengan memberdayakan masyarakat di daerah perdesaan, khususnya perempuan dan pemuda, termasuk melalui organisasi seperti koperasi lokal dan dengan menerapkan prinsip-prinsip dasar pendekatan ke atas. Integrasi ekonomi yang erat antara daerah perdesaan dengan daerah perkotaan, penciptaan lapangan kerja perdesaan di luar pertanian dapat mempersempit kesenjangan perdesaan-kota, memperluas peluang dan mendorong retensi orang-orang terampil, termasuk kaum muda, di daerah perdesaan. Ada potensi yang cukup besar untuk penciptaan lapangan kerja perdesaan tidak hanya dalam pertanian, pengolahan hasil pertanian dan industri perdesaan tetapi juga dalam



membangun infrastruktur perdesaan, dalam pengelolaan sumber daya alam, limbah dan residu yang berkelanjutan. Masyarakat perdesaan di negara kita masih dihadapkan pada tantangan terkait akses ke layanan dasar, peluang ekonomi, dan beberapa tingkat inkohereni terkait dengan perencanaan terkait pembagian desa-kota. Investasi dalam perlindungan lingkungan, infrastruktur perdesaan dan di bidang kesehatan dan pendidikan perdesaan sangat penting untuk pembangunan perdesaan yang berkelanjutan dan dapat meningkatkan kesejahteraan nasional. Selain memenuhi kebutuhan dasar, investasi harus dikaitkan dengan potensi untuk meningkatkan produktivitas dan pendapatan. Kerentanan kaum miskin perdesaan terhadap krisis ekonomi dan keuangan serta perubahan iklim dan kekurangan air harus diatasi. Keberhasilan pembangunan perdesaan yang berkelanjutan tergantung pada, antara lain, pengembangan dan penerapan strategi yang komprehensif untuk menghadapi perubahan iklim, kekeringan, penggurunan dan bencana alam. Tindakan terkait meliputi:

- a. Mempromosikan pengentasan kemiskinan di perdesaan;
- b. Mempromosikan perencanaan dan penganggaran yang berpihak pada masyarakat miskin di tingkat nasional dan lokal;
- c. Mengatasi kebutuhan dasar dan meningkatkan penyediaan dan akses ke layanan sebagai pendahulu untuk meningkatkan mata pencaharian dan sebagai faktor pemungkin keterlibatan masyarakat dalam kegiatan produktif;
- d. Menyediakan program perlindungan sosial untuk memberi manfaat, antara lain, rumah tangga rentan, khususnya lanjut usia, penyandang disabilitas dan pengangguran yang banyak di antaranya berada di perdesaan.

Tindakan diperlukan untuk membangun modal sosial dan ketahanan masyarakat perdesaan. Dalam mendukung terwujudnya desa kreatif, hal-hal yang perlu diperhatikan antara lain:

- a. Memberdayakan perempuan dan petani skala kecil, dan masyarakat adat, termasuk melalui jaminan kepemilikan tanah yang adil yang didukung oleh kerangka hukum yang sesuai;
- b. Mempromosikan akses yang adil ke tanah, air, sumber daya keuangan dan teknologi oleh perempuan, masyarakat adat dan kelompok rentan lainnya;
- c. Mendukung dan mempromosikan upaya untuk menyelaraskan teknologi modern dengan pengetahuan tradisional dan asli untuk pembangunan perdesaan yang berkelanjutan;
- d. Menyediakan akses ke kredit dan mekanisme lain serta sumber daya untuk kegiatan berbasis pertanian, terutama bagi petani skala kecil, termasuk perempuan khususnya, di negara berkembang untuk mengelola dengan lebih baik berbagai risiko yang mereka hadapi, termasuk harga, cuaca, iklim, kekurangan air, degradasi lahan dan bencana alam, termasuk dengan



- memberikan bantuan dan mempromosikan pengembangan pasar asuransi pertanian;
- e. Melindungi dan memastikan pemanfaatan berkelanjutan pengetahuan tradisional, termasuk pengetahuan asli sesuai dengan pasal 8 (j) Konvensi Keanekaragaman Hayati, untuk pengelolaan sumber daya alam guna menjawab tantangan pembangunan berkelanjutan;
 - f. Memfasilitasi partisipasi aktif kelompok rentan, termasuk perempuan, pemuda dan masyarakat adat dan masyarakat perdesaan, dalam penjabaran perencanaan pembangunan perdesaan lokal dan nasional, dengan mempertimbangkan undang-undang nasional;
 - g. Membangun ketahanan masyarakat perdesaan untuk menghadapi dan pulih dari bencana alam;
 - h. Mempromosikan dan meningkatkan kegiatan pemulihan padat karya selain program padat modal;
 - i. Mendukung pelatihan dan pengembangan kapasitas masyarakat perdesaan untuk menerapkan adaptasi secara efektif

PENUTUP

Desa kreatif dengan Wisata perdesaan adalah kesempatan yang baik untuk masyarakat berbasis pertanian tetapi pengaturan dari tujuan akhir dan rencana akhir pengembangan pariwisata perlu kehati-hatian. Untuk hasil yang lebih baik, seluruh jajaran pemangku kepentingan harus berpartisipasi dalam tahap perencanaan. Lambat dan stabil perlu langkah-langkah perencanaan semacam ini agar konflik dan kesalahan dapat dihindari (Douglas & Derrett, 2001; Mathieson & Dinding, 1992; Butler, Hall & Jenkins, 1998; Richards & Hall, 2000). Dalam pengertian yang paling luas, perencanaan adalah pengorganisasian masa depan untuk mencapai tujuan tertentu. (Inskeep, 1991). Dengan kata lain perencanaan dapat dijelaskan sebagai memutuskan untuk masa depan oleh pengetahuan dulu dan sekarang. Tindakan perencanaan mencakup berbagai tujuan termasuk ekonomi perencanaan pembangunan, perencanaan kota dan wilayah, perencanaan tata guna lahan dan infrastruktur perencanaan dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akay, B. (2020). Examining The Rural Tourism Experiences of Tourists in Emerging Rural Tourism Destination: Burdur Province, Turkey. Burdur Mehmet Akif Ersoy University, School of Tourism and Hotel Management, İstiklal Yerleşkesi. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 29(2), 534-544
- Hayat, H. Turohman, S.H. Cikusin, Y. (2018), Developmnet Strategy of Huma Resources Based on Village Dvelopment to Improve the Welfare Village Communities, *Journal Transformasi Administrasi*, 8 (2), 147-164.



- Kiper, T. Ozdemir, G. (2012). Tourism Planning in Rural Areas and Organization Possibilities. www.intechopen.com. Namik Kemal University Faculty Agriculture, Department of Landscape Architecture, Department of Agricultural Economic Turkey.
- McGehee, N., Kim, K (2004). Motivation for Agri-Tourism Entrepreneurship. *Journal of Travel Research*.43 (2), 161-170
- Promnil, N. (2022). Creative Tourism Development for Cultural Tourism Village at the Stagnation Stage. Unit of Excellence in Tourism and Hotel, University of Phayao, Thailand.
- Rastghalam, M. Seidaiy, E. Nouri, H. (2017). The Creative Village Approach as a Tool for Creating Village Futures. *Journal of Futures Studies*. March 2017, 21 (3): 35-48
- Richards, G. , Raymonds, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*. Vol. 23, pp. 16-20
- Tan, S., K., Kung, S., F., and Luh, D., B. (2013). A model of 'Creative Experience' in Creative tourism. *Annals of Tourism Research*. Vol.41(1), pp. 153-174.
- Zhang, Y. (2013). Study on the Main Characteristics and Development Countermeasures of Creative Tourism. *Proceeding of the 2013 International Conference on Education, Management and Social Science*, Atlantis Press. pp. 177-183



PENGEMBANGAN DESA WISATA BERKELANJUTAN DI MASA ADAPTASI KEBIASAAN BARU (STUDI KASUS DESA WISATA BAKAS KLUNGKUNG BALI)

Dewa Ayu Made Lily Dianasari

PENDAHULUAN

Pariwisata massal dan segmen wisata lainnya, tunduk pada aturan dan metode pengelolaan pengembangan pariwisata berkelanjutan. Prinsip keberlanjutan berkaitan dengan komponen lingkungan, ekonomi, dan sosial budaya dari pengembangan pariwisata. Kepemimpinan politik yang kuat diperlukan untuk memungkinkan keterlibatan yang luas, serta partisipasi yang terinformasi dari semua pemangku kepentingan terkait. Untuk mencapai pariwisata yang berkelanjutan membutuhkan pemantauan dampak yang berkelanjutan dan pengenalan tindakan pencegahan dan/atau korektif yang penting sesuai kebutuhan. Selain meningkatkan pemahaman pengunjung tentang isu-isu keberlanjutan dan mendorong praktik pariwisata berkelanjutan di antaranya, pariwisata berkelanjutan harus mempertahankan tingkat kepuasan pengunjung yang tinggi dan menjamin bahwa pengunjung memiliki pengalaman yang berarti (UNWTO,2022).

Berkelanjutan dari perspektif pariwisata mencakup pertimbangan terhadap lingkungan, budaya, ekonomi, dan masyarakat. Keberlanjutan lingkungan dan pengunjung juga bertanggung jawab atas pelestarian kawasan wisata. Keberlanjutan ekonomi, masyarakat, budaya, dan lingkungan juga menjadi kendala bagi pariwisata berkelanjutan (Goeldner dan Ritchie, 2009). Pengertian pariwisata berkelanjutan mengarahkan dan menyadarkan pengunjung yang datang untuk melindungi dan tidak merusak kawasan yang dikunjunginya, oleh karena itu kegiatan pariwisata harus berorientasi pada alam, seperti ekowisata dan wisata berbasis alam (Weaver, 2006)

Perencanaan pengembangan pariwisata berkelanjutan diperlukan agar berhasil menavigasi perubahan sehari-hari yang terjadi di lingkungan yang tidak stabil dan mencegah pengembangan pariwisata yang tidak teratur. Oleh karena itu, pembangunan berkelanjutan mengacu pada penggunaan semua sumber daya wisata saat ini yaitu alam, budaya, dan lainnya tanpa mengeksploitasinya; itu berarti melestarikannya untuk digunakan di masa depan oleh generasi mendatang. Praktek pembangunan berkelanjutan menjadi semakin penting karena pertumbuhan pariwisata di lokasi tertentu sangat bergantung pada buatan manusia dan atraksi alam yang ditemukan di dekatnya. Jika sumber daya ini hilang atau memburuk, daya tarik destinasi juga menurun, meningkatkan kekhawatiran tentang potensi pertumbuhan pariwisata (Angelevska-Najdeska & Rakicevik, 2012)



Konsep universal tujuan wisata berkelanjutan digunakan dalam pembuatan standar Dewan Pariwisata Berkelanjutan Global (GSTC). Setiap organisasi manajemen pariwisata harus berusaha untuk memenuhi kriteria GSTC sebagai standar dasar ketika mempertimbangkan keberlanjutan dalam pekerjaan mereka. Destinasi perlu mengambil pendekatan interdisipliner, holistik, dan integratif jika ingin memenuhi kriteria pariwisata berkelanjutan.

Wisata pedesaan berfungsi sebagai alternatif inisiatif pembangunan pedesaan dan kaya akan budaya lokal, tradisi, dan keindahan alam. Kebaikan dalam suatu masyarakat diwakili oleh kearifan lokal, yang dihasilkan melalui dinamika pengelolaan sumber daya alam oleh masyarakat. (Tou, et.al. 2020). Desa wisata adalah komunitas pedesaan di mana penduduk setempat mempertahankan tradisi dan budaya mereka, seperti praktik pertanian murni dan makanan daerah mereka. Elemen penting lainnya yang berkontribusi pada daya tarik lingkungan bagi pengunjung adalah keindahan dan keunikannya. Pembangunan infrastruktur desa akan dibantu oleh industri pariwisata guna memenuhi kebutuhan wisatawan (Andriani dan Sunarta, 2015).

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mencanangkan desa wisata yang mengusung konsep pariwisata berkelanjutan. Diantara ribuan desa wisata yang ada di Indonesia, ada 7 desa wisata yang mengusung konsep ini menurut Kemenparekraf/Barekraf yaitu Desa Wisata Pujon Kidul (Malang), Desa Wisata Pentingsari (Yogyakarta), Desa Wisata Ponggok (Klaten), Desa Kete Kesu (Toraja), Desa Wisata Panglipuran (Bali), Kampung Blekok (Situbondo), dan Desa Wisata Umbulharjo (Yogyakarta)(www.kemenparekraf.go.id).

Sesuai dengan potensi masing-masing desa, strategi Indonesia membangun desa wisata telah mengakibatkan munculnya banyak desa wisata di berbagai lokasi, setidaknya hingga tahun 2016, terdapat 576 desa wisata sungai, 165 desa wisata irigasi, dan 374 desa wisata danau (Rizkiyanto dan Topowijono, 2018). Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) tahun 2022 merupakan ajang penghargaan bagi desa wisata yang telah memenuhi standar evaluasi Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif dengan tujuan mengangkat Desa Wisata Indonesia menjadi destinasi wisata unggulan dan berdaya saing tinggi. Adapun tema ADWI tahun 2022 adalah Indonesia bangkit dimana nantinya mampu mendorong para pelaku pariwisata untuk bangkit pasca pandemic covid 19 (Henry, 2022).

Bali sebagai tujuan wisata internasional sedang gencar-gencarnya membangun pariwisata berbasis desa wisata. Pada tahun 2018 di Bali sudah terdapat 110 desa wisata yang sudah berkembang dan terbanyak di Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) kenaikan terjadi terhadap desa dengan memiliki daya tarik wisata sebesar 32 persen di tahun 2018 (Poerwanto, 2019). Adanya pandemi COVID-19 memberikan dampak terhadap desa wisata yang ada di Bali. Jumlah kunjungan wisatawan yang menurun ke Bali



berpengaruh terhadap menurunnya kunjungan wisatawan ke desa wisata atau bahkan tidak ada sama sekali. Penurunan jumlah wisatawan juga memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap kondisi ekonomi dan lingkungan fisik di desa wisata (Dianasari, 2021). Tahun 2022, terjadi peningkatan kunjungan wisatawan yang sangat signifikan ke desa wisata di Bali khususnya Desa Wisata Panglipuran yang merupakan desa wisata mandiri. Hal ini sangat berbeda dengan desa wisata rintisan lainnya yang tidak mengalami pertumbuhan (Sari, 2022).

Kabupaten Klungkung pada tahun 2018 sudah terdaftar ada 19 desa wisata yang sudah dikembangkan potensinya salah satunya adalah Desa Wisata Bakas. Desa Wisata Bakas memiliki pesona bentang alam yang sangat indah dengan hamparan sawah yang sangat luas dan berbentuk teras. Keindahan yang dimiliki desa ini dimanfaatkan untuk wisata trekking. Selain itu Desa Wisata Bakas menawarkan aktivitas tantangan kepada wisatawan berupa wisata rafting di Sungai Melangit dan petualangan naik gajah. Untuk menambah atraksi yang ada di Desa Wisata Bakas mengikuti tren objek wisata saat ini, Kelompok Sadar Wisata di Desa Wisata Bakas menambahkan wahana swafoto.

Tahun 2021 Desa Wisata Bakas menjadi salah satu desa wisata pengembangan destinasi baru di Kabupaten Klungkung bekerja sama dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dimana diharapkan nantinya dapat menjadi desa wisata yang mandiri. Konsep yang diusung oleh Desa Wisata Bakas adalah agriculture tourism village dengan mengedepankan kearifan lokal (Adhi, 2021)

METODE

Desa Wisata Bakas sebagai desa wisata berkelanjutan di masa adaptasi kebiasaan baru dianalisis dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori yang kemudian dijabarkan secara deskriptif kualitatif dan memadukan data primer berupa observasi dan wawancara dengan data sekunder. Survei dilakukan kepada masyarakat Desa Wisata Bakas baik yang terlibat maupun yang tidak terlibat dalam pengembangan desa wisata yaitu sejumlah 100 responden. Informan yang diwawancarai adalah beberapa stakeholder yang terdapat di Desa Wisata Bakas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun profil responden Desa Wisata Bakas sebagai desa wisata berkelanjutan adalah sebagai berikut :



Tabel 1. Profil Responden Masyarakat Desa Bakas
Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian

No	Profil	Keterangan	Persentase (%)
1	Asal	Desa Kangin	35
		Desa Kawan	34
		Desa Peken	31
		Total	100
2	Jenis Kelamin	Laki-laki	46
		Perempuan	54
		Total	100
3	Umur	≤ 20 th	7
		21-30 th	15
		31- 40 th	25
		41 – 50 th	25
		≥ 50 th	28
		Total	100
3	Tingkat Pendidikan	Tidak Sekolah	6
		SD	5
		SMP	14
		SMA	68
		Sarjana	7
		Total	100
4	Pekerjaan	PNS	3
		Pedagang	19
		Petani	17
		Ibu Rumah Tangga	23
		Lainnya	38
		Total	100
5	Mengetahui Pengelolaan Desa Wisata Bakas	Tahu	76
		Tidak Tahu	24
		Total	100
6	Partisipasi Masyarakat Pengembangan Desa Bakas	Ya	63
		Tidak	37
		Total	100

Berdasarkan Tabel 1 profil masyarakat yang menjadi responden berdasarkan jenis kelamin yaitu 46% berjenis kelamin laki-laki dan 54 % berjenis kelamin perempuan, dengan usia rata-rata berkisar diatas 20 tahun ke atas. Tingkat pendidikan masyarakat Desa Wisata Bakas yang terlibat dalam pengembangan desa wisata terbanyak adalah berpendidikan terakhir adalah SMA, dengan tingkat pekerjaan terbanyak adalah lainnya (pegawai swasta dan wiraswasta).



Dalam pengembangan Desa Wisata Bakas sebagian besar masyarakat telah mengetahui adanya pengembangan desa wisata di daerahnya sebanyak 76% dan hanya 24% yang tidak mengetahui tentang pengembangan desa wisata di Desa Bakas. Dari masyarakat tersebut sebanyak 63% masyarakat turut berperan aktif dalam pengembangan Desa Wisata Bakas dan 37% tidak ikut serta dalam pengembangan desa wisata ini.

Persepsi Masyarakat terhadap Pengembangan Desa Wisata Bakas sebagai Desa Wisata Berkelanjutan

Persepsi masyarakat terhadap indikator mendemonstrasikan Desa Wisata Bakas yang berkelanjutan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Persepsi Masyarakat terhadap Pengelolaan Desa Wisata Bakas yang Berkelanjutan
Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian

No	Indikator	Nilai Faktor
A1	Desa Wisata Bakas memiliki strategi pengembangan Desa Wisata yang berkelanjutan (isu-isu lingkungan, ekonomi, sosial, budaya, dengan melibatkan partisipasi masyarakat.)	0,689
A2	Pemerintah dan sektor komersial sama-sama terlibat dalam organisasi atau kelompok yang bertugas mengembangkan pariwisata berkelanjutan di Desa Wisata Bakas.	0,656
A3	Mekanisme pemantauan isu hak asasi, turis, ekonomi, sosial, dan budaya sudah ada di Desa Wisata Bakas.	0,699
A4	Sumber daya yang disiapkan oleh Desa Wisata Bakas untuk menyeimbangkan kebutuhan ekonomi lokal, masyarakat lokal, budaya, dan lingkungan.	0,756
A5	Pengunjung (wisatawan) dan penduduk lokal sama-sama dididik tentang iklim oleh Desa Wisata Bakas	0,814
A6	Pedoman evaluasi dampak pembangunan terhadap lingkungan, ekonomi, dan masyarakat tersedia di Desa Wisata Bakas.	0,821
A7	Akses ke kawasan alam dan budaya di Desa Bakas terbuka untuk semua orang, termasuk mereka yang berkebutuhan khusus dan disabilitas.	0,701



A8	Desa Wisata Bakas memiliki metode untuk melacak kepuasan pengunjung dan jika perlu mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan kepuasan pengunjung.	0,746
<i>Correlation Matrix Determinant :</i>		0,020
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy :</i>		0,826
<i>Significant :</i>		0
<i>% of Variance :</i>		54.368
<i>Cumulative :</i>		54.368

Berdasarkan Table 2 diatas dapat dijelaskan bahwa pada indikator ini nilai faktor yang tertinggi adalah Desa Wisata Bakas memiliki panduan tentang penilaian dampak lingkungan, ekonomi dan sosial, serta penggunaan lahan yang terintegrasi secara berkelanjutan (A6) dengan nilai faktor sebesar 0,821. Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan Ketua Pokdarwis Desa Wisata Bakas yaitu Bapak I Kadek Widiana : “ Desa Wisata Bakas tidak memiliki panduan secara tertulis tentang pengelolaan desa wisata secara berkelanjutan namun pengelolaan dalam hal ini pokdarwis, pemangku desa serta warga desa telah menerapkan pengelolaan desa wisata secara berkelanjutan dengan memperhatikan aspek-aspek lingkungan, ekonomi, sosial dan budaya” (wawancara tanggal 17 Oktober 2019).

Selain itu masyarakat Desa Wisata Bakas juga telah banyak melakukan upaya-upaya dalam pengembangan desa wisata dan turut serta dalam Lomba Desa Wisata Awards dan mendapatkan Juara Harapan II. Hal ini membuktikan bahwa Desa Wisata Bakas mengelola desa wisatanya dengan sungguh-sungguh sehingga memberikan semangat yang lebih tinggi bagi masyarakat untuk pengembangan ke depannya. Pengembangan Desa Wisata Bakas diharapkan dapat memberikan manfaat ekonomi kepada masyarakat lokal baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti pembukaan lapangan pekerjaan, pelatihan dan sosialisasi tentang pariwisata kepada masyarakat, serta mengembangkan dan mempromosikan produk lokal. Persepsi masyarakat terhadap indikator ini dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Persepsi Masyarakat terhadap Manfaat Ekonomi dalam Pengembangan Desa Wisata Bakas

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian

No	Indikator	Nilai Faktor
B1	Desa Wisata Bakas mendapatkan kontribusi ekonomi langsung dan tidak langsung	0,795



B2	Desa Wisata Bakas menawarkan gaji yang adil kepada semua orang, pelatihan, dan kemungkinan pekerjaan yang setara.	0,786
B3	Desa Wisata Bakas mendorong keterlibatan warga dalam perencanaan dan pengambilan keputusan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan.	0,752
B4	Desa Wisata Bakas menampung aspirasi dan kepuasan masyarakat lokal tentang manajemen Desa Wisata	0,733
B5	Program berkala bagi mereka yang baru mengenal pariwisata ditawarkan oleh Desa Wisata Bakas.	0,819
B6	Penduduk lokal dan pemilik usaha kecil dan menengah dibantu oleh Desa Wisata Bakas dalam mempromosikan dan menciptakan barang-barang produksi lokal yang berkelanjutan.	0,736
<i>Correlation Matrix Determinant :</i>		0,078
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy :</i>		0,853
<i>Significant :</i>		0
<i>% of Variance :</i>		59.421
<i>Cumulative :</i>		59.421

Berdasarkan Tabel 3 diatas dapat dijelaskan bahwa Desa Wisata Bakas telah memberikan manfaat terhadap masyarakat lokal dalam bidang ekonomi dan telah meminimalkan dampak, dimana nilai faktor tertinggi terdapat pada indikator “Desa Wisata Bakas menyediakan program berkala bagi masyarakat yang belum memiliki kesadaran pariwisata” (0,819). Hal ini juga diperkuat dengan adanya sosialisasi dan pendampingan yang telah dilakukan oleh Lembaga Poltekpar Bali di Desa Wisata Bakas. Sosialisasi dan pendampingan bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang pengelolaan desa wisata dan sadar wisata. Selain dari Lembaga Poltekpar Bali, Desa Wisata Bakas juga mendapatkan penyuluhan dari Dinas Pariwisata Klungkung terkait pengembangan desa wisata.

Masyarakat Desa Wisata Bakas juga telah mendapatkan manfaat ekonomi dari pengembangan desa wisata ini yaitu dengan memberikan kesempatan kerja kepada penduduk lokal seperti membuka warung makan (Kubu de Bakas), mendirikan homestay, serta menjadi pemandu wisata jika ada wisatawan yang berkunjung ke desa. Pemandangan persawahan yang masih



asri yang ada di Desa Bakas masih dipertahankan oleh masyarakat Desa Bakas. Pihak pengelola Desa Wisata Bakas memanfaatkan sumber daya alam yang ada dengan mendirikan beberapa spot foto kepada wisatawan namun tetap mempertahankan keaslian alamnya. Selain sumber daya alam, pihak pengelola dan masyarakat juga tetap melestarikan budaya lokal dengan cara melestarikan pura-pura yang ada di desa, pelestarian tarian dan upacara keagamaan seperti upacara ngaben massal yang dilakukan oleh pihak desa serta pelestarian budaya lainnya. Persepsi masyarakat terhadap manfaat budaya dalam pengembangan Desa Wisata Bakas yang berkelanjutan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Persepsi Masyarakat terhadap Manfaat Budaya dalam Pengembangan Desa Wisata Bakas

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian

No	Indikator	Nilai Faktor
C1	Desa Wisata Bakas memiliki strategi dalam hal struktur sejarah (baik sejarah maupun arkeologis), serta pemandangan lanskap.	0,856
C2	Desa Wisata Bakas memiliki sistem pengelolaan pengunjung untuk melindungi, dan memperkuat aset alam dan budaya.	0,865
C3	Desa Wisata Bakas telah menyediakan panduan perilaku pengunjung yang pantas pada situs yang ada.	0,804
C4	Desa Wisata Bakas telah memiliki hukum yang mengatur tentang artefak arkeologi dan bersejarah.	0,844
	<i>Correlation Matrix Determinant :</i>	0,137
	<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy :</i>	0,760
	<i>Significant :</i>	0
	<i>% of Variance :</i>	70.982
	<i>Cumulative :</i>	70.982

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai faktor tertinggi pada indikator manfaat budaya ada pada indikator “Desa Wisata Bakas memiliki sistem pengelolaan pengunjung untuk melindungi, dan memperkuat aset alam dan budaya” dengan nilai 0,865. Hal ini diperkuat dengan adanya pelestarian budaya-budaya lokal yaitu budaya mepantigan yang disuguhkan oleh pihak pengelola. Budaya ini melibatkan masyarakat dan pengunjung serta wisatawan turut serta dalam pertunjukannya. Sedikitnya jumlah wisatawan yang datang ke



Desa Wisata Bakas tidak mempengaruhi adanya dampak negatif terhadap aset dan budaya lokal yang ada di desa wisata. Masyarakat sangat berperan dalam pelestarian aset dan budaya yang ada sehingga nantinya dapat dijadikan sebagai produk yang dikemas dalam perencanaan ke depannya.

Pelestarian lingkungan menjadi isu utama dan strategis dalam pengembangan desa wisata yang berkelanjutan. Meningkatnya jumlah wisatawan ke sebuah destinasi terutama desa wisata akan memberikan dampak yang besar terhadap lingkungan terutama meningkatnya jumlah sampah. Permasalahan sampah tidak hanya terjadi di Desa Bakas namun juga menjadi isu di Bali. Kegiatan pengembangan Desa Wisata Bakas dalam bidang lingkungan adalah melakukan kerja bakti atau gotong royong di lingkungan Desa Bakas yang rutin diadakan setiap dua minggu sekali serta turut serta dalam kegiatan world cleaning day.

Keberlanjutan sebuah desa wisata sangat ditentukan oleh kondisi lingkungannya, dimana persepsi masyarakat Desa Bakas terhadap manfaat lingkungan dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Persepsi Masyarakat terhadap Manfaat Lingkungan dalam Pengembangan Desa Wisata Bakas

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian

No	Indikator	Nilai Faktor
D1	Desa Wisata Bakas telah mengidentifikasi dampak lingkungan dan memiliki sistem penanganannya.	0,707
D2	Aturan setempat tentang berburu, menangkap, menjual, dan menampilkan flora dan fauna telah dipatuhi oleh Desa Wisata Bakas.	0,669
D3	Desa Wisata Bakas telah memiliki sistem untuk hemat energi	0,851
D4	Desa Wisata Bakas telah memiliki sistem dalam penggunaan air kepada publik.	0,84
D5	Desa Wisata Bakas sudah memiliki mekanisme untuk memeriksa kualitas air untuk minum dan pariwisata	0,879
D6	Desa Wisata Bakas telah memiliki panduan yang jelas tentang air limbah	0,867
D7	Sampah padat telah dilakukan pengurangan, pemakaian kembali dan daur ulang di Desa Wisata Bakas.	0,834
D8	Desa Wisata Bakas telah meminimalkan polusi cahaya dan suara.	0,852



D9	Sudah ada sistem di Desa Wisata Bakas untuk mempromosikan penggunaan moda transportasi yang ramah lingkungan, seperti angkutan umum dan transportasi aktif (seperti berjalan kaki dan bersepeda).	0,816
<hr/>		
<i>Correlation Matrix Determinant :</i>		0,000
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy :</i>		0,859
<i>Significant :</i>		0
<i>% of Variance :</i>		66.525
<i>Cumulative :</i>		66.525

Berdasarkan table diatas dapat dijelaskan bahwa persepsi masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Bakas sebagai desa wisata yang berkelanjutan pada manfaat lingkungan menunjukkan nilai faktor tertinggi ada pada indikator “Desa Wisata Bakas telah memiliki sistem untuk memonitor kualitas air minum dan rekreasi dengan menggunakan kualitas standar” dengan nilai faktor 0,879. Hal tersebut diperkuat dengan hasil pemeriksaan rutin yang dilakukan oleh pengelola desa dengan dinas lingkungan hidup yang ada di Kabupaten Klungkung. Banyaknya wisatawan asing yang berkunjung ke Desa Bakas terutama untuk kegiatan rafting tentunya akan memberikan dampak yang positif terhadap Desa Wisata Bakas sehingga kualitas air sangat perlu diperhatikan dan dijaga.

Dimasa adaptasi kebiasaan baru, Desa Wisata Bakas telah menerapkan protokol kesehatan dengan menyiapkan tempat cuci tangan di lokasi-lokasi strategis yang menimbulkan kerumunan serta telah tersertifikasi cleanliness, healthy, safety dan environmental (CHSE) dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

PENUTUP

Pengembangan Desa Wisata Bakas sebagai desa wisata berkelanjutan telah menerapkan pengembangan desa wisata berdasarkan GSTC yaitu : (1) Mendemonstrasikan pengelolaan desa wisata berkelanjutan nilai tertinggi 0,821 dimana Desa Wisata Bakas telah memiliki panduan tentang penilaian dampak lingkungan, ekonomi dan sosial serta telah terintegrasi dengan secara berkelanjutan; (2) memaksimalkan manfaat ekonomi masyarakat lokal dan meminimalkan dampak sangat terlihat dari penilaian tertinggi adalah pengelola Desa Wisata Bakas telah menyediakan program berkala bagi masyarakat demi terciptanya kesadaran dalam bidang pariwisata (0,819); (3) memaksimalkan manfaat bagi masyarakat, pengunjung dan budaya serta meminimalkan dampak negatif terlihat pada tingginya indikator bahwa Desa Wisata Bakas telah memiliki sistem pengelolaan pengunjung untuk melindungi dan



memperkuat aset alam dan budaya (0,865); dan (4) memaksimalkan manfaat bagi lingkungan dan meminimalkan dampak dapat dijelaskan bahwa Desa Wisata Bakas telah memiliki sistem untuk monitoring kualitas air, dan rekreasi (0,879).

Pengembangan Desa Wisata Bakas tidak terlepas dari peran serta masyarakat baik dari perencanaan, pengemasan serta pemasarannya. Kendala-kendala yang dihadapi dalam pengembangannya adalah dana, keterlibatan pemuda serta pengolahan sampah. Kendala yang dihadapi selama ini selalu disampaikan oleh pengelola dalam rapat atau pertemuan dengan warga sehingga mendapatkan sebuah jalan pemecahan masalah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi. 2021. <https://kliknusae.com/2021/06/desa-wisata-bakas-jadi-pilot-project-pengembangan-destinasi-baru> diunduh tanggal 16 Juli 2022.
- Andriani, D.M. dan Sunarta, Nyoman. 2015. Pengelolaan Desa Wisata Belimbing Menuju Pariwisata Berkelanjutan Kecamatan Pupuan, Kabupaten Tabanan, Bali. Universitas Udayanan: Jurnal Destinasi Pariwisata Vol. 3 No. 1.
- Angelevska-Najdeska, K., & Rakicevik, G. (2012). Planning of Sustainable Tourism Development. *Procedia - Sosial and Behavioral Sciences*, 44, 210–220. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.05.022>
- Darsono. (2005). Pengertian Desa. dari: <http://desasentonorejo.wordpress.com/bab-ii/> Diunduh tanggal 4 Juli 2019
- Dianasari, DAM. Lily. 2021. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Ekonomi Dan Lingkungan Fisik Di Desa Wisata Di Bali. *Politeknik Pariwisata Bali: Jurnal Kepariwisataaan*. Vol.20 NO.2. <https://doi.org/10.52352/jpar.v20i2.469>
- Global Sustainable Tourism Council Criteria VERSI 1, 1 NOVEMBER 2013 https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/2017/01/Bahasa-Indonesian-GSTC-D_CRITERIA_and_INDICATORS-v2.0-17-July-2016.pdf diunduh tanggal 4 Juli 2019
1. Goeldner, Charles R. dan J.R Brent Ritchie. 2009. *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. Canada: Johnwiley & Sons
 2. Henry. 2022. Kemenparekraf Umumkan 100 Besar ADWI 2022, Desa di Jateng, Jatim dan Sulsel Raih Nominasi Terbanyak. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4947543/kemenparekraf-umumkan-100-besar-adwi-2022-desa-di-jateng-jatim-dan-sulsel-raih-nominasi-terbanyak>. Diunduh tanggal 12 Juli 2022.
 3. Herdiana, D. (2019). Peran Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 63.
- Poerwanto, Endi. 2019. <https://bisniswisata.co.id/jumlah-desa-wisata-di-bali-naik-124-persen/> diunduh tanggal 17 Juli 2022.



- Rizkianto, N., dan Topowijono. (2018). Penerapan Konsep Community Based Tourism Dalam Pengelolaan Daya Tarik Wisata Berkelanjutan (Studi Pada Desa Wisata Bangun, Kecamatan Munjungan, Kabupaten Trenggalek). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(2), 20–26.
- Sari, L.P.W. 2022. <https://bali.tribunnews.com/2022/05/05/kunjungan-ke-desa-wisata-di-bali-meningkat-signifikan-saat-libur-lebaran-2022?page=all> diunduh tanggal 17 Juli 2022.
- Tou, H. Julianti, Melinda Noer, & Sari Lenggogeni. (2020). Pengembangan Desa Wisata Yang Berkearifan Lokal Sebagai Bentuk Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Rekayasa*, 10(2), 95 - 101. <https://doi.org/10.37037/jrftsp.v10i2.63>
- Weaver, David. 2006. *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Great Britain: Elsevier Butterworth- Heinemann. <https://www.unwto.org/sustainable-development> diunduh tanggal 15 Juli 2022.
- <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/7-Desa-Wisata-yang-Mengusung-Konsep-Sustainable-Tourism> diunduh tanggal 18 Juli 2022.



PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT DI DESA WISATA BINANGA KARAENG KABUPATEN PINRANG

Sakaria, Darwis, Hanugerah Kristiono Liestiandre

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata saat ini muncul beberapa paradigma baru, salah satunya yaitu pengembangan pariwisata dengan pola “integration”, dimana wisatawan hidup tinggal bersama dan berbaur dengan masyarakat/penduduk lokal. Pengembangan dengan pola seperti ini dikenal dengan istilah Community Based Tourism atau pariwisata berbasis masyarakat (Pantiyasa, 2011). Masyarakat sesungguhnya berperan penting dalam pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah dan pihak swasta, sehingga masyarakat menjadi salah satu pilar pembangunan dan pengembangan pariwisata (Rusyidi & Fedryansah, 2018).

Pengembangan pariwisata memiliki dampak positif yang cukup besar terhadap percepatan pertumbuhan ekonomi, namun tidak dapat dipungkiri bahwa pariwisata juga memiliki dampak negatif yang menjadi kendala dalam pengembangan pariwisata (Rohmah & Indahsari, 2021). Dampak negatif dari pengembangan pariwisata diantaranya menyebabkan tingkat kesenjangan pendapatan antara masyarakat di sekitar daya tarik wisata dengan masyarakat yang jauh dari daya tarik wisata meningkat (Jamalina & Wardani, 2017). Hal ini dikarenakan daya saing desa wisata yang tidak terlepas dari peran pemerintah dalam memberikan pelayanan prima, serta partisipasi masyarakat sebagai ujung tombak sekaligus pelaku pariwisata (Adawiyah, 2017). Masyarakat sekitar daya tarik wisata berperan penting sebagai tuan rumah, pengelola atau pelaku pariwisata. Dengan demikian, dalam penerapan community based tourism peran masyarakat lokal sebagai pemangku kepentingan merupakan elemen terpenting dalam pengembangan desa wisata (Dewi, dkk, 2013).

Konsep pariwisata berbasis masyarakat menjadi salah satu konsep pengembangan yang saat ini sedang banyak digunakan dalam proses pengembangan bidang kepariwisataan termasuk desa wisata (Purnomo & Djunaedi, 2019). Hal ini dikarenakan Community Based Tourism memberikan peluang seluas-luasnya kepada masyarakat untuk berpartisipasi penuh dalam kegiatan pengembangan pariwisata (Dewi, dkk., 2013). Pengaplikasian konsep Community Based Tourism sangat dianjurkan untuk diterapkan dalam pengembangan desa wisata sebagai fundamental pembangunannya (Nugroho & Hermawan, 2018). Adanya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pengembangan pariwisata Community Based Tourism sangat penting dan dibutuhkan (Marlina, 2019., Purnomo & Djunaedi, 2019).

Pinrang merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan yang memiliki topografi yang beragam mulai dari pesisir



hingga daerah pegunungan yang kaya akan sumber daya alam. Potensi wisata Kabupaten Pinrang tersebar pada setiap desa dan memiliki keunikan masing-masing. Beberapa desa telah dikembangkan menjadi desa wisata. salah satunya yaitu Desa Binanga Karaeng yang ditetapkan sebagai desa wisata berdasarkan Keputusan Bupati Pinrang Nomor 240/410/2021 tentang Penetapan Desa Wisata dalam Wilayah Kabupaten Pinrang. Pada awal pengembangan menjadi desa wisata, pembangunan dimulai di kawasan pantai tepatnya di Pantai Salopi, salah satu kawasan pantai di Desa Wisata Binanga Karaeng.

Pengembangan desa wisata diharapkan terjadi pemerataan yang sesuai dengan konsep pembangunan pariwisata yang berkesinambungan (Dewi, dkk, 2013). Namun, Kondisi di lapangan menunjukkan bahwa pengembangan potensi pariwisata di Desa Binanga Karaeng masih berfokus pada Pantai Salopi dan keterlibatan masyarakat belum optimal. Pembangunan pariwisata di Desa Wisata Binanga Karaeng banyak dilakukan oleh pihak luar bukan dari masyarakat sekitar. Hal ini tentunya belum sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Muliarta (2020) bahwa pengembangan desa wisata berorientasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. Selain itu, konsep pariwisata berbasis masyarakat (Community based Tourism) menekankan bahwa masyarakat turut andil dalam perencanaan, pengelolaan, dan penyampaian pendapat (Goodwin & Santili, 2009). Kurang optimalnya peran masyarakat dalam proses pengembangan menjadi salah satu kendala sehingga membuat tujuan percepatan pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat menjadi terhambat (Herdiana, 2019). Dengan demikian, maka dibutuhkan model pengembangan pariwisata yang lebih terkonsep yang menitikberatkan pada peningkatan kesejahteraan masyarakat yang mampu meminimalisir adanya kesenjangan, mengoptimalkan keterlibatan masyarakat pada setiap tahapan pengembangan desa wisata dan memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mengontrol sumber daya yang dimiliki (Rohmah & Indahsari, 2021).

Model pengembangan desa wisata berbasis masyarakat diharapkan menjadi solusi alternatif untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Karena masyarakat merupakan pihak yang paling tahu akan potensi, kondisi, karakteristik daya tarik wisata serta penggerak utama dari kegiatan wisata yang dapat melahirkan aktivitas wisata sesuai dengan potensi yang ada, dengan demikian tujuan aktivitas wisata akan mudah tercapai (Marlina, 2019).

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism)

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, organisasi masyarakat adalah masyarakat yang bertempat tinggal di dalam wilayah destinasi pariwisata yang berperan aktif mengorganisir kegiatan pariwisata dan diprioritaskan untuk mendapat manfaat dari



penyelenggaraan kegiatan pariwisata di tempat tersebut. Community Based Tourism (CBT) merupakan salah satu bentuk pariwisata berkelanjutan dan alternatif yang menggunakan kebudayaan etnik suatu masyarakat atau lingkungan alam sebagai atraksi wisata dan memiliki tingkat partisipasi masyarakat yang tinggi dalam hal perencanaan dan pengelolaan (Ernawati, 2018). Masyarakat dalam pengembangan pariwisata pada suatu desa wisata terlibat dalam setiap tahap pengembangan mulai dari proses perencanaan pelaksanaan/implementasi, dan pengawasan (Dewi, dkk, 2013).

Jika merujuk kepada ASEAN Community Based Tourism Standard maka Community Based Tourism diartikan sebagai sebuah kegiatan pariwisata yang dimiliki, dioperasikan, dikelola atau dikoordinasikan oleh masyarakat dengan cara mendukung mata pencaharian yang berkelanjutan, melindungi tradisi sosial budaya, serta potensi sumber daya alam yang ada. Pariwisata berbasis masyarakat (Community Based Tourism) digunakan dalam pengembangan desa wisata yang didasarkan pada pengembangan masyarakat dengan mengandalkan mereka, pemberdayaan, keberlanjutan, konservasi, dan peningkatan budaya untuk peningkatan mata pencaharian penduduk (Antara & Arida, 2015). Masyarakat berperan sebagai pemilik sumber daya sekaligus aktor dalam pengembangan sumber daya tersebut (Pakpahan, 2018).

Pemberdayaan masyarakat tidak akan terjadi dengan serta merta tetapi memerlukan waktu dan proses seperti yang diungkapkan Andriyani (2017) bahwa pemberdayaan masyarakat itu adalah proses yang menunjuk pada serangkaian tindakan atau langkah sistematis untuk mengubah yang belum berdaya menuju keberdayaan. Pengembangan desa wisata, masyarakat tentunya harus memahami potensi wisata yang dimiliki dan memiliki rasa cinta pada desa sendiri. Dengan adanya rasa cinta terhadap desa memungkinkan masyarakat nantinya menjadi pemain kunci dalam community based tourism (Ernawati, 2018).

Desa Wisata

Desa wisata merupakan suatu bentuk perkembangan pariwisata yang menitik beratkan pada partisipasi masyarakat sekitar pedesaan dan pelestarian lingkungan. Menurut Putra (2006) Desa wisata merupakan suatu kawasan atau wilayah pedesaan yang dimanfaatkan atas dasar kemampuan beberapa unsur yang menjadi atribut produk wisata secara terpadu hingga menjadi suatu rangkaian aktivitas pariwisata. Selain itu, Kemenparekraf (2020) menyatakan bahwa desa wisata adalah komunitas ataupun masyarakat pada suatu wilayah tertentu dan saling berinteraksi secara langsung dalam pengelolaan potensi wisata dengan memberdayakan masyarakat dengan tujuan kesejahteraan bersama.

Berdasarkan Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor: KM.18/HM.001/MKP/2011 tentang Pedoman Umum Program Nasional



Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Pariwisata, bahwa desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. Selain itu, desa wisata diartikan sebagai sebagian atau keseluruhan wilayah desa yang memiliki potensi produk dan aktivitas wisata yang selanjutnya dimanfaatkan untuk pengembangan pariwisata dan dikelola oleh masyarakat di desa secara berkelanjutan (Suryawan, 2015).

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode deskriptif melalui pendekatan kualitatif. Berdasarkan pendapat dari Yatmaja (2019) bahwa jenis penelitian deskriptif digunakan untuk menyesuaikan dan membandingkan fakta yang ditemukan di lapangan dengan penggunaan teori, serta pada tahap akhir diberikan pemecahan atau solusi terhadap permasalahan yang ditemukan. Moleong (2017) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif merupakan upaya untuk menjabarkan suatu peristiwa atau fenomena sesuai dengan apa yang ada dan sebenarnya terjadi di lapangan dan memiliki prosedur penelitian berupa data deskriptif yang dituangkan dalam kata-kata tertulis maupun lisan yang diperoleh dari pernyataan orang-orang dan juga perilaku orang yang dapat diamati. Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena yang ada, baik bersifat alamiah ataupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas dan keterkaitan antar kegiatan (Sukmadinata, 2017).

Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi secara langsung dari individu yang dalam hal ini masyarakat dan pihak lain yang kiranya menjadi narasumber. Wawancara dilakukan dengan beberapa masyarakat Desa Binanga Karaeng baik yang memiliki usaha atau pun belum. Selain itu, wawancara juga dilakukan kepada pihak Desa Binanga Karaeng, Ketua Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Pantai Salopi, dan Pihak Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pinrang. Untuk mendukung informasi yang telah didapatkan dari hasil wawancara, peneliti juga menggunakan hasil observasi dan dokumentasi lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan pariwisata di Desa Wisata Binanga Karaeng merupakan hal baru yang dirasakan oleh masyarakat setempat. Pengembangan pariwisata baru dilakukan sekitar 1-3 tahun terakhir. Sebelumnya, Pantai Salopi yang saat ini menjadi pusat aktivitas wisata dulunya hanya sebagai tempat pemeliharaan hewan ternak masyarakat. Namun, sekarang pengembangan pariwisata mulai dilakukan oleh masyarakat di Pantai Salopi. Beberapa bentuk pengembangan



berupa penyediaan fasilitas seperti gazebo dan pembukaan usaha penyedia makan minum seperti pedagang kaki lima dan pembangunan kedai kopi moderen (cafe). Meskipun telah ditetapkan sebagai desa wisata pada tahun 2020, Desa Binanga Karaeng belum memiliki Peraturan Desa (PERDES) mengenai pengembangan Desa Wisata.

Keterlibatan Masyarakat dalam proses perencanaan

Keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan pengembangan desa wisata merupakan hal penting disebabkan masyarakatlah yang menjadi tuan rumah dan pemilik sumber daya. Masyarakatlah yang akan menerima dampak dan hasil dari pengembangan desa wisata. (Dewi dkk, 2013). Masyarakat mengaku tidak dilibatkan dalam pembentukan desa wisata. Hal ini dikarenakan pembentukan desa wisata diinisiasi oleh Pemerintah Kabupaten melalui Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga. Masyarakat selaku tuan rumah mengaku bahwa pembentukan desa wisata dilakukan tanpa melakukan musyawarah atau rapat dengan masyarakat Binanga Karaeng. Setelah dibentuk sebagai desa wisata, pemerintah ataupun POKDARWIS belum melakukan sosialisasi kepada masyarakat Binanga Karaeng. Informasi mengenai status Desa Binanga Karaeng sebagai desa wisata diketahui oleh masyarakat melalui sosial media. Kegiatan pertemuan dengan pemerintah dan masyarakat sesungguhnya dapat menjadi cara dalam menyampaikan dan memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pembentukan desa wisata di desa mereka (Adriyani, 2017).

Pembentukan desa wisata yang diawali dengan pembentukan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Pantai Salopi juga dilakukan secara mendadak, sehingga keberadaan dan maksud pembentukan POKDARWIS Pantai Salopi belum diketahui oleh masyarakat luas. Masyarakat mengaku pernah mendengar istilah POKDARWIS, namun tidak mengetahui maksud dari istilah POKDARWIS itu sendiri.

Keterlibatan masyarakat dalam proses pelaksanaan/implement

Dalam pengembangan Desa Wisata Binanga Karaeng masyarakat sebagai aktor utama memiliki keterlibatan dalam proses pelaksanaan. Masyarakat yang memiliki lahan dan modal membuka usaha seperti penyedia fasilitas makan minum seperti membuka warung-warung kecil/ pedagang kaki lima atau membuka usaha berupa cafe. Selain membuka usaha makan dan minum, masyarakat yang memiliki usaha juga tentunya menyediakan fasilitas pendukung seperti gazebo, toilet dan fasilitas lainnya. Masyarakat yang berprofesi sebagai nelayan atau petani dapat ikut merasakan dampak keberadaan pariwisata di desa mereka dengan menjadi penyedia bahan baku kepada pengelola usaha.

Masyarakat lokal yang memiliki usaha juga memanfaatkan keberadaan pembuat peti di desa mereka. Peti-peti yang awalnya hanya digunakan sebagai tempat penyimpanan buah, sekarang dimanfaatkan untuk dijadikan sebagai



fasilitas tambahan seperti kursi atau meja. Dengan demikian, masyarakat dapat merasakan dampak pariwisata tanpa meninggalkan pekerjaan mereka sebagai petani atau nelayan dan juga pembuat peti.

Keterlibatan yang saat ini dilakukan oleh masyarakat merupakan inisiasi dari masyarakat sendiri tanpa ajakan atau sosialisasi dari pemerintah sebagai inisiator pembentukan desa wisata. Pengembangan Desa Binanga Karaeng sebagai desa wisata belum pernah disosialisasikan kepada masyarakat. Alasan inilah yang menyebabkan masyarakat tidak mengetahui mengenai pembentukan desa wisata dan melakukan usaha secara mandiri. Selain itu, kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai pariwisata dan pembentukan desa wisata menyebabkan masih banyak masyarakat yang belum melibatkan diri. Maka dari itu, diperlukan pemahaman dan penerapan sikap sadar wisata dalam pengembangan desa wisata (Andriyani, dkk, 2020). Penerapan sikap sadar wisata diharapkan pemahaman masyarakat terhadap pariwisata berkembang, sehingga masyarakat memiliki dorongan untuk ikut serta dalam pengembangan pariwisata (Nursaid, 2016:224).

Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai desa wisata menyebabkan mereka hanya melakukan usaha yang biasanya dilakukan di daya tarik wisata pada umumnya tanpa mengetahui konsep desa wisata. Pelaku usaha saat ini hanya berupa warung kecil/pedagang kaki lima dan cafe. Belum ada masyarakat lokal yang memanfaatkan rumah mereka sebagai tempat tinggal bagi pengunjung (homestay). Padahal, salah satu bentuk keterlibatan masyarakat dalam pelaksanaan pengembangan desa wisata yaitu penyediaan homestay oleh masyarakat/ penduduk lokal (Andriyani, dkk, 2020).

Saat ini, pelaku usaha di Pantai Salopi bukan hanya dari kalangan masyarakat lokal melainkan terdapat beberapa pelaku usaha yang berasal dari luar desa. Keberadaan masyarakat luar merupakan peluang sekaligus sebagai tantangan dalam pengembangan desa wisata. Masyarakat luar sebagai sektor bisnis/pengusaha dapat memberikan peluang kepada masyarakat lokal dalam peningkatan ekonomi mereka, namun dalam mengelola usaha, mereka lakukan secara mandiri tanpa melibatkan masyarakat lokal, termasuk pemanfaatan tenaga kerja. Dari tujuh total usaha cafe di Pantai Salopi, dua diantaranya merupakan usaha milik masyarakat luar Desa Wisata Binanga Karaeng yang juga menggunakan tenaga kerja dari luar pula. Keberadaan pelaku usaha dari luar di Pantai Salopi belum memberikan dampak kepada masyarakat lokal. Masyarakat luar yang memiliki modal besar akan masuk ke wilayah desa wisata sebagai pelaku usaha dapat menyebabkan terjadinya kompetisi bisnis dengan masyarakat lokal (Andriyani, dkk, 2020).

Keterlibatan Masyarakat dalam Proses Pengawasan

Dalam pengembangan Desa Wisata Binanga Karaeng, peran masyarakat dalam hal pengawasan terlihat minim terutama mengenai pengambilan



keputusan. Alasannya, karena perencanaan pengembangan desa wisata dilakukan oleh pemerintah tanpa melibatkan masyarakat. Masyarakat yang sebelumnya tidak mengetahui latar pembentukan desa wisata dan belum pernah mendapat sosialisasi dan pemahaman mengenai tujuan pembentukan desa wisata tidak dapat melakukan pengawasan secara maksimal.

Pengembangan pariwisata termasuk desa wisata tidak dapat dilakukan sendiri oleh masyarakat. Masyarakat tentunya membutuhkan dukungan dan kerja sama dengan pihak lain yang tentunya memiliki kepentingan dalam pengembangan pariwisata. Seperti yang dikemukakan oleh Maturbongs & Lekatompessy (2020) bahwa diperlukan peran pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata yang terdiri dari akademisi, pemerintah, masyarakat/komunitas, bisnis, dan media atau yang sering disebut sebagai Pentahelix pariwisata.

Keterlibatan dan dukungan pemerintah adalah suatu kewajiban dalam pengembangan desa wisata. Selain sebagai inisiator, pemerintah juga berperan sebagai fasilitator, dimana pemerintah menjadi pemberi dana bantuan usaha dan penyedia fasilitas fisik seperti perbaikan jalan, penerangan jalan, toilet umum dan fasilitas lainnya (Andriyani, dkk, 2020). Hal ini belum terlihat dalam pengembangan Desa Wisata Binanga Karaeng. Pemerintah yang awalnya sebagai inisiator pembentukan desa wisata belum memberikan edukasi kepada masyarakat. Selain itu, infrastruktur jalan dan penerangan jalan yang masih dikeluhkan oleh masyarakat menjadi salah satu contoh bahwa pemerintah belum turun tangan dalam peningkatan sarana dan prasarana pariwisata. Bukan hanya mengenai fasilitas, pemerintah Desa Binanga Karaeng hingga saat ini belum mengeluarkan peraturan desa mengenai pengembangan desa wisata. Sehingga, masyarakat yang memiliki usaha juga belum dapat mengeluarkan sedikit pajak atau retribusi kepada pemerintah desa.

Selain masyarakat, bisnis (pengusaha), dan pemerintah terdapat akademisi/perguruan tinggi dan media sebagai pihak pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata. Salah satu program Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) bersama perguruan tinggi dan Kementerian Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (Kemendes PDTT) ialah pemberdayaan masyarakat berbasis pendampingan terutama pada desa wisata (Kemenparekraf, 2020:2). Namun, program tersebut belum dilakukan di Desa Wisata Binanga Karaeng.

Media sebagai sarana komunikasi dan sosialisasi kebijakan serta menjadi penghubung antara pemerintah, masyarakat dan pihak lain (Maturbongs & Lekatompessy, 2020). Ketersediaan informasi mengenai pengembangan pariwisata di Desa Wisata Binanga Karaeng dengan mudah didapatkan melalui media elektronik seperti televisi. Selain itu, perkembangan media sosial yang kini dimiliki dan dikelola secara resmi oleh pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, organisasi/komunitas, maupun milik pribadi masyarakat.



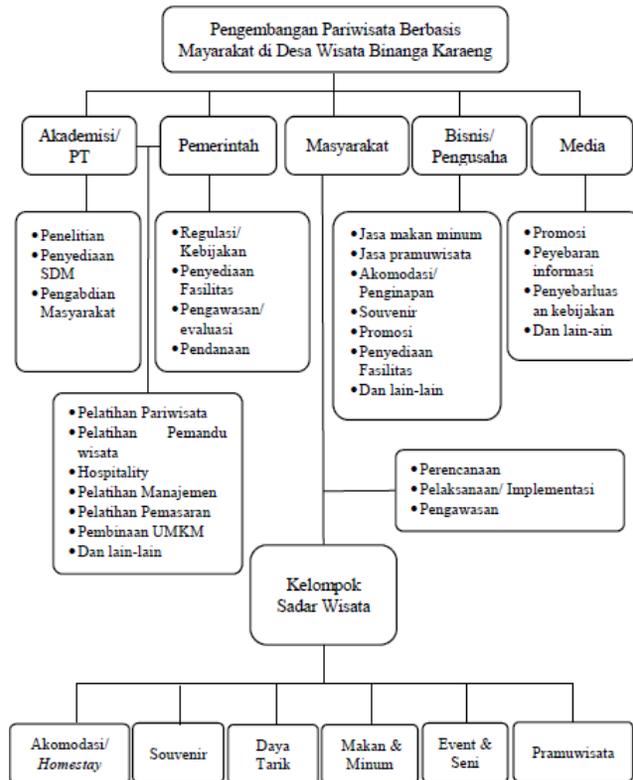
Masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Binanga Karaeng sebenarnya memiliki kesadaran dan keinginan untuk berpartisipasi. Namun masyarakat belum memiliki pengetahuan mengenai pariwisata terlebih dalam hal pengembangan desa wisata. Selain itu belum adanya sosialisasi atau pelatihan dari pemerintah atau akademisi menyebabkan masyarakat belum bisa mengambil keputusan untuk ikut serta dalam pengembangan desa wisata. Kerja sama antar pemangku kepentingan di Desa Wisata Binanga Karaeng saat ini. Pengelolaan Desa Wisata belum menjalankan sistem kolaborasi dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan di atas ataupun di bawah (Liestiandre, dkk, 2021).

Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) di Desa Wisata Binanga Karaeng

Masyarakat dan pelaku usaha dalam pengembangan pariwisata memiliki harapan kepada pemerintah dan pihak-pihak yang berkepentingan. Masyarakat Desa Wisata Binanga Karaeng memiliki harapan dalam pengembangan pariwisata kedepannya adalah; 1) Pengembangan pariwisata harus melibatkan semua elemen masyarakat Binanga Karaeng; 2) Pengembangan pariwisata dilakukan dengan tetap memperhatikan lingkungan; 3) penyediaan sarana dan prasarana seperti perbaikan jalan/lorong dan penyediaan lampu jalan di kawasan Pantai Salopi; 4) pemberian sosialisasi dan pelatihan pariwisata kepada masyarakat terutama pelaku usaha; dan 5) pengembangan desa wisata dilakukan dengan baik dan tertata.

Masyarakat berperan sebagai pemilik sumber daya sekaligus aktor dalam pengembangan sumber daya tersebut (Pakpahan, 2018). Selain itu, kuatnya struktur organisasi dan dukungan masyarakat serta kolaborasi antar pemangku kepentingan menjadi faktor penting dalam pengelolaan dan pengembangan desa wisata (Liestiandre, dkk, 2021). Maka dari itu, untuk memaksimalkan keterlibatan masyarakat dan menciptakan pariwisata berbasis masyarakat (community based tourism) di Desa Wisata Binanga Karaeng dapat dirumuskan dalam model pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (community based tourism) seperti pada gambar 1.

Dalam penerapan model di atas dibutuhkan kerja sama dan kolaborasi antar pihak. Kolaborasi antar pemangku kepentingan dapat dilakukan pada berbagai aspek pengembangan pariwisata termasuk dalam hal pengembangan sumber daya manusia baik kolaborasi antara dua maupun keseluruhan pemangku kepentingan (Darwis & Junaid, 2016). Pelaksanaan hubungan kerja sama/kolaborasi antar pemangku kepentingan dilakukan secara terarah dengan tetap memperhatikan peran dan tanggung jawab masing-masing pihak dengan jelas.



Gambar 1 Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Wisata Binanga Karaeng Kabupaten Pinrang (Sumber: Hasil penelitian)

KESIMPULAN

Rencana pembentukan dan pengembangan Desa Wisata Binanga Karaeng merupakan inisiasi dari pemerintah yaitu Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga tanpa melibatkan masyarakat. Apabila merujuk pada konsep pariwisata berbasis masyarakat maka masyarakat menjadi aktor utama pengembangan pariwisata termasuk perencanaan, pelaksanaan/implementasi, dan pengawasan. Saat ini, masyarakat belum memiliki pengetahuan dasar mengenai pariwisata terlebih tentang desa wisata. Hal ini dikarenakan masyarakat belum pernah mendapatkan sosialisasi apapun mengenai pariwisata dan pembentukan desa wisata. Selain itu, sebagian besar masyarakat Desa Binanga Karaeng belum mengetahui bagaimana mereka bisa mengambil peran. Keberadaan pihak luar sebagai investor dan pelaku usaha saat ini menggunakan tenaga kerja dari luar/ keluarga sehingga tidak memberikan dampak kepada masyarakat lokal. Hal ini menunjukkan bahwa



pengembangan pariwisata berbasis masyarakat belum terwujud di Desa Wisata Binanga Karaeng.

Masyarakat lokal selaku tuan rumah dan pemilik sumber daya perlu diajak dan diberikan sosialisasi mengenai pariwisata agar mereka dapat mendesain dan mengembangkan pariwisata secara mandiri. Kerja sama dan kolaborasi antara masyarakat dan pemangku kepentingan yang lain akan memberikan peluang besar kepada masyarakat dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan dalam pengembangan pariwisata. Selain itu, Ketersediaan fasilitas yang memadai menjadi hal penting dalam menunjang kegiatan wisata di Desa Wisata Binanga Karaeng.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, W. R, Praptapa, A & Mafudi. (2017). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat (Community Based Rural Tourism) di Desa Papringan. Proseding Seminar Nasional dan Call for Papers, (1072-1083).
- Andriyani, A. A. I. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata dan Implementasi Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi di Wilayah Desa Wisata Panglipuran Bali). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 23(1), 1-16.
- Antara, M & Arida, I. N. S. (2015). Panduan Pengelolaan Desa Wisata Berbasis Potensi Lokal. Denpasar : Pustaka Larasan.
- Arida, I. N. S & Pujani, L. K. (2017). Kajian Penyusunan Kriteria-Kriteria Desa Wisata Sebagai Instrumen Dasar Pengembangan Desa Wisata. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17(1), 1-9.
- Asy'ari, R., Tahir, R., Rakhman, C. U. & Putra, R. R. (2021). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Socius: Jurnal of Sociology Research and Education*, 8(1), 47-58. Doi: <https://doi.org/1024036/scs.v8i1.292>
- Barreto, M. & Giantari, I. G. A. (2015). Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(11)
- Darwis & Junaid, I. (2016). Kemitraan sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata dan Industri Hospitaliti. *Jurnal Kepariwisata*, 10(1), 1-13
- Dewi, M. H. U., Fandeli, C. & Baiquni, M. (2013). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2), 129-139. Doi: <https://doi.org/10.22146/kawistara.3976>
- Ernawati, N. M. (2018). *Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Denpasar : Swasta Nulus.
- Goodwin, H & Santilli, R. (2009). *Community Based Tourism: a success?. German: German Development Agency (GTZ)*.



- Herdiana, D. (2019). Peran Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 6(1), 63–86. Doi: <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2019.v06.i01.p04>
- Jamalina, I. A., & Wardani, D. T. K. (2017). Strategi Pengembangan Ekowisata Melalui Konsep Community Based Tourism (CBT) dan Manfaat Sosial dan Ekonomi Bagi Masyarakat di Desa Wisata Nglanggeran, Patuk, Gunung Kidul. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 18(1), 71–85. Doi: 10.18196/jesp.18.1.4008
- Kemendagri. (2020). *Buku Panduan Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Berbasis Pendampingan*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kemendagri. (2021). *Pedoman Desa Wisata. Edisi II*. Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi.
- Kemendagri. (2019). *Buku Pedoman Desa Wisata. Edisi I*. Jakarta: Kementerian Pariwisata.
- Liestiandre, H. K., Dianasari, D. A. M. L., Tirtawati, N. M., Susianto, H. W., Negarayana, I. D. P., Lilasari, N. L. N. T., Saputra, I. G. G. & Aridayanti, D. A. N. (2021). Tata Kelola Desa Wisata Berbasis CHSE di Desa Bakas Kabupaten Klungkung. *Jurnal Pengabdiankepada Masyarakat Makardhi*. 1(2), 106-114. Doi:10.52352/makardhi.v1i2.581
- Marlina, N. (2019). Kemandirian Masyarakat Desa Wisata dalam Perspektif Community Based Tourism: Studi Kasus Desa Ketengger, Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 4(1), 17–26. Doi: <https://doi.org/10.14710/jiip.v4i1.4735>
- Maturbongs, E. E & Lekatompessy, R. L. (2020). Kolaborasi Pentahelix dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Merauke. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 3(1), 55-63.
- Moleong, L. J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Muliarta, I Ketut. (2020). Strategi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat pada desa wisata nyambu, *Journal of Applied Management Studies*, 1(2), 152-166.
- Nugroho, D. S & Hermawan, H. (2018). Community Based Tourism Tantangan Dusun Nglepen Dalam Pengembangan Desa Wisata. *Jurnal Pariwisata*, 5(1), 42-55. Doi: <https://doi.org/10.31294/par.v5i1.3217>
- Nursaid, A., 2016, Peran Kelompok Batik Tulis Giriloyo Dalam Mendukung Ketahanan Ekonomi Keluarga (Studi Di Dusun Giriloyo, Desa Wukirsari, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta), *Jurnal Ketahanan Nasional*, 22 (2), 217-236.



- Pantiyasa, I. W. (2011) Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) Dalam Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus di Desa Bedulu, Blah Batuh, Gianyar). *Jurnal Manajemen Perhotelan Ilmiah*. 1(2) doi: <https://doi.org/10.22334/jihm.v1i2.68>
- Pakpahan, R. (2018) Implementasi Prinsip Pariwisata Berbasis Komunitas Di Desa Wisata Nglingga Yogyakarta, *Jurnal Pariwisata* vol 05, 129-146. Doi: <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2018.v.05.i01.p07>
- Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor KM.18/HM.001/MKP/2011 tentang Pedoman Umum Program Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Pariwisata
- Pinrangkab.go.id. (19 Agustus 2021). Desa Binangan Karaeng Masuk Dalam Jajaran Anugerah Desa Wisata Indonesia 2021. Dipetik 11 januari 2022 dari <https://pinrangkab.go.id/desa-binanga-karaeng-masuk-dalam-jajaran-anugerah-desa-wisata-indonesia-2021/>
- Purnomo, D., & Djunaedi, A. (2019). Pengembangan Model Community-Based Tourism (CBT) pada Masyarakat di Desa Bongkudai Baru Kabupaten Bolaang Mongondow Timur, Sulawesi Utara. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 24(1), 70–88.
- Putra, A. M, (2006). Konsep Desa Wisata. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 5(1), 65-79.
- Rohmah, A. A & Indasari, K. (2021). Alternatif Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *E-Proceeding SENDRIABDI*, 1(1), 309-322.
- Sukmadinata, N. S. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*, Cet.12 . Bandung: Remaja Rosdakarya
- Suryawan, I. B. (2015). *Perkembangan dan Pengembangan Desa Wisata*. Depok: Herya Media
- The ASEAN Secretariat. (2016). *ASEAN Community Based Tourism Standard*. Jakarta: ASEAN Secretariat.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata
- Yatmaja, P.T. (2019). Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat Oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Dalam Mengembangkan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Pembangunan*, 10(1), 27-36. Doi: <https://doi.org/10.23960/administratio.v10i1.93>



PESONA DESA KENDERAN, DESA WISATA MENAWAN DARI TEGALLALANG GIANYAR BALI

Ida Ayu Kalpikawati, Ni Wayan Chintia Pinaria

PENDAHULUAN

Tren wisata pada masa pandemi Covid-19 mengalami perubahan dari wisata masal menuju wisata alternative. Menurut (Aryani dkk, 2019) perubahan wisata saat ini berorientasi pada wisata alam dan wisata budaya yang memiliki tujuan menambah wawasan dan pengetahuan para wisatawan. Perubahan wisata masal menjadi wisata alternative memberikan celah bertumbuhnya desa wisata yang mampu memberikan pengalaman wisata alam dan wisata budaya bagi wisatawan. Desa wisata merupakan suatu daerah tujuan wisata atau disebut pula destinasi pariwisata, yang mengintegrasikan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (UU No. 10 tahun 2009; Nuryanti, 1993). Desa Kenderan merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Desa Kenderan memiliki visi “Terwujudnya Masyarakat Desa Kenderan Yang Sejahtera, Adil, dan Makmur Yang Berbasis Pertanian dan Pariwisata Yang Dijiwai Tri Hita Karana.” Desa Kenderan telah ditetapkan menjadi desa wisata pada bulan Januari tahun 2010 oleh pemerintah Kabupaten Gianyar. Desa Kenderan merupakan sebuah desa tua yang sangat terberkati dengan lanskap alam yang sangat indah dan kehidupan sosial budaya masyarakat yang sangat unik.

Sejarah Desa Kenderan

Berdasarkan kepercayaan masyarakat Desa Kenderan, kata Kenderan berasal dari kata ke-indra-an yang memiliki makna Istana Dewa Indera. Desa Kenderan melewati tiga masa yaitu masa prasejarah, masa budha dan masa Ciwa. Pada masa prasejarah ditemukan sebuah batu pencetak Nekara yang berkaitan dengan Nekara di Pejeng yang ditemukan di Pura Puseh Manuaba dan dua buah Sarcophagus ditemukan di Pura Batulusu, Subak Umalawas Kaja Manuaba, Kenderan. Kemudian pada masa Budha ditemukan tempat pertapaan Biku Budha Kasogatan pada abad X di Petirtaan Telaga Waja Banjar Kepitu, Kenderan. Tekahir pada masa Ciwa, berdirinya Pura Griya Sakit Manuaba pada abad XVII.

Pada abad XVII pada masa pemerintahan Dalem Di Made yang bekedudukan di Gelgel, datang seorang pendeta bernama Pedanda Sakti Buruan ke Manuaba. Pedanda Sakti Buruan terkenal dengan kehidupan yang religius dan mengabdikan kepada kesejahteraan masyarakat. Beliau membangun sebuah pura yang kemudian diberi nama Pura Griya Sakti. Nama tersebut



mengingatkan pada kesaktian Pedanda Sakti Buruan dan kemampuannya dalam berbagai bidang keahlian. Pedanda Sakti Buruan sangat dekat dengan masyarakat setempat. Beliau menggunakan nama Manuaba sebagai atribut yang harus digunakan oleh keturunannya sehingga terbentuk klan Manuaba dalam lapisan masyarakat Brahmana di Bali.

Kebaikan dan kemakmuran yang diciptakan oleh Pedanda Sakti Buruan menimbulkan iri hati beberapa kepala wilayah pada masa itu. Salah seorang diantaranya adalah Gusti Batu Lembang. Rasa iri mendorong Gusti Batu Lembang beserta pengikutnya menyerang dan merusak pemukiman Pedanda Sakti Buruan di Manuaba. Dalam pertempuran tersebut Pedanda Sakti Buruan lenyap namun istri, putra dan cucu beliau berhasil meloloskan diri menuju arah Timur. Setelah kepergian keluarga Pedanda Sakti Buruan, muncul elit baru memimpin masyarakat Manuaba. Elite baru ini berasal dari klan Kesatria Taman Bali (Bangli). Elite baru ini, telah memindahkan pusat kegiatan pemerintahan desa, dari Manuaba ke Kenderan.

Geografi, Demografi dan Pemerintahan Desa Kenderan

- a. Geografi Secara geografi Desa Kenderan memiliki luas wilayah sekitar 7,18 km². Desa Kenderan terletak di 115.28955 BT / -8.455958 LS. Daratan di Desa Kenderan dimanfaatkan untuk pemukiman rumah warga, lahan pertanian, lahan persawahan, pura, sekolah, dll. Batas-batas wilayah desa Kenderan adalah sebagai berikut sebelah Utara berbatasan dengan Desa Kedisan, sebelah Timur berbatasan dengan Desa Sading, sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Tegallalang dan sebelah Barat berbatasan dengan Desa Tegallalang.
- b. Secara demografi berdasarkan data dari website resmi Desa Kenderan total jumlah penduduk desa Kenderan sebanyak 5.465 ribu jiwa dengan jumlah laki-laki sebanyak 2.697 dan perempuan sebanyak 2769. Mayoritas penduduk Desa Kenderan beragama Hindu. Mata pencaharian penduduk Desa Kenderan sebagian besar sebagai petani, karyawan swasta, pengrajin, peternak dan sebagai buruh.
- c. Pemerintahan desa Kenderan terbagi menjadi 10 banjar yaitu Banjar Dukuh, Banjar Kepitu, Banjar Kenderan, Banjar Gunaksa, Banjar Tengah, Banjar Triwangsa, Banjar Tangkas, Banjar Pande, Banjar Dlodblungbang. Terdapat beberapa Desa Adat di Desa Kenderan yakni:
- d. Desa Adat Dlodblungbang membawahi banjar Dlodblungbang
- e. Desa Adat Manuaba membawahi Banjar Pande, Banjar Tangkas, Banjar Tengah, Banjar Triwangsa, Banjar Gunaksa, Banjar Pinjul dan Banjar Dukuh.
- f. Desa Adat Kenderan membawahi Banjar Kenderan dan Banjar Kepitu.
- g.

Potensi Wisata Desa Kenderan

Sebagai sebuah desa tua Desa Kenderan memiliki banyak potensi wisata yang tersembunyi yang belum banyak dikenal oleh wisatawan. Desa Kenderan di apit oleh dua buah sungai yaitu Sungai Tukad Kungkang di sebelah Barat dan Sungai Tukad Petanu disebelah Timur. Desa Kenderan sangat terberkati karena memiliki alam yang luar biasa dengan hamparan sawah yang membentang menyajikan pemandangan yang sangat mempesona. Selain pesona alam Desa Kenderan juga dikenal dengan potensi budaya yang menjadi ciri khas Desa Kenderan yang membedakannya dengan desa wisata lain di Bali. Di Desa Kenderan juga dapat ditemui beberapa kreatifitas masyarakat berupa seni ukir kayu, ukir batu, dan aneka kuliner yang sudah sangat dikenal di seputaran Tegallalang

a. Potensi Wisata Alam

1) Hyang Bukit

Hyang Bukit merupakan kawasan hutan yang masih sangat asri dan alami dan merupakan hidden gem dari Desa Kenderan tepatnya terletak di desa Adat Dlod Blungbang. Berdasarkan penuturan dari Bapak Agus pemilik Jineng Bali Agro yang juga merupakan anggota Pokdarwis Desa Kenderan, di hutan Hyang Bukit kita dapat melihat lembah yang membentang dipenuhi pepohonan menghijau. Terdapat ratusan populasi kera sebagai penghuni hutan tersebut. Hutan Hyang bukit merupakan salah satu potensi wisata alam yang dimiliki Desa Kenderan namun belum banyak dikenal wisatawan karena letak yang cukup tinggi dan tersembunyi.



Gambar 1. Hutan Hyang Bukit di Desa Kenderan
Sumber : Jineng Bali Agro, 2022

2) Air Terjun “Manuaba Waterfall”

Air terjun Manuaba atau “Manuaba Waterfall” terletak di Desa Adat Manuaba. Lokasinya sekitar 10 menit berjalan kearah Utara Pura Griya Sakti Manuaba. Dalam perjalanan menuju Air terjun Manuaba tersebut wisatawan dapat melihat hamparan sawah membentang yang memberikan pesona alam tak terlupakan bagi wisatawan. Air terjun Manuaba letaknya cukup tersembunyi dikelilingi oleh banyak tanaman hijau tropis yang rindang yang membuat suasana sejuk, tenang dan nyaman. Air Terjun Manuaba memiliki keunikan yaitu keindahan alam dipadukan dengan budaya Desa Kenderan yang merupakan satu satunya air terjun tempat melukat yang berasal dari 7 sumber mata air yang lebih dikenal dengan Tirtha Campuhan Pitu yaitu : Tirtha Sangku, Tirtha Sudamala, Tirtha Sambung Dawa, Tirtha Bulan, Tirtha Dadapan, Tirtha Gringsing dan Tirtha Lindung Wesi. Penduduk Desa Kenderan mempercayai bahwa Air Terjun Manuaba merupakan berkah dari penguasa Danau Batur yang memiliki kualitas menguatkan jiwa dan raga. Air terjun Manuaba memiliki potensi wisata alam yang dipadukan dengan wisata budaya.



Gambar 2. Manuaba Waterfall

Sumber : Dokumentasi, 2022

3) Beji Telaga Waja

Desa Wisata Kenderan memiliki 11 beji yang sangat disucikan oleh masyarakat setempat. Salah satunya adalah Beji Telaga Waja yang terletak di Banjar Kepitu. Di Beji Telaga Waja terdapat 11 pancoran yang merupakan tempat pembersihan diri (melukat) water healing menggunakan sarana air. Selain pembersihan diri juga dilakukan untuk membersihkan diri secara psikis dipandu oleh pemangku (pendeta agama Hindu) dengan menghaturkan sesajen untuk menyeimbangkan tubuh, pikiran dan jiwa (body, mind and soul).



Gambar 3. Beji Telaga Waja

4) Pemandangan alam bentangan persawahan

Bentang alam dengan hamparan persawahan merupakan potensi andalan untuk wisata alam di Desa Wisata Kenderan. Sepanjang perjalanan menuju Desa Kenderan wisatawan dan pengunjung dapat melihat hamparan sawah menghijau yang membuat mata menjadi sejuk dan nyaman.



Gambar 4. Pemandangan Hamparan Persawahan di Desa Kenderan

b. Potensi Budaya

Desa Kenderan juga memiliki potensi sosial budaya yang dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan sesuai fokus pengembangan Desa Kenderan pada wisata budaya. Desa Kenderan sangat kaya dengan keunikan yang menjadi andalan budaya karena ceritanya yang melegenda dan hanya dapat ditemukan di Desa Kenderan diantaranya:

- 1) Terdapat 2 Sarcofagus sebagai bukti Desa Kenderan merupakan desa tua. Sarcofagus tersebut tersimpan di Pura Batulusu di wilayah Subak Umalawas. Sarcofagus merupakan benda-benda arkeologis diperkirakan berasal dari 600-500 SM, merupakan peninggalan zaman Batu Besar (Megalithikum) sampai dengan zaman peralihan antara zaman batu dengan zaman perunggu. Keberadaan Sarcofagus ini sangat disucikan oleh masyarakat Desa Kenderan yang sangat menghargai temuan arkeologis ini.



Gambar 5. Sarcofagus di Desa Kenderan

- 2) Pura Grya Sakti terletak di desa Pekraman Manuaba, Desa Kenderan Tegallalang Gianyar. Pura Grya Sakti dikenal sebagai Pura trah Brahmana Manuaba namun sekarang sudah menjadi Pura Kahyangan Jagad. Menurut penuturan ketua Pokdarwis Desa Wisata Kenderan konon Pura Grya Sakti dahulunya merupakan tempat tinggal Brahmana sakti Ida Peranda Buruan yang merupakan leluhur trah Brahmana Manuaba. Piodalan di pura Grya Sakti Manuaba dilaksanakan 6 bulan sekali pada Anggara kasih Medangsia 10 hari setelah hari raya Kuningan. Berdasarkan kepercayaan turun temurun saat piodalan di Pura Grya Sakti tidak dipuput oleh sulinggih. Sebelum dilaksanakan piodalan biasanya dilaksanakan Upacara Mepeed Ngaturang Tirta Ening.



Gambar 6. Pura Grya Sakti Manuaba

- 3) Ngaturan Tirta Ening merupakan ritual yang diwariskan turun-temurun di Desa Kenderan yang dilaksanakan setiap enam bulan saat piodalan di Pura Grya Sakti Manuaba pada Anggara kasih wuku Medangsia. Ngaturang Tirta Ening dilakukan dengan berjalan kaki puluhan kilometer mengambil air suci (Mendak Tirta Ening) di Pura Demu Keling melibatkan warga dari semua kalangan termasuk remaja dan anak-anak.
- 4) Mepeed merupakan prosesi yang dilaksanakan oleh masyarakat Desa Kenderan untuk menghaturkan sesaji ke Pura yang dilaksanakan secara bersama-sama di dalam satu banjar. Mepeed merupakan simbol kebersamaan dan kesetaraan diantara krama banjar karena masyarakat (ibu-ibu) yang ikut mepeed menjunjung sesajen dengan bentuk yang seragam, berbaris panjang tidak boleh saling mendahului dengan mengenakan busana adat yang juga seragam biasanya kebaya berwarna putih dengan diiringi gamelan khas Bali. Para pria membawa tedung dan umbul-umbul. Tradisi ini masih dilaksanakan di Desa Kenderan turun temurun dan merupakan atraksi budaya yang sangat menarik bagi wisatawan
- 5) Aktifitas melukat (water healing) merupakan salah satu keunikan dari budaya masyarakat Kenderan yang sekarang mulai banyak diminati wisatawan sehingga dapat dikembangkan menjadi wisata alam dan wisata budaya maupun wisata relegi. Salah satu tradisi melukat yang sangat unik di Desa Kenderan yaitu melukat di Pura Beji Telaga Waja yaitu saat melakukan pembersihan diri (melukat) dilakukan tanpa busana hal ini dimaksudkan agar saat pembersihan diri kita dapat melepaskan segala kedudukan, jabatan, dan profesi di kehidupan nyata karena sesungguhnya manusia memiliki harkat yang sama di mata Tuhan Yang Maha Esa. Melukat biasa dilakukan oleh masyarakat Bali namun tradisi melukat di



Pura Beji Telaga Waja sangat unik karena dilakukan tanpa busana dan belum ditemukan tradisi yang sama di daerah lain di Bali.

- 6) Puri merupakan tempat tinggal raja-raja di Bali pada jaman dahulu. Di Desa Kenderan terdapat 3 Puri yaitu : Puri Agung Kenderan, Puri Agung Manuaba dan Puri Dlod Blungbang. Berbagai bangunan, adat istiadat dan ritual di puri dapat dijadikan sebagai wisata Heritage. Puri Agung Kenderan memiliki pesona dalam seni arsitektur Bali yang masih kental dengan menerapkan konsep Sanga Mandala dan Asta Kosala Kosali yang masih lestari sampai sekarang, Widiantara, dkk. (2018). Puri Agung Manuaba atau lebih dikenal dengan Puri Manuaba Retreat juga masih menerapkan konsep arsitektur Bali, di Puri Manuaba Retreat terdapat bangunan yang sudah kuno khas puri jaman dulu dan di halaman puri dipenuhi dengan aneka pohon-pohon langka yang sudah tidak banyak terdapat di tempat lain. Puri Agung Kenderan, Puri Manuaba Retreat sering menampilkan tari tarian untuk memperkenalkan budaya Bali kepada wisatawan. Baik Puri Agung Kenderan maupun Puri Manuaba Retreat menawarkan kepada wisatawan wisata berkeliling Puri, berfoto, yoga, menikmati kuliner tradisional khas Puri sambil menikmati tari tarian khas Bali dan menikmati pernikahan kerajaan Bali

c. Ekonomi Kreatif

- 1) Seni Ukir merupakan salah satu potensi wisata di Desa Kenderan dari potensi ekonomi kreatif. Masyarakat Desa Kenderan selain bertani banyak juga yang menekuni profesi sebagai tukang ukir, baik ukir kayu maupun ukir batu. Ukiran dari Desa Kenderan dikenal memiliki pola yang unik dan detail ukiran yang khas serta berkualitas. Sebagai bukti salah satu patung barong yang terdapat di pertigaan jalan Batubulan merupakan karya salah satu seniman ukir dari Desa Adat Manuaba Desa Kenderan Tegallalang Gianyar. Berdasarkan hasil pelatihan Program Bisnis Mode Canvas Program Studi Bisnis Hospitaliti Politeknik Pariwisata Bali di Desa Kenderan pada bulan Juni 2022 terungkap bahwa sebagian tukang ukir di Desa Kenderan memiliki kemampuan untuk berbahasa Inggris sehingga memudahkan komunikasi dengan wisatawan.
- 2) Kuliner di suatu tempat dapat dikembangkan menjadi salah satu potensi wisata apalagi kuliner yang disajikan unik dan menjadi ciri khas suatu tempat atau daerah. Kuliner merupakan kebutuhan utama wisatawan baik untuk dikonsumsi atau dibawa pulang sebagai oleh-oleh khas daerah yang dikunjungi. Kuliner bukan hanya sekedar untuk dinikmati tapi yang lebih penting adalah proses pengolahan yang dapat dijadikan atraksi wisata mulai bahan mentah sampai menjadi produk. Desa Kenderan juga memiliki potensi kuliner yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata diantaranya aneka jajanan Bali. Selain jajanan khas Bali di desa Kenderan



juga terdapat makanan khas Bali yaitu “Babi Genyol”. Babi Genyol sering disajikan ketika ada upacara-upacara manusia yadnya di masyarakat Bali. Babi Genyol “Pak Gempur” dan “Men Bukti” yang terletak di Desa Adat Manuaba sangat dikenal oleh masyarakat sekitar sampai di Tegallalang. Kedepannya Kuliner di Desa Kenderan akan dikembangkan lebih jauh sebagai salah satu daya tarik wisata tentunya akan dikemas lebih higienis dengan berbagai pilihan menu sehingga dapat dinikmati wisatawan.

Rencana Pengembangan Desa Wisata Kenderan

Desa wisata Kenderan memiliki tiga desa adat yang membawahi beberapa banjar; (1) Desa Adat Dlod Blungbang yang membawahi banjar Dlodblungbang, (2) Desa Adat Manuaba yang membawahi Banjar Pande, Banjar Tangkas, Banjar Tengah, Banjar Triwangsa, Banjar Gunaksa, Banjar Pinjul dan Banjar Dukuh, (3) Desa Adat Kenderan yang membawahi Banjar Kenderan dan Banjar Kepitu. Berdasarkan hasil wawancara dengan Pokdarwis desa wisata Kenderan masing-masing desa adat memiliki rencana pengembangan yang berbeda-beda. Hal tersebut dilakukan disatu sisi untuk memberikan pengalaman yang lengkap bagi wisatawan yang berkunjung ke desa wisata Kenderan dan disisi lain untuk pemerataan pembangunan dan pengembangan desa wisata pada masing-masing desa adat di Kenderan.

Desa Adat Dlodblungbang dirancang untuk mengedepankan wisata alam dengan potensi Hyang Bukit dan Hutan Hyang Bukit dengan populasi ratusan keranya. Hyang bukit memiliki pemandangan alam yang indah seperti Bukit Campuhan di Ubud. Rencananya di area Hyang Bukit akan dibangun jalan setapak untuk mempermudah wisatawan menikmati pemandangan alam dan lembah. Selain Hyang Bukit, ada juga Hutan Hyang Bukit yang di dalamnya terdapat kumpulan kera-kera yang dapat menjadi daya tarik tersendiri. Selain potensi Hyang Bukit, desa Dlodblungbang juga mengedepankan beji Siramandari salah satunya untuk wellness tourism.

Desa Adat Manuaba rencananya akan diarahkan untuk mengedepankan wisata persawahan dan air terjun Manuaba. Desa Adat Manuaba dikelilingi oleh persawahan yang hijau yang menjadi pemandangan indah bagi wisatawan yang berkunjung. Selain persawahan, ikon terkenal di Desa Adat Manuaba adalah air terjun Manuaba. Untuk mencapai air terjun Manuaba, wisatawan melakukan trekking sambil menikmati pesona alam desa Manuaba.

Sedangkan Desa Adat Kenderan direncanakan mengedepankan wisata budaya melalui rumah adat Bali. Rumah masyarakat Bali memiliki keunikan tersendiri. Rumah masyarakat Bali memiliki beberapa bagian yakni Angkul-angkul, Aling-aling, Pura Keluarga, Bale Dauh, Bale Daja, Pawarengan dan Jineng. Wisatawan diharapkan mendapatkan pengetahuan dan pengalaman yang berbeda ketika berkunjung ke Desa Adat Kenderan. Selain memberikan



pengetahuan dan pengalaman baru bagi wisatawan, masyarakat juga diharapkan tetap dapat menjaga tradisi rumah tradisional Bali.

PENUTUP

Desa Kenderan merupakan salah satu desa tua di Kecamatan Tegallalang Kabupaten Gianyar. Tahun 2020 Desa Kenderan telah ditetapkan sebagai Desa Wisata oleh pemerintah Kabupaten Gianyar. Arah pengembangan Desa Wisata Kenderan sesuai dengan potensi yang dimiliki desa yaitu wisata alam, wisata budaya dan ekonomi kreatif. Kedepannya Desa Wisata Kenderan juga akan mengembangkan wellness tourism karena didukung oleh keindahan alam desa Kenderan. Rencana pengembangan Desa Kenderan kedepan disesuaikan dengan potensi masing-masing Desa Adat yaitu Desa Adat Dlodblungbang, Desa Adat Manuaba dan Desa Adat Kenderan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, Vitria., M, Dani Rahadian., Axioma, Aranyaka Dananjaya., Nasution, Torang., Yogantoro,Doto., Hutagalung, M.Husein., Marbun, Saulina. 2019. Buku Pedoman Desa Wisata. Jakarta: Kementerian Pariwisata
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan
- Nuryanti, Wiendu. 1993. Concept, Perspective and Challenges, makalah bagian dari Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Pemerintah Kabupaten Gianyar. 2021. Masterplan “Pengembangan Destinasi Pariwisata Desa Tua Tegallalang, Kenderan, Taro Provinsi Bali”
- Widiantara, I Gusti Agung Bagus., Ni Nyoman Nidya Trianingrum, Isa Wahjoedi Dwi Poetranto. 2018. Strategi Pengembangan Puri Agung Kendran Sebagai Daya Tarik Wisata Unggulan Kabupaten Gianyar Bali. Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel Akademi Komunitas Manajemen Perhotelan Indonesia Volume 2 No 1. Edisi Juli 2018.



RESILIENSI SDM PARIWISATA: KUNCI KEBERLANJUTAN DESA WISATA

I Gusti Ayu Putu Wita Indrayani

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 yang mulai melanda dunia dari akhir tahun 2019 telah merubah tatanan global pada berbagai aspek kehidupan manusia. Pandemi ini berimplikasi terhadap kemunculan konsekuensi sosial, manusia, dan ekonomi yang negatif (Gössling et al., 2020; Ojo et al., 2021) karena adanya regulasi pembatasan sosial dan mobilitas manusia di seluruh dunia. Salah satu dampak dari regulasi ini adalah terjadinya penurunan motivasi untuk berwisata sekitar 50 persen di Asia dan sekitar 30 persen di Amerika dan Eropa dari bulan Mei hingga September 2020 (Salas-Vallina et al., 2020). Agar mampu bertahan pada masa pandemi ini, destinasi wisata di Bali tetap berupaya untuk menghadapi berbagai konsekuensi negatif yang disebabkan oleh COVID-19. Beberapa strategi yang dilakukan adalah perampingan (retrenchment) untuk mengurangi biaya tenaga kerja, menyesuaikan sistem dan operasional pekerjaan, mengatur biaya dan arus kas, serta memperketat margin laba (Chanana & Sangeeta, 2021; Gössling et al., 2020).

Desa wisata sebagai salah satu bentuk pariwisata alternatif juga mendapatkan tekanan yang cukup tinggi akibat ketidakstabilan situasi pariwisata saat ini. Esensi dari pariwisata alternatif adalah interaksi atau persinggungan antara domain alam, budaya, dan masyarakat lokal (Priyamanaya & Rijanta, 2019; Suprastayasa et al., 2022). Beberapa bentuk pariwisata alternatif antara lain adventure tours, eco-tours, thematic tours, dan usaha pariwisata berskala kecil lainnya (Pratiwi & Haryo Pribadi, 2019). Lebih lanjut diungkapkan bahwa desa wisata menjadi salah satu wadah pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan kapabilitas desa di tengah situasi yang sangat kompleks.

Terdapat tiga aspek pembangunan desa wisata yang harus diseimbangkan oleh para pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif di pedesaan, yaitu ekonomi, lingkungan, dan masyarakat. Tujuannya adalah untuk peningkatan kualitas hidup, memperkuat nilai budaya masyarakat, dan memberikan nilai tambah perekonomian masyarakat (Kalpikawati et al., 2021; Nyoman & Nalayani, 2016). Hal ini mampu menstimulus masyarakat dalam membangun pariwisata berbasis komunitas (community based tourism) sehingga keberlanjutan desa akan terjamin. Dari tiga aspek pembangunan desa wisata, aspek masyarakat merupakan elemen kunci untuk bisa bertahan di tengah situasi penuh volatilitas, ketidakpastian, kompleksitas, dan ambiguitas.

Ketahanan masyarakat untuk bisa bangkit kembali pasca peristiwa katastrofik dan bencana akan menentukan keberlanjutan desa wisata untuk



Dari Gambar 1 dapat dilihat bahwa studi mengenai resiliensi banyak diasosiasikan dengan pandemi, kesehatan mental, dan krisis. Dalam visualisasi data tersebut juga ditunjukkan beberapa hal yang belum banyak diteliti, yakni resiliensi masyarakat, sosial, dan ekosistem.

Pemahaman mengenai resiliensi akan memberi keuntungan baik dari perspektif personal maupun organisasional. Kajian literatur singkat ini bertujuan untuk mengkaji resiliensi individu, mengeksplorasi konsep, dan merumuskan kontribusi potensial dalam lingkungan kerja, khususnya di desa wisata. Individu yang memiliki resiliensi tinggi akan memiliki pegas untuk bangkit kembali pasca keterpurukan dan mampu mengambil peluang dengan memanfaatkan kapasitas dirinya secara optimal. Dengan demikian, resiliensi individu menjadi elemen krusial dan berperan menjadi elemen kunci kesuksesan keberlanjutan desa wisata pasca pandemi atau peristiwa tak terduga lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Inti Resiliensi

Resiliensi adalah bidang penelitian multifaset yang mengeksplorasi bagaimana sistem merespons perubahan. Konseptualisasi awal resiliensi berasal dari ekologi, tetapi konsep tersebut kemudian diterapkan dalam berbagai disiplin ilmu, termasuk psikologi, teknik, dan ilmu sosial (Davoudi et al., 2012). Menjadi konsep transdisipliner, resiliensi telah diterapkan pada sistem yang berbeda, seperti lingkungan, komunitas, organisasi dan industri. Ketahanan juga telah diterapkan sebagai lensa untuk memahami respons terhadap berbagai jenis perubahan, termasuk trauma sosial, degradasi lingkungan dan perubahan kondisi ekonomi dan politik (Romano et al., 2022; Wang et al., 2017).

Resiliensi adalah kemampuan untuk menghadapi dan bergerak melalui kesulitan yang signifikan, sambil terus berperan secara efektif dalam melaksanakan tugas-tugas dasar, seperti terus bekerja, berinteraksi dan memelihara hubungan dengan teman serta kerabat, dan tetap tertarik atau terlibat dalam kegiatan organisasi (Kašpárková et al., 2018a; Lee et al., 2013). Dalam perspektif individu, proses adaptasi positif ini termasuk mempertahankan stabilitas fungsi personal sepanjang waktu. Sejauh ini definisi resiliensi mengacu pada pergerakan untuk pulih atau bangkit dari kesulitan. Namun demikian, ini tidak berarti bahwa resiliensi merupakan konsep jangka pendek yang hanya terjadi dalam kesulitan tunggal (Caniëls et al., 2022; Davoudi et al., 2012).

Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa individu yang tangguh cenderung menunjukkan fungsi psikologis yang sehat dan jangka panjang. Temuan lain menunjukkan bahwa resiliensi tidak dapat diprediksi stabil dari waktu ke waktu, karena resiliensi dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal



serta pengalaman hidup (Kašpárková et al., 2018). Resiliensi juga didefinisikan secara berbeda dan dipengaruhi oleh budaya. Dengan demikian, resiliensi adalah proses yang berkelanjutan dan individu mungkin lebih tangguh selama satu periode kehidupan mereka daripada yang lain. Alih-alih menjadi kualitas tunggal yang dimiliki seseorang sejak lahir (inheren), resiliensi berkembang dari waktu ke waktu dan dipengaruhi oleh persepsi, budaya, keluarga, pengalaman, dan pelatihan (Bec et al., 2016).

Atribut Resiliensi Personal

Terdapat beberapa atribut yang dapat diasosikan dengan karakteristik resiliensi. Sebagai contoh, Strümpfer & Mlonzi (2001) menulis tentang Sense of Coherence (SOC) sebagai penjelasan konseptual untuk memaknai resiliensi individu dalam mengatasi kesulitan. SOC berisi tiga komponen, yaitu pemahaman (comprehensibility), pengelolaan (manageability), dan kebermaknaan (meaningfulness). Pemahaman mengacu pada pengakuan atas kesulitan yang dihadapi seseorang sebagai sesuatu hal yang dapat dijelaskan. Manageability menunjukkan keyakinan mengenai kemampuan diri sendiri untuk menangani situasi dengan atau tanpa bantuan orang lain. Kebermaknaan mengidentifikasi rasa dan nilai dalam mengatasi kesulitan. Kebermaknaan seperti yang dijelaskan dalam kerangka SOC mirip dengan 'pembuatan makna', sedangkan manageability mungkin mencakup konsep sikap: bisa melakukan, komitmen, dan keterlibatan aktif, penguasaan dan pemecahan masalah.

Individu yang memiliki resiliensi yang tinggi (tangguh) memiliki atribut pribadi yang membantu mereka melewati cobaan berat. Beberapa atribut ini bersifat internal dan eksternal. Hal ini dapat dimaknai bahwa resiliensi mungkin melibatkan kemampuan untuk mengakses sumber daya internal dan eksternal untuk menangani kesulitan secara efektif (Caniëls et al., 2022). Atribut resiliensi personal dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Atribut Resiliensi Personal
Sumber: McAllister (2013)

Atribut	Penjelasan
<i>Internal locus of control</i>	Mengacu pada sejauh mana individu percaya bahwa mereka mengendalikan peristiwa yang mempengaruhi mereka.
Sikap tenang	Menghindari respons stres, dan memungkinkan pemecahan masalah
Rasa humor	Membawa sukacita dan emosi positif
Optimisme	Harapan tentang masa depan



Kemampuan melampaui	Membayangkan diri di suatu tempat yang lebih menyenangkan di luar realitas saat ini; sebuah rasa spiritualitas
Keterikatan dengan lingkungan sosial/ kultural/ fisikal	Menemukan kesenangan dalam hubungan dengan orang lain atau dengan alam
Mampu mengatasi situasi	Mekanisme koping yang produktif dapat mencakup represi, perpindahan, minimalisasi, sublimasi
Generativitas	Membantu, terlibat dalam, dan memberi kembali kepada orang lain

Pandangan resiliensi yang lebih luas ini juga relevan untuk diterapkan pada konteks kerja. Kerangka resiliensi untuk membantu individu dalam organisasi telah dikembangkan dan kampanye yang ditujukan untuk masyarakat umum telah diluncurkan (McAllister, 2013; Prayag et al., 2020). Keduanya bertujuan untuk meningkatkan resiliensi pada kelompok masyarakat yang mengalami tekanan kehidupan. Partisipasi dalam kegiatan masyarakat juga mendorong pengembangan jaringan sosial dan jaringan ini juga memberikan dukungan kepada anggota masyarakat yang kurang resilien (Rice & Liu, 2016).

Resiliensi SDM dan Keberlanjutan Desa Wisata

Pariwisata adalah salah satu bidang studi di mana resiliensi telah banyak dikaji secara teoretis dan praktis, terutama untuk menyelidiki tingkat resiliensi sistem dan kemampuannya untuk menanggapi guncangan jangka pendek, seperti krisis dan bencana (Bec et al., 2016). Dalam kajian literatur ini, resiliensi SDM pariwisata didefinisikan sebagai keberadaan, pengembangan dan pelibatan sumber daya pribadi untuk berkembang dalam lingkungan yang penuh dengan perubahan, ketidakpastian dan ambiguitas (Magis, 2010). Secara spesifik, resiliensi yang ditekankan adalah kemampuan SDM pariwisata di desa wisata untuk beradaptasi atau mengatasi tekanan dan gangguan eksternal, yang disebabkan oleh perubahan sosial, politik dan lingkungan, misalnya krisis kesehatan akibat pandemi COVID-19. Dengan demikian, SDM desa wisata yang memiliki resiliensi tinggi memiliki kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya pribadinya untuk beradaptasi dengan perubahan sektor pariwisata.

Resiliensi SDM desa wisata sebagai bagian entitas masyarakat desa yang dianggap bagian yang paling terpengaruh oleh perubahan (AlKahtani et al., 2021; Suseno & Gengatharen, 2018). Klasifikasi komunitas masyarakat yang paling terkena dampak sering ditentukan oleh tingkat kontribusi yang dimiliki organisasi atau kelompok di desa wisata. Dalam konteks desa wisata, SDM yang



tangguh dan memiliki resiliensi tinggi ditandai dengan kapasitas psikologis positif untuk bangkit kembali dari kesulitan, ketidakpastian, konflik, kegagalan atau bahkan perubahan positif, kemajuan, dan peningkatan tanggung jawab (Hicks & Knies, 2015; Soni & Rastogi, 2019). Istilah yang sering diasosiasikan dengan kemampuan ini adalah bounce back dari situasi dan pengalaman negatif atau positif yang dihadapi dalam pengelolaan desa wisata. Individu yang lebih tangguh dianggap lebih adaptif dalam lingkungan yang terus berubah dan dapat berkontribusi pada organisasi secara lebih maksimal (Darvishmotevali & Ali, 2020)

Resiliensi berhubungan positif dengan kepuasan kerja, kebahagiaan kerja dan komitmen organisasi (Karatepe & Karadas, 2015). Resiliensi personal dapat berkontribusi pada komitmen SDM untuk berubah dengan menimbulkan emosi positif selama transformasi organisasi, khususnya pada situasi bisnis pariwisata seperti saat ini. Resiliensi yang dimiliki SDM bukan sesuatu yang melekat sejak lahir, namun dapat dipelajari, dilatih, dan tumbuh seiring berjalannya waktu. Seseorang dapat belajar menjadi optimis dengan menggunakan teknik perilaku kognitif terfokus yang membantah pemikiran pesimistis serta memungkinkan individu menjadi lebih adaptif dan tangguh (Bec et al., 2016; Kang & Busser, 2018).

Dalam konteks pengelolaan desa wisata, resiliensi SDM dapat ditingkatkan melalui penyediaan faktor pelindung yang relevan dan praktis, seperti pengelolaan masyarakat yang terpusat, memberi harapan yang positif, dan menyediakan lingkungan belajar yang positif. Selain itu, untuk membentuk resiliensi SDM desa wisata perlu dibentuk komunitas sosial yang kuat, suportif, dan menawarkan hubungan resiprokal yang saling menguatkan. Dengan demikian, SDM akan menjadi ujung tombak pemulihan desa wisata yang akan menstimulus dua aspek pembangunan desa wisata lainnya, seperti ekonomi dan lingkungan. Hal ini pada akhirnya akan menjadi kunci kesuksesan keberlanjutan desa wisata.

SIMPULAN

Hasil kajian literatur ini menemukan bahwa resiliensi merupakan kondisi psikologis positif yang dapat berimplikasi terhadap pemulihan desa wisata. Terdapat beberapa atribut yang wajib dimiliki oleh SDM desa wisata agar tujuan tersebut dapat terwujud, antara lain: Internal locus of control, sikap tenang, rasa humor, optimisme, kemampuan melampaui harapan, keterikatan dengan lingkungan sosial/kultural/fisikal, mampu mengatasi situasi, dan generativitas. Selain itu, juga terdapat atribut pendukung, seperti daya pemahaman akan situasi (comprehensibility), kemampuan mengelola situasi dan sumber daya (manageability), dan perasaan bermakna (meaningfulness). Dengan atribut-atribut tersebut, SDM desa wisata akan memiliki resiliensi untuk membangun desa wisata yang berkelanjutan dalam situasi pariwisata yang penuh volatilitas.



DAFTAR PUSTAKA

- AlKahtani, N., Sulphery, M., Delany, K., & ... (2021). Do psychological and sociological capitals predict employee engagement. *Management Science* <http://m.growingscience.com/beta/msl/4370-do-psychological-and-sociological-capitals-predict-employee-engagement.html>
- Bec, A., McLennan, C. L., & Moyle, B. D. (2016). Community resilience to long-term tourism decline and rejuvenation: a literature review and conceptual model. In *Current Issues in Tourism* (Vol. 19, Issue 5, pp. 431–457). Routledge. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1083538>
- Caniëls, M. C. J., Hatak, I., Kuijpers, K. J. C., & de Weerd-Nederhof, P. C. (2022). Trait resilience and resilient behavior at work: The mediating role of the learning climate. *Acta Psychologica*, 228. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2022.103654>
- Chanana, N., & Sangeeta. (2021). Employee engagement practices during COVID-19 lockdown. *Journal of Public Affairs*, 21(4). <https://doi.org/10.1002/pa.2508>
- Darvishmotevali, M., & Ali, F. (2020). Job insecurity, subjective well-being and job performance: The moderating role of psychological capital. *International Journal of Hospitality Management*, 87. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102462>
- Davoudi, S., Shaw, K., Haider, L. J., Quinlan, A. E., Peterson, G. D., Wilkinson, C., Fünfgeld, H., McEvoy, D., & Porter, L. (2012a). Resilience: A Bridging Concept or a Dead End? “Reframing” Resilience: Challenges for Planning Theory and Practice Interacting Traps: Resilience Assessment of a Pasture Management System in Northern Afghanistan Urban Resilience: What Does it Mean in Planning Practice? Resilience as a Useful Concept for Climate Change Adaptation? The Politics of Resilience for Planning: A Cautionary Note. In *Planning Theory and Practice* (Vol. 13, Issue 2, pp. 299–333). Routledge. <https://doi.org/10.1080/14649357.2012.677124>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Hicks, R. E., & Knies, E. M. (2015). Psychological capital, adaptability, coping with change, and employee engagement in a multinational company. *Journal of International Business* <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=19341814&AN=114667017&h=uRDI9ygyjroqaZEMnbB5p9nNmbSgG8aM19bDbSuvkD5ntwSvblikR1%2BqYn14b0ACVmXMBdBvq4FveWh501qVKJQ%3D%3D&crl=c>



- Kalpikawati, I. A., Artajaya, M., & Pinaria, C. (2021). Pengelolaan Operasional Homestay Di Desa Wisata Taro, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar-Bali. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardhi*, 1(2), 91–99. <https://doi.org/10.52352/makardhi.v1i2.585>
- Kang, H. J. A., & Busser, J. A. (2018). Impact of service climate and psychological capital on employee engagement: The role of organizational hierarchy. *International Journal of Hospitality Management*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431917303730>
- Karatepe, O. M., & Karadas, G. (2015). Do psychological capital and work engagement foster frontline employees' satisfaction? *International Journal of Contemporary ...* <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCHM-01-2014-0028/full/html>
- Kašpárková, L., Vaculík, M., Procházka, J., & Schaufeli, W. B. (2018). Why resilient workers perform better: The roles of job satisfaction and work engagement. *Journal of Workplace Behavioral Health*, 33(1), 43–62. <https://doi.org/10.1080/15555240.2018.1441719>
- Lee, A. v, Vargo, J., & Seville, E. (2013). Developing a Tool to Measure and Compare Organizations' Resilience. *Natural Hazards Review*, 14(1), 29–41. [https://doi.org/10.1061/\(asce\)nh.1527-6996.0000075](https://doi.org/10.1061/(asce)nh.1527-6996.0000075)
- Malik, P., & Garg, P. (2020). Learning organization and work engagement: the mediating role of employee resilience. *International Journal of Human Resource Management*, 31(8), 1071–1094. <https://doi.org/10.1080/09585192.2017.1396549>
- McAllister, M. (2013). Resilience: A personal attribute, sosial process and key professional resource for the enhancement of the nursing role. *PROFESSIONI INFERMIERISTICHE*, 1, 55–62. <https://doi.org/10.7429/pi.2013.661055>
- Nyoman, N., & Nalayani, A. H. (2016). EVALUASI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA DI KABUPATEN BADUNG, BALI. In *JUMPA* (Vol. 2).
- Ojo, A. O., Fawehinmi, O., & Yusliza, M. Y. (2021). Examining the predictors of resilience and work engagement during the covid-19 pandemic. *Sustainability (Switzerland)*, 13(5). <https://doi.org/10.3390/su13052902>
- Oshio, A., Taku, K., Hirano, M., & Saeed, G. (2018). Resilience and Big Five personality traits: A meta-analysis. *Personality and Individual Differences*, 127, 54–60. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.01.048>
- Pratiwi, A., & Haryo Pribadi, K. (2019). ALTERNATIVE TOURISM DEVELOPMENT AT CURUG CIHERANG. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 1(2).
- Prayag, G., Spector, S., Orchiston, C., & Chowdhury, M. (2020). Psychological resilience, organizational resilience and life satisfaction in tourism firms:



- insights from the Canterbury earthquakes. *Current Issues in Tourism*, 23(10), 1216–1233. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1607832>
- Priyamanaya, N., & Rijanta, R. (2019). *Pariwisata Dan Ketahanan Desa: Peluang Keberlanjutan Desa Wisata Taro*.
- Rice, V., & Liu, B. (2016). Personal resilience and coping with implications for work. Part I: A review. In *Work* (Vol. 54, Issue 2, pp. 325–333). IOS Press. <https://doi.org/10.3233/WOR-162300>
- Romano, D., Weiser, N., Santiago, C., Sinclair, C., Beswick, S., Espiritu, R., & Bellicoso, D. (2022). An organizational approach to improve staff resiliency and wellness during the COVID-19 pandemic. *Journal of Medical Imaging and Radiation Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.jmir.2022.06.011>
- Salas-Vallina, A., Ferrer-Franco, A., & ... (2020). Fostering the healthcare workforce during the COVID-19 pandemic: Shared leadership, social capital, and contagion among health professionals. ... *International Journal of ...* <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/hpm.3035>
- Soni, K., & Rastogi, R. (2019). Psychological capital augments employee engagement. *Psychological Studies*. <https://link.springer.com/article/10.1007/s12646-019-00499-x>
- Strümpfer, D. J. W., & Mlonzi, E. N. (2001). Antonovsky's Sense of Coherence scale and job attitudes: Three studies. *South African Journal of Psychology*, 31(2), 30–37. <https://doi.org/10.1177/008124630103100204>
- Suprastayasa, I. G. N. A., Ariasri, N. R., & Tirtawati, N. M. (2022). Dari Ruang Belajar ke Alam Terbuka: Pelatihan Pemanduan Wisata di Desa Wisata Taro, Bali. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 4(1), 1–9.
- Suseno, Y., & Gengatharen, D. (2018). The role of human capital, psychological capital, social capital and leadership capital in building an athlete's global brand image. ... *Journal of Sport Management* <https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/IJSM.2018.095230>
- Szabó, Z. P., Kun, Á., Balogh, B. E., Simon, E., & Csike, T. (2022). Dark and Strong?! The associations between dark personality traits, mental toughness and resilience in Hungarian student, employee, leader, and military samples. *Personality and Individual Differences*, 186. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111339>
- Wang, Z., Li, C., & Li, X. (2017). Resilience, Leadership and Work Engagement: The Mediating Role of Positive Affect. *Sosial Indicators Research*, 132(2), 699–708. <https://doi.org/10.1007/s11205-016-1306-5>



“TAM-SAM-SOM: ALAT UKUR VOLUME PASAR BISNIS PARIWISATA”. (Studi kasus: Kelayakan Investasi desa Wisata Sayan, Ubud)

I Ketut Kanten, I Wayan Mertha

PENDAHULUAN

Studi pasar merupakan proses mengumpulkan, menganalisa, dan menginterpretasikan informasi terkait pasar produk atau kegiatan bisnis yang akan diluncurkan. Studi ini meliputi kajian tentang potensi geografis produk, demografis maupun perilaku konsumen (agavi.id., 2020) untuk mengetahui apakah produk atau kegiatan yang akan dibangun memiliki potensi pasar dengan volume yang cukup. Output dari studi pasar ini adalah perkiraan terkait jumlah konsumen dan pendapatan dalam jumlah tertentu sehingga dapat digunakan untuk mengkaji apakah bisnis produk atau kegiatan bisnis yang akan dibangun layak untuk dilanjutkan. Mengukur volume pasar adalah bagian dari kajian aspek pasar dan pemasaran yang merupakan pokok kajian dalam studi kelayakan bisnis. Aspek pasar dan pemasaran merupakan aspek yang paling utama dan pertama dilakukan untuk mengetahui apakah tersedia pasar yang siap menerima produk yang akan dibuat (Nurhalizah, 2020).

Studi pasar memiliki banyak manfaat, yaitu dapat mempermudah mencari peluang bisnis, mengurangi risiko bisnis, mengatasi persaingan, menentukan sasaran bisnis yang lebih baik, merencanakan strategi pemasaran dan promosi yang relevan, dan mempermudah pengambilan keputusan (agavi.id., 2020). Selain memberikan informasi tentang volume pasar potensial yang dapat dituju, output kajian pasar juga memberikan informasi tentang ciri-ciri demografis dan perilaku konsumen. Data demografis dapat memberikan informasi tentang jenis kelamin, jenis pekerjaan dan pendapatan sekelompok pasar sehingga dapat digunakan untuk menentukan desain dan harga produk. Sedangkan informasi tentang perilaku konsumen dapat memberikan arahan pada strategi pemasaran dan promosi.

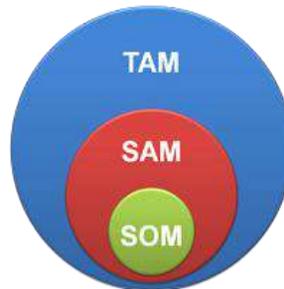
Studi pasar dapat dilakukan melalui berbagai metode, diantaranya metode Top-Down approach dan Bottom-Up approach (Agavi.id., 2020). Pendekatan Top-Down menyederhanakan jumlah potensial konsumen berdasarkan kriteria segmen yang diharapkan, dan market share ditentukan berdasarkan skenario pesimis, realistik atau optimis. Dalam metode ini terdapat beberapa aspek yang perlu dipahami, yaitu Addressable Market yang merupakan sebuah konsep marketing yang ditujukan kepada grup spesifik yang mungkin tertarik dan akan menjadi konsumen produk atau kegiatan bisnis yang ditawarkan. Dalam Addressable market terdapat dua segmen yaitu Total Addressable Market (TAM) dan Serviceable Addressable Market (SAM). Sedangkan Serviceable Obtainable Market (SOM) merupakan perhitungan

volume pasar yang realistis dengan mempertimbangkan persaingan, permintaan dan kapasitas perusahaan.

Pendekatan Bottom-Up lebih diandalkan karena menitik-beratkan perhitungan berdasarkan riset pasar primer. Menghitung total pelanggan di suatu pasar dilakukan dengan menjumlahkan keseluruhan pelanggan yang dapat dijangkau dalam segmen yang ditargetkan. Tahap awal yang dilakukan adalah melakukan perhitungan berdasarkan riset pasar primer yang mencakup harga produk dan kapasitas perusahaan dalam periode tertentu. Setelah itu, dilakukan analisis secara fundamental dengan memperhatikan market share dan reachable users, hingga akhirnya memperoleh nilai addressability.

Konsep TAM-SAM-SOM

Konsep TAM-SAM-SOM merupakan metrik ukuran pasar yang mendasar (Lean-case.com, 2022). Memperkirakan ukuran pasar yang akurat menjadi hal mendasar dan sangat penting dalam rencana bisnis, sekaligus menjadi hal yang paling menantang dalam meyakinkan investor sehingga mereka mau mendanainya. Para investor mempertaruhkan dana untuk membiayai bisnis yang ditawarkan sehingga mereka perlu mempertimbangkan proyeksi nilai apakah meyakinkan rasio pengembalian dana mereka.



Gambar 1.1: TAM-SAM-SOM
Sumber: thebusinessplanshop.com

TAM (Total Addressed Market) yang juga dikenal dengan Total Available Market adalah ukuran pasar atau pendapatan maksimum yang dapat dihasilkan oleh ide bisnis. TAM mengacu kepada total permintaan pasar untuk suatu produk atau pelayanan. Hal ini memungkinkan calon investor untuk memperkirakan ukuran segmen pasar yang merupakan potensi pendapatan maksimum yang dapat dihasilkan oleh ide bisnis dengan menjual produk atau pelayanan di pasar tertentu. TAM mencerminkan potensi pasar sepenuhnya, tetapi secara realistis, tidak satupun perusahaan yang dapat menangkap 100% dari total pasar yang tersedia. Namun demikian, TAM memiliki relevansi yang tinggi karena dapat membantu untuk menentukan total ukuran pasar produk/layanan yang direncanakan, kemungkinan pertumbuhan bisnis, daya



saing produk/layanan, segmen pasar yang belum disentuh, dan pendapatan maksimum yang dapat dicapai dalam kondisi penuh.

SAM (Serviceable Addressed Market) yang juga dikenal dengan Serviceable Available Market merupakan bagian dari TAM yang dapat dilayani melalui produk dan pelayanan yang dimiliki. SAM dapat didefinisikan sebagai volume penjualan produk atau pelayanan tertentu yang dapat dijual oleh semua vendor di pasar dalam wilayah tertentu, yang secara keseluruhan dapat dilayani oleh bisnis yang direncanakan. Beberapa kompetitor yang sudah ada akan membantu di dalam menghitung estimasi menjadi lebih nyata. Ukuran ini merupakan bagian TAM yang akan menjadi target. SAM menentukan bagian pendapatan yang bisa diperoleh dalam jangka waktu pendek dan menengah. Hal ini akan membantu menemukan ceruk pasar bisnis yang dibangun dengan mengelompokkan segmen pasar demografis seperti jenis kelamin, umur, jenis pekerjaan, pendapatan, dan lainnya.

Sedangkan SOM (Serviceable Obtainable Market) adalah seberapa besar porsi pasar realistis dari SAM yang dapat dilayani dan sekaligus dijangkau oleh produk yang akan dikembangkan dalam jangka waktu tertentu. Volume pasar ini disebut realistis karena telah mempertimbangkan share yang bisa dikuasai oleh persaingan. Untuk memperkirakan SOM dengan benar, harus memperkirakan tingkat persaingan di niche dan total volume niche dengan akurat. Dengan membandingkan produk, strategi pemasaran, strategi harga dan rencana penjualan terhadap pesaing akan memberikan gambaran tentang ceruk yang bisa dimenangkan. Semakin realistis SOM dapat dicapai maka semakin besar kepercayaan investor untuk bersedia mendanai sebuah rencana bisnis. Semakin sesuai perhitungan rencana bisnis dengan perkiraan SOM maka semakin besar peluang untuk memenangkan kepercayaan investor.

Desa Wisata

Desa wisata adalah desa yang dijadikan tempat wisata karena memiliki daya tarik wisata. Desa Wisata merupakan suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana keaslian pedesaan, baik dari kehidupan sosial ekonomi, budaya dan adat istiadat. Daya tarik Desa Wisata menonjolkan aktivitas penduduk dalam keseharian, arsitektur bangunan dan tata ruang desa yang khas, atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik. Sebuah desa yang mempunyai potensi untuk dikembangkan menjadi Desa Wisata memiliki berbagai komponen kepariwisataan, misalnya atraksi, aksesibilitas dan amenitas seperti sarana akomodasi, makanan-minuman, cinderamata, dan kebutuhan wisata lainnya (Dewi, dkk., 2022).

Komunitas atau masyarakat desa wisata terdiri dari para penduduk desa yang berinteraksi secara langsung di bawah sebuah pengelolaan dan memiliki kepedulian serta kesadaran untuk berperan bersama dengan menyesuaikan keterampilan individu yang beragam. Kementerian Pariwisata (2011)



menjelaskan bahwa kriteria dalam menentukan desa yang akan dijadikan desa wisata adalah memiliki potensi wisata yang dapat dimanfaatkan sebagai atraksi wisata, memiliki aksesibilitas, dan sudah memiliki aktivitas wisata atau berada dekat dengan aktivitas wisata yang sudah ada dan terkenal (Pradana, 2018). Sedangkan Arida dan Pujani (2017) dalam menyusun instrumen dasar pengembangan Desa Wisata mengelompokkan kriteria Desa Wisata terdiri dari unsur alam/bio hayati, lingkungan fisik, budaya, amenitas, kelembagaan, SDM, sikap dan tata kehidupan masyarakat, serta aksesibilitas.

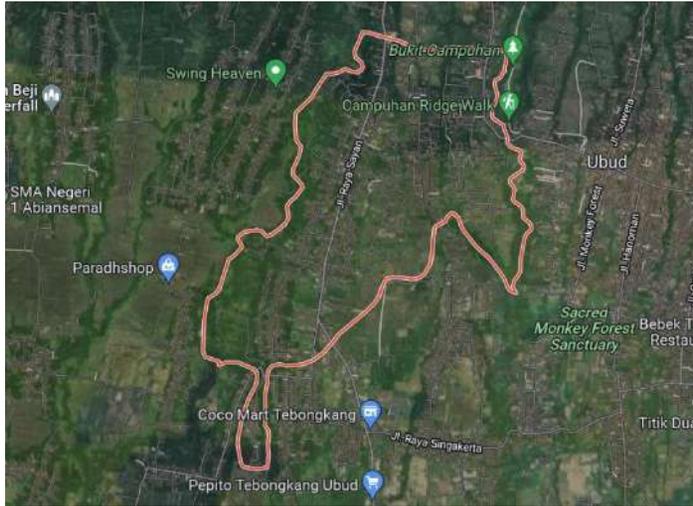
METODE

Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan kualitatif dengan mengkaji secara empirik Desa Wisata Sayan, Ubud sebagai studi kasus. Selain data dikumpulkan melalui studi dokumentasi, data juga dikumpulkan melalui wawancara mendalam kepada pihak pengelola Desa Wisata Sayan untuk menggali informasi yang berkaitan dengan objek dan pemetaan pasar. Data selanjutnya dianalisis dan disajikan secara deskriptif kualitatif.

Mengukur pasar menggunakan metode TAM-SAM-SOM masih belum populer dilakukan untuk memetakan volume pasar tentang produk pariwisata berupa Desa Wisata. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang akurat kepada para pemangku kepentingan guna membantu menentukan bagaimana volume pasar dapat diukur dengan alat ukur yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Sayan ditetapkan sebagai Desa Wisata oleh Pemerintah Kabupaten Gianyar berdasarkan SK Bupati Nomor 762/E-02/HK/2020 pada tanggal 27 April 2020 yang memuat tentang Penetapan Desa Wisata di Kabupaten Gianyar. SK tersebut sekaligus menetapkan beberapa Desa Wisata seperti Manukaya, Desa Tampaksiring, Desa Sayan, Desa Bedulu, dan Kelurahan Beng sebagai Desa Wisata di Kabupaten Gianyar. Secara geografis Desa Wisata Sayan terletak di Desa Sayan, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Bali, di sebelah Barat berbatasan dengan Desa Bongkasa, sebelah Timur dengan Desa Peliatan, sebelah Utara dengan Desa Pujung, dan disebelah Selatan berbatasan dengan Desa Singapadu.



Gambar 1: Peta Desa Sayan

Sumber: Laporan Studi Kelayakan Investasi Desa Wisata Sayan di Kecamatan Ubud, Kabupaten Giayar, Provinsi Bali, 2022

Desa Sayan membawahi delapan Banjar Dinas dan dua Desa Pakraman. Sistem pengelolaan yang ada di Desa Sayan dilakukan langsung oleh Pokdarwis yang dipimpin oleh Kepala Desa Sayan dan Ketua Pokdarwis. Pokdarwis di Sayan dibentuk pertama kali tahun 2018 dengan menetapkan Bapak Andika selaku ketua. Pokdarwis dibentuk oleh BUMDes dimana sumber dana pengelolaan daya tarik wisata ini berasal dari BUMDes Sayan.

Pengembangan Desa Wisata Sayan, Ubud

Dikemukakan oleh sekretaris Pokdarwis Desa Sayan, Ni Made Gandhi Sanjiwani (Baliexpress.com, 2020), pengembangan Desa Wisata Sayan dilakukan melalui perpaduan berbagai keunikan dan potensi yang dimiliki Desa. Awal mula pengembangan dimulai dari terbentuknya Warung Bajaku Sayan dan pengembangan Water Tubbing dibawah Bumdes.

Melalui Pokdarwis yang berkolaborasi dengan Tim Kreatif Desa Sayan yang bernama Taru Prana, Bumdes melaksanakan pemetaan untuk aktivitas wisata unggulan yang unik dan otentik. Saat ini Desa Wisata Sayan telah mengemas main activities minat khusus berupa The Authentic Village Experience of Young Artist dan Spiritual Healing in Nature. Kegiatan minat khusus dengan Young Artist menyuguhkan aktivitas melukis, belajar menari Bali dan gambelan. Spiritual Healing in Nature menawarkan kegiatan yoga, spa dan purifikasi melukat di alam yang penuh dengan suasana nyaman, tenang dan asri.



Gambar 2. Cinderamata Lukisan di Desa Sayan

Sumber: Laporan Studi Kelayakan Investasi Desa Wisata Sayan di Kecamatan Ubud, Kabupaten Giayar, Provinsi Bali, 2022

Kegiatan pemasaran Desa Wiata Sayan saat ini lebih banyak dilakukan melalui situs online, bersinergi dengan Godevi, sebuah marketplace digital desa wisata. Adanya amenities berupa sarana akomodasi bertaraf Internasional juga banyak membantu mempromosikan Desa Sayan – Ubud di kancah Internasional.

Menghitung TAM-SAM-SOM Desa Wisata Ubud

Untuk menghitung potensi pasar Desa Wisata Sayan, digunakan data tahun 2019 dengan pertimbangan bahwa data tersebut lebih mewakili kondisi normal sebelum terjadi pandemi Covid-19. Mempertimbangkan bahwa pangsa pasar Desa Wisata berasal dari berbagai negara, maka data tahun 2020-2021 tidak dapat digunakan karena wisatawan yang berkunjung saat pandemi Covid-19 sangat ekstrim dan terbatas serta dikunjungi hanya oleh wisatawan lokal dan nusantara, sehingga market mix yang ada tidak mewakili potensi segmen pasar sesungguhnya.

Dalam mengukur volume pasar menggunakan metode ini, ada beberapa aspek yang perlu dipahami, yaitu Addressable market, TAM, SAM dan SOM. Addressable market merupakan sebuah konsep marketing yang ditujukan kepada grup spesifik yang mungkin tertarik dan menjadi konsumen produk/kegiatan bisnis yang akan ditawarkan (Agavi.id., 2020). Terdapat dua segmen dalam addressable market yaitu TAM dan SAM. TAM dapat dipahami sebagai pangsa pasar skala global dengan asumsi bisnis tanpa kompetitor atau monopolistik. SAM merupakan bagian dari addressable market yang dapat dicapai secara lebih realistis, dengan skenario tertentu untuk menentukan persentase market share yang digunakan. Sedangkan SOM merupakan



perhitungan yang paling realistis karena telah memperhitungkan kompetitor, permintaan dan kapasitas perusahaan.

Langkah-langkah dalam menghitung volume pasar menggunakan konsep TAM, SAM, dan SOM adalah sebagai berikut:

- a. Langkah pertama adalah menghitung jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bali tahun 2019 sebagai populasi pasar (tabel 1.1). BPS Provinsi Bali merilis bahwa jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Bali tahun 2019 berjumlah 6.275.210 wisatawan (bali.bps.go.id., 2020) sedangkan wisatawan domestik yang berkunjung ke Bali selama tahun 2019 sejumlah 10.545.039 (Sukawati dalam kompas.com, 2022). Total keseluruhan kunjungan wisatawan ke Bali tahun 2019 adalah 16.820.249 wisatawan, disebut sebagai addressable market, yang mungkin tertarik dan menjadi konsumen Desa Wisata Sayan.

Tabel 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Domestik ke Bali tahun 2019

Asal Wisatawan	Jumlah Wisatawan	%
M mancanegara	6.275.210	37,31%
Domestik	10.545.039	62,69%
Total	16.820.249	100,00%

Wisatawan mancanegara dikelompokkan lagi menjadi beberapa kriteria, seperti asal wisatawan, umur dan motif kedatangan. Pengelompokan ini dapat membantu dalam menargetkan pasar yang mungkin tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Tabel 2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Bali tahun 2019 Berdasarkan Asal Wisatawan
Sumber: BPS Provinsi Bali, 2020

Asal Wisatawan (Negara asal)	Jumlah Wisatawan	%
Australia	1.241.128	19,78%
Tiongkok	1.186.057	18,90%
India	374.045	5,96%
Inggris	287.201	4,58%
Amerika Serikat	276.859	4,41%
Jepang	257.959	4,11%
Korea Selatan	213.356	3,40%



Perancis	206.941	3,30%
Jerman	196.774	3,14%
Malaysia	185.256	2,95%
Lainnya	2.107.593	33,59%
Jumlah wisatawan mancanegara	6.275.210	100,00%

Tabel 2 menampilkan sepuluh besar negara asal wisatawan dan selebihnya dimasukkan ke dalam satu kelompok besar negara lainnya. Sepuluh besar negara asal wisatawan terdiri dari Australia, Tiongkok, India, Inggris, Amerika Serikat, Jepang, Korea Selatan, Perancis, Jerman dan Malaysia yang mengirimkan sejumlah 4.425.576 wisatawan atau sekitar 70,52%.

Pengelompokan lainnya dilakukan dalam beberapa kriteria demografis seperti kelompok umur dan motif kunjungan seperti ditunjukkan pada tabel 1.3 dan tabel 3. Pengelompokan pasar berdasarkan umur membantu dalam menentukan jenis produk atau aktivitas yang mungkin diminati oleh kelompok umur yang berbeda-beda. Sedangkan pengelompokan berdasarkan motif kunjungan memberi informasi tentang seberapa banyak pasar yang datang berlibur dan berpotensi menggunakan produk.

Tabel 3 Kelompok Umur Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung ke Bali tahun 2019

Sumber: Laporan Studi Kelayakan Investasi Desa Wisata Sayan di Kecamatan Ubud, Kabupaten Giayar, Provinsi Bali, 2022

No	Kelompok Umur	Jumlah Wisatawan	Prosentase
1	≤ 15 tahun	81.578	1,30%
2	16 – 25 tahun	1.411.922	22,50%
3	26 – 55 tahun	4.267.143	68,00%
4	≥ 56 tahun	514.567	8,20%
	Jumlah	6.275.210	100,00%

Tabel 4 Motif Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Bali tahun 2019

Sumber: Laporan Studi Kelayakan Investasi Desa Wisata Sayan di Kecamatan Ubud, Kabupaten Giayar, Provinsi Bali, 2022

No	Tujuan Utama Kunjungan	Jumlah Wisatawan	Prosentase
1	Liburan	5.534.736	88,20%
2	Keluarga	251.008	4,00%
3	Bisnis dan MICE	251.008	4,00%
4	Lainnya	238.458	3,80%
	Jumlah	6.275.210	100,00%

Tabel 4 memberi potensi bahwa sejumlah 88,20% pasar menggunakan produk yang ditawarkan.

- b. Langkah kedua adalah menentukan nilai TAM, yaitu pangsa pasar skala global dengan asumsi bisnis tanpa kompetitor atau monopolistik. Dalam studi ini TAM adalah keseluruhan wisatawan yang datang ke Kabupaten Gianyar dengan asumsi bahwa Desa Wisata Sayan yang berlokasi di Ubud (Gianyar) merupakan perusahaan monopoli. Dengan demikian, data awal dikelompokkan ke dalam dua kriteria, yaitu wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Gianyar dan yang berkunjung ke daerah lain di Bali. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar tahun 2019, tercatat sebanyak 5.070.035 wisatawan domestik dan mancanegara yang mengunjungi obyek wisata di Kabupaten Gianyar, terdiri dari 4.350.737 wisatawan mancanegara dan 719.298 wisatawan domestik, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 5 Dengan demikian, proyeksi volume TAM adalah 5.070.035 wisatawan.

Tabel 5 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Gianyar dan Kabupaten Lainnya di Bali tahun 2019

Sumber: Laporan Studi Kelayakan Investasi Desa Wisata Sayan di Kecamatan Ubud, Kabupaten Giayar, Provinsi Bali, 2022

No	Tujuan Kunjungan	Jumlah Wisatawan	Prosentase
1	Kabupaten Gianyar	5.070.035	30,14%
2	Daerah lainnya di Bali	11.750.214	69,86%
	Jumlah	16.820.249	100,00%

- c. Langkah ketiga adalah menentukan nilai SAM yang dapat dicapai secara lebih realistis, dengan skenario tertentu untuk menentukan persentase market share yang digunakan. Jika seluruh wisatawan yang datang ke Kabupaten Gianyar (TAM) untuk menikmati produk Desa Wisata, maka penentuan market share dapat menggunakan fair share, dimana semua Desa Wisata yang beroperasi di Kabupaten Gianyar berpotensi mendapatkan share yang sama besar dari jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Gianyar. Dalam metode ini, mempertimbangkan ada 5 Desa Wisata yang telah dibuka di Kabupaten Gianyar, maka fair share masing-masing Desa Wisata adalah 20% dari jumlah wisatawan yang berkunjung ke Gianyar (TAM). Dengan demikian, proyeksi volume SAM untuk Desa Wisata Sayan adalah $5.070.035 \times 20\% = 1.014.007$ wisatawan.

Namun karena wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Gianyar tersebar pada beberapa lokasi untuk menikmati berbagai produk pariwisata, maka proyeksi market share menggunakan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kecamatan Ubud. Data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar mencatat jumlah kunjungan wisatawan ke Kecamatan Ubud adalah sejumlah 1.762.370 wisatawan, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 1.6. Dari jumlah kunjungan ke Ubud sebanyak 1.762.370 wisatawan, yang berasal dari Eropa adalah sebanyak 64%, Asia 13%, Amerika 13%, Australia 7% dan Oceania 3% (Dispar Kabupaten Gianyar, 2019). Dengan demikian proyeksi volume SAM adalah 1.762.370 wisatawan.

Daya Tarik Wisata di Ubud	2019	
	Domestik	Asing
Wisata Gajah Taro	-	84.916
Rafting Adventure	-	27.929
Sobek Rafting	4.559	10.018
Museum Arma	621	20.817
Museum Ratna Warta	1.893	31.853
Museum Antonio Blanco	8.046	16.043
Mandala Suci Wenara Wana	7.092	1.548.573
TOTAL	22.211	1.740.149
	1.762.370	

Gambar 3 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Daya Tarik Wisata Ubud Tahun 2019

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar, 2019

Aktivitas yang dilakukan wisatawan selama berkunjung sangat beragam dan mengkombinasikan beberapa kegiatan dalam satu kunjungan, diantaranya adalah berwisata kuliner, menikmati pemandangan, berbelanja, rafting, yoga, tracking, visiting cultural and spiritual landmarks, mempelajari tarian



tradisional, dan mengunjungi museum. Aktivitas wisatawan selama berkunjung ke Ubud ditunjukkan dalam tabel 7. Dari tersebut dapat dilihat bahwa yang berpotensi menjadi segmen pasar Desa Wisata Sayan adalah keseluruhan wisatawan yang melakukan semua aktivitas kecuali rafting dan mengunjungi museum. Beberapa aktivitas dalam tabel merupakan komponen dari paket-paket yang dikemas sebagai produk unggulan Desa Wisata Sayan.

Tabel 6 Aktivitas Wisatawan Saat Berkunjung ke Ubud Tahun 2019
Sumber: Laporan Studi Kelayakan Investasi Desa Wisata Sayan di Kecamatan Ubud, Kabupaten Giayar, Provinsi Bali, 2022

Aktivitas	Presentase(%)
Kuliner	46%
Melihat Pemandangan	62%
Berbelanja	41%
Rafting	12%
Yoga	7%
Trekking	11%
Bersepeda	9%
<i>Visiting Cultural and Spirituallandmarks</i>	72%
Belajar Tari Tradisional	32%
Mengunjungi Musium	51%

d. Langkah keempat adalah menentukan proyeksi SOM, merupakan perhitungan yang paling realistis karena telah memperhitungkan kompetitor, permintaan dan kapasitas perusahaan dengan perkiraan jumlah yang bisa dikuasai dari volume SAM. Dalam proyeksi ini, sangat penting untuk menentukan ceruk pasar melalui keunikan produk yang ditawarkan sehingga proyeksi SOM benar-benar dapat dikuasai.

Penentuan proyeksi SOM ini didapat dari perkiraan jumlah wisatawan ke Ubud (SAM) yang benar-benar akan mengunjungi Desa Wisata Sayan oleh karena keunikan produk dan aktivitasnya. Mempertimbangkan ada 7 obyek wisata yang telah dikunjungi di Ubud (lihat tabel 1.6) dan belum ada kunjungan ke desa wisata, maka dapat diproyeksikan Desa Wisata Sayan yang menjadi obyek wisata ke-8 mendapatkan 5% share dari total kunjungan ke Ubud. Jika hanya mempertimbangkan jumlah obyek wisata (delapan termasuk Desa Wisata Sayan), maka fair share Desa Wisata Sayan adalah 12,5% dari jumlah kunjungan wisatawan ke Ubud. Namun karena produk baru dan masih

membutuhkan aktivitas promosi maka proyeksi yang realistis adalah dibawah fair share, yaitu 5%.

Dengan demikian dapat diproyeksikan SOM Desa Wisata Sayan adalah $1.762.370 \times 5\% = 88.119$ wisatawan (tabel 7).

Tabel 7 Proyeksi SOM Desa Wisata Sayan
Sumber: data diolah

Proyeksi SAM	Proyeksi realistic share	Proyeksi SOM
1.762.370	5%	88.119

Tentu dalam proyeksi yang lebih detail dibutuhkan evaluasi SWOT Analysis dan Competitive Set Analysis dari produk Desa Wisata Sayan terhadap pesaing yang ada di Ubud. Analisa SWOT akan memberikan informasi tentang kekuatan dan kelemahan produk dibandingkan pesaing serta peluang dan ancaman yang timbul oleh kekuatan dan kelemahan produk sehingga dapat ditentukan strategi bersaing (Business Queensland, 2021). Sedangkan Competitive Set Analysis akan membantu dalam mengalahkan pesaing untuk memenangkan perhatian pelanggan dan membantu dalam menghasilkan keunggulan kompetitif (Lloyd, 2021). Dengan melakukan kedua analisis ini dapat diproyeksikan market share yang lebih realistis.

Proyeksi Revenue

Proyeksi revenue TAM, SAM dan SOM dilakukan dengan mengalikan harga produk dengan proyeksi jumlah market. Dalam perhitungan ini dilakukan pendekatan Bottom-Up dengan menghitung terlebih dahulu proyeksi penjualan SOM. Berikut ditampilkan strategi harga produk Desa Wisata Sayan, Ubud.

Tabel 8 Strategi Harga Produk Desa Wisata Sayan, Ubud
Sumber: Laporan Studi Kelayakan Investasi Desa Wisata Sayan di Kecamatan Ubud, Kabupaten Giayar, Provinsi Bali, 2022

Aktivitas	Harga (Rp) per orang
<i>Exclusive Package Young Artist</i>	160.000,- minimum 100 orang
<i>Special package for Education Program</i>	120.000,- minimum 20 orang
Edukasi Young Artist	35.000,- minimum 20 orang
Bersepeda	15.000,-
Kuliner	25.000,-



Harga *Exclusive Package Young Artist* termasuk *refreshment*, *story telling*/ edukasi *painting young artist*, hasil melukis sebagai cinderamata, kontribusi ke desa, *snack*, *guide lokal*, *lunch* dan *meeting* di spot terbaik desa sayan seperti *ayung river's view* dan *Ubud tropical forest*, serta *spiritual healing* bersama *Jero Made Kontenshi*. Harga *Special package for Education Program*, termasuk semua pelayanan di *exclusive package* kecuali *spiritual healing*, sedangkan harga edukasi *young artist* termasuk belajar melukis, *refreshment* dan kontribusi ke desa.

Proyeksi Serviceable Obtainable Market (SOM) Revenue

Proyeksi volume SOM adalah sebesar 88.119 wisatawan. Selanjutnya adalah menghitung *revenue* dari paket yang tersedia pada tabel 8 dengan proyeksi jumlah pemesan sesuai dengan kelompok umur pada tabel 3 Kelompok umur ≤15 tahun dan ≥56 tahun (9,5%) berpotensi menggunakan paket *Edukasi Young Artist*. Kelompok umur 16 – 25 tahun berpotensi memesan paket *Special package for Education Program* dan kelompok umur 26 – 55 tahun berpotensi memesan paket *Exclusive Package Young Artist* karena paket ini termasuk *spiritual healing*.

Selain itu, konsumsi tambahan produk di luar paket berupa konsumsi kuliner oleh segmen berusia ≤15 tahun dan ≥56 tahun keatas (9,5%) karena pada palet yang dipilih belum termasuk makan,. Konsumsi tambahan berupa aktivitas bersepeda diproyeksikan 9% sesuai tabel 6.

Tabel 9 Proyeksi Serviceable Obtainable Market (SOM) Revenue

Aktivitas / Paket	SOM	Segment %	Harga	SOM	Revenue
				(000)	
<i>Exclusive Package Young Artist</i>	88.119	68%	= 160.000	9.587.360	
		59.921			
<i>Special package for Education Program</i>	88.119	22,5%	= 120.000	2.379.240	
		19.827			
Edukasi <i>young artist</i>	88.119	9,5% = 8.371	35.000	292.985	
Kuliner	88.119	9,5% = 8.371	30.000	251.130	
Bersepeda	88.119	9% = 7.931	15.000	118.965	
		TOTAL		12.629.680	

Dari tabel 9 diketahui bahwa proyeksi SOM *revenue* Desa Wisata Sayan adalah Rp 12.629.680.000,-



Proyeksi Serviceable Addressable Market (SAM) Revenue

Perhitungan yang paling mudah untuk memproyeksikan SAM revenue adalah membandingkan proyeksi volume SAM dengan SOM, lalu dikalikan SOM revenue. Proyeksi volume pasar SAM adalah 1.762.370 orang wisatawan dan proyeksi volume pasar SOM adalah 88.119 orang wisatawan dengan proyeksi SOM revenue sebesar Rp 12.629.680.000,-

Tabel 10 Proyeksi Serviceable Addressable Market (SAM) Revenue

Volume SAM (Orang)	Volume SOM (Orang)	Revenue SOM (Rp. 000)	Perhitungan	Revenue SAM (Rp 000)
1.762.370	88.119	12.629.680	$(1.762.370 : 88.119) \times (12.629.680)$	252.593.600

Dari tabel 1.11 diketahui bahwa proyeksi SAM revenue Desa Wisata Sayan adalah Rp 252.593.600.000,-

Proyeksi Total Addressable Market (TAM) Revenue

Menentukan proyeksi TAM revenue dapat dilakukan dengan menggunakan model perhitungan yang sama saat menentukan proyeksi SAM revenue. Proyeksi volume pasar TAM adalah 5.070.035 wisatawan dan proyeksi volume pasar SOM adalah 88.119 dengan proyeksi SOM revenue sebesar Rp 12.629.680.000,-

Tabel 11 Proyeksi Total Addressable Market (TAM) Revenue

Volume TAM (Orang)	Volume SOM (Orang)	Revenue SOM (Rp. 000)	Perhitungan	Revenue TAM (Rp 000)
5.070.035	88.119	12.629.680	$(5.070.035 : 88.119) \times (12.629.680)$	726.206.600

Dari tabel 1.12 diketahui bahwa proyeksi TAM revenue Desa Wisata Sayan adalah Rp 726.206.600.000,-

PENUTUP

Menghitung proyeksi volume pasar sangat penting dilakukan guna mengetahui apakah sebuah rencana bisnis memiliki jumlah pasar yang cukup



sehingga layak untuk didanai. Berbagai pendekatan dapat digunakan untuk mengukur potensi pasar, salah satunya adalah TAM SAM SOM. Pendekatan proyeksi pasar dengan metode ini memberikan informasi volume pasar secara optimis, pesimis dan realistis.

Desa Wisata Sayan Ubud mengadopsi pendekatan ini menggunakan data kunjungan tahun 2019. Proyeksi volume pasar optimis Desa Wisata Sayan melalui TAM adalah 5.070.035 wisatawan, merupakan potensi maksimal menguasai keseluruhan wisatawan yang datang ke Kabupaten Gianyar dengan proyeksi TAM revenue sebesar Rp 726.206.600.000,-. Proyeksi TAM ini memberikan informasi tentang potensi total pasar dan total revenue yang bisa dihasilkan oleh perusahaan jika perusahaan yang dibangun memonopoli pasar. Informasi ini memberikan peluang pengembangan pasar di masa depan.

Proyeksi volume pasar SAM adalah 1.762.370 wisatawan, merupakan keseluruhan wisatawan yang berkunjung ke Kecamatan Ubud dengan proyeksi SAM revenue sebesar Rp 252.593.600.000,-. Proyeksi SAM ini memberikan informasi tentang potensi total pasar dan potensi total revenue yang ada di persaingan. Dengan data ini, perusahaan bisa menentukan strategi pemasaran di masa depan untuk bisa menguasai market share yang lebih besar. Sedangkan proyeksi volume pasar realistis melalui hitungan SOM adalah 88.119 wisatawan dengan pertimbangan menguasai 5% market share dari persaingan di area Ubud, dengan proyeksi SOM revenue sebesar Rp 12.629.680.000,-. Proyeksi SOM merupakan proyeksi yang paling realistis untuk target jangka pendek sehingga produk dapat segera diluncurkan ke pasar.

Perhitungan yang lebih realistis untuk memproyeksikan SOM disarankan adalah dengan melakukan SWOT Analysis dan Competitive Set Analysis. Analisa SWOT akan memberikan informasi tentang kekuatan dan kelemahan produk dibandingkan pesaing serta peluang dan ancaman yang timbul oleh kekuatan dan kelemahan produk sehingga mampu menetapkan strategi bersaing. Competitive Set Analysis akan membantu dalam mengalahkan pesaing untuk memenangkan perhatian pelanggan dan membantu dalam menghasilkan keunggulan kompetitif. Dengan melakukan kedua analisis ini dapat diproyeksikan market share yang lebih realistis.

DAFTAR PUSTAKA

- Agavi.id. 2020. "Studi pasar pada pengembangan produk pangan". Tersedia online di <https://agavi.id/2020/05/23/studi-pasar-pada-pengembangan-produk-pangan/>
- Arida, I., N., S., dan Pujani, L., P., K. 2017. "Kajian Penyusunan Kriteria-Kriteria Desa Wisata sebagai Instrumen Dasar Pengembangan Desa Wisata", *Jurnal Analisis Pariwisata*, Vol. 17 No. 1 tahun 2017. Tersedia online di <file:///Users/yudi/Downloads/36389-1501-72013-1-10-20180108.pdf>



- Backer, G., d. 2022. "TAM SAM SOM (2022): Meaning and Examples". Tersedia online di <https://gustdebacker.com/tam-sam-som-market/>
- Baliexpress.jawapos.com. 2020. "Desa Sayan Kembangkan Destinasi Wisata Alam dan Kuliner". Tersedia online di <https://baliexpress.jawapos.com/bisnis/14/08/2020/desa-sayan-kembangkan-destinasi-wisata-alam-dan-kuliner/>
- BPS Provinsi Bali, 2020. "Statistik Wisatawan Mancanegara ke Bali Tahun 2019". Tersedia online di <https://bali.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=ZTQwYjU3NWYwNTU4NzRmYzJlYjA1ZWVl&xzmn=aHR0cHM6Ly9iYWxpLmJwcy5nbY5pZC9wdWJsaWNhdGlvb8yMDIwLzA3LzI0L2U0MGI1NzVmMDU1ODc0ZmMyZWlwNWVlZS9zdGF0aXN0aWstd2lzYXRhd2FuLW1hbmNhbWVnYXJhLWtlLWJhbGktMjAxOS5odG1s&twoadfnorfeaf=MjAyMi0wOS0xNyAxNDoyNzo0Mg%3D%3D>
- Business Queensland, 2021. "Uses of SWOT Analysis". Tersedia online di <https://www.business.qld.gov.au/starting-business/planning/market-customer-research/swot-analysis/uses>
- Dewi, K.,I.,M.,P., dkk. 2022. "Studi Kelayakan Investasi Desa Wisata Sayan di Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali". Field Research, MKp A Smt 6 Poltekpar Nusa Dua Bali, April 2022
- Gianyar, Dinas Pariwisata Kabupaten. 2021. "Perkembangan Jumlah Kunjungan yang Dikelola Pemerintah dan Swasta di Kabupaten Gianyar dari Tahun 2015 s/d 2021"
- Kompas.com, 2022. "4,3 Juta Wisatawan Domestik ke Bali Sepanjang 2021, Anjlok 50 Persen dari Sebelum Pandemi". Tersedia online di <https://denpasar.kompas.com/read/2022/01/10/162116578/43-juta-wisatawan-domestik-ke-bali-sepanjang-2021-anjlok-50-persen-dari#:~:text=Wakil%20Gubernur%20Bali%20Tjokorda%20Oka,turun%20drastis%20menjadi%204.596.157.>
- Lean Case, 2022. " TAM-SAM, and SOM: fundamental market size metrics". Tersedia online di <https://www.lean-case.com/tam-sam-som/>
- Lloyd, A., 2021. "The Importance of a Competitor Analysis and How to Conduct One". Tersedia online di <https://kayo.digital/news/the-importance-of-a-competitor-analysis>
- Nurhalizah, S. 2020. "Studi Kelayakan Bisnis: Aspek Pasar dan Pemasaran". Tersedia online di https://www.academia.edu/41667787/STUDI_KELAYAKAN_BISNIS_ASP_EK_PASAR_and_PEMASARAN_
- Pradana, Y., A. 2018. "Pengembangan Desa Wisata". Tersedia online di <https://bbplm->



[jakarta.kemendes.go.id/index.php/view/detil/365/pengembangan-
desa-wisata](https://jakarta.kemendes.go.id/index.php/view/detil/365/pengembangan-desa-wisata)

Thebusinessplanshop.com. 2022. "TAM SAM SOM – What it means and why it matters?" Tersedia online di https://www.thebusinessplanshop.com/blog/en/entry/tam_sam_som



WELLNESS TOURISM DI DESA WISATA TARO

Ida Ayu Sri Puspa Adi

Pendahuluan

Pariwisata di Bali mengalami perkembangan yang begitu pesat sehingga berbagai desa ingin ikut mengembangkan dirinya menjadi daerah kunjungan wisata yaitu desa wisata. Desa wisata yang ada memiliki berbagai atraksi wisata tersebar di berbagai kabupaten dan kota dengan daya tarik dan potensi wisatanya masing-masing. Berbagai daya tarik wisata yang dikembangkan dalam desa wisata bervariasi dari daya tarik wisata yang menyuguhkan pemandangan alam, atraksi wisata buatan sampai daya tarik wisata yang menampilkan berbagai adat istiadat, budaya dan kesenian local (Suprastayasa et al., 2020).

Ekspresi dari kebudayaan Bali yang unik dan beraneka ragam budaya yang berpedoman berdasarkan ajaran Hindu. Keindahan alam menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan, baik wisatawan manca negara, dan wisatawan nusantara. Konsep Tri Hita Karana bertujuan untuk menyeimbangkan hubungan antara manusia dengan Tuhan, hubungan manusia dengan manusia, dan hubungan manusia dengan alam. Dengan harapan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan agar dapat bermanfaat bagi kesejahteraan, kemakmuran, kebahagiaan dan kedamaian manusia hidup di Bali (Subadra & Nadra, 2006).

Partisipasi masyarakat desa dalam pengembangan desa wisata sangat dibutuhkan secara menyeluruh. Tahapan demi tahapan dalam pengembangan mulai perencanaan, implementasi, dan pengawasan harus berjalan beriringan (Dewi et al., 2013). Desa wisata berkelanjutan sangatlah penting, ada beberapa alasan disampaikan antara lain: 1) eksistensi desa wisata mendorong kemandirian desa dalam meningkatkan pendapatan asli desa dari hasil pengelolaan kawasan wisata skala desa sebagaimana termaktub dalam UU No 6 Tahun 2014 tentang Desa (Indonesia, 2014). 2) eksistensi desa wisata berdampak pada terciptanya kegiatan ekonomi bagi masyarakat yang menjadi bagian dari desa wisata tersebut (Putra et al., 2019).

Salah satu Desa Wisata yang berkembang pesat adalah Desa Wisata Taro. Desa Taro terletak di Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar adalah sebuah desa yang menyimpan potensi wisata besar yang sedang berkembang. Desa Taro merupakan desa tua yang terletak tidak jauh ke Utara dari kota wisata terkenal Ubud. Desa Taro sudah mendapatkan SK Desa Wisata dari Pemerintah Kabupaten Gianyar Tahun 2017 dengan Nomer 429/E/02/HK/2017 dan mendapatkan Anugerah Kalpataru dari Presiden RI melalui Kementerian Lingkungan Hidup di Tahun 2018 tentang Pelestarian Lingkungan. Desa Taro



merupakan desa tertua yang memiliki keunikan adat istiadat dan seni budaya. Perkembangan jaman juga memberikan dampak terhadap perubahan peradaban dan kemajuan zaman. Pemerintah Desa Taro mulai mensinergikan semua potensi, pelaku dan relawan wisata untuk membangun Desa Wisata Taro. Dengan harapan dapat menjadi pondasi secara ekonomi usaha-usaha dan giat-giat lokal produktif yang dapat dampak positif bagi kehidupan masyarakat

Desa Taro memiliki potensi wisata yang disebut sebagai wisata spiritual dimana pada zaman dahulu Rsi Markandya, orang suci yang pertama kali melakukan ekspedisi ke pulau Bali untuk mendapatkan sebuah pencerahan, bermukim di desa Sarwaada atau yang sekarang dikenal dengan Desa Taro bersama ratusan pengikutnya. Inilah yang membuat Desa Taro unik, banyak tempat dan peninggalan Rsi Markandya masih dilestarikan hingga sekarang. Desa Wisata Taro saat ini sudah memiliki daya tarik wisata yang beragam seperti Wisata Lembu Putih (Taro Kaja), Lembah Bidadari (Sangaji –Taro Kelod), D'Tunggir (Pakuseba), Moringga Resort (Patas), Pemulan Bali Cooking Class (Patas), Bali Tropical Wanna Trekking (Tatag), Bali Hidden Village (Ked), Yeh Pikat River Trekking & Waterfall (Taro Kaja), Fireflies Garden (Taro Kaja), Tegal Dukuh Camp (Taro Kaja) dan daya tarik wisata Semara Ratih, Delodsema Village (Taro Kelod). Dan kedepannya masih banyak potensi di Desa Taro yang masih bisa dan akan dikembangkan oleh masyarakat Desa Taro (IT Desa Taro, 2020).

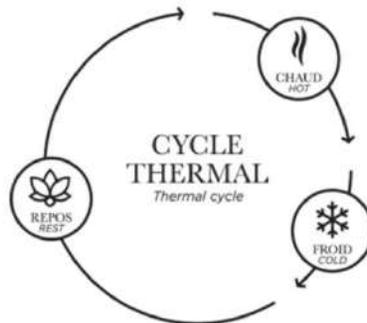
Disamping daya tarik wisata tersebut, Desa Taro juga memiliki potensi sebagai Desa Wisata Kebugaran (wellness tourism) sebagai daya tarik yang melengkapi berbagai aktivitas wisata dan daya tarik wisata yang sudah ada. Saat ini sedang dikembangkan sebuah pusat wisata kebugaran dengan beberapa fasilitas penunjang. Artikel ini akan membahas pengembangan wellness tourism di Desa Wisata Taro.

Wisata Kebugaran/Wellness Tourism

Wellness tourism pada konsep bisnis pariwisata adalah sub bagian dari health tourism dan sederajat dengan bisnis pariwisata lainnya. Health tourism atau pariwisata kesehatan dikategorikan menjadi illness prevention tourism atau pariwisata untuk mencegah sakit dan spa/convalescence tourism. Health and wellness tourism termasuk pada illness prevention tourism yang didalamnya dikategorikan menjadi jasa kesehatan dan jasa kebugaran (Utama, ----). Wellness (kebugaran) merupakan kondisi kesehatan seseorang secara fisik, mental, sosial, dan spiritual (mind, body dan spirit). Salah satu perkembangan yang sedang berlangsung di Desa Wisata Taro adalah dengan dibangunnya Wana Sari Retreat, sebuah daya tarik wisata yang menyediakan berbagai fasilitas dan layanan untuk kebugaran untuk pada pengunjung.

Perkembangan wisata kebugaran mendapat tanggapan positif bagi masyarakat di Desa Wisata Taro. Wana Sari Retreat, beralamat di Br. Pakusebo, Desa Taro Kecamatan Tegalalang, Gianyar. Adapun konsep Wana

Sari Retreat adalah mengembangkan konsep Cycle Thermal yang dikembangkan oleh Bapak Windia Adnyana. Pengembangan wisata kebugaran ini diawali dengan pemikiran bahwa berdasarkan situasi desa yang memiliki iklim yang dingin dibandingkan dengan desa-desa lain di Bali khususnya pada saat malam hari, sehing masyarakat lanjut usia banyak mengalami masalah yang diakibatkan oleh suhu dingin pegunungan. Oleh karena itu tercetuslah ide untuk membantu menangani kondisi tersebut yaitu melalui pembuatan tempat perawatan kebugaran ini.



Gambar 1. Cycle Thermal

Sumber: <https://www.thermea.ca/discover-the-thermal-cycle/the-thermal-cycle>

Cycle thermal adalah perawatan terapi panas yang melibatkan suhu panas dan dingin secara bergantian, diikuti dengan waktu istirahat. Ritual relaksasi ini didasarkan pada tradisi berusia 2.000 tahun yang didirikan di negara-negara Nordik (<https://www.thermea.ca/discover-the-thermal-cycle/the-thermal-cycle/>). Adapun siklus yang dilakukan dalam perawatan adalah sebagai berikut: 1) Panas selama 10-20 menit; 2) Dingin selama 10 hingga 15 detik; 3) Relaksasi selama 20 menit; 4) Ulangi sesuai keinginan, setidaknya selama tiga siklus. Dapat dikatakan bahwa terjadi kombinasi uap, air, api, dan alam secara bersamaan.

Wana Sari Retreat memiliki konsep therapy rekreasi, relaxasi dan sensasi. Adapun fasilitas yang dimiliki oleh Wana Sari Reatreat antara lain: mandi sauna rempah, rendam pasir hangat, siklus thermal, tempat bermain (play ground), kolam renang, kegiatan outbond, area perkemahan dan restoran serta memiliki tempat parkir yang cukup luas.

Untuk mendapatkan manfaat maksimal dari layanan perawatan di tempat tersebut, adalah dengan melakukan atau menyelesaikan tiga langkah dalam urutan berikut dan mengulanginya selama tiga kali. Adapun tiga perawatan /treatment yang dilakukan antara lain:

a. Langkah Satu: PANAS**Gambar 2. Cycle Thermal Hot**

Sumber: <https://www.thermea.ca/discover-the-thermal-cycle/the-thermal-cycle/>

Pada Gambar 2. Cycle Thermal Hot/panas dimana ada beberapa langkah dan waktu yang dibutuhkan untuk melakukan perawatan satu adalah melakukan perawatan sauna dengan waktu 10 hingga 15 menit di sauna. Langkah pertama dilakukan secara eksklusif di sauna. Saat tubuh menyimpan panas, pori-pori kulit terbuka dan mengeluarkan keringat untuk mengatur suhu tubuh, menghilangkan racun yang menumpuk dari waktu ke waktu dan menghambat fungsi yang tepat.

b. Langkah Dua: DINGIN**Gambar 3. Cycle Thermal Cold**

Sumber: <https://www.thermea.ca/discover-the-thermal-cycle/the-thermal-cycle/>

Gambar 3. Cycle Thermal Cold/dingin, perawatan ini dilakukan selama 10 hingga 15 detik di kolam dingin atau di bawah air terjun es. Baik itu di bawah air terjun es atau di pemandian air dingin, penting untuk menurunkan suhu tubuh setelah panasnya sauna. Langkah ini akan menciptakan kejutan termal yang merangsang kontraksi pori-pori kulit dan pelepasan adrenalin

c. Langkah Ketiga: REST



Gambar 4. Cycle Thermal Rest

Sumber: <https://www.thermea.ca/discover-the-thermal-cycle/the-thermal-cycle/>

Adapun pada Gambar 4. Cycle Thermal Rest/Istirahat, perawatan yang ketiga ini membutuhkan waktu kira-kira 20 menit untuk istirahat di salah satu dari banyak area relaksasi. Setelah sengatan panas, waktu istirahat memungkinkan sekresi adrenalin melambat dan memberi jalan bagi endorfin, juga dikenal sebagai hormon kebahagiaan. Perasaan relaksasi dan ketenangan yang mendalam kemudian memenuhi seluruh tubuh. Fasilitas siklus thermal yang dimanfaatkan adalah sauna, kolam renang bergantian dengan waktu maksimal 110 menit dan harus dalam pengawasan petugas.

Langkah ini dapat dilakukan dengan berbagai cara: di paviliun relaksasi di sekitar api unggun, atau di tempat tidur gantung. Terlepas dari opsi yang dipilih, elemen kunci membutuhkan waktu 20 menit untuk mencapai tingkat relaksasi tertinggi sebelum memulai siklus termal baru. Pada perawatan ini di Wana Sari Retreat dilakukan di taman-taman yang telah disediakan, baik di taman, tenda dan tempat-tempat yang sudah disediakan. Kombinasi uap, air, api, dan alam dalam kebersamaan dengan orang lain membuka pintu ke jenis pembaruan yang berbeda.

Selain perawatan cycle thermal yang tersedia di Wana Sari Retreat ada fasilitas terpisah yang tersedia yaitu fasilitas sauna rempah adalah untuk 3-5 orang dengan waktu maksimal 30 menit. Adapun rempah yang dipakai, pihak retreat membuat sendiri rempahnya dengan bahan-bahan yang ada disekitar desa Taro. Rempah-rempah tersebut berupa, kombinasi antara jahe, lenguas, daun kelor bunga telang dan lain-lain dengan ciri khas aroma masing-masing. Wana sari Retreat juga memiliki fasilitas rendam pasir hangat dengan ukuran 4 x 3 meter, maksimal waktu adalah 45 menit. Untuk memanfaatkan fasilitas ini harus melalui proses pemesanan terlebih dahulu karena proses pemanasan pasir dibutuhkan waktu minimal 7 -12 jam.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap owner dari Wana Sari Reteat, disampaikan bahwa saat ini Wana Sari retreat sedang dalam proses

pembenahan dengan menambahkan banyak spot-spot khususnya pot-pot yang warna-warni. sedang mengalami renovasi untuk kesempurnaan tempat. Wana Sari Retreat juga akan mengalami perubahan nama dengan konsep baru. Pihak retreat mengubah kosep taman sauna menjadi taman pot dengan penuh warna yaitu Jungle Pots. Jungle Pots dalam proses pembenahan dan bulan Nopember sudah siap menerima kunjungan tamu yang akan melakukan perawatan, dan sudah ada booking dari pihak biro perjalanan wisata untuk wisawatan asing. Terdapat ratusan pot yang penuh dengan warna warni yang econic.



Gambar 5. Foto-foto di Wana Sari Retreat
Sumber: Foto-foto di Wana Sari Retreat

Perkembangan Wisata Kebugaran (Penglukatan Retreat)

Perkembangan Desa Wisata Taro dalam hal wisata kebugaran juga Nampak pada aktivitas yoga treatment di daya tarik wisata Semara Ratih. Semara Ratih beralamat di Desa Delodsema di Banjar Dinas Taro Kelod, Desa Taro, Kecamatan Tegallalang. Adapun keunikan dan pesona alam yang dimiliki oleh tempat yoga ini sangat luar biasa. Selain wisatawan dapat menikmati tatanan rumah penduduk yang tertata rapi dengan style Bali, wisatawn/tamu yang berkunjung juga dapat melihat aktivitas penduduk secara langsung yaitu bertani dan membuat kerajinan emas, perak, patung, tenun, relief dan ukiran Bali.



Gambar 7. Objek Wisata Semara Ratih (Penglukatan Retreat)
Sumber : Tim IT Desa taro



Kawasan ini memiliki keindahan pemandangan alam yang sangat menawan yaitu Semara Ratih. Di tempat ini wisatawan dapat melakukan wisata spiritual yakni melukat atau membersihkan diri. Semara Ratih yaitu tempat melakukan penglukatan dimana tempat tersebut merupakan pertemuan dua mata air saling berlawanan arah yang menyatu yang dipercaya mampu memberikan vibrasi kedamaian, kerukunan dan kesejukan bathin. Tempat ini sesuai dengan namanya Semara Ratih dipercaya dapat membuat hubungan atau kerukunan dalam keluarga dan atau mampu membuat pasangan semakin akur dan bersatu. Keyakinan masyarakat bahwa Semara Ratih merupakan perlambang keberadaan Tuhan di dalam kepercayaan setempat yang memiliki kekuatan dan energi positif tentang cinta dan kasih sayang yang menyatu dalam keharmonisan. Semara merupakan Dewa Cinta dan Ratih merupakan Dewi Asmara. Saat ini pada pengelukatan (pembersihan secara spiritual) Semara Ratih masih bisa dilakukan secara mandiri terutama oleh masyarakat Bali dengan membawa canang atau banten seadanya. Kedepan lokasi ini akan terus dan semakin disempurnakan lagi untuk kenyamanan dan keamanan pengunjung. Kedekatkan diri dengan alam untuk lebih mengenal dan menemukan kedamaian jiwa raga yang harmonis dengan datang ke tempat mempesona seperti ini merupakan salah satu konsep dari Tri Hita Karana.

Penutup

Desa Wisata Taro memiliki daya tarik wisata yang bervariasi. Salah satu daya tarik tersebut adalah pariwisata kebugaran atau wellness tourism. Ada dua daya tarik dan aktivitas pariwisata kebugaran yang sedang dikembangkan di Desa Wisata Taro yaitu Wana Sari Retreat berupa pusat kebugaran dengan menyediakan berbagai fasilitas dan aktivitas untuk peningkatan kebugaran dan juga tempat perkemahan. Selain itu terdapat juga sebuah daya tarik yang disebut dengan daya tarik wisata Semara Ratih yang menyediakan tempat untuk melakukan yoga dan kegiatan melukat (ruwatan). Kedua tempat ini masih terus dibenahi untuk semakin meningkatkan pelayanannya dan semakin menarik kunjungan wisatawan baik local, domestic dan internasional.

Daftar Pustaka

- Arida, INS., & Pujani, LPK., (2017) Kajian Penyusunan Kriteria-Kriteria Desa Wisata Sebagai Instrumen Dasar Pengembangan Desawisata, *Jurnal Analisis Pariwisata*. Vol. 17 No. 1, 2017
- Dewi, M. H. U., Fandeli, C., & Baiquni, M. (2013). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2), 129–139. <https://doi.org/10.22146/kawistara.3976>
- Fajar, NMAP., Diasa, IW., & Adiandari, AM., (2021) Pengembangan Desa Wisata Taro berbasis digital marketing social media. *Penamas: Journal of*



- Community Service, 1(2), 2021,116-124 Available at:
<https://journal.nurscienceinstitute.id/index.php/penamas>
<https://www.thermea.ca/discover-the-thermal-cycle/the-thermal-cycle/>
- ITDESATARO, (2020) Tags: Semara Ratih, Delodsema Village, Semara Ratih Delodsema Village, Taro Village, Desa Wisata Taro, It
- Putra, F., Usman, S., & Yusuf, M. (2019). Pemberdayaan pengelolaan desa wisata berkelanjutan di Desa Tanjung Lanjut Kecamatan Sekernan Kabupaten Muaro Jambi. Unri Conference Series: Community Engagement, 1, 83–88. <https://doi.org/10.31258/unricsce.1.83-88>
- Subadra, I. N., & Nadra, N. M. (2006). Dampak Ekonomi, Sosialbudaya, Dan Lingkungan Pengembangan Desa Wisata Di Jatiluwih-Tabanan. Manajemen Pariwisata, 5(1), 46–64.
- Suprastayasa, I., Adi, I., & ... (2020). Pelatihan Merangkai Bunga Bagi Masyarakat Desa Wisata Gunung Salak, Tabanan, Bali. Jurnal Pemberdayaan Pariwisata, 2(2), 111–116. <http://jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id/index.php/JPP/article/view/1430>
- Sutiani, Ni Wayan, (2022) Peran Serta Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Dalam Pengembangan Desa Wisata Di Desa Taro Kecamatan Tegallalang Kabupaten Gianyar, Jurnal Cakrawarti, Vol. 04 No. 02 Ags 2021-Jan 2022
- Syah, Firman (2017) Strategi Mengembangkan Desa Wisata Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers Unisbank Ke-3(Sendi_U 3) 2017 Isbn: 9-789-7936-499-93 335
- Utama, IGBR., (...) Health and Wellness Tourism: Jenis dan Potensi Pengembangannya di Bali Universitas Dhyana Pura
- Wijaya, N.S., Sudarmawan, IWE, Sukaarnawa, IGM. (2021) Community Base Tourism Untuk Menunjang Pariwisata Berkelanjutan Di Kawasan Desa Wisata Taro, Tegallalang, Gianyar Bali. Jurnal Ilmiah Hospitality Management. Vol 11 No 02, 2021: 90-100